

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Podnikatelský plán – Lanové centrum

Business plan – Rope centre

Pavla Balounová

Plzeň 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Podnikatelský plán – Lanové centrum“

vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 17. 4. 2018

.....

podpis autora

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí práce doc. Ing. Michaele Krechovské Ph.D., za vedení práce, odbornou pomoc, cenné rady a poskytnutý čas, které mi pomohli při zpracování bakalářské práce.

Ráda bych také poděkovala starostce města Starý Plzenec Bc. Vlastě Dolákové za poskytnutý čas při osobních konzultacích, poskytnuté informace a materiály.

Obsah

Úvod.....	9
1 Cíl a metodika bakalářské práce	10
2 Vymezení základních pojmů podnikání	11
2.1 Podnikání.....	11
2.2 Podnikatel.....	11
2.3 Podnik	12
3 Zahájení podnikatelské činnosti.....	13
3.1 Založení společnosti a její vznik	13
3.1.1 Podnikání fyzických osob.....	13
3.1.2 Podnikání právnických osob.....	14
4 Podnikatelský plán.....	16
5 Průzkum a analýza trhu.....	18
5.1 PESTLE analýza	18
5.2 SWOT analýza	20
6 Marketingový výzkum a jeho metody	21
6.1 Metody výzkumu	21
6.1.1 Dotazník.....	22
7 Marketingový plán.....	23
7.1 Marketingové cíle a strategie	23
7.1.1 Marketingový mix.....	23
7.1.2 Marketingová komunikace	25
8 Plánování, příprava a řízení projektu.....	26
9 Zakladatelský rozpočet	28
10 Finanční plán.....	30

10.1	Financování podnikatelské činnosti	31
10.1.1	Vlastní zdroje financování	31
10.1.2	Cizí zdroje financování	32
10.1.3	Finanční analýza	32
11	Podnikatelské riziko.....	34
11.1	Management rizik	34
11.2	Řízení a prevence rizik	35
	Případová studie.....	37
12	Představení společnosti.....	38
13	Průzkum a analýza trhu.....	39
13.1	PEST analýza.....	39
13.2	SWOT analýza.....	39
13.3	Analýza mezoprostředí	41
14	Marketinkový výzkum	43
14.1	Plán výzkumu	43
14.2	Realizace výzkumu.....	43
14.3	Interpretace výsledků výzkumu.....	44
14.3.1	Výsledky dotazníkového šetření u veřejnosti	44
14.3.2	Anketa v mateřských a základních školách	51
15	Marketingový plán.....	54
15.1	Marketingové cíle	54
15.2	Marketingový mix	55
15.3	Marketingová komunikace	56
15.3.1	Podpora prodeje	57
15.3.2	Public relation	57
15.4	Akční programy.....	57

15.5	Kontrolní mechanismy marketingových cílů	58
16	Plánování, příprava a realizace výstavby lanového centra	59
16.1	Výběr dodavatele	62
16.2	Kontrola a údržba	62
16.3	Personální zajištění	63
16.4	Marketingové činnosti	63
17	Finanční plán.....	64
17.1	Zakladatelský rozpočet	64
17.2	Plánování nákladů	65
17.2.1	Předpokládané provozní náklady v prvním roce podnikání	65
17.2.2	Předpokládané finanční náklady v prvním roce podnikání	66
17.2.3	Předpokládané osobní náklady v prvním roce podnikání	67
17.2.4	Plán odpisů.....	68
17.3	Plánování výnosů.....	69
17.3.1	Stanovení ceny za poskytnuté služby	69
18	Financování projektu	71
18.1	Kalkulace finančního kapitálu	71
18.2	Účetní výkazy v prvním roce podnikání	72
18.2.1	Počáteční rozvaha	72
18.2.2	Plánovaný výkaz zisku a ztráty v prvních pěti letech podnikání	72
18.2.3	Plánovaný přehled o peněžních tocích.....	73
18.3	Finanční analýza	74
18.3.1	Ukazatel rentability tržeb.....	74
18.3.2	Ukazatelé zadluženosti	75
18.3.3	Doba návratnosti investice.....	76
19	Podnikatelské riziko.....	77

19.1	Identifikace rizik spojených s realizací výstavby lanového centra	77
19.1.1	Mapa rizik	79
20	Možnosti dalšího rozvoje lanového centra	80
	Závěr	81
	Seznam tabulek	82
	Seznam obrázků	83
	Seznam použitých zkratk	84
	Seznam použité literatury	85
	Internetové zdroje	88
	Seznam příloh	89
	Přílohy.....	90
	Abstrakt.....	117

Úvod

Předpokladem realizace podnikatelského záměru a následného podnikání je vhodná volba oblasti podnikání a důkladné zpracování podnikatelského plánu.

Autorku bakalářské práce myšlenka na vybudování lanového parku napadla již v roce 2011 a následně byla umocněna informací vedení města Starý Plzenec o záměru v tomto městě lanový park vybudovat. Z tohoto důvodu si jako téma bakalářské práce vybrala zpracování podnikatelského plánu na vybudování lanového parku.

V 21. století je trendem využití volného času aktivní odpočinek a to především společně s rodinou. Navštěvují se multifunkční zábavné parky, zoologické zahrady, plavecké bazény i lanové parky. V Plzeňském kraji tato forma využití volného času není dostatečně zastoupena.

Tato práce popisuje proces sestavení podnikatelského plánu na vybudování lanového parku v obci Starý Plzenec, který leží na jedné z turistických stezek a láká k návštěvnosti turisty svými historickými památkami, mezi které patří zřícenina hradu Radyně, rotunda svatého Pavla a Petra, kostel Nanebevzetí panny Marie, ale také přírodními zajímavostmi jako např. skalní útvar Andrejšky, vrch Hůrka i Ekofarma pod Radyní aj. Většina těchto návštěvních cílů je zanesena v turistických mapách Plzeňska, v kterých by mohl být uveden i nově vybudovaný lanový park.

1 Cíl a metodika bakalářské práce

Cílem této bakalářské práce je představit podnikatelský záměr, vypracovat podnikatelský plán a posoudit předpokládanou úspěšnost tohoto záměru na trhu.

Pro zpracování práce jsou stanoveny následující dílčí cíle:

- **Teoreticky vymezit podnikatelský plán a jeho základní aspekty.**
- **Představit podnikatelský záměr.**
- **Zpracovat podnikatelský plán vybraného podnikatelského záměru.**
 - **Provést výzkum a analýzu trhu**
 - **Stanovit marketingové cíle a strategie**
 - **Sestavit finanční plán a provést finanční analýzu podnikatelského záměru**
- **Vyhodnotit podnikatelská rizika**
- **Posoudit realizaci a možnosti dalšího rozvoje daného záměru.**

Práce je členěna do dvou základních částí. V teoretické části jsou vysvětleny podnikatelské pojmy, podmínky založení společnosti v České republice, marketingový plán a jeho dílčí části, finanční plán a není ani opomenuto podnikatelské riziko.

Praktické část práce navazuje na teoretické předpoklady reálnými poznatky. Je zde představen nově vznikající podnikatelský subjekt Lanový park a nabídka jeho služeb. V následující kapitole je proveden průzkum trhu prostřednictvím dotazníkového šetření, na které navazuje marketingový plán. Navazující kapitoly se zabývají zpracováním plánování a přípravy provozu, finančním plánem a financováním projektu. V závěru práce je provedena finanční analýza a je posouzena realizace projektu a možnost jeho dalšího rozvoje.

Autorka při zpracování této práce čerpá z odborné literatury, internetových zdrojů, konzultacích s pracovníky městského úřadu ve Starém Plzenci, osobními pohovory se zástupci dalších společností uvedených v této práci a rovněž ze znalostí nabytých studiem. Poznatky čerpané z cizojazyčné literatury jsou volně přeloženy.

2 Vymezení základních pojmů podnikání

Před samotným sestavením podnikatelského plánu je nutné se seznámit se základními pojmy vázající se k podnikání. Následující pojmy, které jsou vysvětleny v této kapitole, upravuje občanský zákoník, konkrétně zákon č. 89/2012 Sb.¹

2.1 Podnikání

Původ pojmu podnikatel pochází z francouzštiny a jeho význam v období středověku vyjadřoval prostředníka nebo zprostředkovatele, jenž se podílel na vyjednávání obchodů (Srpová, 2010).

V 21. století jsou tyto pojmy již zcela vymezeny, i když jsou pohledy na pojem podnikání, z ekonomického, psychologického a politického hlediska rozdílné.

Existuje několik definic, které pojem podnikání doslovně vymezují. Obecně by se dalo o podnikání říci následující (Veber, 2012):

- podnikání je úsilí vedoucí k dosažení zisku,
- zisku se dosahuje skrze uspokojení potřeb zákazníků,
- potřeby zákazníků uspokojí podnikatel prostřednictvím nabídky svých výrobků nebo služeb.

Horová a Taušl Procházková (2011) pak definuje podnikání takto: *„Podnikání by se mělo chápat jako příležitost ke sledování nových tržních možností a hledání nových podmětů. Podnikání přináší podněty pro provozovatele této činnosti, tj. pro podnikatele, kteří tyto podněty vyhledávají, vytvářejí a aplikují v praxi za účelem dosažení svých ekonomických cílů.“*

2.2 Podnikatel

Zákon o obchodních korporacích, který nabyl účinnosti 1. 1. 2014, podnikání a ani osobu podnikatele nedefinuje. Dle občanského zákoníku, § 420 zní definice podnikatele:

„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.“

¹ Nový občanský zákoník (zákon č. 89/2012 Sb.) a zákon o obchodních korporacích (zákon č. 90/2012 Sb.) vešly v platnost 1. 1. 2014. Zároveň byl zrušen obchodní zákoník (zákon č. 513/1991 Sb.), Živnostenský zákon (zákon č. 455/1991 Sb.) zůstává v platnosti.

2.3 Podnik

Vezme-li se v úvahu uvedená charakteristika podnikání a podnikatele, pak podnik představuje instituci, která byla založena k vykonávání podnikatelské činnosti. V minulosti, před rokem 1989 existovaly podniky, které nemusely tak odolávat konkurenčnímu prostředí, byly to instituce, které měly centrálně daný plán a ten plnily. Takový podnik neměl s podobou dnešního podniku, jak je charakterizován podle nového občanského zákoníku z roku 2014, nic společného (Synek, 2000).

Nový občanský zákoník zavedl nový pojem obchodní závod, který je definován jako organizovaný soubor jmění, které je vytvořeno podnikatelem a které slouží z jeho vůle k provozování činnosti. Takový to závod může mít pobočku, která vykazuje funkční a hospodářskou samostatnost a o které podnikatel rozhodl, že bude pobočkou (Zákon č. 89/2012 Sb., 2018).

3 Zahájení podnikatelské činnosti

Na samotném začátku každého podniku stojí fakt, že každý začínající podnikatel je přesvědčen, že našel novou podnikatelskou příležitost, kterou chce uvést na trh a o níž si myslí, že ji ostatní přehlédli, nebo že je schopen udělat něco lépe než ostatní podnikatelé (Moudrý, 2008).

V každém roce je založeno mnoho nových firem, ale na straně druhé také velké množství firem zaniká. Z tohoto důvodu, před zahájením podnikání, je třeba vzít v úvahu následující předpoklady (Srpová, 2010):

- rozhodnutí podnikat a rovněž mít dostatečnou motivaci,
- zvážit vlastní předpoklady a schopnosti pro podnikání,
- definovat podnikatelský nápad, objevit mezeru na trhu,
- vyhodnotit finanční potřeby,
- vymežit předmět podnikání a pro něj vybrat odpovídající formu podnikání,
- zpracovat podnikatelský plán.

3.1 Založení společnosti a její vznik

Po zvážení a zhodnocení všech okolností souvisejících se založením společnosti je bezpodmínečně nutné rozhodnout o právní formě podnikání. Tato forma nemusí být definitivní, ale z pozdější změny a tím i přechodu na jinou formu podnikání vyplývají komplikace a další dodatečné náklady (Synek, 2006).

3.1.1 Podnikání fyzických osob

Podnikání fyzických osob je pojmenováno známějším pojmem jako „osoba samostatně výdělečně činná“, nebo také OSVČ. Tato forma podnikání je nejčastěji volenou právní formou, tak jak ukazuje tabulka č. 1. Fyzickou osobou podnikající tímto způsobem je osoba s živnostenským oprávněním, která je zapsaná v obchodním rejstříku, nebo osoba podnikající na základě jiného oprávnění podle právního předpisu (Veber, 2012).

Tabulka 1: Počty ekonomický subjektů podle právních forem podnikání v letech 2012-2016

Období	celkem	soukromí podnikatelé	obchodní společnosti	družstva	státní podniky
2012	1.513.556	987.184	287.778	11.782	49
2013	1.470.929	891.727	300.120	11.900	47
2014	1.446.293	915.454	296.598	11.591	46
2015	1.439.747	927.213	302.883	11.013	43
2016 – stav k třetímu čtvrtletí	1.421.752	918.885	308.275	10.816	43

Zdroj: vlastní zpracování dle Českého statistického úřadu, 2016

Založení podnikatelského subjektu je omezeno určitými legislativními požadavky. Pro získání živnostenského oprávnění musí podnikatelský subjekt splnit všeobecné podmínky provozování živnosti. Může tak učinit sám, nebo prostřednictvím svého odpovědného zástupce.

Všeobecné podmínky provozování živnosti jsou stanoveny následovně (Zákon č. 513/1991 Sb. § 5, 2018):

- dosažení věku 18 let,
- způsobilost k právním úkonům,
- bezúhonnost dle zákona o živnostenském oprávnění²,
- doložení bezdlužnosti na daních vůči finančním orgánům státu.

Podle požadavku na odbornou způsobilost si pak podnikatel vybírá mezi živnostmi koncesovanou, nebo ohlašovací, která je členěna na živnost řemeslnou, vázanou a volnou. Ohlášení živnosti uskuteční fyzická osoba na místně příslušném živnostenském úřadě po uhrazení správním poplatku ve výši 1000 Kč. Náležitosti uváděné v ohlášení živnosti jsou uvedeny v příloze A (Zákon č. 455/1991 Sb., 2018).

3.1.2 Podnikání právnických osob

Osoby, které se rozhodnou pro tuto právní formu podnikání, se zapisují do obchodního rejstříku. Po zapsání se právnická osoba stává korporací a je povinna vystupovat pod jménem zapsaným v rejstříku. Zákon o obchodních korporacích rozlišuje pět forem právnických osob (Zákon č. 90/2012 Sb., 2018):

²Bezúhonnou osobou je taková osoba, která nebyla pravomocně odsouzena pro trestný čin, který spáchala úmyslně a pokud byl takový čin spáchán v souvislosti s podnikáním a předmětem podnikání, o který žádá. Bezúhonnost občanů České republiky se dokazuje výpisem z evidence Rejstříku trestů (Zákon č. 513/1991 Sb. § 5).

- osobní společnost (veřejná obchodní společnost, komanditní společnost),
- kapitálová společnost (akciová společnost, společnost s ručením omezeným),
- družstvo.

Každý typ společnosti musí splnit určité podmínky při svém vzniku a založení. Společnost s ručením omezeným, forma podnikání, která bude aplikována v praktické části podnikatelského plánu pro Lanové centrum, je dle zákona o obchodních korporacích, založena společenskou smlouvou v případě, že společnost zakládají dva a více společníků. V případě jedné osoby je společnost založena zakladatelskou listinou. Obě formy mají podobu notářského zápisu. Společnost vzniká dnem zapsání do obchodního rejstříku. Minimální výše základního kapitálu činí v roce 2017 jednu korunu českou na jednoho společníka (Zákon č. 90/2012 Sb., 2018).

Proces založení a vzniku nové společnosti trvá poměrně dlouhou dobu, několik týdnů až měsíců. Tato skutečnost je v kontradikci s dynamicky se rozvíjejícím podnikatelským prostředím. Řešení pak může být využití ready made společnosti³. Podnikatel během několika dnů získá připravenou společnost k podnikání. Cena za tuto službu se pohybuje okolo 25 tis. Kč (Synek, 2010).

³ Společnost, která byla založena a není aktivní za účelem prodeje.

4 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemná listina, kterou podnikatel, nebo pověřená osoba zpracuje před započítím podnikatelské činnosti, nebo i v průběhu podnikání pro již fungující společnost. Řeší vnitřní i vnější faktory spjaté se založením společnosti, u již fungující společnosti aktuální podložená data, a to v konkrétním časovém horizontu (Veber, 2012).

Galai a kolektiv (2016) definuje podnikatelský plán jako podstatnou součást plánování vzniku nového podniku nebo hodnocení stávajícího podniku. Slouží jako základní nástroj při zvažování zásadních strategických změn nebo zavádění inovací v podnikání.

Každý majitel podnikatelského nápadu nosí v hlavě myšlenku, jak tuto nově objevenou příležitost realizovat. A tak se nabízí otázka, z jakých důvodů je nutné sestavovat podnikatelský plán a proč je potřeba ho zformovat do písemné podoby. Důvodů může být několik, například při potřebě financování podnikatelského záměru z cizích zdrojů, oslovení investora, společníka, aj. Především začínající podnikatel, který nemá dostatek zkušeností při zpracování podnikatelského plánu, si uvědomí náročnost realizace svého nápadu, zjištění potřeby celkových finančních zdrojů, jaké kroky jsou potřeba pro realizaci vykonat, jakým způsobem osloví zákazníky, na jaký trh se bude orientovat, co lepšího nabídne než konkurence, potřebu zaměstnanců aj. (Srpková, 2011).

Pokud má podnikatelský plán zapůsobit na externí subjekt, je doporučeno při sestavování podnikatelského plánu respektovat určité zásady (Jurová, 2009):

- ***Srozumitelnost***

jednoduché vyjadřování, přehlednost – např. doplnění tabulkami a propočty,

- ***Logičnost***

sled myšlenek a skutečností, doložení fakt a tvrzení,

- ***Stručnost***

myšlenku je třeba představit stručně, ale ne na úkor faktů,

- ***Pravdivost a reálnost***

samozřejmostí je pravdivost uvedených údajů a předpokládaného vývoje,

- ***Respekt rizika***

podnikatelský plán předvídá budoucí vývoj. Připuštění rizika, problému a jejich případné řešení dodává podnikatelskému plánu věrohodnost.

Lze konstatovat, že zpracování podnikatelského plánu je pro samostatného podnikatele pozitivním přínosem. Finální podoba tohoto dokumentu by měla obsahovat tyto části (Srpková, 2011).:

- titulní list,
- obsah dokumentu,
- úvod a účel,
- pozice dokumentu,
- shrnutí,
- charakteristika podnikatelské příležitosti,
- cíle společnosti a jejích vlastníků,
- potenciální trhy,
- analýzu konkurence,
- obchodní a marketingovou strategii,
- realizační projektový plán,
- finanční plán,
- hlavní předpoklady pro úspěch projektu,
- rizika projektu,
- přílohy.

Dle Galai a kolektiv (2016) lze doplnit, že na základě komplexního přehledu různých podnikatelských elementů, zahrnujících technologii, výrobu, marketing a management navrhovaného produktu nebo služby, dobrý podnikatelský plán prezentuje postup činností a výhled finančních výstupů. Úspěšný obchodní plán musí být stručný dokument, obecně v rozmezí od 20 do 50 stran, který musí čtenáře přesvědčit, že plán je realistický a proveditelný.

5 Průzkum a analýza trhu

Základním cílem každého projektu je uspokojení stávající a potenciální poptávky, nebo příležitost využít zdroje, které jsou k dispozici.

Důležitým prostředkem pro rozhodování o projektu je analýza trhu. Seznámení s trhem, předpověď poptávky a vymezení konkurence vytváří základ pro sestavení marketingové strategie a marketingového mixu (Jakubíková, 2013).

Trh je místo, kde společnost vyvíjí své podnikatelské aktivity. Na tomto místě se podnik střetává s faktory, které na něj působí jak z vnější, tak vnitřní strany. Jsou to např. výrobní a technologické postupy podniku, obchodní činnosti i stávající či potenciální zákazníci (Moudrý, 2008).

Prostředí, které působí na společnost z nejbližšího okolí, které nelze ovlivnit a lze ho jen respektovat, nazýváme **mezoprostředí**. Toto prostředí zahrnuje faktory demografické, ekonomické, technologické, politické, kulturní a další. Zmapování tohoto okolí je pro firmu podstatné a k zhodnocení těchto vlivů je vhodné použít OT analýzu vyplývající ze SWOT analýzy a PEST případně rozšířenou PESTLE analýzu (Moudrý, 2008).

Prostředí uvnitř firmy, které lze ovlivnit vlastní volbou, označujeme jako **mikroprostředí**. Toto prostředí je tvořeno firemními dodavateli, odběrateli, veřejností a konkurencí. Všechny tyto složky na podnik působí, může je však ovlivnit výběrem dodavatelů, komunikací s veřejností, postojem ke konkurenci. (Moudrý, 2008).

Vnitřní prostředí společnosti lze označit jako sociálně technický systém. Toto prostředí je tvořeno finančními zdroji (vlastní kapitál, hotovost, závazky aj.), lidskými zdroji (počet zaměstnanců a jejich kvalifikace, zkušenosti a schopnosti), hmotné zdroje (budovy, pozemky aj.) a nehmotné zdroje (patenty, licence, kontakty, loajalita aj.) (Vochozka, 2012).

5.1 PESTLE analýza

PESTLE analýza je analytický prostředek zkoumající makrookolí firmy. Tato zkratka představuje počáteční písmena níže uvedených faktorů, které tato analýza rozebírá.

P – politické (Political) faktory

Analýza politických faktorů se zabývá problematikou politické stability daného území, což má vliv i na legislativní podmínky (podmínky podnikání, zaměstnanosti aj.). Sledují se důležité současné zákony, ale i návrhy pro danou oblast. Sleduje se chování

regulačních orgánů především v energetice a telekomunikacích, rozhlasovém a televizním vysílání. Stabilita této sféry je důležitá pro budoucí investory, zda se rozhodnou do této oblasti investovat či ne.

E – ekonomické (Economic) faktory

Znalost ekonomického okolí firmy je důležitá pro předpověď cen jak produktů a služeb, tak i pracovní síly. Sleduje se problém daní (DPH, daň z převodu nemovitostí, spotřební daň, daň z příjmů), stabilita měny, úrokových sazeb (nízká sazba je příznivější pro uskutečnění firemních záměrů), inflace (vysoká míra se nepříznivě projeví na síle investiční činnosti) a hospodářských cyklů.

S – sociální (Social) faktory

Tato součást PESTLE analýzy je nejpřesněji proveditelná díky podkladům statistického úřadu. Po této stránce se zkoumají demografické faktory, vývoj životního stylu, etnické i náboženské otázky. Sleduje se vliv reklamy, veletrhů, Influencerů⁴ a Opinion makerů⁵.

T – technologické (Technological) faktory

Sledují se zde otázky infrastruktury (doprava, elektrická energie), stav rozvoje, vědy a výzkumu. Analyzuje se vliv nových technologií na okolí podniku i konkurence.

L – legislativní (Legal) faktory

Velká část firem je ovlivňována a usměrňována různými nařízeními a předpisy. Analyzuje se vliv těchto faktorů na fungování firem.

E – ekologické (Ecological) faktory

Analyzují se ekologické postupy výroby, dodržování povolených emisí i obchodování s emisními povolenkami, zajištění ekologické likvidace odpadů. U některých projektů se provádí i EIA⁶ studie.

Tato analýza může zahrnovat poměrně velké množství ukazatelů oproti následující SWOT analýze. Při použití PESTLE analýzy je vhodné si určit podstatné oblasti, které chceme zkoumat. Firmy mají individuální požadavky na to, co potřebují analyzovat a do jaké hloubky. Očekáváním od této analýzy je především představení všech

⁴ Influencer neboli ovlivňovatel, má nadprůměrný vliv na spotřebitele na cílovém trhu.

⁵ Opinion marker je manipulátor veřejným míněním.

⁶ EIA – Environmental Impact Assessment studie popisující dopad zkoumaného projektu na životní prostředí.

důležitých rizikových faktorů, nebo naopak možnost vzniku podnikatelského úspěchu (Kotler, 2007).

5.2 SWOT analýza

Provádí se pro zjištění stavu makro a makro okolí firmy. Nejprve se analyzují negativní a poté pozitivní hlediska. Je to poměrně jednoduchá analýza, kterou lze provést v krátkém čase a při tom včas odhalit rizika nebo podnikatelský úspěch. SWOT analýza je založena na rozboru těchto faktorů (Sedláčková, 2006):

- S - silné stránky (Strengths) podniku,
- W - slabé stránky (Weaknesses) podniku,
- O - příležitosti (Opportunities),
- T - hrozby (Threats).

Analýza silných a slabých stránek podniku je analýzou vnitřních faktorů podniku. Vnitřní analýza má za účel určit si možnosti a schopnosti firmy, především v oblastech výzkumu, výrobní politiky, duševním vlastnictvím podniku a organizací podniku. *Silnou stránkou* podniku může být např. efektivní výroba s minimálními náklady, nebo pověst a kvalita výrobku. Jako slabou stránku bychom mohli určitě označit např. neschopnost firmy vnímat trh, to, po čem je na trhu poptávka (Kotler, 2007).

Příležitosti a hrozby působí jak z makroprostředí, tak i mikroprostředí podniku. Mezi příležitostmi můžeme zahrnout rostoucí kupní sílu (možnost více vyrábět) a také např. strategické fúze, nové mezinárodní obchody. Hrozbou je pokles počtu zákazníků, vstup konkurence na trh, zavedení zdanění pro naše produkty, inflace (Moudrý, 2008).

6 Marketingový výzkum a jeho metody

Pomocí marketingového průzkumu sbíráme data o příležitostech, konkurenci, budoucích možnostech a spotřebiteli a jeho potřebách. Maximum získaných informací je cesta k úspěchu. Získáváním informací se zabývá marketingový výzkum (Moudrý, 2008).

