

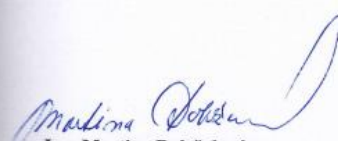
Založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách



Vysoká škola
polytechnická
Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Tereza Wasserbauerová**
Studijní program: **Ekonomika a management**
Obor: **Cestovní ruch**
Název práce: **Založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách.**
Cíl práce: **Cílem práce je zpracování podnikatelského plánu pro založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách.**


Ing. Martina Doležalová
vedoucí bakalářské práce


RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 10. 12. 2015



Podpis

Poděkování

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Ing. Martině Doležalové za odborné rady, cenné připomínky, její čas a trpělivost při zpracování bakalářské práce. Dále bych chtěla poděkovat rodině a přátelům za podporu a trpělivost během studia na vysoké škole a tvorby bakalářské práce.

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách

bakalářská práce

Autor: Tereza Wasserbauerová

Vedoucí práce: Ing. Martina Doležalová

Místo: Jihlava

Rok: 2016

ABSTRAKT

WASSERBAUEROVÁ, Tereza: Založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: Ing. Martina Doležalová. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2016. 80 stran.

Tato bakalářské práce se zabývá zpracováním podnikatelského plánu pro založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách. Teoretická část se zabývá vymezením cestovního ruchu a představením subjektu cestovní kancelář s popisem postupu a podmínek pro založení. Jsou zde také zmíněny důležité analýzy vnějšího prostředí podniku. Praktická část se zabývá analýzami konkurence a zákazníků, kde je také vyhodnoceno dotazníkové šetření. Dále je zde popsána analýza současného stavu a představení podnikatelského plánu cestovní kanceláře Let's travel.

Klíčová slova

Cestovní kancelář, Koncesovaná živnost, Podnikatelský plán, Kalkulace zájezdu, Hlinsko v Čechách

ABSTRACT

WASSERBAUEROVÁ, Tereza: Establishing of a Travel Agency in Hlinsko town. Bachelor's Thesis. College of Polytechnics Jihlava. Department of Tourism. Leader: Ing. Martina Doležalová. Level of professional qualifications: Bachelor's degree. Jihlava 2016. 80 pages.

The work deals with processing of a business plan for establishment of a travel agency in Hlinsko town. The teoretical part deals with definition of tourism and introduction of travel agency subject and description of the procedures and conditions for its foundation. There is also detailed analysis of the external environment. The practical part deals with the analysis of competitors and customers, which i salso evaluated and supported by a questionnaire. There is also described the analysis of the current state with presentation of the business plan of Let's travel agency.

Key words

Travel Agency, Business plan, Licensed trade, Tour calculation, Hlinsko v Čechách

Obsah

Úvod	11
TEORETICKÁ ČÁST.....	13
1 Vymezení cestovního ruchu	13
1.1 Klasifikace cestovního ruchu	13
2 Cestovní kanceláře.....	15
2.1 Historie CK	15
2.2 Předmět činnosti CK	16
2.3 Právní podmínky vzniku a provozování CK.....	17
2.4 Funkce cestovních kanceláří	24
2.5 Klasifikace cestovních kanceláří.....	25
2.6 Produkt CK.....	27
2.7 Postup pro získání živnostenského oprávnění při založení CK	29
3 Analýza vnějšího prostředí podniku	31
3.1 PEST analýza	31
3.2 Porterův model 5 sil	32
PRAKTICKÁ ČÁST	34
4 Analýza současného stavu.....	34
4.1 Analýza konkurence.....	34
4.2 Analýza cílových zákazníků	36
4.2.1 Dotazníkové šetření	36
4.2.2 Výsledek dotazníkového šetření	51
5 Podnikatelský plán	52

5.1	Charakteristika společnosti	54
5.2	Založení cestovní kanceláře	55
5.3	Organizační plán	57
5.4	Propagace	59
5.5	Produkt	60
5.5.1	Kalkulace zájezdu	62
5.6	Finanční plán	64
5.7	Cíl cestovní kanceláře	70
5.8	SWOT analýza	70
6	Závěr	72
	Seznam použitých zdrojů	74
	Seznam tabulek	78
	Seznam grafů	79
	Seznam obrázků	80
	Seznam map	80
	Seznam zkratk	80
	Seznam příloh	80

Úvod

Cestovní ruch je jedním z významných ekonomických, kulturních a sociálních jevů současné moderní společnosti. Cestování se stalo neodmyslitelnou součástí života lidí a jejich životního stylu téměř po celém světě. Od roku 1989 došlo v cestovním ruchu k největšímu rozvoji ve své historii a to díky politickým a ekonomickým změnám. Cestovní ruch umožňuje především změnu prostředí běžného života, uspokojení potřeb odpočinku a poznání zajímavých kulturních a přírodních míst.

Tento proces poznání usnadňují cestovní kanceláře, které zprostředkovávají účast na cestovním ruchu. Jejich vznik a působení na trhu výrazně ovlivňují zejména legislativní podmínky a technologické trendy. V současné době také bohužel cestovní ruch negativně ovlivňuje terorismus a nebezpečí s ním spojené.

V dnešní době není jednoduché vést prosperující podnik. Podnikatel musí mít dobře připravený podnikatelský plán, díky kterému vyhodnotí reálnost a úspěšnost svého budoucího podniku. Musí přijít na trh se zajímavým produktem, o který budou mít zákazníci zájem, jelikož jsou v dnešní době čím dál více náročnější. Podnikatel musí neustále sledovat aktuální trendy a přizpůsobit jim své podnikání.

Práce představuje podnikatelský plán pro založení koncesované živnosti v oblasti cestovního ruchu. Zabývá se veškerou problematikou spojenou se založením cestovní kanceláře. V teoretické části je zmíněna historie, funkce, klasifikace, produkt a veškerá činnost cestovních kanceláří. Jsou zde také popsány zákony, podle kterých se musí cestovní kancelář řídit. Součástí teoretická částí jsou také dvě důležité analýzy, které podnikateli pomohou zhodnotit vnější prostředí podniku a zjistit jaké možnosti a hrozby na podnikatele čekají.