6.1 Metody výzkumu

Rozlišujeme následující typy marketingového výzkumu (Kozel, 2006):

- **Primární marketingový výzkum** – jedná se o poprvé sbírané informace pro konkrétní záměr. Tento výzkum se provádí v případě, že požadované informace ještě nebyly někým jiným shromážděny.
- **Sekundární marketingový výzkum** – tento výzkum vychází ze zpracovaných volně přístupných informací (interní – účetnictví, přehled tržeb a externí – publikace). Výhodou je rychlost pořízení a nízké náklady. Nevýhodou může být zastaralost dat – ne příliš častá aktualizace (Moudrý, 2008).
- **Kvalitativní výzkum** – zjišťuje názory na sledovaný vzorek, motivaci zákazníků, kvalitu, způsobilost názvu produktu a zájem spotřebitele, a to většinou u malé skupiny respondentů. Metodami tohoto výzkumu jsou (Moudrý, 2008):
 - hloubkový rozhovor – snaží se objasnit zažitě předsudky, které si dotazovaný ani neuvědomuje formou volné diskuze,
 - skupinový rozhovor – sleduje se proces společenského vlivu na individuální rozhodování,
 - brainstorming – skupinová diskuze, jejímž cílem je vytvořit co nejvíce nápadů,
 - projekční techniky – této metody se využívá, pokud není dotazovaný ochoten odpovídat na přímé otázky. Metoda spočívá v doplňování částí vět, přiřazování barev aj.
- **Kvantitativní výzkum** – zjišťuje frekvenci určitých jevů od širokého vzorku respondentů. Technikami tohoto výzkumu jsou (Moudrý, 2008):
 - pozorování – sledováním jsou sbírány informace, aniž by pozorovatel zasahoval do dané situace,

- experiment – uměle vyvolaná situace, při níž se sleduje reakce sledovaného objektu,
- průzkum – tazatel je v kontaktu s dotazovaným, kterému jsou kladeny otázky. Tento výzkum se realizuje prostřednictvím dotazníku.

6.1.1 Dotazník

Jak bylo výše uvedeno, dotazník představuje jednou z metod kvantitativního výzkumu. Tento nástroj pro sběr patří mezi jednu z nejdostupnějších metod výzkumu. Nevýhodou tohoto typu marketingového průzkumu může být nedostatek respondentů a v případě telefonického dotazování i anonymita dotazovaného. Dotazník může mít papírovou nebo elektronickou podobu, a v obou případech by měl splňovat určité náležitosti.

- **Zásady dotazníku**

- sestavení souboru otázek, jejichž cílem je obdržet od dotazovaných co nejvíce informací, což je i výhodou tohoto výzkumu, naopak nevýhodou je nevědomost, zda dotazovaní odpověděli na otázky osobně a pravdivě,
- dotazník je předáván osobně, poštou, prostřednictvím tisku nebo elektronickou poštou (Srpová, 2010).

- **Struktura dotazníku**

Dotazník se sestavuje dle primární konstrukce, jež je tvořena úvodem, řazením otázek a závěrem. Dotazník by měl být postaven tak, aby na první pohled dotazovaného zaujal, neboť je potřeba ochota respondenta k vyplnění.

V úvodu je vhodné dotazovaného zdvořile oslovit a poprosit o vyplnění dotazníku. Podotknout, jak je správné vyplnění důležité pro firmu. Aby dotazovaný měl důvod pro vyplnění, je nutné mu sdělit důležitost odpovědí a účel pro jaký je dotazník určený. Pokud je tímto respondent zaujat, je mu dále vysvětleno, jak odpovídat na otázky. Správný druh a sled otázek je podstatný, proto by se měly v první části klást zajímavější otázky, které zaujmou. Dále se řadí otázky, které jsou pro firmu podstatné a na kterých závisí výsledek odpovědí. Poslední otázky nejsou již pro společnost stěžejní, a proto se zde z důvodu menší soustředěnosti respondenta řadí ty méně důležité. Závěr patří poděkování respondentovi za ochotu a věnovaný čas (Moudrý, 2008).

7 Marketingový plán

Produkt, který bude podnik nabízet na trhu, musí být podložen marketingovým plánem. Dobře zpracovaný marketingový plán sloučí jednotlivé části: situační analýzu, SWOT analýzu, cíle, strategie a taktiky, rozpočty a kontrolní mechanismy (Jakubíková, 2013).

7.1 Marketingové cíle a strategie

Podnik si stanovuje, jakého marketingového cíle chce dosáhnout. Může se jednat např. o tyto cíle: vstup na určitý trh, podíl na trhu, objem prodeje. Stanovené cíle podniku by měly vycházet z poznání zákazníků, měly by být především konkrétní, reálné a akceptovatelné.

Ke splnění těchto cílů je vhodné zvolit správnou marketingovou strategii neboli vhodné nastavení marketingového mixu. Rozlišujeme strategii pronikání, rozvoje trhu, rozvoje výrobku a diverzifikace⁷, kterou ukazuje tabulka č. 2 (Jakubíková, 2013).

Tabulka 2: Ansoffova matice

↓ Trh	Produkt→	Existující produkty	Nové produkty
Existující trh		Tržní penetrace	Rozvoj produktu
Nový trh		Rozvoj trhu	Diverzifikace

Zdroj: vlastní zpracování dle Kotler (2007), 2017

7.1.1 Marketingový mix

Marketingovým mixem se prolínají čtyři elementy, jimiž se snaží firma dosáhnout svých stanovených cílů. Tyto prvky jsou také označovány jako 4P. Současný marketing však od tohoto výrazu opouští a nahrazuje ho označením 4C. Tento model je více zaměřen na potřeby zákazníka. Následující části marketingového mixu by měla společnost propojit tak, aby uspokojila zvolenou strategii podnikatelského záměru (Kotler, 2007).

⁷ Diverzifikace je strategie, která usiluje o snížení rizika tím, že nespolečá na jeden produkt a rozděluje své činnosti do více oblastí.

- **Produkt**

Představuje všechny výrobky a služby, které podnik nabízí na trhu a snaží se uspokojit spotřebitele. Produktem může být věc (např. potraviny, elektronika), služby, myšlenka, ale i zájezd. Je nejdůležitějším nástrojem marketingového mixu, neboť je základem firemní nabídky. Výrobek nelze představit jen skrze svoji funkčnost, ale komplexně. Součástí produktu je i obal, vzhled, kvalita, značka.

- **Cena**

Cena vyjadřuje peněžní hodnotu produktu. Lze ji také definovat jako objem peněz, který je spotřebitel ochoten vydat za produkt. Cena může být stanovena na základě nákladů, poptávky, cen konkurence. Její výše musí být zároveň akceptována zákazníky.

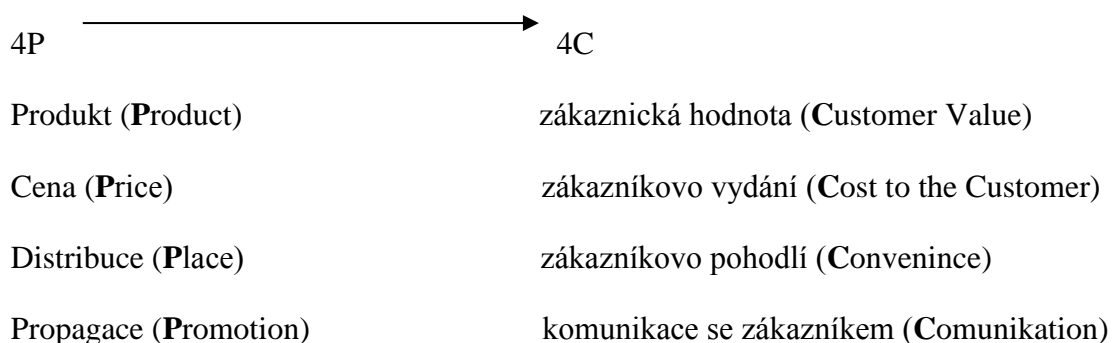
- **Distribuce**

Distribucí se rozumí doručení produktu k zákazníkovi. Vhodná volba organizace distribuce je velice důležitá. Zákazník potřebuje zakoupit produkt na zvoleném místě, ve vyhovujícím čase a v potřebném množství a kvalitě.

- **Propagace**

Propagace je součástí prodeje. Jako propagaci můžeme označit např. reklamu v televizi, rozhlas, tisku. Další možností je sponzorství, osobní prodej a přímý marketing (Srpková, 2010).

Dle Lauterborna (1994) tyto 4P marketingového mixu přesně korespondují na zákaznicko 4C:

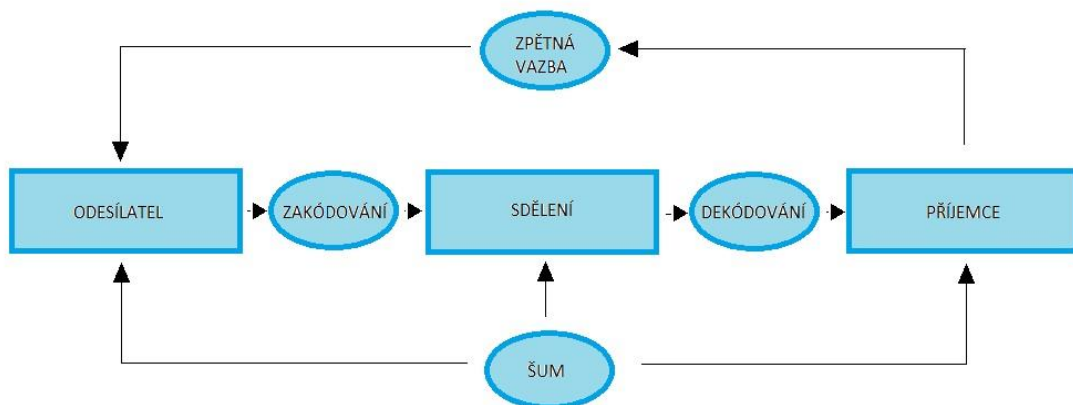


7.1.2 Marketingová komunikace

K uskutečnění dosažení cílů marketingové komunikace se zákazník může společnost využít některý z nástrojů komunikačního mixu: reklama, podpora prodeje, public relation, přímý marketing a osobní prodej.

Marketingová komunikace spočívá v transferu informací od zdroje k příjemcům. Na tom jaká komunikace bude, záleží na zdroji, příjemci, komunikačním kanálu a formě sdělení. Jednotlivé fáze komunikačního modelu znázorňuje následující obrázek. Komunikační model představuje jednotlivé fáze sdělení příslušné příjemci informace. Cílem marketingové komunikace je předání informací tak, aby byla příjemci srozumitelná (Kotler, 2007).

Obrázek 1: Komunikační model



Zdroj: vlastní zpracování dle Kotler, 2018

8 Plánování, příprava a řízení projektu

Rozhodnutí podniku o investicích do projektů jsou velice důležitá rozhodnutí z pohledu úspěšnosti nebo udržení se na trhu. Závažnost těchto rozhodnutí je určena velikostí finančních prostředků, spojených dlouhodobě s takovýmto rozhodnutím. Úspěch podniku je vázán na znalosti a dovednosti, které mohou napomoci dosahovat stanovených cílů.

Při posuzování jednotlivých projektů by měl být brán zřetel na následující (Fofr, 2015):

- volba správné lokality,
- výběr vhodných dodavatelů,
- dodržení norem technického provedení stavby,
- dopad na životní prostředí,
- personální zajištění,
- plán realizace – časový harmonogram projektu.

Řízení projektu řeší řízení vlastního projektu z hlediska času – projekt musí být časově ohraničen a má konkrétní sady činností a procesů s cílem vytvoření něčeho nového nebo zavedení změny.

Cílem projektového řízení je zabezpečit efektivní řízení dané sady činností v takovém rozsahu a kvalitě, aby přinesla požadovaný výsledek a užitek. Předmětem projektového řízení je projekt. Projektové řízení znázorňuje uplatnění znalostí, činností, dovedností, nástrojů a technik na projektu v takovém rozsahu, aby projekt splnil nároky na něj kladené a dosáhl stanovených cílů. Formou projektu lze realizovat různé typy dodávek (produktů) zákazníkům, různé aktivity uvnitř organizace – zavedení změn ve výrobě, zcela nové projekty – výstavba průmyslové haly, stěhování výroby aj. Projektové řízení se dotýká většiny společností, v menší či větší míře, přestože si to kolikrát ani neuvědomují. Jde jen o míru využití projektového řízení a jeho intenzitu. Každá organizace minimálně realizuje organizační změny, zavádí nové produkty, přechází na nové IT systémy, končí se stávající produkcí, stěhuje svoji výrobu do jiného závodu aj. Tyto činnosti pak právě představují ty ucelené sady činností, jejichž cílem je vytvoření, změna nebo zavedení nové aktivity a jedná se tedy o projekty. Při projektovém řízení nesmí být opomenuta maticová organizační struktura, která zcela jasně určuje pravomoc a odpovědnost projektového manažera k ostatním projektovým a liniovým manažerům

a také pravomoci a odpovědnosti dalších pracovníků, kteří se podílejí na daném projektu a tím celého projektového týmu (Skalický, 2010).

9 Zakladatelský rozpočet

Zakladatelský rozpočet je důležitou součástí podnikatelského plánu. Po rozhodnutí o zahájení podnikání, zvolení právní formy podnikání je nutné uvést tuto představu do finanční podoby.

Zakladatelský rozpočet se skládá ze dvou částí (Srpová, 2010):

- rozpočet nákladů a výnosů,
- rozpočet investičního a provozního kapitálu.

Rozpočet nákladů a výnosů

Na počátku podnikání při sestavování zakladatelského rozpočtu je nutné respektovat skutečnost, že náklady převládají nad výnosy. Vykazování ztráty po zahájení podnikatelské činnosti je zcela běžný jev. Tuto ztrátu je ale třeba zodpovědně korigovat a financovat. Riziko finanční ztráty lze snížit precizním zpracováním finančních potřeb a zajištěním dostatečné výše těchto prostředků k financování (Srpová, 2010).

Rozpočet investičního a provozního kapitálu zahrnuje určení (Srpová, 2010, Barrow 1996):

- **Finančních prostředků nutných k zahájení podnikatelské činnosti**

Mezi tyto prostředky řadíme takové, které vynaložíme na složení základního kapitálu, poplatky za vydání živnostenského listu, zápis do obchodního rejstříku, různá ověření listin apod. Vedle těchto nákladů vznikají další náklady jako zřízení webových stránek, návrh firemního loga, propagačních materiálů a další.

- **Finančních prostředků na pořízení dlouhodobého majetku**

U financování tohoto majetku je důležité zvážit, jestli si tento majetek koupíme nebo pronajmeme. Výhodou je, pokud nějaký majetek již vlastníme. Tato investice si ponese finanční dopady do budoucnosti. Jedná se o pořízení pozemků, budov, technického zařízení v případě hmotného majetku. Nehmotný dlouhodobý majetek představuje pořízení softwaru, ocenitelných práv a jiné.

- **Finančních prostředků na pořízení oběžného majetku**

Mezi oběžný majetek, ve věcné podobě, patří např. zásoby surovin, zboží, hotové výrobky. V peněžní podobě je oběžným majetkem hotovost, ceniny, pohledávky aj.

Náklady na pořízení tohoto majetku nelze určit s úplnou přesností. Záleží na různých aspektech, jako je objem potřebného množství surovin a jejich obrat, nebo na obrátovém cyklu peněz.

10 Finanční plán

Účelem finančního plánu je ukázat, bude-li posuzovaný projekt životaschopný. Dílčí části plánu jsou tvořeny následujícími částmi (Srpková, 2010).

- **Počáteční kapitál**

Na počátku podnikání se provede přehled peněžních a nepeněžních vkladů všech společníků. Následně se vypracuje souhrn všech nákladů na pořízení majetku, odečtou se vklady společníků a finanční rezerva, která je potřebná do začátku, na určitou dobu fungování podniku. Tímto výpočtem se snadno zjistí, jestli je pro podnikání nutné žádat o úvěr.

- **Počáteční rozvaha**

Je účetní výkaz, který znázorňuje přehled o majetku na straně aktiv a o zdrojích jeho krytí (základní kapitál, úvěry, apod.) na straně pasiv. Rozvaha poskytuje pohled na stav aktiv a pasiv k určitému dni. Suma aktiv se musí rovnat sumě pasiv, jedná se o podstatu podvojného účetnictví označovanou jako bilanční princip.

- **Plánování nákladů**

Před zahájením podnikání je nutné stanovit veškeré náklady, které jsou potřebné pro plynulý běh podniku. Mezi tyto náklady spadá pořízení majetku, náklady na energie, telekomunikační služby, reklamu, náklady na zaměstnance aj. Tyto náklady lze plánovat na jednotlivá období, na několik let dopředu.

- **Plánování tržeb**

Předpoklad tržeb za jednotlivá období jsou základem pro plánování finančního výhledu společnosti. Z odhadu tržeb a nákladů lze sestavit předpokládaný výkaz zisku a ztráty a zjistit plánovaný hospodářský výsledek společnosti (Fotr, 2005).

- **Plánování přehledu o peněžních tocích**

Ryneš (2009) označuje podnik jako stroj na peníze. Z jedné strany peníze do podniku vstupují ve formě peněžních vkladů a na straně druhé vystupují.

Synek (2010) vymezuje přehled o peněžních tocích jako rozdíl mezi peněžními příjmy a peněžními výdaji. Cílem jeho plánování je pozitivní výsledek těchto peněžních toků (dostatek peněžních prostředků, které jsou k dispozici), které zabezpečí solventnost

podniku tj. schopnost splácet své závazky. Nové společnosti mají většinou na počátku své činnosti tento finanční tok záporný.

- **Vyhodnocení plánovaných výsledků**

Finanční rozhodování podniku musí být prověřeno analýzou. Pro zhodnocení své dosavadní činnosti by měl každý podnikatel provádět kontrolu zdraví podniku. Jedním z nástrojů je finanční analýza, která bude vysvětlena v kapitole 10.1.3 (Synek, 2010).

10.1 Financování podnikatelské činnosti

Potřeba financování podnikatelské činnosti je určena zaměřením podnikatelského subjektu a také rozsahem produkce. Počáteční kapitálový vklad se odvíjí od právní formy podnikání.

Finanční zdroje členíme podle různých hledisek, a to nejčastěji dle vlastnictví na **vlastní a cizí**, dle časového hlediska na krátkodobé a dlouhodobé. Dalším hlediskem je členění podle toho, jakým způsobem podnikatelský subjekt kapitál získává, tj. na interní a externí zdroje financování (Veber, 2012).

10.1.1 Vlastní zdroje financování

- **Základní kapitál**

Žádné podnikání se neobejde bez počátečního kapitálového vkladu. Rozlišuje se jen to, jestli je stanovena zákonem povinnost vložit do společnosti základní kapitál, nebo ne.

- **Zisk jako vlastní zdroj financování**

Použije-li se zisk k financování podnikatelské činnosti, jedná se o samofinancování. Použití zisku při financování podnikatelské činnosti je výhodné v tom, že nevznikají vícenáklady na cizí zdroje. S tím je spojený menší objem závazků a menší finanční riziko.

- **Odpisy jako vlastní zdroj financování**

Odpisy vyjadřují postupné opotřebení dlouhodobého majetku. Rozlišují se odpisy účetní, o kterých se účtuje v účetnictví a odpisy daňové. Výši a způsob uplatnění daňových odpisů stanovuje zákon o daních z příjmů.

Z finančního pohledu jsou odpisy stálým interním finančním zdrojem. Velikost odpisů se odvíjí od rozsahu majetku, ocenění, odpisových sazeb a zvolené metodě odpisování.

Dle zákona o daních z příjmů je možné odpisování rovnoměrné nebo zrychlené. (Vebr, 2012).

Dle Režňákové (2012) investováním vlastních zdrojů do podnikání vyjadřuje podnikatel své přesvědčení o svém záměru. Jako vlastní zdroje zmiňuje: vlastní vklady, dary, dotace, emise akcií.

10.1.2 Cizí zdroje financování

Pro využití cizích zdrojů k financování podnikání může existovat několik důvodů.

Mezi nejčastější patří:

- nedostatek vlastních finančních zdrojů,
- překonání časové propasti mezi příjmy a výdaji.

K cizím zdrojům financování patří především úvěry. Je to nejčastější cizí zdroj financování. Úvěry členíme na finanční a obchodní. Finanční úvěry pak dle doby splatnosti na krátkodobé s dobou splatnosti do jednoho roku, střednědobé, kde splatnost je do 5 let a dlouhodobé úvěry s dobou splatnosti nad 5 let. Obchodní úvěry pak vyplývají z obchodního styku mezi podnikateli (Barrow, 1996).

Mezi další, v praxi méně využívané zdroje financování, patří dluhopisy, tiché společenství, leasing, faktoring⁸ a forfaiting,⁹ business Angels¹⁰ (Jurová, 2009).

10.1.3 Finanční analýza

Finanční rozhodování podniku musí být prověřeno analýzou. Pro zhodnocení své dosavadní činnosti by měl každý podnikatel provádět kontrolu zdraví podniku. Jedním z nástrojů je finanční analýza. Ta by měla být prováděna průběžně. Pro zpracování jsou důležité tyto základní finanční výkazy (Fotr, 2005):

- rozvaha,
- výkaz zisku a ztráty,
- přehled o peněžních tocích.

⁸ Faktoring je úplatné postoupení nezajištěných, krátkodobých pohledávek z obchodního styku a splatností do 180 dní.

⁹ Forfaiting je označení pro odkup pohledávek vzniklých především při vývozu. Banka tyto pohledávky odkoupí a to bez postihu dlužníka, nese rizika zaplacení a následně dodavateli propláci pohledávky.

¹⁰ Business Angels je označení pro investora, podnikatele nebo manažera s dostatečnými zkušenostmi a financemi, který může jako vhodný investor přinést do firmy kapitál i své odborné znalosti.

Poměrová analýza

Na základě informací získaných z těchto výkazů lze provést jednotlivé finanční analýzu dle poměrových ukazatelů - likvidity, rentability, aktivity, zadluženosti, kterými se získávají informace např. o tom, zda je podnik schopen platit své závazky, jak úspěšně dosahuje svých cílů a zhodnocuje vložené prostředky, apod. Rozbor těchto ukazatelů je základem finanční analýzy (Jurová, 2009).

11 Podnikatelské riziko

Všeobecně se rizikem rozumí nějaké nebezpečí. Při dosahování svých cílů musí podnik respektovat určitá rizika. Většina rozhodnutí do příštích let vychází z odhadů, které se ovšem nemusí uskutečnit. Je proto důležité si možnost rizika uvědomit a neopomenout jeho prevenci (Veber, 2008).

11.1 Management rizik

Každý projekt je zaměřen na určité činnosti, které budou probíhat v budoucnosti. Management zpracování projektu je zajištěn při určitém racionálním myšlení a rozhodování manažerů projektu o jeho řízení a postupu řešení dle dané specifikace při zadání projektu. Výsledky jsou pak poznamenány určitými riziky, které musí manažer projektu s projektovým týmem se snažit úspěšně řešit. Existují určité pokyny, které jsou k tomu nápomocny (Skalický, 2010):

- **Při velké nejistotě je lepší udržovat velikost sázky na nižší úrovni**

Na začátku projektu se sestavuje rozpočet, ale uvažovat o něm jako definitivním nelze. Důležité je vymezit rozpočet pro první fáze projektu. Stanoví se zdroje na krytí nákladů dle koncepční fáze, které tvoří určitou část celkových nákladů projektu.

- **Snižuje-li se nejistota, sázku zvyšujeme. Členíme rozhodovací proces postupu řešení do fází.**

Průběžně hodnotíme jednotlivé fáze projektu. Do další fáze lze vstoupit v případě, že výsledky předcházející fáze poskytují dostatek pozitivních hodnocení a slibují další perspektivu nadcházející fáze. Pozitivní hodnocení dalších a dalších fází projektu snižují nejisté představy o finální podobě a úspěchu projektu. S postupem do dalších fází projektu se úměrně zvyšují náklady.

- **Za informace se platí**

Nedostatek informací je příčinou nejistoty. Záleží na úvaze autora projektu, které informace jsou pro něj důležité. Jaká rizika ponese, pokud by za informace nezaplatil. Jestli cena, která představuje zvýšení nákladů, za získanou informaci je převyšuje riziko možné ztráty, když se rozhodne za informaci nezaplatit.

- **Ukončení projektu při překročení hranice přijatelného rizika**

Projekt má svůj začátek a svůj konec – je to životní cyklus projektu. Projektový manažer, členové týmu, kteří se na projektu podílejí, mohou být zaslepeni vidinou úspěšného zakončení projektu a tím nevidí jeho nedostatky. Během tohoto životního cyklu projektu je nutný nestranný pozorovatel, např. osoba z dozorčí rady, majitel společnosti, zasáhnout. Cestou je revitalizace projektu nebo jeho ukončení tak, aby nedošlo k dalším nákladům na projekt a tím následně i k ztrátám.

11.2 Řízení a prevence rizik

Řízení rizik je nutnou součástí managementu projektů, které společnost realizuje. Je nutné neopomenout potenciální problémy, které se mohou během realizace projektu vyskytnout. Z tohoto důvodu je bezpodmínečně nutná důkladná příprava na počátku projektu a to z hlediska posouzení možnosti výskytu a významu důsledků všech možných situací, které by eventuálně mohly mít negativní dopad na celý projekt. Bez dostatečně precizní přípravy opatření k řešení problémů, dochází v případě výskytu ke zpoždění reakce účastníků projektu, což má za následek nedodržení termínů a dodatečné navýšení nákladů. Této situaci se společnost realizující projekt chce vyhnout, aby nebyla poškozena její image, důvěryhodnost a vztahy se zákazníky. Management rizik je efektivním faktorem omezení nutnosti využívat krizové řízení (Skalický, 2010).

V rámci řízení rizik je nutné v první řadě stanovit a analyzovat eventuální rizika, která mohou nastat v jednotlivých fázích projektu. Původ těchto rizik může být z jedné strany externí, které mohou představovat změny legislativy, problémy s dodavateli, jednání konkurence aj. Druhá rizika z vně společnosti, interní – nekonkrétní, nerealistický cíl projektu, změny v požadavcích, nedostatky v podkladové dokumentaci, v plánu projektu, špatně vymezené kompetence, nedostatečná podpora vedení, špatný komunikační plán, nejasná odpovědnost vyplývající ze špatně vypracované organizační struktury, nedostatečná kvalifikace personálu, chybějící podklady, technické problémy apod. Analýza rizik tedy představuje systematické vyhledání všech dostupných informací potřebných k identifikaci potenciálních hrozeb, který by mohly ohrozit bezproblémový průběh a rovněž i požadované dokončení projektu. Musíme také zohlednit jejich socioekonomický vliv, vliv na životní prostředí a zdraví (Skalický, 2010).

Základními zdroji informací je smlouva se zadavatelem. Dále pak legislativa, ostatní dokumenty, firemní plány, kontrolní zprávy, brainstorming projektového týmu, pohovory s experty orientující se v daném odvětví, vlastní zkušenosti s výsledky jiných projektů obdobného druhu.

Každá jednotlivá položka v seznamu rizik se následně hodnotí z hlediska četnosti výskytu a významnosti dopadu. Tímto hodnocením se vytváří představa o přijatelnosti jednotlivých rizik.

Velikosti dopadu rizik a výskytu lze zjišťovat kvantitativními nebo kvalitativními metodami. Odhad četnosti výskytu a významu následků se zpracovává na základě údajů z minulosti, znaleckých posudků. Určité údaje lze zjistit výpočtem, znázornit za pomoci grafu a rovněž se provádí odhad citlivosti na změny jednotlivých veličin. V závěru přistupujeme ke každému zjištěnému riziku ke stanovení konkrétních opatření a následně možnému přístupu jeho řešení, tak aby se minimalizovaly potenciální negativní následky. Při stanovení opatření k nápravě - eliminaci dílčích rizik se bere v úvahu jejich důležitost z hlediska následků, které z nich mohou plynout (Svozilová, 2006).

Jednou z metod, eliminace rizika, zahrnuje preventivní opatření zaměřené na personální otázku (výběr kvalifikovaných a kompetentní osob, zajistit školení, další vzdělávání aj.). Dále je potřeba vzít v úvahu kvalitu konstrukce výrobku, bezpečnost a organizaci práce. Důležitá je kvalitní příprava projektu, dokumentace, plán rozsahu činností, zdroje a plán náklad aj. Další možností je přenesení rizika, např. sjednání pojištění, eventuálně je možnost smluvně přenést riziko na obchodního partnera, např. dodavatele.

V určitých případech můžeme riziko přijmout – akceptovat. V tomto případě, ale musíme připravit řešení, které se aplikuje pouze v případě, že dané riziko nastane. Tímto opatřením je může být vytváření rezerv.

Pokud se jedná o nízkou pravděpodobnost, že určité riziko vznikne, lze pověřit konkrétního člena projektového týmu, aby dané riziko monitoroval. Přesto je, ale plán řešení vypracován, pokud se zvýší četnost výskytu daného rizika.

Rizika s velmi nízkou pravděpodobností výskytu a nepatrným dopadem není potřeba ani monitorovat a mohou se ponechat bez povšimnutí.

Všechna nastalá rizika je potřeba dokumentovat a tím zaznamenávat původ jejich vzniku a následní řešení (Skalický, 2010).

Případová studie

Podnikatelským záměrem je vybudovat nízké, dětské lanové centrum poskytující sportovní vyžití v přírodě. Specializací lanového centra bude aktivní využití volného času, pořádání oslav a kulturních produkcí. Svou nabídkou osloví rodiny s dětmi, mateřské a základní školy. Lanové centrum bude vybudováno na městském pozemku ve Starém Plzenci, v blízkosti turistické stezky na hrad Radaně, přírodního skalního útvaru Andrejšky a v těsné blízkosti fotbalového hřiště a vilové zástavby. Lokalita, která byla k tomuto účelu vybrána, je dle územního rozhodnutí města Starý Plzenec určena k multifunkčnímu sportovnímu využití. Autorka našla podmět pro realizaci v nedostatku sportovního vyžití pro rodiny s dětmi ve Starém Plzenci a blízkém okolí. Cílem nově vznikající společnosti je nejen zajistit sportovní vyžití rodinám s dětmi, mladým sportovcům a školám, ale také její úspěšný vstup na místní trh.

Po zvážení formy podnikání byla dána přednost založení společnosti s ručením omezeným. Důvodem byla míra ručení a vyšší prestiž této formy podnikání oproti podnikání na živnostenský list. Lanové centrum s.r.o. bude založeno jedním společníkem. Bude proto nutné sepsat zakladatelskou listinu, složit základní kapitál a následně podat návrh na zapsání do obchodního rejstříku.

12 Představení společnosti

Jak již bylo zmíněno, společnost lanové centrum bude poskytovat služby v oblasti sportu a volno-časových aktivit. Specializací lanového centra bude aktivní využití volného času pro dětské návštěvníky a jejich rodiče, prarodiče, mateřské a základní školy.

Podmětem pro zavedení nového produktu – lanového centra na místní trh je nedostatek sportovního vyžití pro rodiny s dětmi nejen ve Starém Plzenci a blízkém okolí, ale také absence obdobného produktu v Plzeňském kraji. Svou nabídkou neosloví jen rodiny s dětmi, ale bude i tipem pro mateřské a základní školy na školní výlet, návštěvu v rámci hodin tělesné výchovy nebo v rámci přírodovědných předmětů základních škol.

Mezi hlavní nabídku služeb Lanového parku bude patřit:

- vstup do lanového centra,
- naučná přírodovědná stezka,
- pořádání narozeninových oslav,
- zábavné produkce,
- zajištění akcí pro školní výlety,
- organizace akcí dle přání zákazníka.

Výpis z obchodního rejstříku

Obchodní firma:	Dětské lanové centrum s.r.o.
Sídlo:	Starý Plzenec
Právní forma:	společnost s ručením omezeným
Předmětem podnikání:	- provozování tělovýchovných a sportovních zařízení sloužící k zábavě - pořádání kulturních produkcí, zábav a provozování zařízení sloužící k zábavě
Zápis do OR:	1. 7. 2017
Základní kapitál:	200.000 Kč
Jednatel:	Pavla Balounová, Na Hřišti 1377, 332 02 Starý Plzenec

13 Průzkum a analýza trhu

Společnost zamýšlí podnikat v oblasti, která se do budoucna jeví jako perspektivní, neboť současný životní styl směřuje k aktivnímu využití volného času. Nabídkou svých služeb chce zaplnit stávající mezeru ve vybrané lokalitě, tj. ve Starém Plzenci. Průzkum trhu bude realizován prostřednictvím PEST a SWOT analýzy. Průzkum zájmu o tuto službu ze strany potenciálních zákazníků pak bude proveden na základě dotazníkového šetření.

13.1 PEST analýza

Analýza makro okolí společnosti byla provedena prostřednictvím PEST analýzy. Pro zvolený druh podnikání jsou důležité následující faktory:

- **Ekonomické faktory**

Česká národní banka pro tento rok nepředpokládá stagnaci ekonomického vývoje a pro příští rok odhadla mírný vzestup ekonomiky. Na příští rok ani není předpoklad vyšší inflace. Tyto faktory se mohou pozitivně projevit na investičním rozhodování.

- **Sociální a demografické faktory**

Současný životní styl je orientován na aktivní odpočinek, což může přivést zákazníky do nově vznikajícího centra. Aktivní využívání volného času rodičů na rodičovské dovolené je také předpokladem návštěvnosti sportovního centra.

- **Technologické faktory**

Lanové centrum musí být certifikováno u společnosti TÜV CZ s.r.o. v souladu s normou ČSN EN 1176. Více informací o použitém materiálu a certifikacích je uvedeno v kapitole 16. Pro tento typ nízkého lanového centra není třeba odborného proškolení zaměstnanců, stejně tak pohyb návštěvníků nemusí být pod odborným dohledem.

Po zhodnocení výše vybraných faktorů nebyly zjištěny žádné nepříznivé skutečnosti, které by mohly působit na společnost.

13.2 SWOT analýza

Pomocí analýzy SWOT byly identifikovány potenciální hrozby a příležitosti, silné a slabé stránky lanového centra.

Vnější hrozby

- nový konkurent – pravděpodobnost, že by do budoucna vzniklo nové lanové centrum ve Starém Plzenci, je téměř nulová. Lze však předpokládat vznik nového centra v krajském městě Plzeň,
- malý zájem – nedostatečná poptávka by mohla nastat v případě poptávky po službě konkurence,
- počasí ovlivňující návštěvnost.

Příležitosti

- postavení na trhu – v okolí 30 Km se nenachází žádný provozovatel dětského lanového centra. Díky takto nízké konkurenci lze předpokládat výsadní postavení na místním trhu,
- lokalita – lanové centrum se bude nacházet v těsné blízkosti vilové zástavby, fotbalového hřiště a turistické stezky na hrad Radyni. Znázornění polohy je uvedeno v příloze D. Vzhledem k této strategické poloze lze předpokládat příliv nových návštěvníků z řad turistů i mladých fotbalistů, kteří se zde zúčastní fotbalových turnajů. Příležitostí je rovněž možnost rozšíření sportoviště do budoucna – vzhledem k velikosti pronajaté lokality, lze lanové centrum rozšiřovat o další lanové prvky,
- současný trend životního stylu – aktivní odpočinek

Slabé stránky

- nepravidelná návštěvnost
- personální zajištění – rok 2018 vykazuje nejvyšší míru nezaměstnanosti v České republice za poslední roky,
- potřeba cizího zdroje financování.

Silné stránky

- poskytování služeb lanového centra a naučné stezky na jednom místě,
- příznivá otevírací doba,
- akční programy,
- ucelené programy pro mateřské a základní školy.

Shrnutí této analýzy znázorňuje tabulka č. 3.

Tabulka 3: SWOT analýza

SO	Společnost bude využívat své polohy - vzdálenosti od konkurenčních lanových center, vzdálenosti od krajského města Plzeň a polohy na turistické stezce Starým Plzencem. Zároveň využije skutečnosti, že je schopna poskytovat více typů služeb na jednom místě v přizpůsobivé otevírací době.
WO	Vstupem nového produktu na místní trh se stane Lanový park ve Starém Plzenci dostupnější klientům z blízkého okolí krajského města, kde se obdobné využití volného času nenabízí. Pomocí akčních programů, vydání permanentek, si zajistí pravidelnou návštěvnost. Nadále bude aktivně vymýšlet akční programy, aby zajistila pravidelnou návštěvnost klientů.
ST	Svým přístupem - flexibilní otevírací dobou pro zvláštní akce, nabídkou svých služeb pro širokou veřejnost i nabídkou školám - vzdělávací a tělovýchovné programy si vybuduje dobré jméno a zabrání odlivu klientů ke konkurenci.
WT	Společnost se bude zabývat myšlenkou na rozšíření a inovaci svých služeb, aby byla dostatečně konkurenceschopná a neztratila zájem klientů, z kterého by vyplýval pokles nebo nepravidelná návštěvnost.

Zdroj: Balounová, 2016

Vzhled k zjištěným poznatkům se společnost zaměří na aplikaci přístupu S – O, tzn. využití silných stránek především sportovního vyžití za příznivou cenu a příležitostí vyplývajících z výhodné polohy umístění sportovního areálu.

13.3 Analýza mezoprostředí

Mezoprostředí představuje to, co může společnost částečně ovlivnit. Ve společnosti Lanové centrum jsou analyzováni zákazníci, konkurence a vztahy s veřejností.

- **Zákazník**

Ne vždy si může podnikatelský subjekt zákazníka vybrat, nelze z jeho strany zcela ovlivnit, s jakým zákazníkem se setká. V případě společnosti budou zaměstnanci - instruktoři a recepční jednat s dětmi v zastoupení rodičů. Každá společnost si určuje, kdo je její zákazník – klient. Lanový park si stanovil podmínku pro vstup, který je povolen pro děti od 5 let. Rodič tedy zodpovídá za věkovou hranici svého dítěte.

- **Konkurence**

Každá společnost musí znát své konkurenty. Vymezení konkurence vytváří základ pro sestavení marketingové strategie.

V nejbližším okolí vznikajícího lanového centra se nacházejí společnosti uvedené v tabulce č. 4, které jsou považované za konkurenty.

Konkurenti působící ve stejné oblasti:

Tabulka 4: Konkurenti - lanová centra

Název	Město	Vzdálenost v km
Offpark Sušice	Sušice	72
Lanové centrum Proud	Praha	99
Lanové centrum Nad nádražím	Železná Ruda	83
Zábavný park Nepomuk	Nepomuk	28
Lanové Centrum Dolní Polžice	Dolní Polžice	50

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

Další možní konkurenti:

Tabulka 5: Ostatní konkurenti

Název	Město	Vzdálenost v km
ZOO a Dinopark Plzeň	Plzeň	15
Bazén Slovany	Plzeň	9
Dětský svět Lvíček	Plzeň	5

Zdroj: vlastní zpracování, 2016

14 Marketinkový výzkum

Pomocí marketingového průzkumu byla sbírána data o příležitostech, konkurenci, budoucích možnostech a spotřebiteli a jeho potřebách. Maximum získaných informací je cesta k úspěchu.

14.1 Plán výzkumu

Pro zjištění zájmu produkt – lanové centrum byl zvolen marketingový výzkum. Cílovou skupinu představují rodiny s dětmi, mateřské a základní školy. Jako nejlepší možnost získat co nejvíce informací pro nově vstupující produkt na trh, se osvědčil kvantitativní průzkum, a to dotazníkové šetření. Z důvodu utajení nového produktu nebyl vytvořen dotazník na konkrétní produkt – v tomto případě dětské lanový park, ale byl sestaven z otázek zjišťující zájem po různých službách v oblasti sportu. Cílem tohoto dotazníkové šetření bylo zjistit, zda je na místním trhu prostor pro vznik nového sportoviště pro děti, zjistit zájem o lanový park a také finanční částku, kterou jsou návštěvníci ochotni za vstup zaplatit.

14.2 Realizace výzkumu

Průzkum stavu místního trhu a zjištění zájmu o lanový park bylo realizováno prostřednictvím dotazníkové šetření u veřejnosti a ankety v mateřských a základních školách. Dotazníkové šetření zaměřené na širokou veřejnost, obsahovalo 12 otázek smíšeného typu a bylo uskutečněno standardní písemnou formou i elektronickou formou. Celkem bylo distribuováno 200 kusů dotazníků v lednu 2016, které byly umístěné v Mateřské škole Starý Plzenec, ve Sportpenzionu Pohoda v obci Letkov, elektronicky rozeslány mezi vybrané respondenty, přímé dotazování na společenské akci na náměstí v Plzni a Starém Plzenci. Dotazníkové šetření bylo nazváno jako „Průzkum spokojenosti se současným stavem venkovního sportovního vyžití pro děti“. Vzor dotazníku je uveden v příloze B. Dotazník vyplnilo celkem 158 respondentů, návratnost tedy činila 79 %.

Anketa byla zaměřena na zájem mateřských a základních škol o návštěvu lanového centra. Celkem bylo elektronicky rozesláno 71 dotazníků, obsahujících uzavřené otázky dichotomické a výběrové – celkem 4. Anketa byla nazvána jako „Průzkum zájmu mateřských a základních škol o využití dětského lanového centra“. Vzor ankety je uveden v příloze C. Osloveni byli ředitelé plzeňských škol. Dotazník vyplnilo celkem 17 respondentů, tj. návratnost 24 %.

14.3 Interpretace výsledků výzkumu

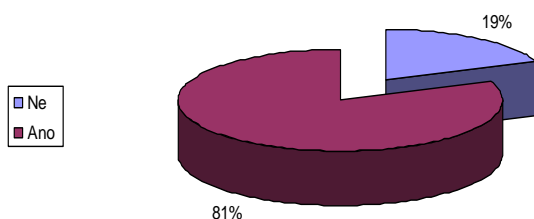
Tímto šetřením bylo zjištěno, že veřejnost má zájem o sportovní vyžití s dětmi, většina dotazovaných by uvítala zřízení dětského lanového parku na místním trhu, které by navštěvovala až jedenkrát týdně, a za tuto návštěvu by byla ochotna zaplatit cca 70 Kč za osobu, druhá skupina respondentů 90 Kč za osobu. Kladného výsledku bylo dosaženo i v průzkumu zájmu u základních škol. Detailní rozbor a zhodnocení odpovědí je uvedeno v následujících grafech.

14.3.1 Výsledky dotazníkového šetření u veřejnosti

Otázka č. 1: Trávíte volný čas se svými dětmi sportem?

Z odpovědí vyplývá, že většina respondentů tráví svůj čas aktivně-sportem.

Obrázek 2 : Otázka č. 1

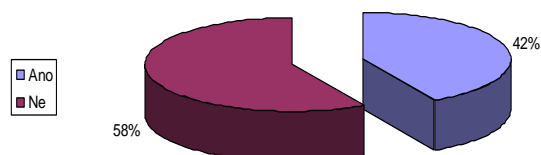


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 2: Máte v blízkosti svého bydliště nějaké venkovní sportovní centrum?

Větší část dotazovaných respondentů nemá příležitost k sportovnímu vyžití s dětmi. Tzn., že je na místním trhu prostor pro nové sportoviště.

Obrázek 3: Otázka č. 2

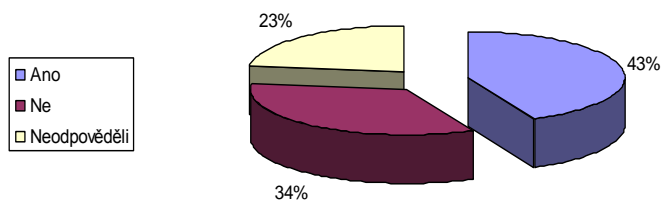


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 3: Pokud ano, navštěvujete ho?

Téměř polovina dotazovaných, kteří mají v blízkosti sportovní centrum, toho využívají a navštěvují ho.

Obrázek 4: Otázka č. 3

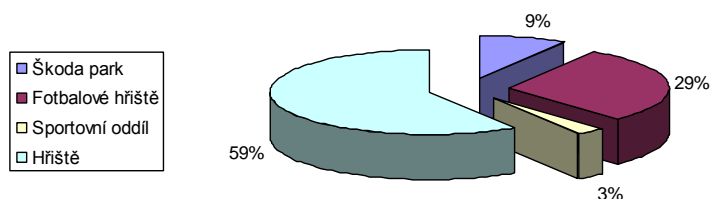


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 4: Jaký typ sportoviště to je?

Nejčastěji respondenti navštěvují dětská hřiště.

Obrázek 5: Otázka č. 4

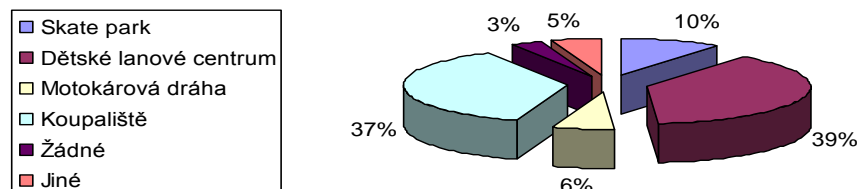


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 5: Jaký typ dětského sportovního centra byste uvítali?

Z tohoto grafu vyplývá, že o naše lanové centrum by byl zájem a zároveň jsme objevili další mezeru na trhu. Na druhém místě by respondenti uvítali zřízení dětského koupaliště.

Obrázek 6: Otázka č. 5

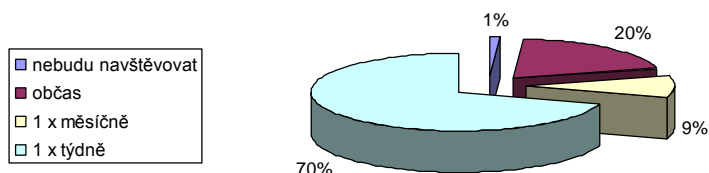


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 6: Jak často byste takové centrum navštěvovali?

Předpokládaná návštěvnost je 1 x týdně.

Obrázek 7: Otázka č. 6

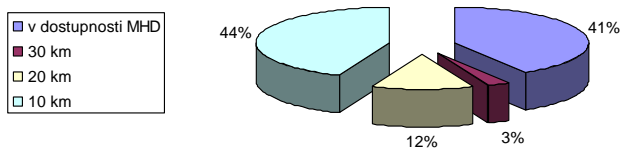


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 7: Jakou vzdálenost jste ochotni do takového centra dojíždět?

Téměř polovina respondentů je ochotna dojíždět za sportovním vyžitím do 10 km a stejný počet by uvítalo dostupnost městskou hromadnou dopravou. Lanové centrum ve Starém Plzenci se bude nacházet v dostupnosti městské hromadné dopravy a vzdálenost z centra Plzně činí 11 km.

Obrázek 8: Otázka č. 7

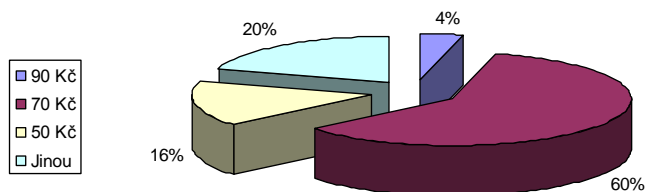


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 8: Jak velkou částku jste ochotni zaplatit za vstup na takové sportoviště za jednu osobu?

Reálná částka za vstup, kterou většina respondentů je ochotna zaplatit činí 70 Kč.

Obrázek 9: Otázka č. 8

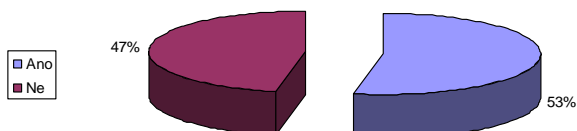


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 9: Uspořádali byste v takovém centru narozeninovou oslavu pro své děti?

Většina dotazovaných respondentů by v lanovém centru uspořádala oslavu pro své děti. Z čehož opět vyplývá zájem o tuto službu.

Obrázek 10: Otázka č. 9

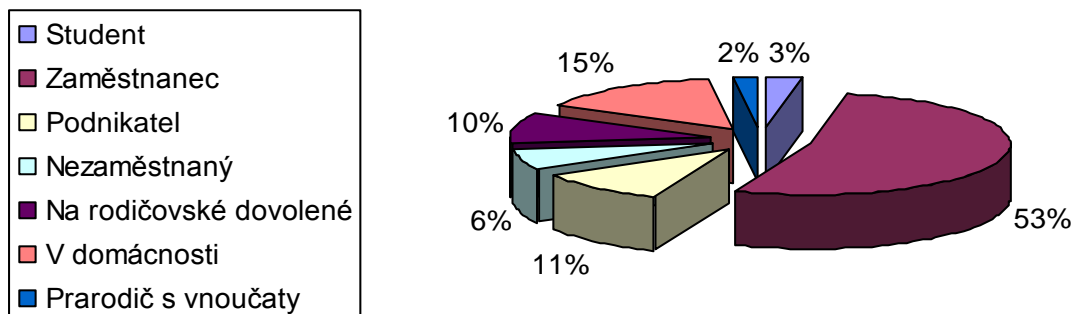


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 10: Do jaké skupiny se řadíte?

Největší část dotazovaných tvořili respondenti v zaměstnaneckém poměru.

Obrázek 11: Otázka č. 10

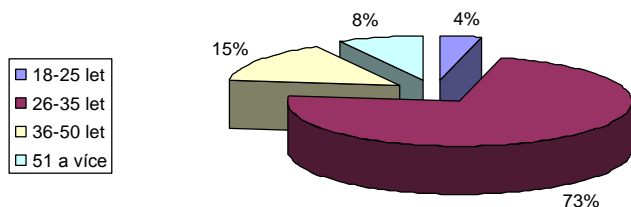


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 11: Kolik je Vám let?

Nejvíce dotazovaných je ve věku 26–35 let. Předpokladem je, že se jedná o rodiče s dětmi.

Obrázek 12: Otázka č. 11

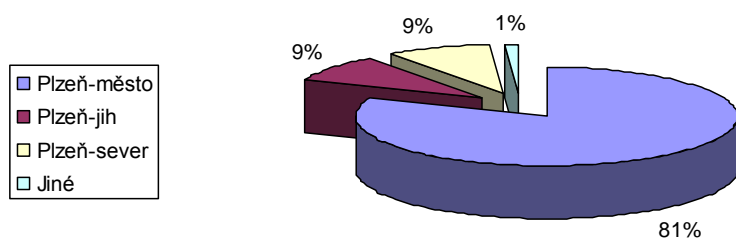


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 12: Jaké je místo Vašeho bydliště?

Nejvíce dotazovaných je z okresu Plzeň – město.

Obrázek 13: Otázka č. 12



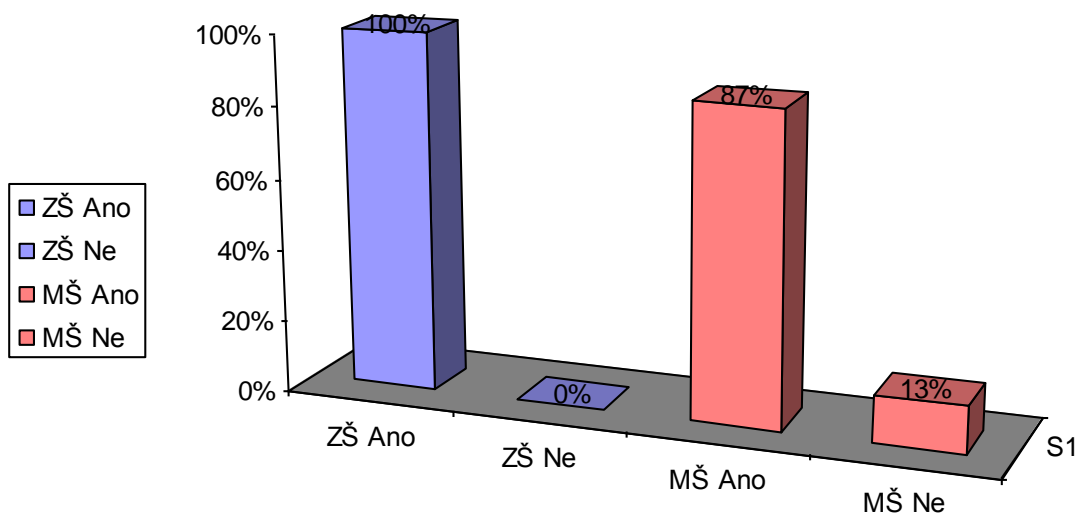
Zdroj: Balounová, 2016

14.3.2 Anketa v mateřských a základních školách

Otázka č. 1: Pořádá Vaše škola školní výlety?