Praktická část je věnována analýze současného stavu, kde je zhodnocena stávající konkurence a potencionální zákazníci. Součástí této práce je také dotazníkové šetření, díky kterému byly zjištěny požadavky zákazníků při uskutečnění zájezdu. Z výsledku výzkumu byly určeny produkty a služby, které bude nová cestovní kancelář nabízet svým zákazníkům. Dále je zde popsán podnikatelský plán cestovní kanceláře Let's travel, která bude sídlit ve městě Hlinsko v Čechách v Pardubickém kraji. Následně je uveden i přesný popis podniku, jeho organizační struktura, způsob propagace,

představení produktu cestovní kanceláře i jeho tvorba. Důležitou součástí podnikatelského plánu je také finanční plán cestovní kanceláře. Jsou zde vyčísleny finanční prostředky, které jsou nutné pro zahájení a průběh podnikatelské činnosti a předpokládané tržby a zisk z prodeje. Dále jsou zde uvedeny cíle podniku a také zhodnocení v čem bude mít podnik výhody a nevýhody na trhu a co ho může ohrozit. V závěru práce je vyhodnocení, zda bude podnik úspěšný.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Vymezení cestovního ruchu

Definice cestovního ruchu (CR) existuje nespočet, ale žádná není zcela vyčerpávající. Každý autor se zaměřuje na jiné stránky tohoto odvětví podle toho, z které vědní disciplíny je cestovní ruch definován. Co nepřesnější definice je důležitá proto, aby bylo možno cestovní ruch správně sledovat, řídit, plánovat a vyhodnocovat. (Ryglová, 2011, s. 17)

První moderní definice pochází od Krapfa a Hunzikera (1942), kteří cestovní ruch definují jako *„Souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání“*. (Gúčík, 2010, s. 13)

Definice podle C. Kaspar byla přijata na konferenci v St.Gallenu, proto se ji přezdívá St. Gallenská definice. *„Cestovní ruch je soubor vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pohybu osob, pro jejichž místo pobytu není ani hlavním místem bydliště, ani místem výkonu výdělečné činnosti.“* (Gúčík, 2010, s. 14)

Podle světové organizace cestovního ruchu se z hlediska statistiky CR *„rozumí činnost osoby, která cestuje na přechodnou dobu do místa mimo své běžné životní prostředí, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. (Gúčík, 2001, s. 17)

Za mezník v definování cestovního ruchu je považována konference Světové organizace cestovního ruchu UNWTO konaná v Ottavě v roce 1991. Zde došlo k vymezení většiny používaných pojmů z oblasti cestovního ruchu. Podle UNWTO je cestovní ruch *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě“*. (Gúčík, 2010, s. 15)

1.1 Klasifikace cestovního ruchu

„Klasifikace cestovního ruchu představuje vymezení a charakterizování jednotlivých typů cestovního ruchu“. (Linderová, 2013, s. 33) Cestovní ruch se projevuje v mnoha

různých druzích a formách, které se vyvíjejí v závislosti na poptávce účastníků CR a také možnostech nabídky. „*Druhy cestovního ruchu je označení pro rozličné příčiny a jejich důsledky související s cestováním a pobytem na cizím místě*“. (Gúčík, 2004, s. 28) Druhy CR určují podstatu CR podle potřeb a cílů návštěvníků CR. Je tak umožněno lépe připravit produkt a nabídnout ho cílovým účastníkům CR. (Gúčík, 2001, s. 34) Druhy CR se rozlišují podle místa realizace, vztahu k platební bilanci, délky pobytu, způsobu zabezpečení a podle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na účast [1].

„*Forma CR vyjadřuje účel nebo motiv cestování a přechodného pobytu návštěvníků v cílovém místě*“. Mezi formy CR patří sportovní, kulturní, rekreační, dobrodružný, lázeňský/zdravotní a obchodní CR. Formy CR neexistují pouze v jedné podobě, ale ve vzájemné kombinaci, kdy jedna je dominantní. (Linderová, 2013, s. 34)

Druh cestovního ruchu podle způsobu zabezpečení

Druhy CR podle způsobu zabezpečení se dělí na organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch podle toho, kdo zajišťuje průběh a cenu zájezdu. V organizovaném CR je účast zajišťována prostřednictvím cestovních kanceláří nebo jiných subjektů, kteří nabízejí zprostředkovatelské služby. Organizování cestování je hlavní činností cestovních kanceláří. Výhoda využití služeb CK je zakoupení balíčku služeb za jednu cenu bez dalšího vyřizování. V průběhu pobytu jsou zákazníkům k dispozici delegáti, kteří poskytují veškeré informace a řeší problémy při pobytu. [2] Neorganizovaný CR znamená, že si účastník zajišťuje veškerý průběh cestování sám. Účastník si může nakoupit jednotlivé služby u CK nebo jiného zprostředkovatele. Pokud si účastník koupí služby samostatně, stále se jedná o neorganizovaný způsob cestovního ruchu. (Palatková, Zichová, 2014, s. 42)

2 Cestovní kanceláře

Jak bylo již zmíněno, cestovní ruch je možné dělit podle způsobu zabezpečení, kdy si účastník zajišťuje cestu i pobyt sám, nebo veškerou účast na cestovním ruchu zajistí cestovní kancelář (CK). Následující část je věnována právě cestovním kancelářím, jejich historii a celkové problematice.

2.1 Historie CK

Za průkopníka v oblasti cestovního ruchu a zakladatele cestovní kancelář je považován Thomas Cook. V roce 1841 se rozhodl při příležitosti otevření železnice z Derby do Ragby zorganizovat první organizovaný hromadný výlet vlakem pro 570 osob z Leicestru do Loughborough. V roce 1845 založil první cestovní kancelář, která organizovala exkurze vlakem a parníkem z Leicestru po Anglii a Skotsku. V roce 1855 se konal první zahraniční zájezd na Světovou výstavu v Paříži, na kterém byla zavedena koncepce „all inclusive“. Od následujícího roku byly organizovány pravidelné zájezdy po Evropě. Thomas Cook postupně zavedl vydávání katalogů cestovních kancelář, ubytovací rozdělovníky, itineráře, popisy tras a cestovní šeky. (Pompurová, 2011, s. 8) Od roku 1877 vlastnil Cook cestovní kanceláře v Evropě, Austrálii, Americe, na Středním východě a v Indii.

V roce 1920 byla založena první československá cestovní kancelář Čedok. [3] Jako první CK v Evropě začala s masovým objevováním turisticky atraktivních míst. Čedok si do začátku druhé světové války udržoval silnou pozici na domácím trhu cestovních služeb. Od poloviny 60. let vznikly specializované cestovní kanceláře – CKM – cestovní kancelář mládeže, Sport-Turist – cestovní kancelář tělovýchovných svazů, Rekrea – cestovní kancelář spotřebních družstev, Balnea – representace lázní a zříděl a Autoturist – cestovní kancelář Automotoklubu ČSSR.

Na počátku 90. let přinesla liberalizace podmínek podnikání v cestovním ruchu prudký rozvoj v tomto odvětví a vysoký nárůst konkurence. Pouze za rok 1990 bylo požádáno v České republice o 6 tis. oprávnění k provozování cestovních kancelář. Cestování bylo také usnadněno díky zrušení vízové povinnosti s většinou turistických destinací. Cestovní kanceláře v tomto období využilo cca 3 mil. osob, jak v příjezdovém, tak

výjezdovém cestovním ruchu. Rychlý rozvoj organizovaného cestovního ruchu však neprobíhal podle vhodné legislativy, a to hlavně ve vztahu k ochraně zákazníka. Silná konkurence zejména ve výjezdovém cestovním ruchu spojená s malými zkušenostmi mnoha provozovatelů cestovních kanceláří zavinila pád několika v té době významných cestovních kanceláří. Tisíce zákazníků tehdy utrpěli finanční i morální ztráty. Tento vývoj zvýšil nutnost zpřísnění pravidel podnikání v oblasti cestovního ruchu a posílení ochrany klientů. Výsledkem byl nový zákon č. 159/1999 Sb. a modifikace zákona č. 455/1991 Sb. a č. 89/2012 Sb. Změna legislativy posílila ochranu zákazníků a vytvořila podmínky podobné podmínkám v zemích Evropské unie. (Sysel, Zurynek, 2009, s. 11-13)

2.2 Předmět činnosti CK

Cestovní kancelář je podle zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, podnikatel, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezd. (Palatková, 2013, s. 13) Předmětem činnosti CK, tzv. touroperatorů, je příprava a zajištění kombinace služeb cestovního ruchu pro cílového zákazníka. Cestovní kanceláře nakupují od poskytovatelů služby CR, které poté prodávají jako jednotlivé služby nebo jejich balíčky a to za jednu cenu. (Sysel, Zurynek, 2009, s. 14; Ryglová, 2011, s. 60)

Podle §1 zákona č. 159/1999 Sb. se zájezdem [4] „rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc,

- 1) doprava,
- 2) ubytování,
- 3) jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu“.