Mateřské i základní školy pořádají školní výlety. Nabídkou na uskutečnění školního výletu do našeho lanového centra bychom pravděpodobně mohli oslovit 100 % základních škol, ale jen 87 % mateřských školek.

Obrázek 14: Otázka č. 1 - anketa

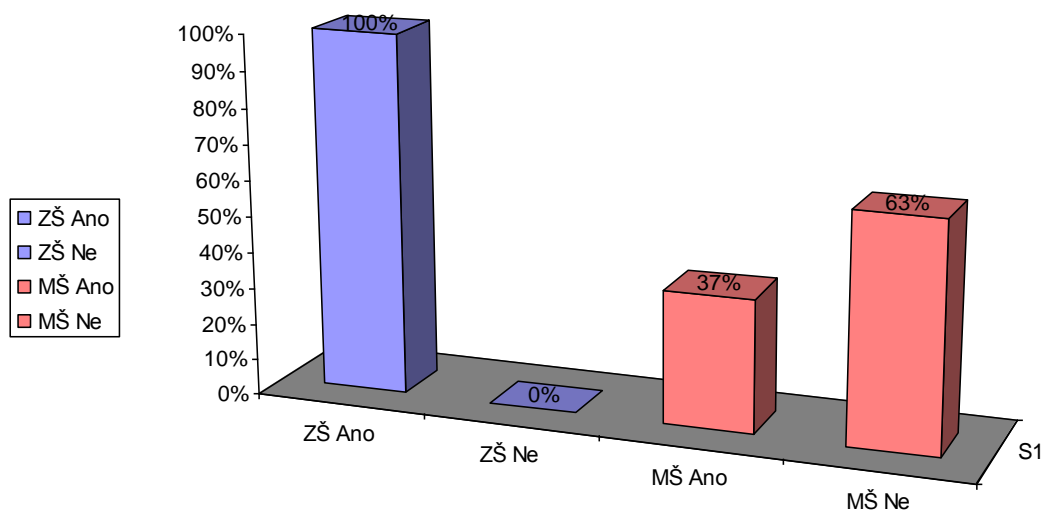


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 2: Měla by Vaše škola zájem o školní výlet do dětského lanového centra?

Zájem o školní výlet do lanového centra základních škol je 100 %. Mateřské školy by tuto nabídku spíše nevyužily, jen 37 % dotázaných mateřských škol.

Obrázek 15: Otázka č. 2 - anketa

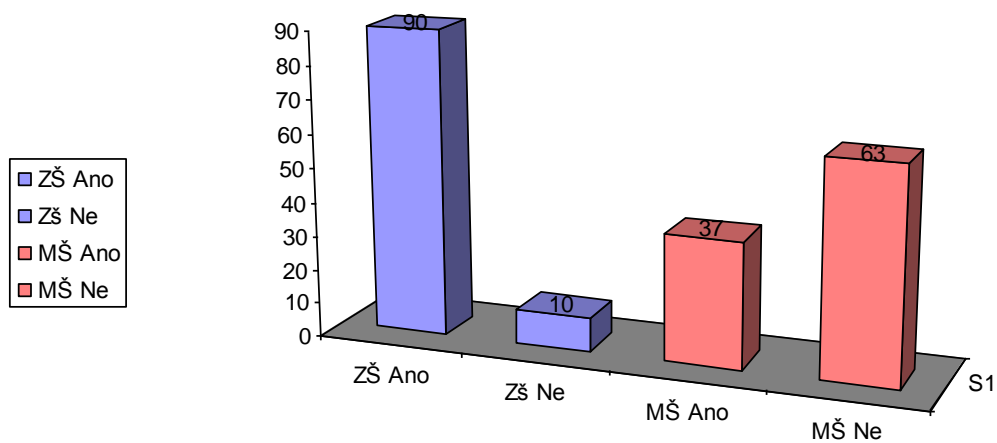


Zdroj: Balounová, 2016

Otázka č. 3: Využily byste takové lanové centrum i během roku, např. v rámci tělesné výchovy?

90 % respondentů základních škol by využilo návštěvu lanového centra k návštěvě i v rámci školní výuky. Mateřské školy by opět tuto nabídku nevyužily.

Obrázek 16: Otázka č. 3 - anketa



Zdroj: Balounová, 2016

15 Marketingový plán

Společnost Dětské lanové centrum si ukládá za cíl úspěšný vstup na místní trh. Protože bude společnost nová bez předchozích referencí, bude třeba již před začátkem zahájení provozu připravit reklamní kampaň. Správné nastavení všech částí marketingového mixu je jedním z předpokladů úspěchu.

15.1 Marketingové cíle

Primárním cílem společnosti je získat zákazníky především z řad rodičů s dětmi. Dle údajů Českého statistického úřadu z roku 2016 žije v Plzeňském kraji 58.602 dětí ve věku od 5 do 14 let a dospělých osob ve věku od 25 do 44 let (předpoklad rodičů) 173.288. Detailní složení obyvatelstva v Plzeňském kraji znázorňuje tabulka č. 6.

Tabulka 6: Složení obyvatelstva dle věku v Plzeňském kraji

↓Věkové rozmezí	Rok→	2014	2015	2016
0		5.687	5.858	5.940
1–4		23.440	22.887	23.136
5–9		30.954	31.891	31.692
10–14		25.177	25.762	26.910
20–24		32.859	31.219	29.409
25–29		37.987	37.474	37.049
30–34		41.039	40.331	40.093
35–39		49.359	47.718	45.788
40–44		45.667	48.225	50.358

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ, 2017

Primárním cílem společnosti je získat, v prvním roce podnikání 2019, 5000 návštěvníků lanového centra, tj. 2,2 % ze součtu těchto osob.

V blízkosti lanového centra se nachází hrad Radyně, který leží na stejné turistické stezce. V roce 2017 zavítalo na hrad 22.432 návštěvníků, který se neustále zvyšuje, což bylo o 1005 návštěvníků více než v roce 2016.

Další cílovou skupinou tvoří mateřské a základní školy. Ty budou osloveni s nabídkou uskutečnění školního výletu, přičemž cílem firmy bude získat v prvním roce alespoň 8 tříd.

Celkový počet návštěvníků bude společnost každý rok navyšovat o 5 % v prvních pěti letech své činnosti. Hodnota pěti procent byla odvozena dle růstu dětské populace a dle růstu návštěvnosti hradu Radyně, která je shodná s nárůstem počtu dětí v Plzeňském kraji.

15.2 Marketingový mix

- **Product** (produkt)

Spektrum služeb, které bude nabízet společnost Dětské lanové centrum s.r.o., bylo již zmíněno v kapitole 12. Představení společnosti. Při volbě produktu byl kladen důraz na kvalitní zpracování lanových prvků, zejména pak na materiál, z něhož jsou vyrobeny, a tím tedy na bezpečnost dětí při užívání zařízení centra.

- **Price** (cena)

Zaváděcí cena byla stanovena ve výši 85 Kč na osobu v případě základního vstupného. Pro školy byla určena zvýhodněná sazba 70 Kč za žáka. Školní dozor bude mít vstupné zdarma. Cena byla stanovena jako kompromis mezi výsledkem cenové kalkulace a cenou, kterou je návštěvník za tuto službu zaplatit. Kalkulace ceny je uvedena v kapitole 17.3 Plánování výnosů.

- **Place** (distribuce)

Prodej služeb bude realizován skrze recepci u vchodu do lanového centra. Zákazník při příchodu zakoupí vstupenku, a poté mu bude umožněn vstup do centra.

- **Promotion** (propagace)

Jako hlavní reklamní prostředek bude zvolena reklama v místních nejposlouchanějších rádiích tj. FM Plus, Evropa 2 a Impuls, a to pouze v prvním roce podnikání před zahájením sezóny. Další propagace bude uskutečněna formou inzerátu v Radyňských listech, která je bezplatná. K propagaci budou rovněž využity propagační letáky, umístěné např. v informačních centrech města Plzeň, ve Starém Plzenci v K centru, na Hradu Radyně, zámku Kozel, a také přímo v areálu dětského lanového centra. Tyto letáky budou distribuovány v prvních třech letech podnikání. Rovněž budou zasílány nabídky školám prostřednictvím e-mailové korespondence. Nedílnou součástí propagace budou internetové stránky pod doménou www.lanovecentrum-plzenec.wz.cz.

15.3 Marketingová komunikace

Lanové centrum z možností, které reklama nabízí, využije spot v televizi, reklamu v rozhlasu, založení vlastních internetových stránek a letáky umístěné na vhodných místech.

- **Spot v televizi**

Upoutávka na Lanový park poběží v první fázi jen na regionální televizi ZAK, která vysílá v Plzeňském a Karlovarském kraji. Aktéry reklamy budou děti s rodiči, které se budou prolínat s dětmi ze škol. Budou zde vidět šťastné děti, které budou chtít opakovaně navštívit náš Lanový park a budou o tom informovat i své dětské kamarády. Další fáze TV reklamy bude rozšířena i na celostátní televize, případně ordinace dětských lékařů. Cílem reklamy bude upoutání právě naší cílové skupiny.

- **Rozhlasový spot**

Reklama v rozhlasu bude obdobou TV spotu. Poběží na stanicích FM plus, Evropa2, Blaník. Bude představovat rozhovor dětí. Zde bude chlapec sdělovat dívce, jak trávil víkend se svými rodiči a co vše dokázal z překážek překonat, co nového se dozvěděl z naučné přírodovědné stezky a také, že park bude muset opětovně navštívit s tím, že kamarádka s ním příště může jít.

- **Tištěná forma**

Tištěná reklama – letáky bude vyobrazovat děti v lanovém parku, zahrne otevírací dobu a cenu. Letáky budou distribuovány do schránek prostřednictvím České pošty, do škol, mateřských školek, informačních center v Plzeňském kraji, do informačního centra na hradě Radyni, Ekofamu pod Radyní, K-centra ve Starém Plzenci. Další propagace proběhne prostřednictvím reklamy v Radyňských listech a regionálním Plzeňským deníku.

- **Internetová reklama**

Společnost si založí vlastní internetové stránky – LanovyparkpodRadyni.cz. Při vyhledávání se uživatelé nabídnou tyto internetové stránky. Dále využijeme internetových stránek obce Starý Plzenec a umístíme zde odkaz na naše stránky.

15.3.1 Podpora prodeje

Podpora prodeje patří mezi nepřímé nástroje komunikace v marketingu. Představuje komplex různých motivačních nástrojů, které mají zákazníka stimulovat k rychlejšímu nebo většímu nákupu. Na rozdíl od reklamy, která přesvědčuje spotřebitele ke koupi, podpora prodeje již představuje konkrétní motiv výrobek či službu zakoupit. Mezi typické patří: reklamní dárky, vzorky, ochutnávky, cenové stimuly – soutěže, slevy aj.

Lanový park využije v této oblasti nástroj slev. Budou v prodeji permanentky za zvýhodněné vstupné. Zvýhodněné vstupné při určitých příležitostech jako je Den dětí, v den vysvědčení.

15.3.2 Public relation

Public relation neboli vztah k veřejnosti je samostatnou složkou komunikačního mixu. Cílem je oslovit a získat pochopení od lidí z jiných organizací, jež mohou ovlivnit dosažení našeho marketingového cíle. Hlavním cílem PR je vytvoření příznivé představy o firmě. PR se uskutečňuje prostřednictvím medií, ale od reklamy se podstatně odlišuje. Zde nejde o placený prostor v TV nebo rozhlasu. U PR je informace o společnosti představována prostřednictvím třetích osob.

Mezi prostředky které Lanový park využije, patří:

- press relation

TV ZAK velmi často oslovuje různé podnikatele a uskutečňuje s nimi interview. Proběhne nabídka regionální televizi ZAK na rozhovor k příležitosti ke Dni dětí.

- sponzoring

Společnost naváže spolupráci s Ekofarmou pod Radyní, kde se pořádají letní příměstské tábory. Zdarma účastníkům tábora umožní dopolední pobyt v lanovém parku.

15.4 Akční programy

Pro podporu vstupu na trh nového produktu se rozhodlo o dárku pro návštěvníka zdarma. Pokud přijdou návštěvníci ve vybrané dny, jako jsou Den dětí, nebo den vysvědčení navštívit Lanový park dostanou jako dárek šňůrku na krk. Na tuto akci je naplánováno vydat 300 ks tohoto předmětu. Objednání šňůrek bude zajištěno majitelem společnosti tak, aby byly k dispozici nejpozději 30. 5. 2019 před dnem dětí, který má v kompetenci marketingu společnosti.

Druhým akčním programem bude vydání permanentek. Každý zákazník, který si zakoupí permanentku na 5 vstupů, obdrží jako dárek turistický deník. Akce proběhne v období červen 2019. Objednání permanentek bude zajištěno opět majitelem společnosti s termínem dodání nejpozději do 1. 5. 2019. Počítá se s nákladem 100 ks na tuto akci.

15.5 Kontrolní mechanismy marketingových cílů

Lanový park je nově vstupující produkt na místní trh. Rizika, která ohrožují realizaci marketingových cílů, jsou rizika působící z vnějšího prostředí, mezi něž patří nedostatek zákazníků, nepříznivé počasí, živelné pohromy, úrazy návštěvníků a vstup nového konkurenta na místní trh.

Tyto rizika lze částečně omezit účinnou propagací lanového parku, která zajistí potřebnou návštěvnost, bezpečným řešením prvků lanového parku a vhodným pojištěním majetku proti živelným pohromám.

Plán bude pravidelně kontrolován jednou měsíčně a bude vyhodnoceno, zda plán, který byl nastaven, je plněn.

V případě nesouladu s plánem, společnost vytvoří další akční programy, zhodnotí se dosavadní propagace. Vhodné by bylo provést případně další dotazníkové šetření již přímo u návštěvníků Lanového parku, kde by bylo dotazováno především, jak se o centru dozvěděli. Následně, dle tohoto šetření bude případně propagace produktu změněna. Nastavení nových mechanismů, zvážení vhodnosti reklamy, rozmístění propagačních materiálů – zhodnocení dosavadního marketingového plánu.

16 Plánování, příprava a realizace výstavby lanového centra

Dětské lanové centrum bude vystavěno na městském pozemku 343/1 v katastrálním území Starý Plzenec. Pozemek má výměru cca 5000 m², přičemž v prvních 5 letech bude využito jen 2500 m². Zbývající plocha může být využita v budoucnosti při případném úspěchu společnosti na trhu. Na pozemku bude vystavěn dřevěný domek, ve kterém bude recepce a sklad zahradního náčiní. Další investicí bude vybavení srubu a terénní úpravy pozemku. Bude to především úprava travnatého porostu, vysazení okrasných stromů a keřů. Výsledná podoba tohoto pozemku by měla mít parkovou úpravu především se vzrostlými stromy a keři, které budou tvořit nejen naučnou stezku, ale zároveň do budoucna vytvoří přírodní slunečníky.

Cílem projektu tohoto projektu je výstavba lanového parku, která zahrnuje terénní úpravy pozemku, montáž lanových prvků a závěrečné terénní úpravy – osetí a výsadba zeleně. Projekt bude ukončen předáním díla majiteli lanového centra.

Časový plán byl zpracován v programu Ganttproject. Bylo nutné určit zahájení výstavby, odhad doby trvání jednotlivých činností, jejich logickou časovou posloupnost a vzájemné vazby – jaká činnost navazuje na další a jaké činnosti lze realizovat ve stejném čase a ukončení projektu – předání stavby. Při časovém plánování jsou hledány nejnižší časové nároky na realizaci. Každá činnost je pojmenována, je k ní přiřazeno časové období, kdy lze činnost započít a nejzazší doba ukončení činnosti. Rovněž nesmí být opomenuta časová rezerva ke každé činnosti. Posloupnost činností, které nemají časovou rezervu, označujeme kritickou cestou projektu. Zpracování v uvedeném programu nám ukazuje obrázek č. 3. - název činností, datum zahájení a ukončení činností, délku trvání a zobrazuje kritickou cestu projektu.

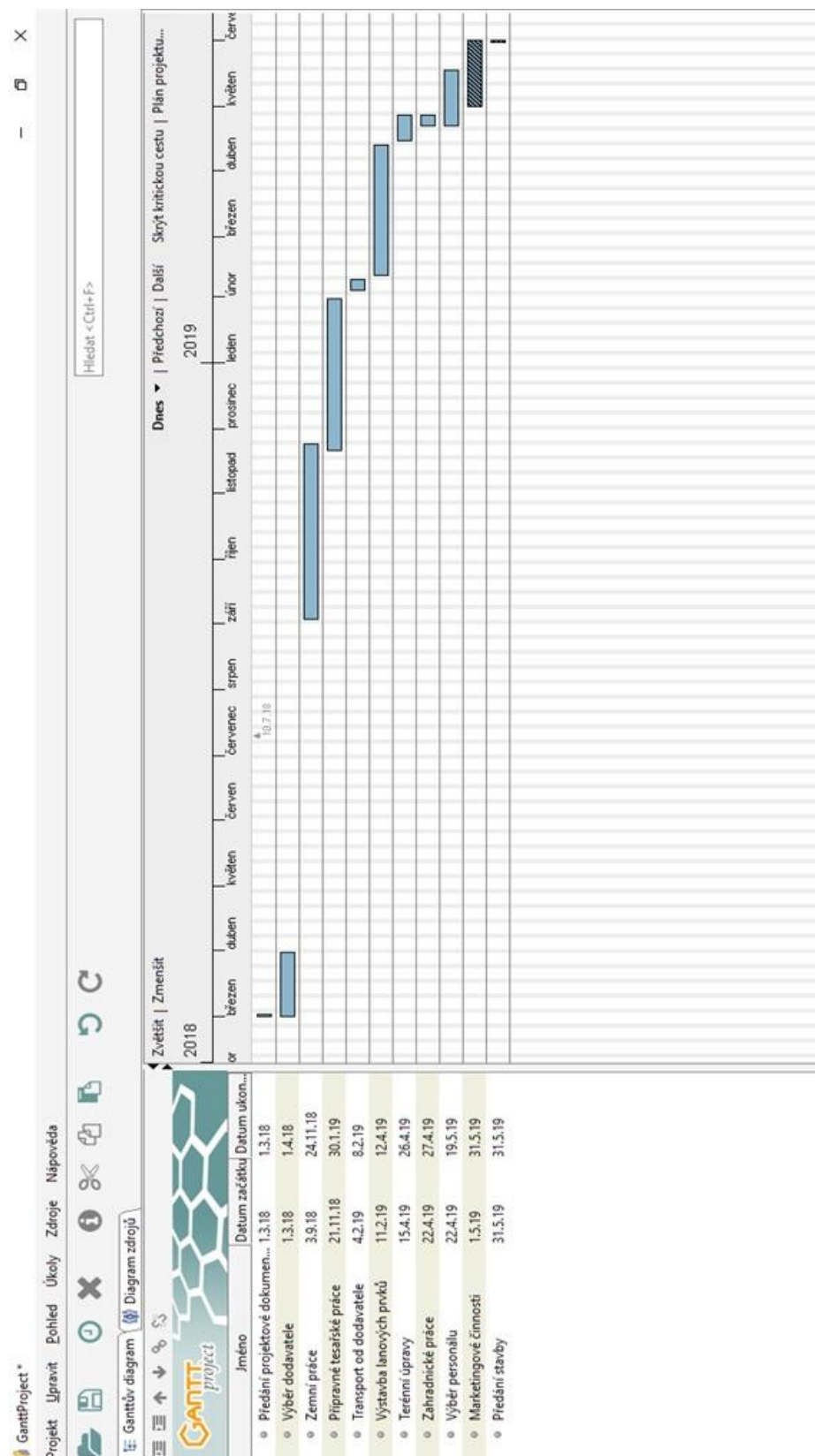
Před sestavením Ganttova diagramu byl sestaven strukturní plán rozsahu projektu WBS, kde jsou jednotlivé činnosti podrobně rozepsány. Tento plán rozsahu projektu WBS znázorňuje tabulka č. 7.

Tabulka 7: Plán rozsahu projektu WBS

Příprava projektu	Realizace zemních prací	Terénní úpravy	Zahradnické práce	Výběr personálu pro zajištění provozu lanového centra	Marketingové činnosti
Výběrové řízení na zhotovitele stavby	Výběrové řízení na provedení zemních prací	Výběrové řízení na provedení terénních úprav	Výběrové řízení na provedení zahradnických prací	Vydání inzerátu s požadavkem na obsazení pracovního místa	Stanovení nákladů na marketingovou propagaci
Vyhodnocení výběrového řízení	Vyhodnocení výběrového řízení	Vyhodnocení výběrového řízení	Vyhodnocení výběrového řízení	Shromáždění životopisů	Volba marketingových činností
Oslovení vybrané firmy k realizaci výstavby	Oslovení vybrané firmy k realizaci zemních prací	Oslovení vybrané firmy k realizaci terénních úprav	Oslovení vybrané firmy k realizaci zemních prací	Výběr uchazečů dle životopisů	Tvorba webových stránek
Dohodnutí platebních podmínek	Dohodnutí platebních podmínek	Dohodnutí platebních podmínek	Dohodnutí platebních podmínek	Pohovory s uchazeči	Zadání inzerce do tisku
Sepsání smlouvy se zhotovitelem stavby	Sepsání smlouvy se zhotovitelem zemních prací	Sepsání smlouvy se zhotovitelem terénních	Sepsání smlouvy se zhotovitelem zemních prací	Výběr personálu na základě pohovorů	Tvorba letáků, tisk a roznos
Předání projektové dokumentace	Předání projektové dokumentace	Předání projektové dokumentace	Předání projektové dokumentace	Oslovení vybraných uchazečů	Konečná kalkulace nákladů
Zahájení přípravných prací v závodě realizátora	Zahájení zemních prací	Zahájení terénních úprav	Zahájení terénních úprav	Sepsání pracovních smluv	Zhodnocení úspěšnosti marketingových činností
Transport lanových prvků	Kontrola splnění zadané práce a konečná kalkulace	Kontrola splnění zadané práce a konečná kalkulace	Kontrola splnění zadané práce a konečná kalkulace		
Výstavba lanových prvků v místě realizace	Předání majiteli	Předání majiteli	Předání majiteli		
Konečná kalkulace realizace					
Předání stavby majiteli					

Zdroj: Balounová, 2017

Obrázek 17: Ganttův diagram - plán projektu



Zdroj: vlastní zpracování v GanttProject, 2018

16.1 Výběr dodavatele

V rámci technické přípravy bylo nutné vybrat vhodného dodavatele – realizátora lanového centra. Byli osloveni dva dodavatelé těchto staveb, přičemž byl vybrán ten, jehož nabídka byla cenově výhodnější, a jednání ze strany této firmy bylo vstřícnější.

Firma TR Antoš poskytla dostatečné informace ke svým výrobkům. Herní prvky tato firma vyrábí z od běleného akátového dřeva, které se vyznačuje díky svému chemickému a fyzikálnímu složení vysokou odolností proti hnilobě a povětrnostním podmínkám. Jedná se o dřevinu s nejvyšší možnou odolností dle normy ČSN EN 350-2, tj. „Trvanlivost dřevin a materiálů na jeho bázi“.

Všechny spojovací materiál je minimálně žárově pokoven. Části vystavené otěru (požární tyče, hrazdy, řetězy a další) jsou z kvalitní nerez oceli. Veškerá konstrukční lana (lezoucí síť, lávky, lanové pyramidy, atd..) jsou zhotovena z polypropylenových vláken s ocelovým kordem. Kotvení prvků se provádí přímou betonáží do země bez kovových patek (dle ČSN EN 1176-1 je takto možno kotvit s odkazem na ČSN EN 350 - 2 dřeviny první a druhé kategorie odolnosti, což splňuje z dostupných dřevin pouze dub a akát). Záruku na dřevo poskytuje dodavatel 10 let. Dodavatel splňuje všechny zákonné normy. Z hlediska ochrany životního prostředí je další podmínkou pro realizaci tohoto projektu splnění normy ISO 14001 nebo EMAS. Dodavatel díla je držitelem certifikátu ISO 14001. Dále budou třeba drobné terénní úpravy a výsadba drobných keřů a stromů. Pro tyto práce bude oslovena firma ze Starého Plzně, která provádí tyto práce. Drobný majetek, potřebný k zajištění chodu firmy, bude nakoupen skrze internetové obchody.

Po vybudování centra bude následovat konečná kontrola stavby oprávněnou osobou. Po převzetí díla přejde povinnost kontroly centra na naši společnost.

16.2 Kontrola a údržba

Součástí provozu lanového centra bude kontrola objektu a lanových prvků. Základem budou denní kontroly, které budou prováděny s cílem rozpoznat případné nebezpečí, např. poškozené části prvků a nepořádek na území centra.

Dalším typem kontroly je provozní kontrola. Provádí se přibližně jednou za 3 měsíce a zahrnuje ověření technického stavu herních prvků a dopadových ploch. Tuto kontrolu provádí buď dodavatel, nebo provozovatel centra. Tato kontrola není povinná.

Poslední stupeň kontroly je hlavní roční kontrola, která je pro provozovatele povinná, a provádí ji oprávněná, certifikovaná osoba. Kontroluje se technický stav, ale i bezpečnost podle požadavků technických norem. Dodavatel tuto kontrolu zajišťuje prostřednictvím smluvního revizního technika. Údržba lanového centra bude zahrnovat opravy prvků (utažení upevňovacích prvků, údržba dopadových ploch, čištění), zjištěné běžnou denní kontrolou. Mezi další udržovací práce patří sekání trávy, zahradnické práce a běžný úklid. Svoz odpadu bude zajištěn jedenkrát týdně.

16.3 Personální zajištění

Společnost bude mít jednoho majitele, koordinujícího chod Dětského lanového centra. K jeho aktivitám bude patřit zpracování podkladů pro účetnictví, marketingová a administrativní činnost, udržování centra a kontroly lanových prvků. Pro zajištění plynulého chodu společnosti však bude nutné najmout dalšího zaměstnance, který bude pracovat na pozici recepční, a bude přímo podřízen majiteli společnosti.