Cestovní kancelář může na základě své koncese vykonávat tyto činnosti [4]:

- „nabízet a prodávat zájezdy;

- *nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu (např. výlety, jednodenní zasedání a exkurze, ubytování, dopravní ceniny, služby cestovního pojištění apod.);*
- *organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři (např. zájezdy za sportem apod.);*
- *zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby, jakou jsou např. dopravci, pořadatelé kulturních, společenských a sportovních akcí apod.;*
- *zprostředkovávat prodej zájezdů pro jinou cestovní kancelář;*
- *prodávat věci související s cestovním ruchem – zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty“.*

2.3 Právní podmínky vzniku a provozování CK

Podnikání v oblasti cestovních kanceláří upravuje celá řada zákonných předpisů. Cestovní kanceláře jsou povinny řídit své činnosti všemi platnými zákony. Nejdůležitějšími obecnými zákony jsou (Palatková, 2013, s. 16):

- *„zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání;*
- *zákon č. 513/1990 Sb., obchodní zákoník;*
- *zákon č. 89/2012, občanský zákoník;*
- *zákon č. 526/1990 Sb. o cenách;*
- *zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty;*
- *zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele;*
- *zákon č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů;*
- *zákon č. 222/2009 Sb., o volném pohybu služeb;*
- *zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce;*

- zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví;
- zákon č. 373/2011 Sb., o zdravotních službách“.

Podnikatelé, kteří chtějí provozovat CK se musí řídit všemi zákony, kdy zásadní právní normou pro založení CK je zákon č. 159/1999 Sb., dále zákon č. 89/2012 Sb. a samozřejmě zákon č. 455/1999 Sb., který definuje podnikání, podnikatele a udává podmínky vydání živnostenského oprávnění. [5].

- *Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání*

Jedná se o základním právním předpis pro každé podnikání. Zákon stanovuje podmínky živnostenského podnikání a kontroly jejich dodržování. *„Živností neboli živnostenským podnikáním je soustavná činnost provozována samostatně, vlastním jménem, na vlastní zodpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenských zákonem“*.

Živnost může provozovat fyzická nebo právnická osoba, pokud splní všeobecné a zvláštní podmínky stanovené živnostenským zákonem [6]. K všeobecným podmínkám provozování živnosti patří dosažení *plné svéprávnosti, kterou lze nahradit přivolením soudu k souhlasu zákonného zástupce nezletilého k samostatnému provozování podnikatelské činnosti* a bezúhonnost [7]. Dále živnost může provozovat fyzická osoba s bydlištěm nebo právnická osoba se sídlem mimo území České republiky za splnění stejných podmínek a v stejném rozsahu jako česká osoba, pokud ze zákona nevyplývá něco jiného.

„Zvláštními podmínkami provozování živnosti jsou odborná nebo jiná způsobilost, pokud je zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují“. [6] Pro splnění těchto podmínek je nutné prokázat odbornou způsobilost, buď vzděláním v oboru, nebo vzděláním mimo obor, ale s nutností praxe (Pachrová, s. 13).

- *„vysokoškolské vzdělání ve studijním programu a studijním oboru zaměřeném na CR,*
- *vyšší odborné vzdělání v oboru zaměřeném na CR,*
- *střední vzdělání s maturitní zkouškou v oboru zaměřeném na CR,*

- *vysokoškolské vzdělání + 1 rok praxe v oboru,*
- *vyšší odborné vzdělání + 3 roky praxe v oboru,*
- *střední vzdělání s maturitní zkouškou + 6 let praxe v oboru,*
- *osvědčení o rekvalifikaci nebo jiný doklad o odborné kvalifikaci pro příslušnou pracovní činnost vydaný zařízením akreditovaným MŠMT aj. oprávněným subjektem + 6 let praxe v oboru“.*

Druhy živností

Živnosti dělíme na dva základní druhy. (Pachrová, s. 14)

- *Ohlašovací – vznik na základě ohlášení*
- řemeslné živnosti (např. hostinská činnosti)
- vázané živnosti (např. průvodcovská činnost horská)
- volné živnosti (např. služby, výroba, obchod)

Koncesované - provoz na základě koncese (provozování CK, dopravní služby)

- *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu*

Zvláštním zákonem upravující podnikání CK je zákon č. 159/1999 Sb. Jedná se o specifický zákon pro podnikání cestovních kanceláří. V první části zákon stanovuje pojmy v souvislosti s činností cestovních kanceláří a cestovních agentur (CA) a definuje podmínky pro jejich podnikání, jakož i informační povinnost při nabídce. Zákon definuje také pojmy z oblasti horské služby a lyžařských areálů. V druhé části stanovuje novelu občanského zákoníku, do kterého vkládá kapitolu upravující specifický druh smlouvy mezi cestovní kanceláří a zákazníky při koupi zájezdu. Třetí část představuje kvalifikační podmínky pro podnikání v cestovním ruchu. (Palatková, 2013, s. 25)

Povinnosti cestovní kanceláře

Cestovní kancelář musí dodržovat určité povinnosti vyplývající ze zákona č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Nejdůležitější z nich

je mít sjednané pojištění pro případ úpadku po celou dobu provozování živnosti. Dále cestovní kancelář nesmí zprostředkovávat prodej zájezdu pro subjekt, který není dle zákona cestovní kancelář. Provozovna CK musí být označena „cestovní kancelář“ nebo „CK“, stejně tak i propagační i jiné materiály určené pro zákazníky. Dále CK musí dodržet povinnost v propagačních, nabídkových a dalších materiálech v případě zprostředkování prodeje zájezdu pro jinou CK a před uzavřením cestovní smlouvy, předložit zákazníkovi na jeho žádost pojištění pro případ úpadku, pro kterou zprostředkovává prodej zájezdu. I před podpisem cestovní smlouvy na žádost zákazníka musí předložit doklad o tomto pojištění. Cestovní kancelář je povinna při zprostředkování prodeje zájezdu pro CK se sídlem mimo Českou republiku ihned informovat Ministerstvo pro místní rozvoj (MMR), předložit pojištění záruky pro případ úpadku a rozsah pojištění záruky a také na žádost zákazníka předložit k nahlédnutí opis oprávnění k provozování CK, úředně ověřeného překladu. (Pachrová, s. 22-23)

Cestovní kancelář je povinna pravdivě, úplně, srozumitelně informovat o všech skutečnostech, které by mohli ovlivnit rozhodnutí klienta o nákupu zájezdu a to před uzavřením cestovní smlouvy. V nabídce zájezdů (v katalogu) musí být řádně uveden [4]:

- termín zahájení a ukončení zájezdu,
- cena, časový rozvrh plateb a výše zálohy,
- místo určení cesty nebo pobytu a předpokládaná trasa cesty,
- druh dopravního prostředku a jeho třídu, polohu, kategorii, stupeň vybavenosti, charakteristické znaky ubytování,
- stravování,
- program v místě pobytu,
- pasové a vízové požadavky v dané oblasti, zdravotní informace a jejich předpokládané ceny a lhůty vyřízení,
- informace, zda je pro zájezd požadován minimální počet účastníků a termín, do kdy bude účastník obeznamen, zda se z důvodu nízké účasti zájezd neruší,
- rozsah a podmínky pojištění klienta.

Pojištění záruky pro případ úpadku CK

Podle zákona č. 159/1999 Sb. vzniká cestovní kanceláři dle § 6 odst. 1 povinnost sjednat si pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře. Každá CK si musí sjednat pojištění, kdy rozsah pojistné částky je minimálně 30% ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů, nebo pokud jsou tržby v aktuálním roce nižší než tržby v roce minulém. *Všeobecné pojistné podmínky stanoví, jakou částkou se cestovní kancelář podílí na pojistné události, způsob její úhrady pojišťovně a zúčtování vůči cestovní kanceláři.* [4] Stanovují také popis podmínek jejího využití a případy, kdy pojišťovna vrátí cestovní kanceláři nepoužitou částku. Cestovní kancelář se podílí na plnění z pojistné události částkou, která činí 2% ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů. Pojistná smlouva se musí vztahovat na všechny zájezdy prodané v době trvání platnosti pojistné smlouvy, pokud CK neuzavře novou pojistnou smlouvu. [4]

Pojištění slouží jako ochrana klientů v případě, že cestovní kancelář je v úpadku a není schopna plnit své závazky. Poškozený klient obdrží vyrovnání částky, které cestovní kanceláři uhradil, aniž by využil zaplacené služby. [8] Zákazníci tak podle zákona č. 159/1999 Sb. získávají právo na plnění v následujících případech [4]:

- 1) *„neposkytne zákazníkovi dopravu z místa pobytu v zahraničí do České republiky, pokud je tato doprava součástí zájezdu,*
- 2) *nevrátí zákazníkovi zaplacenou zálohu nebo cenu zájezdu v případě, že se zájezd neuskutečnil, nebo*
- 3) *nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil pouze zčásti.“*

Pojištění proti úpadku může cestovní kancelář sjednat pouze u pojišťovny, která je oprávněna poskytnout pojištění záruky. Pojišťovna je povinna předložit pojistné podmínky České národní bance, pokud si je vyžádá ke kontrole. Pokud pojištění zanikne, cestovní kancelář i pojišťovna jsou povinny ihned informovat ministerstvo. Pojišťovna také musí informovat ministerstvo o poskytnutí pojistného plnění, ale také o závažných nedostacích v hospodaření CK. [4]

Pojišťovny poskytující pojištění proti úpadku CK [9]:

- Generali pojišťovna
- Česká podnikatelská pojišťovna
- UNIQUA pojišťovna
- UNION pojišťovna
- RVE pojišťovna, a. s.
- Slavia pojišťovna

Novela zákona

Nyní je projednávána novela zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Podle původní změny novely měly pojišťovny hradit nároky zákazníků při úpadku CK v plné výši. Pojišťovny s touto novelou nesouhlasily a hrozily ukončením pojišťování CK proti úpadku. Senátoři návrh přepracovali a novelu vrátili poslancům s pozměňovacím návrhem, podle kterého pojišťovny budou poskytovat plnění při odškodnění zákazníků pouze do výše pojistné částky. Novela byla odeslána prezidentovi republiky k podpisu. [10]

- *Zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník*

„Občanský zákoník upravuje většinu občanskoprávních vztahů, a proto je důležitý pro činnost všech subjektů.“ Zákoník upravuje vztahy mezi CK a CA na jedné straně a spotřebiteli na straně druhé. Z hlediska cestovního ruchu jsou důležité části zákoníku, kde se pojednává o vztazích se spotřebiteli. Občanský zákoník řeší i některé vztahy mezi podnikateli. Udává také další důležité informace, kterými se musí majitelé cestovní kanceláře řídit. (Palatková, 2013, s. 27-28)

Potvrzení zájezdu

„Pořadatel vydá zákazníkovi při uzavření smlouvy či bezprostředně po jejím uzavření doklad o smlouvě (potvrzení o zájezdu)“, [11] které vyžaduje písemnou formu. Pokud je smlouva v písemné podobě, nahradí její stejnopis potvrzení o zájezdu, které musí

splňovat všechny stanovené náležitosti pro toto potvrzení. Zákazník dostane od pořadatele také doklad o pojištění CK vystaveným pojistitelem.

„Pořadatel v potvrzení o zájezdu uvede:“ [11]

- a) smluvní strany,
- b) čas zahájení a ukončení zájezdu, všechny služby CR zahrnuté v ceně zájezdu, a to i jejich místa poskytnutí a dobu trvání,
- c) cenu zájezdu s časovým rozvrhem plateb a výše zálohy a další poplatky, které nejsou součástí souhrnné ceny,
- d) způsoby, kterými může klient uplatnit právo z porušení povinnosti pořadatele a také lhůty, ve kterých může právo uplatnit,
- e) výši odstupného a případy, kdy ho pořadatel hradí.

Pořadatel dále (v případě zahrnutí v zájezdu) uvede:

- a) další služby, které nejsou zahrnuty v ceně zájezdu a jejich výši plateb,
- b) ubytování a jeho polohu, turistickou kategorii a stupeň jeho vybavenosti a důležité charakteristické znaky,
- c) dopravu a jeho druh, charakteristiku, kategorii, údaj o trase cesty,
- d) stravování a údaje o způsobu a jeho rozsahu.

V občanském zákoníku jsou uvedeny některé definice, které se liší od jejich znění v zákoně č. 159/1991 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Podle občanského zákoníku zájezd je *„soubor služeb cestovního ruchu, pokud je uspořádán na dobu delší než dvacet čtyři hodiny nebo zahrnuje-li přenocování a obsahuje-li alespoň dvě z těchto plnění:*

- a) ubytování,
- b) dopravu,
- c) jinou službu cestovního ruchu, která není doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část souboru nabízených služeb.

Definice se liší v tom, že u jiné služby CR, která není doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu, není podmínka, aby cena této jiné služby tvořila alespoň 20% souhrnné ceny zájezdu.