Zaměstnanec bude získáván prostřednictvím inzerce v Radyňských listech, případně zadáním požadavku na Úřad práce. Na tohoto zaměstnance bude kladen požadavek kladného vztahu k dětem a flexibilita. Odborné znalosti požadovány nebudou, neboť se jedná o nízké lanové centrum, a není tedy potřeba asistence při pohybu dětí v centru.

16.4 Marketingové činnosti

Marketingové činnosti byly podrobně popsány v kapitole 15.3 Marketingová komunikace. Kalkulace nákladů bude uvedena v kapitole 17 - Finanční plán.

17 Finanční plán

Předpokládaný finanční plán společnosti Lanové centrum s.r.o. je sestaven na 5 let a zahájený počáteční rozvahou. Pro zahájení podnikání je potřeba finanční kapitál, který byl stanoven ve výši 1.200.000 Kč ve složení 700.000 Kč vlastní zdroje a 500.000 Kč podnikatelský úvěr u ČSOB.

17.1 Zakladatelský rozpočet

V prvním roce podnikání bude potřeba vynaložit finanční prostředky k zahájení, vybudování a provoz lanového centra, které jsou členěny následující kapitole:

- **Předpokládané finanční prostředky potřebné k založení společnosti**

Plánované výdaje spojené se založením společnosti uvádí tabulka č. 8, ceny jsou stanovené na základě dotazování u dílčích institucí nebo odhadem. Tyto položky budou uhrazeny před zahájením podnikání z vlastních zdrojů.

Tabulka 8: Předpokládané finanční prostředky potřebné k založení společnosti

Položka	Částka v Kč
Notářské poplatky	5.000
Pořízení fotokopíí	100
Vydání živnostenského listu	1.000
Výpis z rejstříku trestů	100
Zápis do obchodního rejstříku	5.000
Poplatek za poskytnutí podnikatelského úvěru	2.000
Celkem	13.200

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

- **Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého majetku**

Dlouhodobý hmotný majetek bude financován z vlastních zdrojů ve výši 700.000 Kč a cizích zdrojů, podnikatelským úvěrem od ČSOB ve výši 500.000 Kč. Cena na realizaci výstavby lanového centra byla převzata z cenové nabídky dodavatele TR Antoš s.r.o. a ceny pro ostatní dlouhodobý majetek byly zjištěné dle aktuální nabídky místních dodavatelů a obchodníků dostupné na internetu. Zahradní traktor a výběr srubu byl konzultován osobně s prodejci a výběr byl učiněn na základě jejich doporučení, k jakému účelu bude tento majetek sloužit. Souhrn dlouhodobého

majetku a jeho finanční hodnotu uvádí tabulka č. 9. Samostatné movité věci představují zařízení srubu: stůl, židle, police, pokladna EET.

Tabulka 9: Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého hmotného majetku a hmotných movitých věcí a jejich souborů

Položka	Částka v Kč
Lanové centrum	955.726
Srub	50.000
Terénní úpravy	70.000
Zahradní traktor-sekačka Select 96.130 T	37.900
Hmotné movité věci a jejich soubory	30.000
Celkem	1.143.626

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

17.2 Plánování nákladů

Náklady společnosti jsou členěny na provozní náklady, finanční náklady, osobní náklady a odpisy. Detailní přehled předpokládaných nákladů v prvním roce podnikání jsou uvedeny v následujících tabulkách č. 9-12.

17.2.1 Předpokládané provozní náklady v prvním roce podnikání

Roční provozní náklady jsou stanoveny na základě předpokládané měsíční spotřeby za období 7 měsíců provozu v roce a průměrné ceny. Náklady byly vypočteny dle nabídky na internetu, telefonického dotazování u konkrétních poskytovatelů služeb. Nabídka od společnosti Kooperativa pojišťovna a.s., pro pojištění majetku a pojištění odpovědnosti je uvedena v příloze J. Obecní úřad ve Starém Plzenci byl dotazován k zjištění nákladů na svoz komunálního odpadu a během osobních jednání se starostkou města byla vedena jednání o výši nájemného za pronájem pozemku a doba nájmu. Zajištění internetového připojení bude prostřednictvím společnosti Mraknet s.r.o. se sídlem ve Starém Plzenci. Náklady na pořízení kancelářských potřeb byly stanoveny odhadem. Celkové, předpokládané provozní náklady jsou uvedeny v tabulce č. 10.

Tabulka 10: Předpokládané provozní náklady v prvním roce podnikání

Položka	Částka v Kč
Telekomunikační služby, internet	5.000
Kancelářské potřeby	1.000
Úklidové a hygienické potřeby	2.000
Komunální odpad	2.700
Revize	3.000
Reklama	50.000
Energie	8.000
Pojištění	13.591
Nájemné	70.000
Provozní náklady v Kč celkem	155.291

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

17.2.2 Předpokládané finanční náklady v prvním roce podnikání

Finanční náklady v prvním roce podnikání uvedené v tabulce č. 11 jsou tvořeny úroky z podnikatelského úvěru a bankovními poplatky za vedení účtu u ČSOB, které byly stanoveny na základě nabídky uvedené banky. Založení účtu poskytuje banka zdarma. Detailní splátkový kalendář s přehledem výše úroků a anuity je uveden v příloze E.

Tabulka 11: Předpokládané finanční náklady

Položka	Částka v Kč
Úroky z úvěru	3.488
Bankovní poplatky	1.120
Celkem	4.608

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

17.2.3 Předpokládané osobní náklady v prvním roce podnikání

Provoz bude zajištěn brigádníky, kteří se budou střídat v zajištění chodu centra. Bude s nimi sepsána dohoda o provedení práce. Otevírací doba lanového centra je plánovaná od 10 do 18 hodin, 5 dní v týdnu – středa až neděle, 7 měsíců v roce.

Celkové odpracované hodiny: 8 hodin denně * 5 dní v týdnu* 4 týdny v měsíci * 7 měsíců = 1.120 hodin. Celkové mzdové náklady jsou kalkulovány v tabulce č. 12.

Na pokrytí těchto hodin bude potřeba zajistit 4 brigádníky, tak aby byla splněna podmínka dohody o provedení práce – maximálně odpracovaných 300 hodin u jednoho zaměstnavatele. Hodinová sazba byla stanovena na 80 Kč.

Tabulka 12: Mzdové náklady - dohoda o provedení práce

Pozice	Typ pracovního poměru	Hodinová sazba	Celkový počet odpracovaných hodin	Celkové mzdové náklady
Recepční	DPP	80	1.120	89.600

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

V případě uzavření pracovní smlouvy na hlavní pracovní poměr by předpokládané osobní náklady byly tvořeny náklady na mzdy, zdravotní a sociální pojištění. Pro rok 2018 by činila aktuální sazba pro výpočet zdravotního pojištění 9 % a pro sociální pojištění 25 %. V tomto případě, kdy se jedná o sezonní práce, není forma hlavního pracovního poměru vhodná vzhledem k tomu, že by byla uzavírána vždy jen na dobu určitou. Dalším důvodem jsou vysoké finanční náklady. Pro porovnání je kalkulace těchto osobních nákladů uvedena v tabulce č. 13.

Tabulka 13: Předpokládané osobní náklady v prvním roce podnikání – hlavní pracovní poměr

Pozice	Počet pracovníků	Typ pracovního poměru	Hrubá mzda měsíční	Hrubá mzda roční	Sociální a zdravotní pojištění (34 %)	Mzdové náklady celkem
Recepční	1	HPP	15.000	105.000	35.700	140.700
Recepční	1	HPP	15.000	105.000	35.700	140.700
Celkem	2	-	30.000	210.000	71.400	281.400

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

17.2.4 Plán odpisů

Lanové centrum bude odepisováno na podkladě zařazení dle klasifikace stavebních děl stanovených Českým statistickým úřadem. Samostatné odpisy byly vypočteny dle zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví - vyhláška č. 410/2009 Sb. Pro výpočet daňových odpisů byla zvolena rovnoměrná metoda odepisování dlouhodobého hmotného majetku dle vzorce:

$$x = \frac{\text{vstupní cena} \cdot \text{sazba dle zákona}}{100}$$

Zpracovaný odpisový plán je předložen v tabulce č. 14. Výpočty odpisů jednotlivých položek dlouhodobého hmotného majetku jsou k nahlédnutí v přílohách F-I.

Tabulka 14: Odpisový plán dlouhodobého hmotného majetku

Položka	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Lanové centrum	13.381	32.495	32.495	32.495	32.495
Terénní úpravy	980	2.380	1.700	1.700	1.700
Srub	1.075	2.576	2.576	2.576	2.576
Zahradní traktor	4.169	8.433	8.433	8.433	8.433
Celkem	19.605	45.884	45.204	45.204	45.204

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

17.3 Plánování výnosů

Výnosy jsou tržby za prodané služby a jsou kalkulovány dle předpokládané výše vstupného do lanového centra a předpokládané návštěvnosti.

Předpokládaná měsíční návštěvnost, stanovená dle marketingových cílů, je 714 návštěvníků při 20 dnech provozu v měsíci. Návštěvnost mateřských a základních škol je plánována na měsíce květen a červen, v období pořádání školních výletů. V období letních prázdnin není předpoklad, že by se zvýšila návštěvnost lanového centra. Na jedné straně lze předpokládat vyšší návštěvnost turistů v tomto období, na straně druhé lze předpokládat odliv místních obyvatel z této lokality na dovolené, prázdniny aj.

17.3.1 Stanovení ceny za poskytnuté služby

Cena za poskytované služby je stanovena na základě zjištěných nákladů v prvním roce podnikání a ceny, kterou je ochoten zákazník zaplatit za vstup do lanového centra na základě dotazníkového šetření a ceny dle konkurence působící ve stejném odvětví. Cena za jednotlivé vstupné byla stanovena ve výši 85 Kč za osobu a 70 Kč jako zvýhodněné vstupné pro žáky mateřských a základních škol. Přehled předpokládaných výnosů je kalkulován v tabulce č. 15.

Tabulka 15: Předpokládané výnosy v prvním roce podnikání

Položka	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Celkem
Jednotlivé osoby 85 Kč/ vstup	714	714	714	714	714	714	714	4.998
Školy, školky 70 Kč/ vstup		200	200					200
Předpokládaná návštěvnost celkem	714	914	914	714	714	714	714	5.398
Předpokládané tržby	60.690	71.120	71.120	60.690	60.690	60.690	60.690	445.690

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

18 Financování projektu

Pro úspěšný start nově vznikající společnosti, je potřeba disponovat dostatečnými finančními prostředky. Tato kapitola se věnuje financování projektu. Projekt bude financován z větší části z vlastních zdrojů a z druhé části za pomoci podnikatelského úvěru.

18.1 Kalkulace finančního kapitálu

Pro pořízení DHM bude potřeba 1.113.626 Kč a pro nákup hmotných movitých věcí a jejich souborů bude vynaloženo 30.000 Kč. Rovněž je potřeba pokrýt provozní a osobní náklady na první měsíc činnosti. Při výpočtu se vychází z těchto celkových nákladů, které jsou uvedeny v tabulkách č. 9 a 11 tj. provozní náklady činí 155.291 Kč a osobní 89.600 Kč = $244.891 / 7 = 34.984,43$ Kč.

Rozpočet potřebného kapitálu:

DHM a hmotné movité věci a jejich soubory	1.143.626 Kč
Provozní a osobní náklady	34.984,43 Kč
<hr/>	
Potřeba finančního kapitálu celkem	1.178.610,43 Kč → s rezervou 1.200.000 Kč

Zdroje kapitálu:

Vlastní kapitál	700.000 Kč
Cizí kapitál	500.000 Kč
<hr/>	
Zdroje celkem	1.200.000 Kč

Z vlastního kapitálu bude financována část DHM, hmotný majetek a jeho soubory, provozní a osobní náklady spojené s činností v prvním měsíci podnikání. V ostatních měsících budou tyto položky hrazeny již ze získaných tržeb ze vstupného.

Cizí kapitál představuje dlouhodobý podnikatelský úvěr od ČSOB s dobou splatnosti 10 let a fixní úrokovou mírou 4,2 % p. a. První splátka bude uskutečněna v listopadu 2018 a skládá se ze splátky jistiny a splátky úroků. Poslední splátka proběhne v listopadu 2028. Nabídka podnikatelského úvěru je uvedena v příloze E. Cizí kapitál bude v plné výši použit na pořízení DHM.

18.2 Účetní výkazy v prvním roce podnikání

Společnost sestaví počáteční rozvahu, plánovaný výkaz zisku a ztráty pro prvních pět let své činnosti a naplánuje předpokládaný přehled peněžních toků pro prvních pět let.

18.2.1 Počáteční rozvaha

Počáteční rozvaha uvedená v tabulce č. 16 zobrazuje přehled aktiv a pasiv společnosti. Aktiva jsou tvořena dlouhodobým hmotným majetkem, samostatnými movitými věcmi, finančními prostředky v pokladně a na bankovním účtu. Pasiva pak představují krytí tohoto majetku tj. základní kapitál, vlastní zdroje a dlouhodobý bankovní úvěr.

Tabulka 16: Počáteční rozvaha

POČÁTEČNÍ ROZVAHA			
Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	1.413.626	Vlastní kapitál	700.000
DHM	1.113.626	Základní kapitál	200.000
Hmotné movité věci a jejich soubory	30.000	Vlastní zdroje	500.000
Oběžná aktiva	55.374	Cizí zdroje	500.000
Pokladna	5.000	Úvěr	500.000
Bankovní účet	51.374		
CELKEM	1.200.000	CELKEM	1.200.000

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

18.2.2 Plánovaný výkaz zisku a ztráty v prvních pěti letech podnikání

Zisk v tomto výkazu představují výnosy z prodeje služeb. Dle výpočtu v kapitole 17.3 Plánování výnosů, se předpokládané tržby odhadují v prvním roce činnosti na 445.690 Kč a dle marketingových cílů byl stanoven nárůst 5 % ročně.

V kapitole 17.2 Plánování nákladů je představen podrobný rozpis plánovaných nákladů. Účetní odpisy jsou pevně stanoveny podle odpisového plánu společnosti. Předpokládá se nárůst energií o 3 % ročně. V prvním roce podnikání bude vynaloženo 50.000 na reklamu v médiích a tisk informačních letáků. V dalších letech proběhne reklama jen formou informačních letáků. Náklady na úroky z podnikatelského úvěru se mění dle splátkového kalendáře. Celkový přehled výkazu zisku a ztráty předkládá tabulka č. 17.

Tabulka 17: Předpokládaný výkaz zisku a ztráty

Položka	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Výnosy celkem	445.690	467.975	491.373	515.942	541.739
Náklady celkem	275.185	251.698	249.417	247.745	246.497
Osobní náklady celkem	89.600	89.600	89.600	89.600	89.600
Finanční náklady celkem	10.689	19.274	17.426	15.499	13.989
Úroky z úvěru	3.488	18.154	16.306	14.379	12.869
Poplatky za vedení účtu	1.120	1.120	1.120	1.120	1.120
Provozní náklady celkem	155.291	96.940	97.187	97.442	97.704
Pošta a telefon	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Kancelářské potřeby	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Spotřeba materiálu - úklidové prostředky	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
Komunální odpad	2.700	2.700	2.700	2.700	2.700
Revize	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Reklama	50.000	5.000	5.000	5.000	5.000
Energie	8.000	8.240	8.487	8.742	9.004
Pojištění	13.591	13.591	13.591	13.591	13.591
Nájemné	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
Odpisy	19.605	45.884	45.204	45.204	45.204
Výsledek hospodaření před zdaněním	170.505	216.277	241.956	268.197	295.242
Výsledek hospodaří po zdanění¹¹	137.700	174.960	195.210	217.080	238.950

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Dle tohoto přehledu se předpokládá, že společnost v prvních pěti letech činnosti se bude nacházet v zisku.

18.2.3 Plánovaný přehled o peněžních tocích

Výkaz o peněžních tocích, uvedený v tabulce č. 18, ukazuje peněžní toky v prvních pěti letech podnikání. Příjmy jsou tvořeny výnosy a výdaje provozními, osobními a finančními náklady, bez odpisů.

¹¹ Pro potřeby výpočtu daně z příjmu právnických osob, se výsledek hospodaření zaokrouhluje na celé tisíce dolů

Tabulka 18: Plánovaný přehled o peněžních tocích

Položka	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Příjmy celkem	445.690	467.975	491.373	515.942	541.739
Výdaje celkem	316.899	267.133	265.532	263.860	262.612
Celkový přehled o peněžních tocích	128.791	200.842	225.841	252.082	279.127

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Uvedený přehled ukazuje pozitivní vývoj stavu peněžních toků společnosti.

18.3 Finanční analýza

Finanční analýza podnikatelského záměru se zaměří na ukazatele rentability tržeb, zadluženosti a návratnosti investice.

Ukazatel rentability tržeb je vypočítán na základě údajů z výkazu zisku a ztráty na období pěti let. Ukazatel zadluženosti čerpá údaje z počáteční rozvahy. Návratnost investice pracuje s výší počáteční investice a průměrným ročním příjmem z této investice.

18.3.1 Ukazatel rentability tržeb

Ukazatel rentability tržeb vyjadřuje poměr mezi finančními prostředky získaných z podnikatelské činnosti a finančními prostředky vynaložených do této činnosti vynaloženými. Výpočet je proveden v tabulce č. 19 dle vzorce:

$$x = \frac{\text{výsledek hospodaření po zdanění}}{\text{tržby}}$$

Tabulka 19: Ukazatel rentability tržeb

Položka/ rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Plánovaný výsledek hospodaření po zdanění	137.700	174.960	195.210	217.080	239.146
Plánované tržby	445.690	467.975	491.373	515.942	541.739
Ukazatel rentability tržeb	0,31	0,37	0,40	0,42	0,44

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Vývoj ukazatele rentability tržeb má v prvních pěti letech podnikání pozitivní vývoj.

18.3.2 Ukazatelé zadluženosti

Ukazatele, které zhodnotí uvažovaný podnikatelský záměr, udávají vztah mezi vlastními a cizími zdroji financování podnikatelské činnosti.

Úrokové krytí

Výpočet uvedený v tabulce č. 20 byl proveden dle vzorce:

$$x = \frac{\text{zisk před zdaněním} + \text{nákladové úroky}}{\text{nákladové úroky}}$$

Tabulka 20: Ukazatel úrokového krytí

Položka/ rok	1. rok	2. rok	3. rok	4. rok	5. rok
Výsledek hospodaření před zdanění	170.505	216.277	241.956	268.197	295.242
Nákladové úroky	3.488	18.154	16.306	14.379	12.869
Ukazatel úrokového krytí v %	49,88	12,91	15,84	19,65	23,94

Zdroj: vlastní zpracování

Výsledek v prvním roce podnikání nemá zcela vypovídající hodnotu, neboť je ovlivněn především nízkým úrokovým zatížením v prvním roce podnikání. V tomto roce jsou placeny úroky jen za dva měsíce. V následujících letech má ukazatel vzestupnou – pozitivní hodnotu.

Míra zadluženosti

Výpočet ukazatele míry zadluženosti se provede dle vzorce:

$$x = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{vlastní kapitál}}$$

Míra zadluženosti = 500.000 / 700.000 = 0,71

Hodnota míry zadluženosti je pro společnost akceptovatelná.

Míra celkové zadluženosti

Ukazatel celkové míry zadluženosti se vypočte dle vzorce:

$$x = \frac{\text{cizí zdroje}}{\text{celková aktiva}}$$

Míra celkové zadluženosti = 500.000/1.200.000 = 0,42

Hodnota míry celkové zadluženosti je pro společnost přijatelná.

18.3.3 Doba návratnosti investice

Předpokládaný průměrný roční příjem z investice činí 289.450 Kč. Výpočet byl proveden na základě plánovaných tržeb, v prvních pěti letech jsou plánované tržby s nárůstem 5 % ročně dle stanovených marketingových cílů a v dalších letech s konstantní částkou, neboť na takové období již by byl odhad velmi zkreslený. Předpokládaná doba životnosti byla stanovena na 30 let dle odpisového plánu. Průměrné odpisy dle odpisového plánu dosahují částky 36.919 Kč. Počáteční výdaj si vyžádal 1.143.626 Kč.

Doba návratnosti investice byla vypočtena dle vzorce:

$$x = \frac{\text{průměrný roční zisk} + \text{průměrné roční odpisy}}{\text{počáteční výdaj}}$$

Dle uvedeného vzorce je doba návratnosti investice 3,5 roku. Vzhledem k životnosti lanového centra – 30 let je tento projekt přijatelný.

19 Podnikatelské riziko

Lanové centrum s.r.o. vstupuje jako nová, na trhu neověřená společnost, bez předchozích zkušeností. Rizika, která se vztahují k naší společnosti, lze rozdělit na rizika, která mohou vzniknout při realizaci výstavby lanového centra, rizika plynoucí z vnitřku společnosti, mezi které lze řadit především poškození lanových prvků, které mohou ohrozit bezpečnost dětí při využívání dráhy, a rizika působící z vnějšího prostředí, tj. nedostatek zákazníků, živelné pohromy a vstup nového konkurenta na trh.

Rizika plynoucí z vnitřku společnosti lze omezit dodržováním návštěvního a provozního řádu, který by měl být součástí každé společnosti, dále pak průběžnými kontrolami stavu lanových prvků, pravidelnými revizemi kontrolním technikem a včasným odstraněním závad.

Vnější rizika lze ošetřit především účinnou propagací centra, která zajistí potřebnou návštěvnost, tak je stanoveno v marketingových cílech společnosti a vhodným pojištěním majetku proti živelným pohromám.

Následující kapitola je věnovaná k identifikaci rizik, které mohou nastat při realizaci výstavby lanového parku,

19.1 Identifikace rizik spojených s realizací výstavby lanového centra

V tabulce č. 21 jsou uvedena rizika, která byla identifikovaná v souvislosti s realizací výstavby lanového parku. Byla stanovena závažnost těchto rizik, dopad na projekt a opatření k eliminaci či úplnému vyloučení rizika.

Tabulka 21: Identifikace rizik

Riziko	Číslo rizika	Závažnost rizika	Četnost výskytu	Dopad na projekt	Opatření vůči riziku
Zpoždění realizace výstavby	R1	Vysoká	Velmi nízká	Nedodržení harmonogramu realizace	Výběr nejlepšího dodavatele stavby na základě výběrového řízení Včasné předání projektové dokumentace, kontrolní dny
Zpoždění zemních prací	R2	Vysoká	Nízká	Nedodržení harmonogramu realizace	Výběr dostatečně spolehlivého realizátora - bagristy na základě výběrového řízení Včasné předání projektové dokumentace, zadání práce, kontrolní dny
Zpoždění terénních úprav	R3	Nízká	Nízká	Nedodržení harmonogramu realizace	Výběr dostatečně spolehlivého realizátora - bagristy na základě výběrového řízení Včasné předání projektové dokumentace, zadání práce, kontrolní dny
Zpoždění zahradnických úprav	R4	Nízká	Nízká	Dopad minimální, otevření Lanového centra lze realizovat bez sazení zeleně	Vhodný výběr firmy, realizující výsadbu zeleně
Nedostatek personálu	R5	Vysoká	Vysoká	Lanové centrum bude otevřeno v letních měsících, personál lze zajistit z řad brigádníků - např. studentů SŠ a VŠ	Včasné zadání inzerce, oslovení úřadu práce
Nedostatek finančních zdrojů	R6	Velmi vysoká	Vysoká	Přerušení prací ze strany dodavatelů	Před samotnou realizací vypracovat důkladný finanční plán, zajištění finančních prostředků z vlastních zdrojů i s finanční rezervou, předběžné schválení podnikatelského úvěru

Zdroj: Balounová, 2017

19.1.1 Mapa rizik

Po identifikaci rizik, lze vyhodnotit nejzávažnější rizika uvedeného projektu. Tyto rizika jsou shrnuta v mapě rizik, kterou prezentuje tabulka č. 22. Nejzávažnějším rizikem je nezahájení realizace výstavby zvolenou společností a nedostatek finančních zdrojů představují nejzávažnější rizika projektu. Přes vysokou závažnost těchto rizik, lze pomocí výše uvedených opatření těmto rizikům předejít.

Tabulka 22: Mapa rizik

Závažnost rizika	Riziko					
	VV				R6	
V	R1	R2		R5		
S						
N		R3, R4				
VN						
	VN	N	S	V	VV	Četnost výskytu

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

20 Možnosti dalšího rozvoje lanového centra

Společnost Lanové centrum s.r.o. svými službami je orientována na děti ve věku 5-14 let. Během jednání se starostkou města Starý Plzeňec byl konzultován i další rozvoj tohoto centra a využití zbývajících pozemků. Jako vhodná realizace rozvoje byla vybrána výstavba dodatečných fitness prvků pro dospělé a vybudování tzv. workout - hřiště. Během zpracování této práce byla doručena nabídka od společnosti Colmex, zabývající se výstavbou hřišť tohoto typu. Návrhy realizace jsou uvedeny v příloze L.

Vzhledem k velikosti pozemku další rozšíření centra spočívá ve vybudování tenisového kurtu, který bude pronajímán zájemcům o tento sport.

Posledním návrhem na rozšíření je vybudování kavárny v areálu lanového centra, jenž by byla využita jak návštěvníky centra, tak i turisty procházející po turistické stezce z hradu Radyně.

Před dalším rozšířením služeb bude potřeba zanalyzovat dosavadní činnosti společnosti, provést marketingový výzkum a sestavit nový finanční plán.

Závěr

Předložená bakalářská práce popisuje proces sestavení podnikatelského plánu, který má počátek v myšlence, přechází v podnikatelský záměr a vyústí v komplexní podnikatelský plán, který posoudí realizovatelnost daného záměru.

V první části se autorka věnuje teoretické podstatě sestavení podnikatelského plánu. Jsou zde popsány legislativní normy, kterými je podnikání v České republice podmíněno a dílčí části podnikatelského plánu – marketingový plán, finanční plán, projektové řízení a podnikatelské riziko. Součástí každého podnikatelského plánu by mělo být provedení analýzy trhu prostřednictvím analýz PEST a SWOT a ke zjištění zájmu a uvažovaný produkt provedení dotazníkového šetření.

Případová studie této práce navazuje na teoretické poznatky, dle kterých je sestaven podnikatelský plán společnosti Lanové centrum s.r.o.

V úvodu podnikatelského plánu je prezentována nabídka služeb společnosti Lanové centrum s.r.o. Podstatnou část plánu tvoří marketingový průzkum, analýza trhu a dotazníkové šetření. Na základě výsledků těchto analýz a šetření je sestaven marketingový plán, ze kterého se pak odvíjí finanční plán. Na základě marketingového plánu byly kalkulovány předpokládané náklady a výnosy z podnikatelské činnosti na období pěti let. Zásadní část tvoří zhodnocení financování projektu a posouzení financování prostřednictvím podnikatelského úvěru. V závěru práce je provedena finanční analýza, identifikace rizik a návrh na jejich ošetření a návrhy dalšího možného rozvoje společnosti.

Při komplexním pohledu na zpracovaný podnikatelský plán společnosti Lanové centrum s.r.o. lze předložený podnikatelský záměr posoudit jako realizovatelný, s perspektivním výhledem do budoucna vzhledem k možnostem dalšího rozvoje.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Počty ekonomický subjektů podle právních forem podnikání v letech 2012-2016	14
Tabulka 2: Ansoffova matice.....	23
Tabulka 3: SWOT analýza.....	41
Tabulka 4: Konkurenti - lanová centra	42
Tabulka 5: Ostatní konkurenti	42
Tabulka 6: Složení obyvatelstva dle věku v Plzeňském kraji.....	54
Tabulka 7: Plán rozsahu projektu WBS.....	60
Tabulka 8: Předpokládané finanční prostředky potřebné k založení společnosti.....	64
Tabulka 9: Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého hmotného majetku a hmotných movitých věcí a jejich souborů	65
Tabulka 10: Předpokládané provozní náklady v prvním roce podnikání	66
Tabulka 11: Předpokládané finanční náklady.....	67
Tabulka 12: Mzdové náklady - dohoda o provedení práce.....	67
Tabulka 13: Předpokládané osobní náklady v prvním roce podnikání – hlavní pracovní poměr	68
Tabulka 14: Odpisový plán dlouhodobého hmotného majetku	68
Tabulka 15: Předpokládané výnosy v prvním roce podnikání	70
Tabulka 16: Počáteční rozvaha	72
Tabulka 17: Předpokládaný výkaz zisku a ztráty	73
Tabulka 18: Plánovaný přehled o peněžních tocích	74
Tabulka 19: Ukazatel rentability tržeb.....	74
Tabulka 20: Ukazatel úrokového krytí	75
Tabulka 21: Identifikace rizik.....	78
Tabulka 22: Mapa rizik.....	79

Seznam obrázků

Obrázek 1: Komunikační model	25
Obrázek 2 : Otázka č. 1	44
Obrázek 3: Otázka č. 2.....	45
Obrázek 4: Otázka č. 3.....	45
Obrázek 5: Otázka č. 4.....	46
Obrázek 6: Otázka č. 5.....	46
Obrázek 7: Otázka č. 6.....	47
Obrázek 8: Otázka č. 7.....	47
Obrázek 9: Otázka č. 8.....	48
Obrázek 10: Otázka č. 9.....	48
Obrázek 11: Otázka č. 10.....	49
Obrázek 12: Otázka č. 11.....	49
Obrázek 13: Otázka č. 12.....	50
Obrázek 14: Otázka č. 1 - anketa.....	51
Obrázek 15: Otázka č. 2 - anketa.....	52
Obrázek 16: Otázka č. 3 - anketa.....	53
Obrázek 17: Ganttův diagram - plán projektu	61

Seznam použitých zkratk

ČSN EN	Česká soustava norem Evropské normy
ČSOB	Československá obchodní banka
ČSÚ	Český statistický úřad
DHM	Dlouhodobý hmotný majetek
DPH	Daň z přidané hodnoty
DPP	Dohoda o provedení práce
EET	Elektronická evidence tržeb
FÚ	Finanční úřad
ISO	International Organization for Standardization
Kč	Koruna česká
MHD	Městská hromadná doprava
MŠ	Mateřská škola
OSVČ	Osoba samostatně výdělečně činná
OSSZ	Okresní správa sociálního zabezpečení
p. a.	Per annum
PB	Public relations
PEST	Political Economic Sicio-Cultural Technological
PESTELE	Political Economic Sicio-Cultural Technological Legal Ethical/Environmental
s.r.o.	Společnost s ručením omezeným
TÜV CZ	Technischer Überwachungs Verein
WBS	Work breakdown structure
SWOT	Strength Weaknesses Opportunities Threatst
ZŠ	Základní škola

Seznam použité literatury

BALOUNOVÁ, Pavla. *Marketingový plán společnosti Lanové centrum s.r.o.* Plzeň, 2016. Seminární práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

BALOUNOVÁ, Pavla. *Projektový management* Plzeň, 2017. Seminární práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická.

BŘEZINOVÁ, Hana. *Účetní předpisy pro vybrané účetní jednotky: zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví - vyhláška č. 410/2009 Sb. - české účetní standardy č. 701 až 710.* Praha: Wolters Kluwer, 2017. Praktický komentář. ISBN 978-80-7552-581-9.

FOTR, Jiří; Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování.* Praha: Grada Publishing, 2005. Expert (Grada). ISBN 80-247-0939-2.

GALAI, Dan, Lior HILLEL a Daphna WIENER. *How to create a successful business plan: for entrepreneurs, scientists, managers and students.* New Jersey: World Scientific, 2016. ISBN 9789814651288.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Strategický marketing: strategie a trendy.* 2., rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4670-8.

JOSKOVÁ, Lucie; Jan ŠAFRÁNEK, Pěva POKORNÁ, Pavel PRAVDA a Markéta PRAVDOVÁ. *Nová společnost s ručením omezeným: právo, účetnictví, daň.* Aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing, 2015. Právo pro praxi. ISBN 978-80-247-5837-4.

JUROVÁ, Marie. *Základy podnikání.* Ostrava: Key Publishing, 2009. Management (Key Publishing). ISBN 978-80-7418-018-7.

KRECHOVSKÁ, Michaela; Petra TAUŠL PROCHÁZKOVÁ. *Podnikatelská kultura, image podnikatele a jejich řízení.* V Plzni: Západočeská univerzita, 2011. ISBN 978-80-261-0012-6.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání.* Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.

KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum: nové trendy, kvantitativní a kvalitativní metody a techniky, průběh a organizace, aplikace v praxi, přínosy a možnosti.* Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80-247-0966-x.

MOUDRÝ, Marek. *Marketing: základy marketingu*. Kralice na Hané: Computer Media, 2008. ISBN 978-80-7402-000-1.

Nový občanský zákoník: zákon č. 89/2012 Sb. ze dne 3. února 2012. Praha: Ústav práva a právní vědy, 2014. Právo a management. ISBN 978-80-87974-01-8.

REŽŇÁKOVÁ, Mária. *Efektivní financování rozvoje podnikání*. Praha: Grada, 2012. Finance (Grada). ISBN 978-80-247-1835-4.

RYNEŠ, Petr. *Cash flow v účetní závěrce: [komentář, příklady]*. 3., aktualiz. vyd. Olomouc: ANAG, c2009. Účetnictví (ANAG). ISBN 978-80-7263-490-3.

SEDLÁČKOVÁ, Helena; Karel BUCHTA. *Strategická analýza*. 2., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2006. C.H. Beck pro praxi. ISBN 80-7179-367-1.

SKALICKÝ, Jiří; Milan JERMÁŘ; Jaroslav SVOBODA. *Projektový management a potřebné kompetence*. V Plzni: Západočeská univerzita, 2010. ISBN 978-80-7043-975-3.

SKÁLOVÁ, Jana. *Podvojně účetnictví 2017*. Dvacáté třetí vydání. Praha: Grada Publishing, 2017. Účetnictví a daně (Grada). ISBN 978-80-271-0423-9.

SCHULTZ, Don E.; Stanley I. TANNENBAUM; Robert F. LAUTERBORN. *The new marketing paradigm*. Lincolnwood, Ill., USA: NTC Business Books, c1994. ISBN 9780844234526.

SRPOVÁ, Jitka; Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, Jitka. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.

SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. Praha: Grada, 2006. Expert (Grada). ISBN 80247-1501-5.

SYNEK, Miloslav; Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 5., přeprac. a dopl. vyd. Praha: C.H. Beck, 2010. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-336-3.

VEBER, Jaromír; Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VOCHOZKA, Marek; Petr MULAČ. *Podniková ekonomika*. Praha: Grada, 2012. Finanční řízení. ISBN 978-80-247-4372-1.

Zákon o obchodních korporacích s komentářem: s účinností od 1. 1. 2014 nahrazuje obchodní zákoník. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4834-4.

Živnostenský zákon: [texty s názvy paragrafů a věcným rejstříkem] : právní stav ke dni .. Praha: C.H. Beck, [200-]-. Texty zákonů.

Internetové zdroje

ČSÚ. Statistická ročenka Plzeňského kraje 2017. *Český statistický úřad* [online]. Praha: ČSÚ, [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/4-obyvateľstvo-vd7yx99fju>

Tachovský deník: Z regionu. *Tachovský deník: Radyně hlásí letos rekordní návštěvnost* [online]. [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <https://tachovsky.denik.cz/z-regionu/radyne-letos-hlasi-rekordni-navstevnost-20171105.html>

ČSOB. Podnikatelé firmy a instituce: *Produkty účty a platební styk* [online]. Praha: ČSOB, [cit. 2018-03-13]. Dostupné z https://www.csob.cz/portal/podnikatele-firmy-a-instituce/produkty/ucty-a-platebni-styk/bezne-platebni-ucty/podnikatelske-konto?bid1=ps-sme-SME_SE-17w05-google-red170008379#sazebnik

COLMEX s.r.o. *Reference*. [online]. [cit. 12. 03. 2018] Dostupné z <http://www.colmex.cz/reference/realizace/>

Seznam příloh

Příloha A Náležitosti ohlášení živnosti.....	90
Příloha B Průzkum spokojenosti se současným stavem venkovního sportovního vyžití pro děti	92
Příloha C Průzkum zájmu mateřských a základních škol o využití dětského lanového centra.....	93
Příloha D Turistické stezky na hrad Radyně a umístění lanového centra	94
Příloha E Kalkulace podnikatelského úvěru	95
Příloha F Daňové odpisy - lanové centrum	99
Příloha G Daňové odpisy - terénní úpravy	100
Příloha H Daňové odpisy – srub	101
Příloha I Daňové odpisy - zahradní traktor.....	102
Příloha J Nabídka pojištění od společnosti Kooperativa a.s.	103
Příloha K Nabídka od společnosti TR Antoš.....	114
Příloha L Návrh realizace workout - hřiště od společnosti Colmex.....	116

Přílohy

Příloha A Náležitosti ohlášení živnosti

V ohlášení uvádí fyzická osoba především tyto údaje:

- jméno a příjmení,
- státní občanství,
- trvalé bydliště,
- rodné číslo, bylo-li přiděleno, jinak datum narození,
- zahraniční fyzická osoba uvede své bydliště mimo území ČR a místo pobytu v České republice,
- údaj, zda soud nebo správní orgán uložil zákaz činnosti nebo zda trvá jiná překážka týkající se provozování živnosti,
- provozuje-li živnost prostřednictvím odpovědného zástupce, uvedou se údaje týkající se jeho osoby,
- obchodní jméno,
- předmět a místo podnikání,
- identifikační číslo (IČO), bylo-li přiděleno,
- provozovny, pokud jsou zřízené,
- datum zahájení provozování živnosti,
- datum ukončení provozování živnosti, pokud zamýšlí provozovat živnost na dobu určitou.

Při ohlášení živnosti je zároveň nutné doložit přílohy uvedené v § 46 živnostenského zákona v platném znění.

Přílohy k ohlášení živnosti:

- výpis z rejstříku trestů, nesmí být starší více jak 3 měsíce,
- výpis z rejstříku trestů odpovědného zástupce, pokud je ustanoven,
- doklad osvědčující právní důvod užívání pro místo podnikání, liší-li se od bydliště,
- doklady o odborné způsobilosti, popř. odborné způsobilosti odpovědného zástupce požadované u řemeslných a vázaných živností,
- čestné prohlášení zástupce,

- doklad o zaplacení správního poplatku 1.000 Kč za každou ohlašovanou živnost,
- doklad o tom, že nemáme žádné daňové nedoplatky, vydá ho FÚ a nesmí být starší více než 3 měsíce,
- doklad o nedoplatkách na platbách „sociálního pojištění“, nesmí být starší než 3 měsíce, vydá OSSZ,
- doklady, které prokazují případné provozování živnosti průmyslovým způsobem,
- výpis z obchodního rejstříku, jste-li v něm zapsáni, nesmí být starší než 3 měsíce.

Příloha B Průzkum spokojenosti se současným stavem venkovního sportovního vyžití pro děti

Průzkum spokojenosti se současným stavem venkovního sportovního vyžití pro děti

Tento dotazník by měl posloužit k zjištění, zda je ve vašem blízkém okolí dostatek venkovních sportovišť pro děti předškolního a školního věku tj. od 3 let – do 15 let. Vyhovující odpověď označte kroužkem, případně doplňte.

1. Trávíte volný čas se svými dětmi sportem? Ano Ne
2. Máte v blízkosti svého bydliště nějaké venkovní sportovní centrum? Ano Ne
3. Pokud ano, navštěvujete ho? Ano Ne
4. Jaký typ sportoviště to je a jak často ho navštěvujete?
5. Jaký typ nového dětského sportovního centra byste uvítali?
 - a) dětské koupaliště
 - b) motokárová dráha
 - c) dětské lanové centrum
 - d) dětský skate park
 - e) žádné
 - f) jiné.....
6. Jak často byste takové sportovní centrum navštěvovali?
 - a) 1 x týdně
 - b) 1 x měsíčně
 - c) občas
 - d) nebudu navštěvovat
7. Jakou vzdálenost jste ochotni do sportovního centra dojíždět?
 - a) do 10 km
 - b) 20 km
 - c) 30 km
 - d) v dostupnosti MHD
8. Jak velkou částku jste ochotni zaplatit za vstup na takové sportoviště za jednu osobu ?
 - a) 50Kč
 - b) 70Kč
 - c) 90Kč
 - d) jinou.....
9. Uspořádali byste v takovém centru např. narozeninovou oslavu pro své děti? Ano Ne
10. Do jaké skupiny se řadíte?
 - a) student
 - b) zaměstnanec
 - c) podnikatel
 - d) nezaměstnaný
 - e) na rodičovské dovolené
 - f) v domácnosti
 - g) prarodič s vnoučaty
11. Kolik je Vám let?
 - a) 18 – 25
 - b) 26- 35
 - c) 36 – 50
 - d) 51 a více
12. Jaké je místo Vašeho bydliště?
 - a) Plzeň – město
 - b) Plzeň – jih
 - c) Plzeň – sever
 - d) jiné.....

Děkují za Váš čas, který jste strávili vyplněním tohoto dotazníku.

Příloha C Průzkum zájmu mateřských a základních škol o využití dětského lanového centra

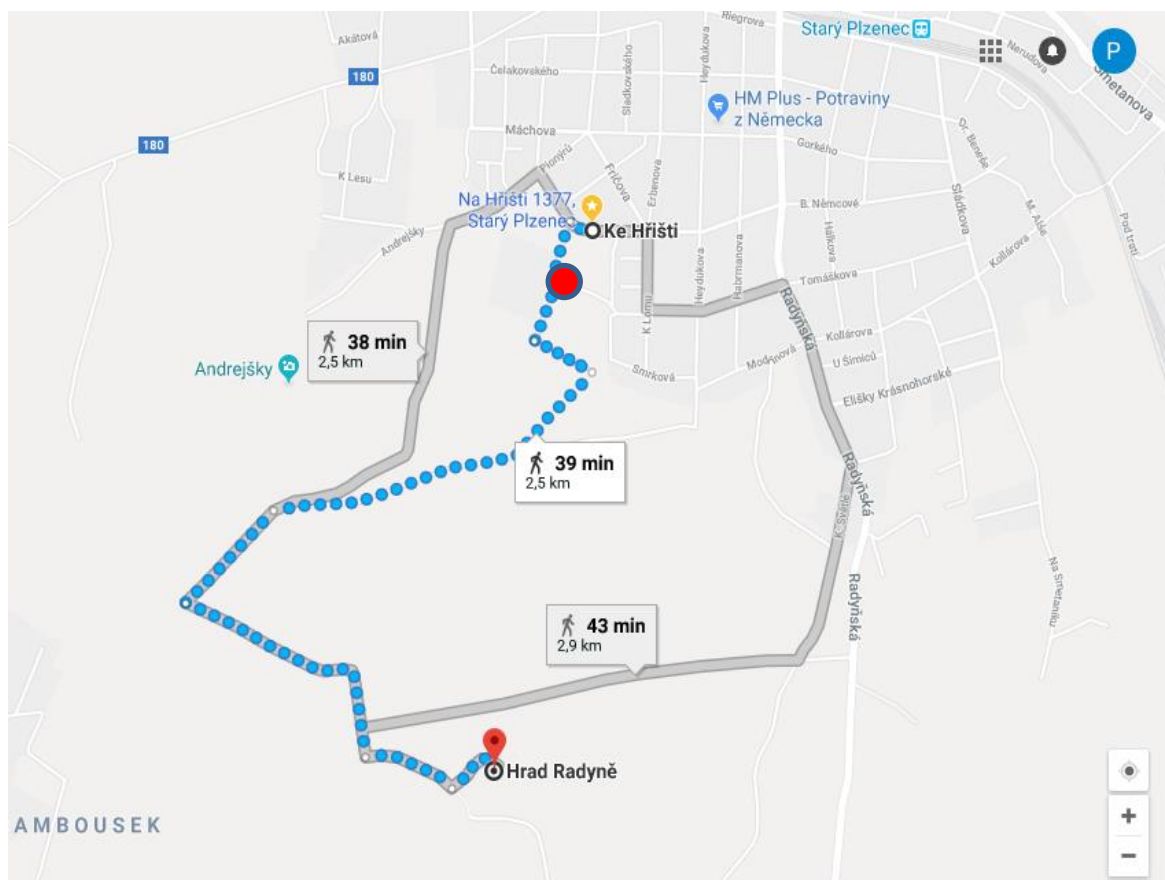
Průzkum zájmu mateřských a základních škol o využití dětského lanového centra

Tento dotazník by měl posloužit k zjištění, zda by byl zájem mateřských a základních škol o návštěvu venkovního sportoviště pro děti předškolního a školního věku tj. od 3-15 let. Vyhovující odpověď zaškrtněte. Před odesláním prosím uložte.

- | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|
| 1. Pořádá Vaše škola školní výlety? | Ano | Ne |
| 2. Měla by Vaše škola zájem o školní výlet do dětského lanového centra? | Ano | Ne |
| 3. Využili byste takové lanové centrum i během roku, např. v rámci tělesné výchovy? | Ano | Ne |
| 4. Jste | MŠ | ZŠ |

Děkuji za Váš čas, který jste strávili vyplněním tohoto dotazníku.

Příloha D Turistické stezky na hrad Radyně a umístění lanového centra



Příloha E Kalkulace podnikatelského úvěru

Seznam Email

<https://email.seznam.cz/?hp#search/prefix:vais/49>

VAIS Marek mvais@csob.cz

13. 3. 2018, 15:55

Komu: pbalounova@seznam.cz

✉ RE: Žádost o zpracování podnikatelského úvěru na výstavbu lanového centra ☆

Dobrý den,
Ideálně tento týden čtvrtek ve 14:00 na pobočce Americká v Plzni.
Vyhovuje?
S pozdravem,

Ing. Marek Vais
Firemní bankéř - III
Československá obchodní banka, a. s.
FIB Plzeň - Americká
Americká 2487/60
305 55 Plzeň

fax: +420 377 219 728
mobil: +420 603 800 836
e-mail: mvais@csob.cz
<http://www.csob.cz/>

Je nutné tento e-mail tisknout? Myslete na životní prostředí.



From: Pavla Balounová [<mailto:pbalounova@seznam.cz>]
Sent: Tuesday, March 13, 2018 12:34 PM
To: VAIS Marek <mvais@csob.cz>
Subject: RE: Žádost o zpracování podnikatelského úvěru na výstavbu lanového centra

Dobrý den, pane Vaisi,

děkuji za zasloupanou nabídku. S osobním setkáním pro upřesnění detailů uvítám. Prosím o navržení termínu z Vaší strany.

Děkuji
Pavla Balounová

----- Původní e-mail -----

Od: VAIS Marek <mvais@csob.cz>
Komu: Pavla Balounová <pbalounova@seznam.cz>
Datum: 13. 3. 2018 11:34:28
Předmět: RE: Žádost o zpracování podnikatelského úvěru na výstavbu lanového centra

Dobrý den paní Balounová,

Posílám příslušné nacenění úvěru u nás v ČSOB:

Úvěr 1,2M Kč, splatnost 10let, doba čerpání 6měsíců, fixní úroková sazba po celou dobu úvěru ve výši 4,8% p.a., poplatek za poskytnutí úvěru 2tis.Kč.

Úvěr 0,5M Kč, splatnost 10let, doba čerpání 6měsíců, fixní úroková sazba po celou dobu úvěru ve výši 4,2% p.a., poplatek za poskytnutí úvěru 2tis.Kč.

Úvěr bude zajištěn firemní směnkou s osobním avalem vlastníků společnosti.

Samozřejmě můžeme ještě probrat délku fixace sazby, ale vzhledem k vývoji úrokových sazeb na trhu, bych doporučoval volit spíše delší fixace.

Příslušnému poskytnutí úvěru od ČSOB předchází jeho schvalování, které zabere cca 14dní. Bylo by tedy fajn se ještě před tímto sejit a doplnit si od Vás některé podklady.

Přeji hezký den,

Ing. Marek Vais
Firemní bankéř - III
Československá obchodní banka, a. s.
FIB Plzeň - Americká
Americká 2487/60
305 55 Plzeň

fax: +420 377 219 728
mobil: +420 603 800 836
e-mail: mvais@csob.cz
<http://www.csob.cz/>

Je nutné tento e-mail tisknout? Myslete na životní prostředí.



From: Pavla Balounová [<mailto:pbalounova@seznam.cz>]
Sent: Tuesday, March 13, 2018 8:37 AM
To: VAIS Marek <mvais@csob.cz>
Subject: Žádost o zpracování podnikatelského úvěru na výstavbu lanového centra

Vážený pane Vaisi,

na základě našeho telefonického rozhovoru prosím o zpracování podnikatelského úvěru na výstavbu dětského lanového centra ve Starém Plzenci v následujících dvou formách:

- 1) 100% podnikatelský úvěr ve výši 1.200.000 Kč
- 2) 500.000 Kč podnikatelský úvěr a 700.000 Kč investice z vlastních zdrojů.

V případě potřeby dalších informací mě kontaktujte.

S pozdravem
Pavla Balounová

Na Hřišti 1377
33200 Starý Plzenec
Tel.: 604297580
pbalounova@seznam.cz

.....

Právní informace: Tento e-mail a všechny připojené soubory (i) jsou důvěrné a mohou být chráněny zákonem a (ii) nejsou návrhem na uzavření smlouvy ani jeho přijetím, ležade jsou tak výslovně označeny. Tento e-mail je určen pouze uvedenému příjemci a dalším osobám, které jsou jmenovitě uvedeny jako příjemci. Jestliže nejste oprávněným příjemcem, pak jakákoliv forma zveřejnění, reprodukce, kopírování, distribuce nebo šíření je přísně zakázána. Pokud jste obdržel tento e-mail omylem, oznaňte to, prosím, neprodlejte jeho odesílateli a pak jej vymažte. CSOB neručí za bezchybný a úplný přenos zasílaných informací, ani za zpoždění nebo přerušování přenosu a ani za škody způsobené použitím nebo důvěrou v tyto informace.

Legal Disclaimer: This e-mail and any attached files (i) are confidential and may be legally privileged and (ii) do not constitute any proposal for conclusion of an agreement or its acceptance, unless they are expressly designated as such. If you are not the addressee, any disclosure, reproduction, copying, distribution, or other dissemination or use of this communication is strictly prohibited. If you have received this transmission in error please notify CSOB immediately and then delete this e-mail. CSOB does not accept liability for the correct and complete transmission of the information, nor for any delay or interruption of the transmission, nor for damages arising from the use of or reliance on the information. All e-mail messages addressed to, received or sent by CSOB or CSOB employees are deemed to be professional in nature. Accordingly, the sender or recipient of these messages agrees that they may be read by other CSOB employees than the official recipient or sender in order to ensure the continuity of work-related activities and allow supervision thereof.