Další odlišností je pojem „cestovní kancelář“. V občanském zákoníku je nahrazen pojmem „pořadatel“, který „*nabízí zájezd veřejnosti nebo skupině osob podnikatelským způsobem, a to i prostřednictvím třetí osoby.*“ Pořadatel zprostředkuje jednotlivé služby CR a poskytuje je jako zájezd na vlastní odpovědnost. Pořadatel také před uzavřením smlouvy sdělí klientovi údaje a povinnosti o pasových a vízových požadavcích a sdělí mu také, jaké zdravotní doklady jsou nutné pro určitou cestu a pobyt.

2.4 Funkce cestovních kanceláří

Hlavní funkcí cestovních kanceláří je poskytování služeb. Cestovní kancelář je podnik CR, jejichž činnost výrazně podmiňuje a ovlivňuje plnění jednotlivých funkcí cestovního ruchu. Napomáhá uspokojit potřeby účastníkům zejména organizovaného CR. Služby CK vystupují jako nové, vlastní služby a plní tím další funkci a to funkci transformační.

Další funkce CK (Orieška, 1999, s. 77):

- *„funkce překlenování prostoru a času – souvisí s prostorovým a časovým odlišením nabídky a poptávky s charakterem spotřeby CR, koncentrované do určitých středisek a rekreačních prostorů;*
- *funkci zkoumání spotřebitelské poptávky – v zájmu vytváření předpokladů pro operativní řízení nabídky v závislosti na efektivnosti poptávky;*
- *kontaktní funkce – cílem je navazování spojení (kontaktů) podniku s partnery, tzn. dodavateli a odběrateli služeb (jednotlivci i kolektivy);*
- *informační funkce – souvisí s kontaktní funkcí hlavně v předrealizační fázi účasti na CR ve vztahu k obchodním partnerům – dodavatelům a odběratelům, k odběratelům často s využitím propagačních prostředků, resp. nábořem;*

- *kontrolní funkce* – souvisí s uplatňováním požadavků ve vztahu k dodavatelům v zájmu neustálého zkvalitňování služeb, vyřizováním stížností, řešením vyskytujících se problémů a nedostatků;
- *realizační funkce* – vyplývá z obchodní činnosti CK s cílem dosáhnout optimálního zisku při kvalitním a komplexním uspokojování spotřebitelské poptávky;
- *výchovná funkce* – realizací tematického zaměření většiny zájezdů a pobytů“.

Cestovní kanceláře splněním těchto funkcí zabezpečují dosažení svých komerčních cílů. Vhodně zvoleným, zajímavým a atraktivním programem získávají jednotlivé skupiny obyvatelstva k účasti na cestovním ruchu. Svým zákazníkům pomáhají vhodnými a pohotovými informacemi šetřit čas, zajistit komplexní služby, vytvořit co nejlepší podmínky k využití volného času, poskytnout a zprostředkovat kvalitní cenově diferencované služby. (Orieška, 1999, s. 77)

2.5 Klasifikace cestovních kanceláří

Cestovní kanceláře lze klasifikovat podle několika kritérií (Pompurová, 2011, s. 12-14):

- *Předmět činnosti a postavení v distribučním procesu*

Z tohoto hlediska se rozlišují CK na organizátory zájezdů a zprostředkovatele – prodejce zájezdů. Organizátoři zájezdů nakupují služby CR od jednotlivých dodavatelů a vytvářejí z nich kombinace, ze kterých vznikají balíčky služeb. Výsledné produkty nabízejí prostřednictvím svých katalogů nebo na internetu a prodávají je ve vlastní prodejní síti nebo prostřednictvím vybraných zprostředkovatelů. Zprostředkovatelé prodeje produktů organizátorů zájezdů zprostředkují (za provizi) i jednotlivé služby (např. ubytování, dopravu, prodej vstupenek na různé akce atd.) nebo připraví balíčky služeb pro jednotlivé objednávky. (Orieška, 2010, s. 181)

- *Podle rozsahu a charakteru poskytovaných služeb*

Rozlišují se na základní (všeobecné) a specializované cestovní kanceláře. Základní CK nabízejí různorodé služby pro heterogenní zákazníky. Specializované CK se zaměřují na určitý segment trhu, podle kterého orientují své služby. Při segmentaci trhu se zabývají

např. psychografickým, demografických nebo geografickým kritériem. Tyto CK mohou přizpůsobit své produkty podle určité oblasti, druhu dopravy nebo obsahu zájezdu.

- *Podle druhu cestovního ruchu*

Cestovní kancelář se může zaměřit podle druhu CR, buď na vysílající (outgoingový) cestovní kancelář, která se zabývá výjezdovým CR nebo přijímající (incomingový) cestovní kanceláře, které se zaměřují na příjezdový CR, anebo cestovní kanceláře podnikají v domácím cestovním ruchu. (Gúčík a kol. 2004, s. 16-17) Vysílající CK a CK zaměřené na domácí CR působí v místě bydliště svých zákazníků, kdežto přijímající CK působí v cílových místech cestovního ruchu.

- *Podle územní působnosti*

Cestovní kanceláře lze členit na místní, regionální, celostátní a mezinárodní cestovní kanceláře. Mezinárodní CK vznikají teritoriální expanzí podniku v podmínkách dostatečně velké poptávky. Je pro ně charakteristické propojení finančního kapitálu, umístění organizačních jednotek v jednotlivých státech, centralizované uzavírání smluv s poskytovateli ubytovacích služeb a vzájemná mezinárodní spolupráce při prodeji a poskytování služeb. (Novacká, 2010, s. 88-89)

- *Podle systému prodeje zájezdů*

Jedná se o komunikaci s cílovými zákazníky, která probíhá buď v „kamenné“ nebo virtuální cestovní kanceláři. „Kamenná“ CK umožňuje díky své veřejně dostupné provozovně komunikovat se svými potencionálními klienty prostřednictvím vyškoleného personálu. Produkty nabízejí prostřednictvím tištěných katalogů. Virtuální CK komunikují se svými zákazníky především prostřednictvím internetu nebo telefonického centra. Své produkty prezentují na webových stránkách, které umožňují neomezené aktualizace a uvádění podrobných informací o produktech.

- *Podle časového hlediska*

Z časového hlediska se rozlišují cestovní kanceláře, které poskytují své služby celoročně nebo sezónně. Sezónní provoz mají zejména přijímající cestovní kanceláře v cílových místech CR, které nabízejí své produktu pouze v jedné sezóně (např. v přímořských letoviscích).