Přílohy

Úroky za běžný měsíc

ROK	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
leden		1,726	1,582	1,430	1,273	1,109	0,937	0,759	0,572	0,378	0,175
únor		1,715	1,569	1,418	1,260	1,095	0,923	0,743	0,556	0,361	0,158
březen		1,703	1,557	1,405	1,246	1,081	0,908	0,728	0,541	0,345	0,141
duben		1,691	1,544	1,392	1,233	1,068	0,893	0,713	0,525	0,328	0,123
květen		1,679	1,532	1,379	1,219	1,052	0,879	0,697	0,508	0,311	0,106
červen		1,667	1,519	1,366	1,205	1,038	0,864	0,682	0,492	0,295	0,088
červenec		1,655	1,507	1,353	1,192	1,024	0,849	0,666	0,476	0,278	0,071
srpen		1,643	1,494	1,339	1,178	1,010	0,834	0,651	0,460	0,261	0,053
září		1,631	1,482	1,326	1,164	0,995	0,819	0,635	0,444	0,244	0,036
říjen		1,618	1,469	1,313	1,150	0,981	0,804	0,620	0,427	0,227	0,018
listopad	1,750	1,606	1,456	1,300	1,137	0,966	0,789	0,604	0,411	0,210	
prosinec	1,738	1,594	1,443	1,286	1,123	0,952	0,774	0,588	0,395	0,193	
celkem	3,488	19,926	18,154	16,306	14,379	12,369	10,273	8,087	5,808	3,431	0,970

Kč113 190

Splátky jistiny a úroku v měsících

ROK	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
leden		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
únor		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
březen		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
duben		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
květen		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
červen		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
červenec		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
srpen		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
září		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
říjen		5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
listopad	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
prosinec	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110	5,110
celkem	10,220	61,319	61,319	61,319	61,319	61,319	61,319	61,319	61,319	61,319	51,099

Kč613 190

Příloha F Daňové odpisy - lanové centrum

Rok	Zůstatková cena	Roční odpis	Oprávky celkem
2018	942 346	13 381	13 381
2019	909 851	32 495	45 876
2020	877 356	32 495	78 371
2021	844 861	32 495	110 866
2022	812 366	32 495	143 361
2023	779 871	32 495	175 856
2024	747 376	32 495	208 351
2025	714 881	32 495	240 846
2026	682 386	32 495	273 341
2027	649 891	32 495	305 836
2028	617 396	32 495	338 331
2029	584 901	32 495	370 826
2030	552 406	32 495	403 321
2031	519 911	32 495	435 816
2032	487 416	32 495	468 311
2033	454 921	32 495	500 806
2034	422 426	32 495	533 301
2035	389 931	32 495	565 796
2036	357 436	32 495	598 291
2037	324 941	32 495	630 786
2038	292 446	32 495	663 281
2039	259 951	32 495	695 776
2040	227 456	32 495	728 271
2041	194 961	32 495	760 766
2042	162 466	32 495	793 261
2043	129 971	32 495	825 756
2044	97 476	32 495	858 251
2045	64 981	32 495	890 746
2046	32 486	32 495	923 241
2047	0	32 495	955 726

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Příloha G Daňové odpisy - terénní úpravy

Rok	Zůstatková cena	Roční odpis	Oprávky celkem
2018	69 020	980	980
2019	66 640	2 380	3 360
2020	64 260	2 380	5 740
2021	61 880	2 380	8 120
2022	59 500	2 380	10 500
2023	57 120	2 380	12 880
2024	54 740	2 380	15 260
2025	52 360	2 380	17 640
2026	49 980	2 380	20 020
2027	47 600	2 380	22 400
2028	45 220	2 380	24 780
2029	42 840	2 380	27 160
2030	40 460	2 380	29 540
2031	38 080	2 380	31 920
2032	35 700	2 380	34 300
2033	33 320	2 380	36 680
2034	30 940	2 380	39 060
2035	28 560	2 380	41 440
2036	26 180	2 380	43 820
2037	23 800	2 380	46 200
2038	21 420	2 380	48 580
2039	19 040	2 380	50 960
2040	16 660	2 380	53 340
2041	14 280	2 380	55 720
2042	11 900	2 380	58 100
2043	9 520	2 380	60 480
2044	7 140	2 380	62 860
2045	4 760	2 380	65 240
2046	2 380	2 380	67 620
2047	0	2 380	70 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Příloha H Daňové odpisy – srub

Rok	Zůstatková cena	Roční odpis	Oprávký celkem
2018	48 925	1 075	1 075
2019	46 349	2 576	3 651
2020	43 773	2 576	6 227
2021	41 197	2 576	8 803
2022	38 621	2 576	11 379
2023	36 045	2 576	13 955
2024	33 469	2 576	16 531
2025	30 893	2 576	19 107
2026	28 317	2 576	21 683
2027	25 741	2 576	24 259
2028	23 165	2 576	26 835
2029	20 589	2 576	29 411
2030	18 013	2 576	31 987
2031	15 437	2 576	34 563
2032	12 861	2 576	37 139
2033	10 285	2 576	39 715
2034	7 709	2 576	42 291
2035	5 133	2 576	44 867
2036	2 557	2 576	47 443
2037	0	2 575	50 000

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Příloha I Daňové odpisy - zahradní traktor

Rok	Zůstatková cena	Roční odpis	Oprávký celkem
2018	33 731	4 169	4 169
2019	25 298	8 433	12 602
2020	16 865	8 433	21 035
2021	8 432	8 433	29 468
2022	0	8 432	37 900

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Příloha J Nabídka pojištění od společnosti Kooperativa a.s.

Kontakty – Seznam Email

<https://email.seznam.cz/?hp#search/prefix:modliková/49>

Modlíková Petra pmodlikova@koop.cz ▾

16. 3. 2018, 16:15

Komu: pbalounova@seznam.cz

✉ kalkulace lanového centra



Vážená paní Balounová,

na základě Vaší poptávky zasílám slíbenou kalkulaci pojištění lanového centra ve Starém Plzenci. Při výpočtu jsem vycházela z Vámi poskytnutých informací. Jedná se tedy o předběžnou kalkulaci. V případě zájmu se mi prosím ozvěte buď prostřednictvím emailu nebo telefonicky a domluvíme bychom osobní schůzku. Mějte pěkný den a v případě dotazů jsem k dispozici.

Petra Modlíková / Agentura Západní Čechy
Pojišťovací poradce – přepážka
Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group
Solní 2, Plzeň 30100
Tel.: 377 223 477, **Mobil:** 734 793 461
pmodlikova@koop.cz, www.koop.cz

Přílohy



Lanove_centrum_Baloun_KNZ_MP2__modelace_180316_140656.pdf – PDF, 145 kB

↓ Stáhnout Zobrazit >

MODELACE

pro komplexní pojištění podnikatelů – START PLUS (MP2)

Tento dokument není návrhem pojistitele na uzavření pojistné smlouvy a na jeho základě nevzniká závazek pojistitele.

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group

se sídlem Pobřežní 665/21, 18600 Praha 8, Česká republika
IČO: 47116617
zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, sp. zn. B 1897
(dále jen „**pojistitel**“)

a

Lanové centrum Baloun

Zastoupená: předsedkyně, Pavla Balounová
IČO: 64354440
se sídlem: Zahradní 243, 33202 Starý Plzenec
zapsaná v obchodním rejstříku, příp. jiné zákonné evidenci
Korespondenční adresa je shodná s adresou sídla
(dále jen „**pojistník**“)

uzavírají

podle zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění, tuto pojistnou smlouvu (dále jen „**smlouva**“), která spolu s pojistnými podmínkami pojistitele uvedenými v článku 1. této smlouvy a přílohami této smlouvy tvoří nedílný celek.

ČLÁNEK 1. **Úvodní ustanovení**

- Pojistník je pro účely této smlouvy zároveň pojištěným.
- Činnosti provozované v místě pojištění:
taneční škola
- Pro pojištění sjednané touto smlouvou platí zákon o pojistné smlouvě a ostatní obecně závazné právní předpisy, ustanovení této pojistné smlouvy a následující smluvní ujednání a pojistné podmínky:
 - P - 100/14** - Všeobecné pojistné podmínky pro pojištění majetku a odpovědnosti
 - P - 150/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro živelní pojištění
 - P - 200/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro pojištění pro případ odcizení
 - P - 205/14** - Dodatkové pojistné podmínky upravující způsoby zabezpečení
 - P - 250/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro pojištění skla
 - P - 300/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro pojištění strojů
 - P - 320/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro pojištění elektronických zařízení
 - P - 600/14** - Zvláštní pojistné podmínky pro pojištění odpovědnosti za újmu

- Doba trvání pojištění

Počátek pojištění: 17. 03. 2018

Pojištění se sjednává na dobu **jednoho pojistného roku**. Pojištění se prodlužuje o další pojistný rok, pokud některá ze smluvních stran nesdělí písemně druhé smluvní straně nejpozději šest týdnů před uplynutím příslušného pojistného roku, že na dalším trvání pojištění nemá zájem. V případě nedodržení lhůty pro doručení sdělení uvedené v předchozí větě pojištění zaniká až ke konci následujícího pojistného roku, pro který je tato lhůta dodržena.

Pojištění však zanikne nejpozději 16. 03. 2028, po tomto dni již k prodloužení pojištění nedochází.

ČLÁNEK 2. **Pojištění majetku na místě pojištění**

Pravidla pro stanovení výše pojistného plnění jsou podrobně upravena v pojistných podmínkách vztahujících se ke sjednanému pojištění a v dalších ustanoveních této pojistné smlouvy. Na stanovení výše pojistného plnění tedy může mít vliv např. stupeň opotřebení, provedení opravy či znovupořízení nebo způsob zabezpečení pojištěných věcí. Stanovení stupně opotřebení se odvíjí od stáří pojištěné věci (od jejího zhotovení, výroby, prvního uvedení do provozu apod.)

1. Místo pojištění: Zahradní 243, 33202 Starý Plzenec

Specifikace místa pojištění: lanové centrum, taneční škola se zázemím

2. Specifikace pojištění

2.1 Provozujete svoji činnost v budově, nebo stavbě, která je požárně neodolná? Ne

2.2 Nachází se místo pojištění pouze ve 2. nebo vyšším nadzemním podlaží? Ne

2.3 Pojistník prohlašuje, že na místě pojištění se v posledních 20 letech nevyskytla povodeň nebo záplava ani jednou.

3. Pojištění nemovitých objektů a movitých předmětů

Pojištění se sjednává v rozsahu: **POŽÁRNÍ NEBEZPEČÍ, NÁRAZ NEBO PÁD, KOLIŘ, POVODEŇ NEBO ZÁPLAVA, VODOVODNÍ NEBEZPEČÍ, VICHŘICE NEBO KRUPOBITÍ, SESUV, ZEMĚTŘESENÍ, TÍHA SNĚHU NEBO NÁMRAZY, KRÁDEŽ S PŘEKONÁNÍM PŘEKÁŽKY, LOUPEŽ, VANDALISMUS.**

3.1 Nemovité objekty

Za nemovité objekty se považují budovy, ostatní stavby včetně stavebních součástí a příslušenství, jednotka oprávněně užívaná k výkonu činnosti uvedené v této pojistné smlouvě.

Nesjednáno

3.2 Movité předměty

Předmětem pojištění je soubor movitých předmětů v místě pojištění, pokud jsou oprávněně užívány k výkonu činnosti uvedené v této pojistné smlouvě, nebo byly převzaty v souvislosti s touto činností.

Za movité předměty se považují zásoby, vlastní movité zařízení a vybavení (provozní a výrobní zařízení včetně strojů a elektronických zařízení, nábytek, zařizovací předměty apod.), vlastní stavební součásti a příslušenství v cizí budově, cenné předměty a finanční prostředky, věci umělecké, historické nebo sběratelské hodnoty, dokumentace, cizí předměty užívané (včetně strojů a elektronických zařízení), cizí předměty převzaté.

Za movité předměty se rovněž považuje pokladní systém EET (vlastní i užívaný), a to včetně software, se kterým byl dodán.

Pojistná částka činí

1 000 000 Kč

3.3 Výluky z pojištění:

Vedle výluk vyplývajících z příslušných ustanovení pojistných podmínek platí pro pojištění **nemovitých objektů a movitých předmětů** následující výluky a omezení pojistného krytí:

- a) pojištění pro případ škod způsobených tíhou sněhu nebo námrazy se vztahuje pouze na škody vzniklé na pojištěných budovách,
- b) pojištění se nevztahuje na neodolné budovy nebo stavby a ani na věci v nich uložené. Za neodolné budovy nebo stavby se považují budovy, stavby nebo mobilní buňky:
 - i. s dřevěnou nosnou konstrukcí, které nejsou chráněny protipožární úpravou
 - ii. z desek na bázi dřeva a papíru (dřevotřískové, pilníkové desky, překližky, desky z odpadní papírové hmoty apod.), které nejsou chráněny protipožární úpravou
 - iii. s obvodovým pláštěm na bázi fólie, textilu nebo plastu
 - iv. nafukovací či přetlakové haly

3.4 Rozšíření pojistného krytí:

3.4.1 Technická rizika

Pojištění se vztahuje i na náhle **poškození nebo zničení pojištěného stroje** jinou nahodilou událostí, která není z pojištění vyloučena příslušnými pojistnými podmínkami; **toto rozšíření pojistného krytí se však nevztahuje na poškození nebo zničení mobilního stroje.** Za mobilní stroj se považuje pracovní stroj samojízdný, pracovní stroj přípojný, zemědělský a lesnický traktor a jeho přípojné vozidlo.

V případě zničení pojištěného stroje se stanovení stupně jeho opotřebení odvíjí od jeho stáří. Pro určení stáří stroje je rozhodující rok jeho prvního uvedení do provozu. V případě, že rok prvního uvedení do provozu nelze zjistit, je pro určení stáří stroje rozhodující rok jeho výroby.

Pojištění se vztahuje i na náhle **poškození nebo zničení elektronického zařízení** jinou nahodilou událostí, která není z pojištění vyloučena příslušnými pojistnými podmínkami,

3.4.2 Pojištění skel

Pojištění se vztahuje i na **rozbití skel pevně spojených s budovou nebo stavbou nebo skel zasazených v rámu, který je stavební součástí budovy nebo stavby, světelných reklam a nápisů (včetně těch zhotovených z plexiskla a jiných umělých hmot) a skla pultů a vitrín** nahodilou událostí, která není z pojištění vyloučena příslušnými pojistnými podmínkami.

3.4.3 Loupež peněz a cenin při přepravě

Pojištění se vztahuje i na loupež peněz nebo cenin, které přepravuje pojištěný nebo osoba jím pověřená.

3.4.4 Předměty uložené ve výloze nebo vitríně

V případě krádeže z výlohy nebo z vitríny či pultu, které jsou umístěny uvnitř provozovny pojištěného, kde překonání překážky spočívalo v rozbití jejich skla nebo v překonání jejich zámku, poskytne pojistitel pojistné plnění do výše:

- i. **5 % z horní hranice pojistného plnění** sjednané v místě pojištění pro pojištění skupiny věcí, do které náležely odcizené věci pojištěné proti odcizení, **maximálně však 20 000 Kč**, jde-li o **cenné předměty, věci umělecké, historické nebo sběratelské hodnoty nebo elektroniku**,
- ii. **10 % z horní hranice pojistného plnění** sjednané v místě pojištění pro pojištění skupiny věcí, do které náležely odcizené věci pojištěné proti odcizení, **maximálně však 50 000 Kč**, jde-li o **ostatní pojištěné věci** (jiné než výše uvedené).

3.4.5 Poškození pláště budovy malbami, nástřiky, polepením, zvířetem nebo hmyzem

Pojištění se vztahuje i na škody způsobené **úmyslným poškozením vnějšího obvodového pláště budovy** pojištěné proti vandalismu **malbami, nástřiky nebo polepením**. Pojistitel poskytne pojistné plnění pouze z jedné pojistné události nastalé v jednom místě pojištění v průběhu jednoho pojistného roku.

Pojištění se dále vztahuje na mechanické poškození kontaktního zateplení obvodového pláště pojištěné budovy způsobené jakýmkoliv zvířetem nebo hmyzem.

3.4.6 Atmosférické srážky

Pojištění se dále vztahuje i na poškození nebo zničení pojištěných věcí v důsledku atmosférických srážek, tzn. působením srážkové vody, která prosákla nebo vnikla do pojištěného prostoru.

Pojištění se nevztahuje na škody způsobené v důsledku vniknutí srážkové vody do pojištěného prostoru nedostatečně uzavřenými okny, venkovními dveřmi nebo jinými otvory nebo v důsledku zanedbané údržby pojištěné nemovitosti. Pojištěný je povinen po pojistné události neprodleně učinit opatření, aby ke stejné škodě nemohlo dojít při dalším působení srážek.

3.4.7 Vodné & stočné

Vznikne-li pojistná událost působením vodovodního nebezpečí, poskytne pojistitel plnění i za vodné a stočné účtované za únik vody, ke kterému došlo v souvislosti s pojistnou událostí. Pojištěný je povinen prokázat výši škody dokladem od smluvního dodavatele vody.

3.4.8 Náklady na obranu proti sankci uložené dle zákona o evidenci tržeb (EET)

V případě pojistné události na pojištěném pokladním systému EET nebo na datech zadaných do takového systému pojištěných v rámci pojištění dokumentace poskytne pojistitel také náhradu účelně vynaložených nákladů na právní obranu pojištěného proti sankci uložené za správní delikt spočívající v porušení povinnosti uložené zákonem o evidenci tržeb v důsledku výše uvedené pojistné události.

Z pojištění bude poskytnuta náhrada účelně vynaložených nákladů na obranu pojištěného ve správním řízení i řízení před soudem v rámci správního soudnictví, včetně nákladů právního zastoupení. Náklady právního zastoupení, které přesahují mimosmluvní odměnu advokáta v České republice stanovenou příslušnými právními předpisy, uhradí pojistitel pouze v případě, že se k tomu předem písemně zavázal.

Pojistitel nehradí náklady uvedené v tomto ujednání, jestliže byl pojištěný v souvislosti se škodnou událostí uznán vinným úmyslným trestným činem; pokud již tyto náklady uhradil, má proti pojištěnému právo na vrácení vyplacené částky.

V případě vzniku nároku na náhradu nákladů na obranu proti sankci uložené dle zákona o evidenci tržeb v souvislosti s více pojistnými událostmi z více pojištění sjednaných u pojistitele uvedeného v této pojistné smlouvě, které vznikly z totožné příčiny, poskytne pojistitel na náhradu takových nákladů v souhrnu ze všech takových pojistných událostí pojistné plnění maximálně do výše **50 000 Kč**.

4. Sjednávat se dále uvedené limity pojistného plnění pro:

4.1. cenné předměty a finanční prostředky

20 000 Kč

4.2. věci umělecké, historické nebo sběratelské hodnoty	100 000 Kč
4.3. dokumentaci	100 000 Kč
4.4. rozbítí skel dle čl. 2, odst. 3.4.2	100 000 Kč
4.5. loupež přepravovaných peněz nebo cenin na území České republiky	100 000 Kč
4.6. náhlé poškození nebo rozbítí strojních a elektronických zařízení dle čl. 2, odst. 3.4.1	50 000 Kč
4.7. škodu způsobenou vandalismem na nemovitých objektech a movitých předmětech	100 000 Kč
4.8. atmosférické srážky dle čl. 2, odst. 3.4.6.	100 000 Kč
4.9. vodné & stočné dle čl. 2, odst. 3.4.7.	40 000 Kč
4.10. zásoby, vlastní movité zařízení a vybavení, cizí předměty užívané a cizí předměty převzaté, které se nacházejí mimo místo pojištění na území České republiky, na kterém pojištění neprovádí konkrétní zakázky, a to do výše pojistné částky sjednané pro movité předměty, nejvýše však	300 000 Kč
4.11. zásoby, vlastní movité zařízení a vybavení, cizí předměty užívané a cizí předměty převzaté, které se nacházejí v místě dle výkonu zakázky pojištěného na území České republiky	20 000 Kč
4.12. úhrada nákladů na obranu proti uložené sankci (EET) dle čl. 2, odst. 3.4.8	50 000 Kč
5. Limit pojištění plnění pro škodu způsobenou povodní nebo záplavou:	1 000 000 Kč
6. Spoluúčast pro případ povodně nebo záplavy:	5%, min. 25 000 Kč
7. Spoluúčast pro ostatní pojistná nebezpečí:	3 000 Kč

ČLÁNEK 3. **Pojištění odpovědnosti za újmu**

Pojištění se vztahuje na povinnost pojištěného nahradit újmu způsobenou v souvislosti s činností, která je uvedena v čl. 1 odst. 2) této smlouvy, pokud ji pojištěný vykonává na základě platného podnikatelského oprávnění.

Pojištění se vztahuje i na povinnost pojištěného nahradit újmu vyplývající z vlastnictví nebo nájmu nemovitosti sloužící k výkonu činnosti uvedené v pojistné smlouvě.

1. Rozsah pojištění:

Pojištění povinností nahradit újmu s výjimkou újmy způsobené vadou výrobku a vadou práce po předání pro činnost:

- taneční škola

2. Limit pojistného plnění:

5 000 000 Kč

3. Spoluúčast:

3 000 Kč

4. Rozšíření pojistného krytí

4.1 Nakládání s plyny a s nebezpečnými chemickými látkami

Z pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou v souvislosti s nakládáním se stlačenými nebo zkapalněnými plyny a s nebezpečnými chemickými látkami a přípravky používanými v rámci činnosti uvedené v této pojistné smlouvě. Z pojištění dle předchozí věty poskytne pojistitel plnění ze všech pojistných událostí nastalých v průběhu jednoho pojistného roku do výše limitu pojistného plnění sjednaného pro pojištění odpovědnosti za újmu a v jeho rámci (sublimit), maximálně však do výše **5 000 000 Kč**.

4.2 Pojištění odpovědnosti z provozu pracovních strojů

Pojištění se vztahuje i na povinnost pojištěného nahradit újmu způsobenou v souvislosti s vlastnictvím nebo provozem motorového vozidla sloužícího jako pracovní stroj, včetně újmy způsobené výkonem činnosti pracovního stroje (odchylně od čl. 2 odst. 1) písm. b) ZPP P-600/14).

Pojištění se však nevztahuje na povinnost pojištěného nahradit újmu, pokud:

- a) v souvislosti se škodnou událostí bylo nebo mohlo být uplatněno právo na plnění z pojištění odpovědnosti za újmu (škodu) sjednaného ve prospěch pojištěného jinou pojistnou smlouvou (zejména z povinného pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou provozem vozidla), nebo
- b) jde o újmu, jejíž náhrada je předmětem povinného pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou provozem vozidla, ale právo na plnění z takového pojištění nemohlo být uplatněno z důvodu, že:
 - i) byla porušena povinnost takové pojištění uzavřít,
 - ii) jde o vozidlo, pro které právní předpis stanoví výjimku z povinného pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou provozem vozidla, nebo
 - iii) k újmě došlo při provozu vozidla na pozemní komunikaci, na které bylo toto vozidlo provozováno v rozporu s právními předpisy,
- c) jde o újmu, jejíž náhrada je právním předpisem vyloučena z povinného pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou provozem vozidla,
- d) ke vzniku újmy došlo při účasti na motoristickém závodě nebo soutěži nebo v průběhu přípravy na ně.

Pojistitel poskytne z pojištění dle tohoto článku pojistné plnění:

- a) v případě újmy způsobené výkonem činnosti pracovního stroje, která nemá původ v jeho jízdě, nejvýše do částky odpovídající sjednanému limitu pojistného plnění pro pojištění odpovědnosti za újmu a v jeho rámci (sublimit),
- b) v případech neuvedených pod písm. a) nejvýše do částky odpovídající sjednanému limitu pojistného plnění pro pojištění odpovědnosti za újmu, maximálně však do výše **500 000 Kč** ze všech pojistných událostí nastalých v průběhu jednoho pojistného roku v rámci limitu pojistného plnění sjednaného pro základní pojištění odpovědnosti za újmu (sublimit).

4.3 Odpovědnost za újmu způsobenou na věci převzaté nebo užívané

Pojištění se vztahuje i na povinnost nahradit újmu způsobenou na movité věci, kterou pojištěný převzal za účelem provedení objednané činnosti (dále jen převzaté věci), nebo na movité věci nebo zvířeti, které pojištěný oprávněně užívá nebo požívá (dále jen užívané věci).

Pojištění se nevztahuje na povinnost nahradit újmu na užívaných motorových vozidlech.

Pojištění se nevztahuje na povinnost nahradit újmu na převzatém zvířeti.

Sublimit: 500 000 Kč

Spoluúčast: 3 000 Kč

Pojištěný je povinen uložit a zabezpečit převzaté a užívané věci podle jejich charakteru a hodnoty tak, aby toto zabezpečení minimálně odpovídalo předepsanému způsobu zabezpečení vyplývajícímu z **Dodatkových pojistných podmínek upravujících způsoby zabezpečení P-205/14**. Je-li požadovaný způsob zabezpečení stanoven ve vazbě na horní hranici pojistného plnění, pojištěný porušil povinnost vyplývající z předchozí věty a porušení této povinnosti

mělo podstatný vliv na vznik pojistné události, její průběh nebo na zvětšení rozsahu jejích následků, neposkytne pojistitel z takové pojistné události plnění v rozsahu větším, než jaký podle Dodatkových pojistných podmínek upravujících způsob zabezpečení odpovídá skutečnému způsobu zabezpečení věci v době vzniku pojistné události. Odchylně od čl. 2, odst. 1, písm. b) ZPP P-600/14 se pojištění vztahuje i na povinnost nahradit újmu na převzatých motorových vozidlech způsobenou v souvislosti s provozem motorových vozidel. Z pojištění však zůstává vyloučena odpovědnost za újmu způsobenou při přepravě, včetně přepravy na základě přepravních nebo zasilatelských smluv. Pokud ke škodě došlo při dopravní nehodě, je podmínkou vzniku práva na plnění z pojištění splnění povinností ve vztahu k oznámení dopravní nehody, případně sepsání záznamu o dopravní nehodě vyplývajících z obecně závazných právních předpisů.

4.4 Regresy zdravotních pojišťoven a orgánů nemocenského pojištění - zaměstnanci

Pojištění se vztahuje i na povinnost poskytnout:

- a) náhradu nákladů na hrazené služby vynaložené zdravotní pojišťovnou,
- b) regresní náhradu orgánu nemocenského pojištění v souvislosti se vznikem nároku na dávku nemocenského pojištění,

pokud taková povinnost vznikla v důsledku pracovního úrazu nebo nemoci z povolání, které utrpěl zaměstnanec pojištěného. Tyto náhrady se pro účely pojištění posuzují obdobně jako náhrada újmy a platí pro ně přiměřeně podmínky pojištění odpovědnosti za újmu.

Sublimit: 5 000 000 Kč

Spoluúčast: 3 000 Kč

4.5 Nemajetková újma

Pojištění se vztahuje rovněž na povinnost poskytnout **peněžitou náhradu nemajetkové újmy** v jiných případech, než jsou uvedeny v čl. 1 odst. 2) ZPP P-600/14, pokud byla přiznána pravomocným rozhodnutím soudu na základě neoprávněného zásahu pojištěného do práva na ochranu osobnosti člověka, k němuž došlo v souvislosti s činností nebo vztahem pojištěného, na něž se vztahuje pojištění sjednané touto pojistnou smlouvou.

Mimo výluk vyplývajících z příslušných ustanovení pojistných podmínek vztahujících se k pojištění sjednanému touto pojistnou smlouvou se toto připojištění dále nevztahuje na povinnost k peněžitě náhradě nemajetkové újmy způsobené:

- a) urážkou, pomluvou,
- b) sexuálním obtěžováním nebo zneužíváním,
- c) porušením práv z průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví,
- d) v případech upravených v § 2971 občanského zákoníku (případně ustanovení, které jej nahradí).

Pojistitel je povinen poskytnout pojistné plnění pouze za předpokladu, že jsou současně splněny následující podmínky:

- i) k neoprávněnému zásahu do práva na ochranu osobnosti došlo po dni počátku tohoto připojištění,
- ii) nárok na peněžitou náhradu nemajetkové újmy byl proti pojištěnému poprvé uplatněn v době trvání tohoto připojištění,
- iii) pojištěný uplatnil nárok na plnění proti pojistiteli do 60 dní po zániku tohoto připojištění.

Pojistitel poskytne pojistné plnění z tohoto připojištění také z pojistných událostí vzniklých v důsledku neoprávněného zásahu do práva na ochranu osobnosti, ke kterému došlo v době trvání připojištění „O“ sjednaného u pojistitele uvedeného v této pojistné smlouvě pojistnou smlouvou (případně více na sebe navazujícími pojistnými smlouvami), bezprostředně předcházející (m) této pojistné smlouvě (podmínkou je nepřetržitě trvání připojištění).

Z pojistných událostí z připojištění nemajetkové újmy vzniklých v důsledku neoprávněného zásahu do práva na ochranu osobnosti, ke kterému došlo přede dnem počátku pojištění dle této pojistné smlouvy, však pojistitel neposkytne pojistné plnění v rozsahu větším, než jaký odpovídá rozsahu připojištění sjednanému pojistnou smlouvou platnou a účinnou v době, kdy došlo k neoprávněnému zásahu do práva na ochranu osobnosti.

Sublimit: 500 000 Kč

Spoluúčast: 10 %, max. 10 000 Kč

Na úhradu všech pojistných událostí nastalých z tohoto připojištění během jednoho pojistného roku poskytne pojistitel pojistné plnění v souhrnu maximálně do výše sublimitu sjednaného pro toto připojištění.

4.6 Čistá finanční škoda

Pojištění se rovněž vztahuje na odpovědnost za čistou finanční škodu, včetně odpovědnosti za čistou finanční škodu způsobenou vadou práce po předání (bez odpovědnosti za škodu způsobenou vadou výrobku - věci)

Nad rámec čl. 1 ZPP P-600/14 se připojištění odpovědnosti za čistou finanční škodu vztahuje na právním předpisem stanovenou povinnost pojištěného nahradit **škodu, která vznikla jinému jinak, než jako:**

- škoda na věci, kterou se rozumí škoda způsobená na hmotné věci jejím poškozením, zničením nebo ztrátou,
- škoda na živém zvířeti způsobená jeho usmrcením, ztrátou nebo zraněním,
- následná finanční škoda vzniklá jako přímý důsledek újmy na životě nebo zdraví člověka, škody na věci nebo škody na zvířeti.

Kromě výluk vztahujících se na pojištění odpovědnosti za újmu uvedených v pojistné smlouvě, pojistných podmínkách
Strana 6/10 Z25640 P100 AG540/17 NSŽádná Tisk: 16. 03. 2018 14:07

nebo smluvních ujednáních vztahujících se k pojištění, se připojištění **dále nevztahuje na povinnost nahradit čistou finanční škodu způsobenou:**

- a) vadou výrobku - věci; na povinnost nahradit čistou finanční škodu způsobenou vadou vykonané práce po předání se pojištění vztahuje pouze za podmínky, že škoda byla způsobena v souvislosti s činností, pro kterou je touto smlouvou sjednáno pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou vadou výrobku a vadou práce po předání,
- b) nesplněním nebo prodlením se splněním smluvní povinnosti, nedodržením lhůt nebo termínů, s výjimkou lhůt stanovených právním předpisem, soudem nebo jiným orgánem veřejné moci,
- c) poskytováním software nebo hardware, činností související se zpracováním a poskytováním dat a informací, službami databank, správou sítí, racionalizací nebo automatizací,
- d) výsledky projektové, konstrukční, zkušební, analytické, testovací, kontrolní, revizní, poradenské, konzultační, účetní, plánovací, výzkumné, překladatelské, zprostředkovatelské, jakékoli duševní tvůrčí činnosti a činnosti spočívající v zastupování,
- e) výkonem funkce člena statutárního nebo dozorčího orgánu, funkce správce majetku nebo likvidátora,
- f) v souvislosti s jakoukoli finanční či platební transakcí, včetně obchodování s cennými papíry,
- g) porušením práv z průmyslového nebo jiného duševního vlastnictví (např. práv na patent, práv z ochranných známek a průmyslových vzorů, práv na ochranu obchodní firmy a označení původu, autorských práv),
- h) schodkem na finančních hodnotách, zpronevěrou,
- i) porušením povinnosti mlčenlivosti,
- j) nedodržením rozpočtu, kalkulace, smluvně stanovených nákladů nebo jiných parametrů zadaných objednatel, vadou typového projektu za druhou nebo další škodu pro účely tohoto pojištění se typovým projektem rozumí projekt, který je pojištěným opakovaně používán v nezměněné podobě,
- l) vědomou nedbalostí pro účely tohoto pojištění se škodou způsobenou vědomou nedbalostí rozumí škoda, která byla způsobena jednáním nebo opomenutím, pokud škůdce věděl, že může způsobit škodlivý následek, ale bez přiměřených důvodů spoléhá, že jej nezpůsobí.

Pojistitel je povinen poskytnout pojistné plnění z připojištění odpovědnosti za čistou finanční škodu pouze za předpokladu, že jsou současně splněny následující podmínky:

- a. skutečnost, která byla příčinou vzniku čisté finanční škody, nastala po dni počátku tohoto připojištění,
- b. nárok na náhradu čisté finanční škody byl proti pojištěnému poprvé písemně uplatněn v době trvání tohoto připojištění,
- c. pojištěný uplatnil nárok na plnění proti pojistiteli do 60 dní po zániku tohoto připojištění.

Pojistitel poskytne pojistné plnění z tohoto připojištění také z pojistných událostí vzniklých v důsledku příčiny, která nastala v době trvání pojištění připojištění odpovědnosti za čistou finanční škodu sjednaného u pojistitele uvedeného v této pojistné smlouvě pojistnou smlouvou (případně více na sebe navazujícími pojistnými smlouvami), bezprostředně předcházející(m) této pojistné smlouvě (podmínkou je nepřetržitě trvání připojištění).

Z pojistných událostí z připojištění odpovědnosti za čistou finanční škodu vzniklých v důsledku právních skutečností, které nastaly přede dnem počátku pojištění dle této pojistné smlouvy však pojistitel neposkytne pojistné plnění v rozsahu větším, než jaký odpovídá rozsahu připojištění sjednanému pojistnou smlouvou platnou a účinnou v době vzniku příčiny škody.

Sublimit: **500 000 Kč**

Na úhradu všech pojistných událostí nastalých z připojištění odpovědnosti za čistou finanční škodu během jednoho pojistného roku poskytne pojistitel pojistné plnění v souhrnu maximálně do výše sjednaného sublimitu.

Spoluúcast: **10 %, mín. 5 000 Kč, max. 10 000 Kč**

4.7 Navýšení limitu pro škody způsobené požárem nebo výbuchem

Nesjednáno

4.8 Odpovědnost členů orgánů za jinou než čistou finanční újmu

Nesjednáno

5. Omezení pojistného krytí:

5.1 Nakládání s nebezpečnými chemickými látkami a přípravky

Z pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou v souvislosti s nakládáním s nebezpečnými chemickými látkami a přípravky, stlačenými nebo zkapalněnými plyny (odchylně od čl. 2 odst. 1) písm. s) ZPP P-600/14), poskytne pojistitel pojistné plnění do výše sjednaného limitu pojistného plnění pro pojištění odpovědnosti za újmu, maximálně však do výše **5 000 000 Kč** ze všech pojistných událostí nastalých v průběhu jednoho pojistného roku v rámci limitu pojistného plnění sjednaného pro základní pojištění odpovědnosti za újmu (sublimit).

5.2 Odpovědnost za újmu způsobenou vadou výrobku a vadou práce po předání

Z pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou vadou výrobku a vadou práce po předání v souvislosti s:

- a. výrobou a obchodem s motorovými vozidly a dalšími motorovými dopravními prostředky, včetně jejich součástí a příslušenství,
- b. výrobou a prodejem pohonných hmot,
- c. prováděním revizí elektrických, plynových, hasčích, tlakových nebo zdvihacích zařízení a zařízení sloužících k vytápění nebo chlazení,
- d. provozováním útluků a jiných obdobných zařízení pečujících o zvířata,

poskytne pojistitel pojistné plnění do výše sjednaného limitu pojistného plnění pro pojištění odpovědnosti za újmu,

maximálně však do výše **5 000 000 Kč** ze všech pojistných událostí nastalých v průběhu jednoho pojistného roku v rámci limitu pojistného plnění sjednaného pro základní pojištění odpovědnosti za újmu (sublimit).

Z pojištění odpovědnosti za újmu způsobenou vadou výrobku vzniklou **spojením nebo smísením vadného výrobku s jinou věcí a újmu vzniklou dalším zpracováním nebo opracováním vadného výrobku** poskytne pojišťitel pojistné plnění (odchylně od čl. 3 odst. 2) písm. d) ZPP P-600/14) do výše sjednaného limitu pojistného plnění pro pojištění odpovědnosti za újmu, maximálně však do výše **5 000 000 Kč** ze všech pojistných událostí nastalých v průběhu jednoho pojistného roku v rámci limitu pojistného plnění sjednaného pro základní pojištění odpovědnosti za újmu (sublimit)

6. Územní platnost

Pojištění se sjednává s územní platností: **území Evropy.**

ČLÁNEK 4. **Pojištění úplného přerušení provozu**

Nesjednáno

ČLÁNEK 5. **Pojištění věcí během silniční dopravy**

Nesjednáno

ČLÁNEK 6. **Zvláštní údaje a ujednání**

Nastane-li škodná událost v době, kdy je pojistník v prodlení s placením pojistného za první pojistné období, není pojišťitel z titulu vzniku této škodné události povinen poskytnout pojistné plnění.

Nastane-li škodná událost následkem povodně nebo vichřice nebo v přímé souvislosti s povodní nebo vichřicí do 10 dnů po sjednání pojištění, není pojišťitel z této škodné události povinen poskytnout pojistné plnění.

Mobilní stroje a elektronika Pro mobilní stroje a mobilní elektronická zařízení (přenosná nebo pevně instalovaná ve vozidle) je místem pojištění území České republiky.

Zabezpečení věcí umělecké, historické nebo sběratelské hodnoty Pokud je věc umělecké, historické nebo sběratelské hodnoty současně cenným předmětem, musí být uložena a zabezpečena tak, aby toto zabezpečení minimálně odpovídalo předepsanému způsobu zabezpečení cenných předmětů vyplývajícímu z pojistných podmínek upravujících způsoby zabezpečení.

ČLÁNEK 7. **Pojistné, pojistné období**

1. Celkové roční pojistné	18 122 Kč
2. Pojistné se sjednává jako běžné s pojistným obdobím	12 měsíců
3. Sleva za pojistné období	5 %
Obchodní sleva	20 %
Celkové roční pojistné po slevě	13 591 Kč
4. Pojistné za pojistné období	13 591 Kč
5. Pojistné za pojistné období je splatné vždy:	
k 17.03.	
každého roku převodním příkazem - s připomenutím platby na účet pojistitele.	
Peněžní ústav: Česká spořitelna a.s.	
Číslo účtu: 2226222	
Kód banky: 0800	
Konstantní symbol: 3558	
Variabilní symbol:	

ČLÁNEK 8. **Hlášení škodných událostí**

Vznik škodné události hlásí pojistník bez zbytečného odkladu na níže uvedené kontaktní údaje:

Kooperativa pojišťovna, a.s., Vienna Insurance Group
CENTRUM ZÁKAZNICKÉ PODPORY
Centrální podatelna
Brněnská 634
664 42 Modřice
Tel: 957 105 105
www.koop.cz

ČLÁNEK 9. **Prohlášení pojistníka**

1. Pojistník potvrzuje, že před uzavřením pojistné smlouvy převzal v listinné nebo, s jeho souhlasem, v jiné textové podobě (např. na trvalém nosiči dat) **Informace pro zájemce o pojištění** a seznámil se s nimi. Pojistník si je vědom, že se jedná o důležité informace, které mu napomohou porozumět podmínkám sjednávaného pojištění, obsahují upozornění na důležité aspekty pojištění i významná ustanovení pojistných podmínek.
2. Pojistník dále potvrzuje, že před uzavřením pojistné smlouvy převzal v listinné nebo jiné textové podobě (např. na trvalém nosiči dat) **dokumenty uvedené v čl. 1 odst. 3)** smlouvy a seznámil se s nimi. Pojistník si je vědom, že tyto dokumenty tvoří nedílnou součást pojistné smlouvy a upravují rozsah pojištění, jeho omezení (včetně výluk), práva a povinnosti účastníků pojištění a následky jejich porušení a další podmínky pojištění a pojistník je jimi vázán stejně jako pojistnou smlouvou.
3. Pojistník prohlašuje, že má pojistný zájem na pojištění pojištěného, pokud je osobou od něj odlišnou.
4. Pojistník potvrzuje, že adresa jeho trvalého pobytu/bydliště či sídla a kontakty elektronické komunikace uvedené v této pojistné smlouvě jsou aktuální, a souhlasí, aby tyto údaje byly v případě jejich rozporu s jinými údaji uvedenými v dříve uzavřených pojistných smlouvách, ve kterých je pojistníkem nebo pojištěným, využívány i pro účely takových pojistných smluv. S tímto postupem pojistník souhlasí i pro případ, kdy pojistitel oznámí změnu adresy trvalého pobytu/bydliště či sídla nebo kontaktů elektronické komunikace v době trvání této pojistné smlouvy.
5. Pojistník souhlasí, aby pojistitel předával jeho osobní údaje členům pojišťovací skupiny Vienna Insurance Group a Finanční skupiny České spořitelny, a.s. (dále jen „spřízněné osoby“). Pojistník dále souhlasí, aby pojistitel i spřízněné osoby používali jeho osobní údaje, včetně kontaktů pro elektronickou komunikaci, za účelem zaslání svých obchodních a reklamních sdělení a nabídky služeb.
6. Pojistník prohlašuje, že věci nebo jiné hodnoty pojistného zájmu pojištěné touto pojistnou smlouvou nejsou k datu uzavření smlouvy pojištěny proti stejným nebezpečím u jiného pojistitele, pokud není v článku „Zvláštní údaje a ujednání“ této smlouvy výslovně uvedeno jinak.
7. Pokud tato pojistná smlouva, resp. dodatek k pojistné smlouvě (dále jen „smlouva“) podléhá povinnosti uveřejnění v registru smluv (dále jen „registru“) ve smyslu zákona č. 340/2015 Sb., zavazuje se pojistník k jejímu uveřejnění v rozsahu, způsobem a ve lhůtách stanovených citovaným zákonem. To nezabývá pojistitele práva, aby smlouvu uveřejnil v registru sám, s čímž pojistník souhlasí. Pokud je pojistník odlišný od pojištěného, pojistník dále potvrzuje, že pojištěný souhlasí s uveřejněním smlouvy. Při vyplnění formuláře pro uveřejnění smlouvy v registru je pojistník povinen vyplnit údaje o pojistiteli (jako smluvní straně), do pole „**Datová schránka**“ uvést: **n6tetn3** a do pole „**Číslo smlouvy**“ uvést: . Pojistník se dále zavazuje, že před zasláním smlouvy k uveřejnění zajistí znečitelnění neuveřejnitelných informací (např. osobních údajů o fyzických osobách). Smluvní strany se dohodly, že ode dne nabytí účinnosti smlouvy jejím zveřejněním v registru se účinky pojištění, včetně práv a povinností z něj vyplývajících, vztahují i na období od data uvedeného jako počátek pojištění (resp. od data uvedeného jako počátek změn provedených dodatkem, jde-li o účinky dodatku) do budoucna.

ČLÁNEK 10. **Závěrečná ustanovení**

1. Návrh pojistitele na uzavření pojistné smlouvy (dále jen „nabídka“) musí být pojistníkem přijat ve lhůtě stanovené pojistitelem, a není-li taková lhůta stanovena, pak do jednoho měsíce ode dne doručení nabídky pojistníkoví. Odpověď s dodatkem nebo odchylkou od nabídky se nepovažuje za její přijetí, a to ani v případě, že se takovou odchylkou podstatně nemění podmínky nabídky.
2. Pojistná smlouva je vyhotovena ve 2 stejnopisech. Pojistník obdrží 1 stejnopis a pojistitel si ponechá 1 stejnopis.

Datum: 16. 03. 2018

Jméno, příjmení / název zástupce pojistitele (ziskatele): Petra Modlíková
Zaměstnanec pojistitele
Ziskatelské číslo: Z5640
Telefonní číslo: +420 734 793 461
E-mail: pmodlikova@koop.cz

Příloha K Nabídka od společnosti TR Antoš

TR Antoš s.r.o.
Na Perchtě 1631
511 01 Turnov

tel. 481 549 368, 481 322 351

fax. 481 323 194

www.trantos.cz

tr@trantos.cz

Použitý materiál:

Dřevo:

herní prvky jsou vyrobeny z akátového odkorněného, odběleného a obroušeného dřeva

Kovové části:

veškeré spojovací materiály jsou pokoveny (žárově pozinkovány), z nerezové oceli nebo z hliníku
kovové části jsou práškově lakované, z nerezové oceli nebo pokoveny (žárově pozinkovány)

Lana:

lana a sítě jsou vyrobeny z polypropylenových lan s ocelovým kordem

Skluzavky:

skluzavky jsou vyrobené z UV stabilního laminátu

Povrchová úprava:

herní prvky jsou opatřeny zdravotně nezávadným nátěrem na vodní bázi REMMERS AIDOL GW310

Kotvení prvků:

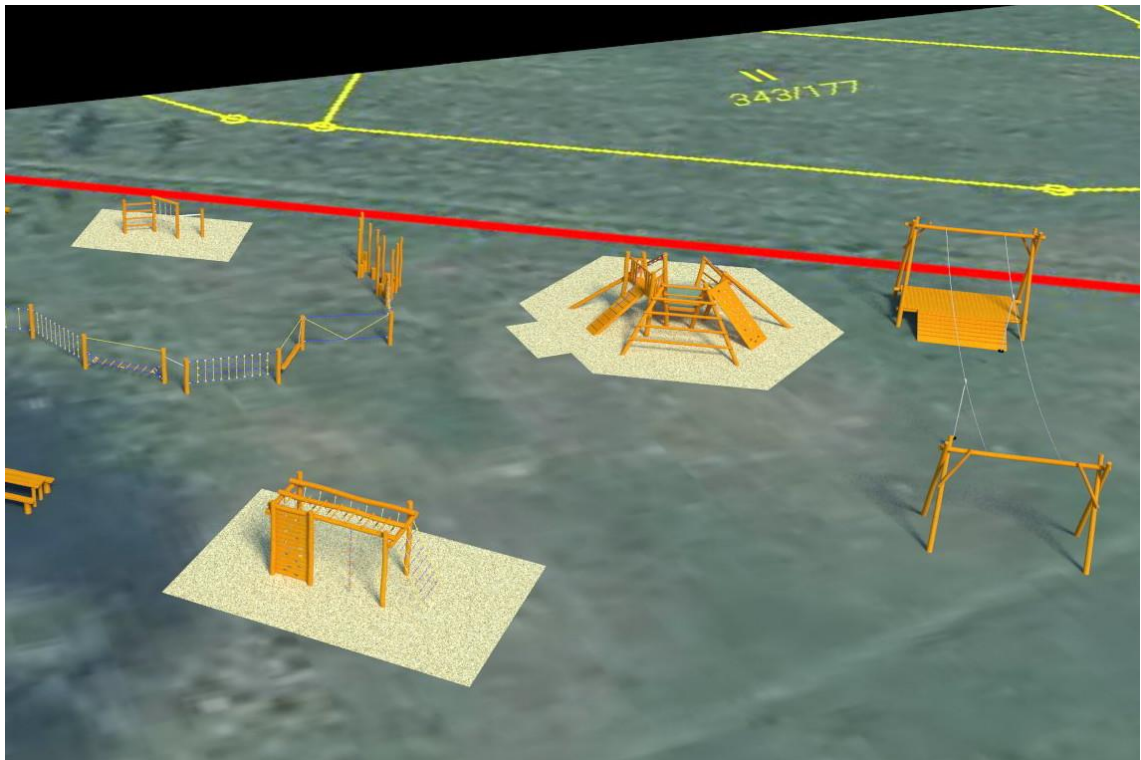
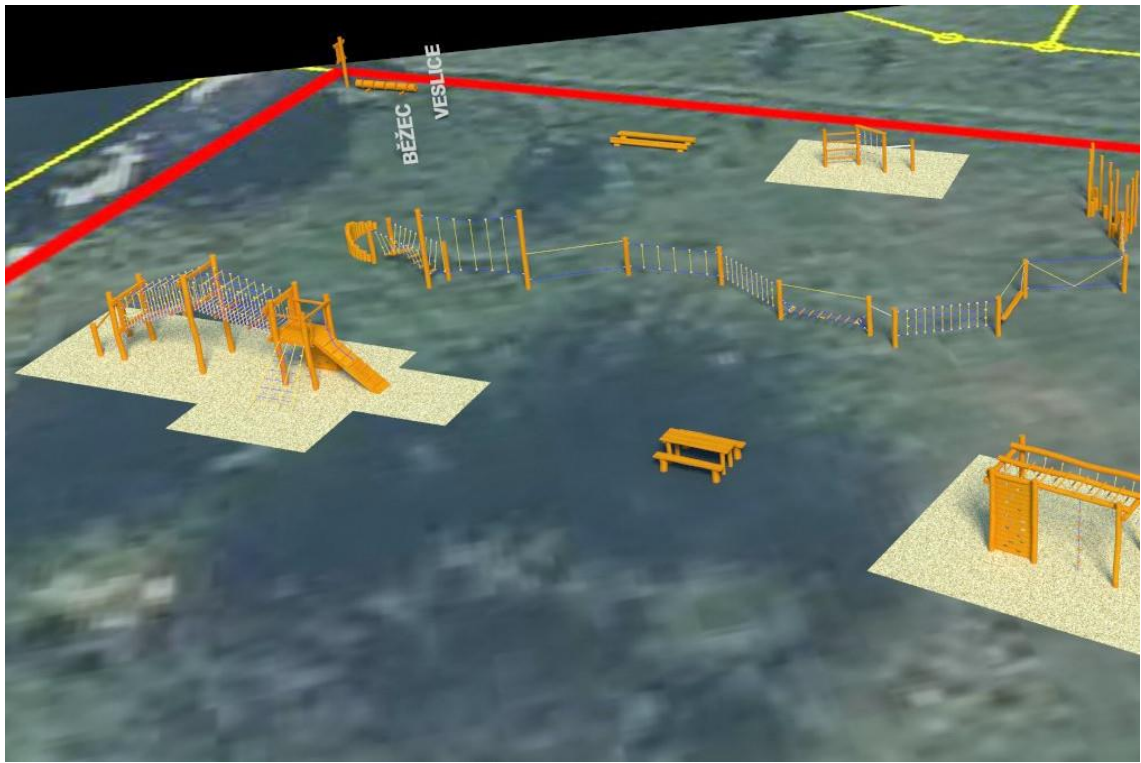
kotvení prvků se provádí přímou betonáží do země bez kovových patek

Certifikace:

jsme držitelem certifikátu ISO 90001, ISO 14001 a OHSAS 18001

výrobky jsou certifikovány u TÜV CZ s.r.o v souladu s normou ČSN EN 1176

jsme také držiteli certifikátu o provedené zkoušce HIC na kačírek v dopadových plochách



Příloha L Návrh realizace workout - hřiště od společnosti Colmex



Abstrakt

BALOUNOVÁ, Pavla. Podnikatelský plán – Lanové centrum. Plzeň, 2018. 89 s. Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická

Klíčová slova: podnikatelský záměr, marketingový plán, finanční plán, projekt, management rizik.

Předložená bakalářská práce je zaměřena na realizaci výstavby a následný provoz lanového centra. Cílem práce je posouzení realizace podnikatelského záměru. V první části práce jsou popsána teoretická východiska potřebná k sestavení podnikatelského plánu. V případové studii je zpracován podnikatelský plán Lanového centra, s.r.o. ve Starém Plzenci. Podnikatelský plán se skládá z dílčích částí – představení podnikatelského záměru, zpracování marketingového plánu, analýzy PEST a SWOT, zpracování dotazníkového šetření, finanční plán, finanční analýza, plán projektu a management rizik. V závěru práce je zhodnocení uvedených zjištění, zvážení realizace vzniku, úspěšnosti na trhu a možnost dalšího rozvoje společnosti Lanové centrum, s.r.o.

Abstrakt

BALOUNOVÁ, Pavla. Business plan – Rope Center Ltd. Plzeň, 2018. 89 s. Bachelor Thesis. University of West Bohemia. Faculty of Economics.

Key words: Business plan, marketing plan, financial plan, project, risk management

This presented bachelor thesis focuses on the construction and subsequent operation of the rope center. The aim of the bachelor thesis is to assess the realization of the business plan. In the first part of the thesis are described the theoretical starting points needed to compile a business plan. In the case study is elaborated the business plan of The Rope Center Ltd. in Starý Plzenec. The business plan consists of sub-sections - presentation of business plan, elaboration of marketing plan, PEST and SWOT analysis, elaboration of questionnaire survey, financial plan, financial analysis, project plan and risk management. The conclusion of the bachelor thesis is the evaluation of the above mentioned findings, considering the realization of the establishment, the success on the market and the possibility of further development of the company Rope Center Ltd.