- *Podle velikosti*

Cestovní kanceláře se podle velikosti dělí na malé, střední a velké. Malé CK mají pouze omezenou nabídku a často se specializují na jeden druh produktu. Působnost je omezena pouze na okolí provozovny. Malé cestovní kanceláře zaměstnávají max. 5 zaměstnanců. Nabídka středních CK nezahrnuje všechny destinace a je méně obsáhlá. Specializují se na určité sáty nebo oblasti. Jejich pobočky nepůsobí na celém území státu. Střední cestovní kanceláře zaměstnávají od 5 do 50 zaměstnanců. Velké CK mají většinou vlastní distribuční síť a zaměstnávají více jak 50 zaměstnanců. Působí na území celého státu, nebo i v zahraničí. (Pachrová, s. 49)

2.6 Produkt CK

Produktem se rozumí všeobecně cokoliiv, co je možné nabízet na trhu a co může uspokojit nějaký požadavek nebo potřebu zákazníka. Produktem cestovní kanceláře se rozumí různé služby klasifikované obvykle jako služby zprostředkované a vlastní a služby placené a neplacené. (Orieška, 1999, s. 86) Vlastním produktem CK je „balíček služeb“ (ubytovacích, stravovacích, informačních, dopravních, sportovně-rekreačních, kulturně-rekreačních, kongresových, animačních, průvodcovských, pojistných a dalších), která se prodává za souhrnnou cenu. (Pompurová, 2011, s. 38)

„Služby představují určitou činnost a na rozdíl od zboží mají jisté znaky“. Jedná se o obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a o specifické znaky, které jsou typické pouze pro služby v cestovním ruchu“. (Orieška, 2010, s. 53) Ke všeobecným znakům služeb patří: nemateriální charakter služeb, vysoká spotřeba živé práce při poskytování služeb, začlenění vnějšího faktoru do procesu poskytování služby, soulad poskytování služeb s jejich spotřebou a pomíjivost služeb, tzn. nemožnost jejich produkce do zásoby a nemožnost skladování. (Orieška, 2010, s. 53)

Vyčerpávajícím přehledem členění z věcného (funkčního) hlediska se jedná o následující druhy služeb CK (Orieška, 1999, s. 87):

- organizování a prodej standartních a forfaitových zájezdů a pobytů v tuzemsku i zahraničí buď s komplexně, nebo částečně zabezpečenými službami pro jednotlivce a skupiny,
- poskytování informací spojené s účastí na cestovním ruchu,
- obstarávání tuzemských a zahraničních dopravních cenin,
- zajišťování ubytování podle požadavků jednotlivých klientů,
- zajišťování a prodej lázeňských a léčebných pobytů,
- výlety, garantované trasy a transfery,
- služby animátorů a průvodců CR během pobytů, prohlídek kulturních a historických atraktivit a okružních jízd,
- služby pro účastníky akcí kongresového CR, např. konferencí, symposií, školení, seminářů atd.,
- obstarávání taxi služby, v případě osobního vozidla bez řidiče,
- směnářenské služby,
- pojištění osob a jejich zavazadel během dopravy i pobytu v tuzemsku i v zahraničí,
- služby spojené s obstaráváním víz do zemí s vízovou povinností,
- zajišťování nebo prodej vstupenek na kulturní, sportovní, společenské a jiné akce,
- prodej map a plánů, jízdních řádů, knižních průvodců, upomínkových předmětů atd.

Z charakteristik a zvláštností produktu CK je možno uvést ty, které jsou pro produkt CR typické. Služby jsou klientovi poskytovány osobně, což znamená, že klient nepřichází

do styku pouze s pracovníky CK ale s dalšími pracovníky CR, jejichž vystupování může velmi ovlivnit vztah k využívaným službám. Výslednou podobu produktu ovlivňují všichni pracovníci CR, kteří jsou se zákazníkem v přímém kontaktu. Nekvalitní služba v dílčí oblasti negativně ovlivňuje hodnocení celého produktu. Další specifickou vlastností produktu je jeho omezená životnost. Je důležité stále se přizpůsobovat měnícím se trendům a potřebám zákazníků, a to s přihlédnutím ke stadiu životního cyklu produktu. Ke zvláštnostem produktu patří také jeho neskladovatelnost. Produkt se „vyrábí“ pouze tehdy, když ho zákazník „spotřebovává“. Nespotřebovaná služba je pro producenta ztracená. Pro produkt CK je také charakteristické, že není možné jej před použitím vyzkoušet a zákazník CK musí za produkt zaplatit vždy předem. Obecně se za produkt platí při dodávce nebo po její realizaci. Na produkt mají velký vliv také faktory jako podnebí, krajina, infrastruktura, chování domácího obyvatelstva, estetika místa a další. (Orieška, 1999, s. 88)

2.7 Postup pro získání živnostenského oprávnění při založení CK

Jak bylo již zmíněno, provozování cestovní kanceláře se řadí mezi živnosti koncesované. K vydání koncese je třeba souhlasné stanovisko příslušného ústředního orgánu státní správy – Ministerstvo pro místní rozvoj. Pro získání živnostenského oprávnění probíhají následující postupy.

Žadatel o živnostenské oprávnění musí také předložit na místním živnostenském úřadu (ŽÚ) doklady, kterými doloží, že splňuje všeobecné a zvláštní podmínky provozování živnosti, které jsou stanovené zákonem. Žadatel musí vyplnit Jednotný registrační formulář. (viz. Příloha 1) Jedná se o nahrazení různých typů formulářů, které musí podnikatel vyplnit před zahájením podnikatelské činnosti, a to na živnostenském úřadě, správě sociálního zabezpečení a zdravotní pojišťovně. [29] Na ŽÚ předloží také doklady, které jsou nutné pro vydání stanoviska MMR. Žadatel předloží originál smlouvy o pojištění v rozsahu stanoveném v § 6 až 8 zákona, podnikatelský záměr (viz. Příloha 2), prohlášení o předpokládaném datu zahájení činnosti (viz. Příloha 3) a čestné prohlášení (viz. Příloha 4), že v posledních 5 letech podnikateli nebylo zrušeno živnostenské oprávnění k provozování CK nebo CA z důvodu porušení povinností stanovené zákonem. Živnostenský úřad následně prověří podanou žádost. V případě, že nejsou splněny některé náležitosti žádosti, vyzve živnostenský úřad ve lhůtě do 30 dnů

podnikatele k odstranění závad a stanoví přiměřenou lhůtu k jejich odstranění. Pokud žadatel odstraní závady ve stanovené lhůtě, zahájí živnostenský úřad projednání žádosti.

Pokud živnostenský úřad žádost schválí, předloží ji MMR, které o vydání koncese rozhodne do 30 dnů od doručení žádosti. MMR zhodnotí předložené doklady a posoudí, zda jsou v souladu s § 5 odst. 2 zákona č. 159/1999 Sb. a vydá kladné nebo negativní stanovisko. Tímto stanoviskem je živnostenský úřad vázán. Pokud MMR vydá negativní stanovisko, živnostenský úřad žádost zamítne. V případě kladného stanoviska živnostenský úřad vydá rozhodnutí o vydání koncese. Podnikatel ale musí splňovat všeobecné a zvláštní podmínky pro provozování živnosti. Pokud i tyto podmínky žadatel splňuje, živnostenský úřad do 60 dnů ode dne podání žádosti rozhodne o udělení koncese a do 15 dnů od nabytí právní moci rozhodnutí živnostenský úřad vydá koncesní listinu. [5]

3 Analýza vnějšího prostředí podniku

Před začátkem podnikání musí podnikatel provést analýzy prostředí podniku, díky kterým zjistí, zda bude jeho podnikání úspěšné a zda bude jeho podnikatelský plán reálný.

3.1 PEST analýza

„PEST analýza je zkratka pro Political, Economic, Social and Technological analysis neboli analýza politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů.“

V dnešní době má velký význam tzv. „strategické plánování“ a PEST analýza je jednou z oblastí, ve které je strategické plánování obsaženo. Tato analýza mi pomůže zjistit, jaké možnosti se nacházejí v okolí podniku a jak je nejlépe využít. [12]

- *Politicko-právní prostředí*

Politické a právní prostředí zahrnuje zákony a legislativní opatření, činnost politických stran, státních a nevládních organizací, které ovlivňují podnikání. (Srpová, Řehoř, 2010, s. 64) V České republice je relativně stabilní politicko-právní prostředí. Nicméně legislativa je velmi složitá a provázejí ji časté novelizace. Cestovní kancelář proto musí sledovat velké množství právních předpisů. V poslední době narážejí cestovní kanceláře na problémy s povinným zákonným pojištěním proti úpadku. I velké cestovní kanceláře mají často problémy získat od pojišťovny zákonné povinné pojištění. V tom bude největší úskalí při založení cestovní kanceláře.

- *Ekonomické prostředí*

Ekonomické prostředí zahrnuje všechny složky ovlivňující kupní sílu zákazníků a strukturu jejich výdajů a kupní chování zákazníků. (Srpová, Řehoř, 2010) V současné době jsou velmi dobré ekonomické podmínky pro založení cestovní kanceláře na českém trhu. České hospodářství je již delší období v expanzi, ve 3. čtvrtletí byl růst HDP dokonce 4,3 %, a díky tomu lidé více utrácí, což se promítá i do cestovního ruchu [13]. Nízké jsou i úrokové sazby vyhlášené ČNB, a tak jsou relativně nízké náklady na úvěry [14]. Zvláště začínající CK jsou často odkázány na bankovní pomoc. Roste ovšem průměrná mzda, a tak se zvyšují mzdové náklady [15].

- *Sociálně-kulturní prostředí*

V tomto prostředí se zkoumá způsob života lidí a jejich životní hodnoty. V České republice se pomalu mění sociálně-kulturní prostředí. S tím, jak roste ekonomika, roste i životní úroveň obyvatel. Sociální faktory, spojené s cestovním ruchem, jsou hlavně postoje a hodnoty lidí, životní styl. Cestovní kanceláře, proto musí neustále sledovat vývoj preferencí klientů, výdajů na dovolenou a také destinace, které se stávají populárnější. Trh cestovního ruchu se pomalu přesouvá od kvantity ke kvalitě. Na zákazníky má velký vliv reklama a jiné nástroje marketingu. [16]

- *Technologické faktory*

V dnešní době technologie a systémy dosahují neuvěřitelného rozvoje, kterému je nutné se přizpůsobit. Využíváním nových technologií podnikům pomáhá zvyšovat kvalitu poskytovaných služeb, urychlují komunikaci a přenos informací k zákazníkům. Cestovní ruch je velmi závislý na technologiích, především na vnitřním systému cestovní kanceláře, ale i na internetových stránkách, přes které je často prováděn prodej. Podnik musí neustále sledovat nové technologie i jejich využití u konkurence a přizpůsobit se aktuálním trendům.

3.2 Porterův model 5 sil

Porterův model nebo také analýza pěti sil sestavil Michael E. Porter. [17] Analýza pěti sil pomůže podnikateli zmapovat situaci v podnikatelském prostředí ve zkoumaném odvětví a to díky pěti konkurenčním silám – noví a stávající konkurenti, vyjednávací síla odběratelů (zákazníci), vyjednávací síla dodavatelů, hrozba ze strany substitutů. Tyto prvky udávají konkurenční síly a rivalitu na trhu, kdy rivalitu určuje působení a interakce těchto základních sil. Vývoj tržního prostředí je velmi dynamický a neustále se zrychluje. Hlavním důvodem je vývoj nových technologií zejména v odvětví IT. [18]

- *Současní konkurenti*

Hrozbou pro podnikatele jsou také stávající konkurenti a jejich reakce na nový podnik na trhu. Konkurenti mohou zavést nové technologie, zajímavější ceny, vylepšit propagaci nebo zavést nové produkty.

- *Potencionální noví konkurenti*

Hrozba vstupu nových konkurentů je vysoká, a to ačkoliv existují určité bariéry vstupu do odvětví, kromě toho, že se jedná o živnost na základě koncese, je zde velkou bariérou povinnost mít zákonné cestovní pojištění. Trh v daném regionu je relativně malý a vstup nového konkurenta by mohl být hrozbou pro krátce zavedenou cestovní kancelář.

- *Zákazníci*

Správné určení zákazníka a pochopení jeho přání jsou základem přístupů a výchozím krokem při zpracování marketingového případu. Cílová skupina cestovní kanceláře závisí na konkrétním typu zájezdu. Poptávka po zájezdech hraje velkou roli při stanovení ceny. Z tohoto pohledu je vyjednávací síla zákazníků nízká, a to i přesto, že mohou bez problémů přecházet ke konkurenci. Po získání nových zákazníků nesmím zapomínat také na ty stávající zákazníky. Získání nového zákazníka zabere mnohem více času a úsilí než prodej již existujícímu zákazníkovi. Budu se tedy snažit vytvořit a udržet kvalitní systém řízení vztahů se zákazníky. (Srpová, Řehoř, 2010, s. 65)

- *Dodavatelé*

Konkurenční postavení cestovní kanceláře ovlivňuje také vyjednávací síla dodavatelů. Dodavatelé CK jsou poskytovatelé ubytování, stravování a dopravy, se kterými CK uzavře smlouvu. (Havlíček, Kašík, 2005, s. 75) Nové cestovní kanceláře mají při vyjednávání malou sílu, ubytovací zařízení a letecké společnosti jsou tím, kdo určuje cenu služeb. S růstem cestovní kanceláře roste i její vyjednávací síla vůči dodavatelům služeb, a tak může cestovní kancelář více tlačit na snížení cen. Mezi dodavatele patří i pojišťovny zprostředkovávající cestovní pojištění, přepravci umožňující transfer apod.

- *Substituční výrobky*

Zájezd jako takový nemá přímý substitut. Zákazníci se ale mohou rozhodnout primárně mezi tím, zda pojedou na dovolenou s cestovní kanceláří nebo bez ní. Ke konkrétnímu zájezdu je vždy substitutem zájezd nový. V tomto ohledu je množství substitutů obrovské. Zvláště v době internetu, kdy mají zákazníci velkou možnost porovnání.

PRAKTICKÁ ČÁST

4 Analýza současného stavu

Před návrhem podnikatelského plánu musí podnikatel provést potřebné analýzy, na základě kterých bude jeho podnik fungovat. Podnikatel tím také zjistí, zda jeho podnik má šanci uspět na trhu.

4.1 Analýza konkurence

Nová cestovní kancelář bude sídlit ve městě Hlinsko v Čechách, které se nachází v Pardubickém kraji, ale zároveň ve velké blízkosti kraje Vysočina. Konkurence bude analyzována v okolí 30 km, proto bude zhodnocena konkurence nacházející se jak v Pardubickém kraji, tak i v kraji Vysočina.

V Hlinsku v Čechách působí jedna cestovní kancelář a čtyři cestovní agentury. Cestovní kancelář Karavela nabízí poznávací zájezdy do exotických destinací a horskou turistiku a po tematické stránce není přímým konkurentem cestovní kanceláře. Cestovní agentury CA Hella, BBS Hlinsko, s.r.o., CA Monika – Letem světem, Holiday Tours a CA Invia [19] prodávají zájezdy mnoha cestovních kanceláří, takže jsou cestovní kanceláři přímými konkurenty. Jejich síla je daleko vyšší, protože je jejich nabídka komplexní. Existují zde navíc další konkurenti, kteří prodávají své zájezdy přes internet a jsou již známými cestovními kancelářemi na českém trhu.

Cestovní agentury CA Hella, BBS Hlinsko, s.r.o., CA Monika – Letem světem, Holiday Tours a CA Invia [19] prodávají zájezdy mnoha cestovních kanceláří, takže jsou cestovní kanceláři přímými konkurenty. Jejich síla je daleko vyšší, protože je jejich nabídka komplexní. Existují zde navíc další konkurenti, kteří prodávají své zájezdy přes internet a jsou již známými cestovními kancelářemi na českém trhu.

CA Hella je smluvním partnerem CK Exim Tours, která svým zákazníkům nabízí pobytové i poznávací zájezdy po Evropě i exotických destinací.

BBS Hlinsko, s.r.o. nabízí pobytové a poznávací zájezdy v tuzemsku, zahraničí i v exotice. Cestovní agentura prodává také vstupenky na kulturní akce.

CA Monika – Letem světem nabízí poznávací a pobytové zájezdy do mnoha destinací po celém světě. V nabídce jsou také wellness pobyty. CA prodává také letenky a dárkové předměty.

CA Invia má širokou nabídku pobytových zájezdů u moře i na horách, prodává jízdenky na autobus a dálniční známky po Evropě, vstupenky na kulturní akce.

Dalšími nejbližšími cestovními kanceláři s podobným zaměřením se nacházejí ve 30 km vzdálených městech Polička, Žďár nad Sázavou a Chrudim. Ve městě Polička. CK KO-TOUR, která je na trhu již 27 let. Nabízí pobytové zájezdy do Řecka, Chorvatska, Černé Hory, Španělska a do Jižní Itálie. Cestovní kancelář nabízí také jednodenní výlety, pobyty pro seniory, skupinové zájezdy a zimní pobyty spojené s lyžováním v Itálii, v Rakousku a ve Francii. [20]

Ve Žďáru nad Sázavou je největším konkurentem CK Čedok, která má širokou nabídku zájezdů – pobytové, poznávací, eurovíkendy, lázně a wellness pobyty. Cílovými destinacemi jsou evropské, asijské i africké nejnavštěvovanější země. Dalším konkurentem je CK Nomád, která nabízí pobytové a poznávací zájezdy po celém světě. CK Reko nabízí vlastní pobytové zájezdy do Chorvatska, Itálie, České republiky a Slovenska. [21]

V Chrudimi je jediným tematickým konkurentem CK Invia.

Nově vzniklá cestovní kancelář se bude snažit nabídnout cenově zajímavé produkty daných destinací a postupně rozšiřovat jejich nabídku a hlavně profesionální přístup k zákazníkům. Výhodou bude doplňková služba, a tou bude prodej cestovního pojištění, které nenabízí žádný z prodejců zájezdů.

4.2 Analýza cílových zákazníků

Od roku 2012 roste trend zkracování dnů dovolené. To se hlavně odrazilo po hospodářské krizi, se kterou se Česká republika potýkala od roku 2008. Důsledkem toho je, že většina zákazníků byla nucena přehodnotit své preference i představy o dovolené. [22]

Město Hlinsko v Čechách, ve kterém bude nová cestovní kancelář sídlit, se nachází v okrese Chrudim v Pardubickém kraji. K 31. 12. 2014 v tomto kraji žije 516 372 obyvatel. Pardubický kraj je s počtem obyvatel zařazen na jedenáctém místě mezi kraji České republiky. [23] Na území města Hlinska v Čechách k 1. 1. 2015 žije 9 895 obyvatel. [24]

Cestovní kancelář se zaměří na zákazníky ve věku od 20 – 59 let, kteří jsou ekonomicky aktivní, rádi cestují a bydlí převážně v Hlinsku v Čechách a jeho okolí. V Hlinsku v Čechách k 1. 1. 2015 žije 5 805 obyvatel ve věku 15 – 59 let. [24]

K získání lepšího pohledu na potřeby těchto lidí bylo provedeno dotazníkové šetření.

4.2.1 Dotazníkové šetření

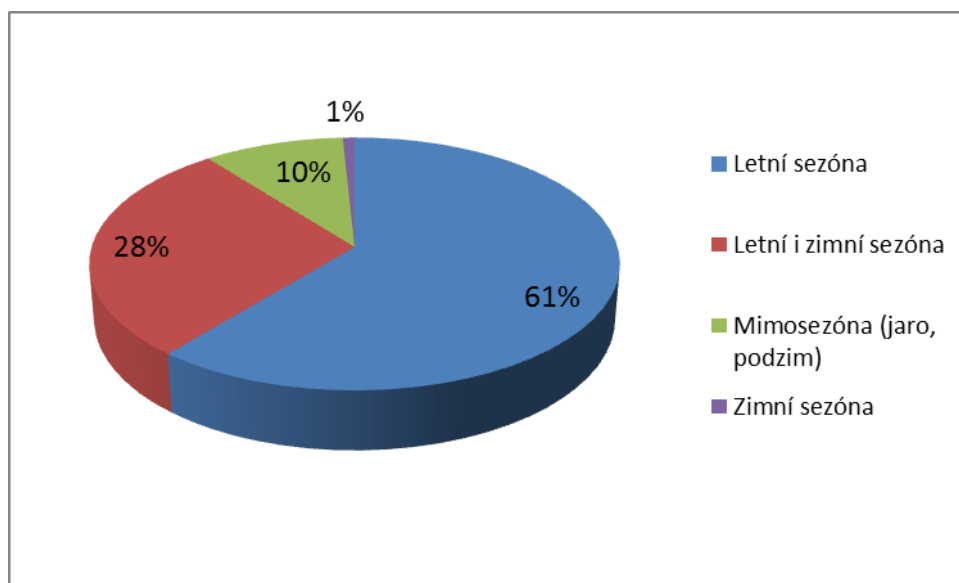
V rámci bakalářské práce byl proveden terénní výzkum prostřednictvím dotazníkového šetření. Jedná se o primární marketingový výzkum, který byl proveden pomocí dotazníku (viz. Příloha 5), což je nejpoužívanější prostředek pro sběr informací.

Cílem tohoto výzkumu bylo zjištění, o jaké produkty cestovní kanceláře mají obyvatelé města Hlinska v Čechách a jeho okolí zájem.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 123 respondentů. Osloveni byli lidé, kteří jsou častými účastníky cestovního ruchu a využívají nebo by chtěli využívat služby cestovní kanceláře. Výsledek tohoto výzkumu pomůže lépe určit požadavky a přání potencionálních zákazníků nové cestovní kanceláře.

Vyhodnocení dotazníkového šetření

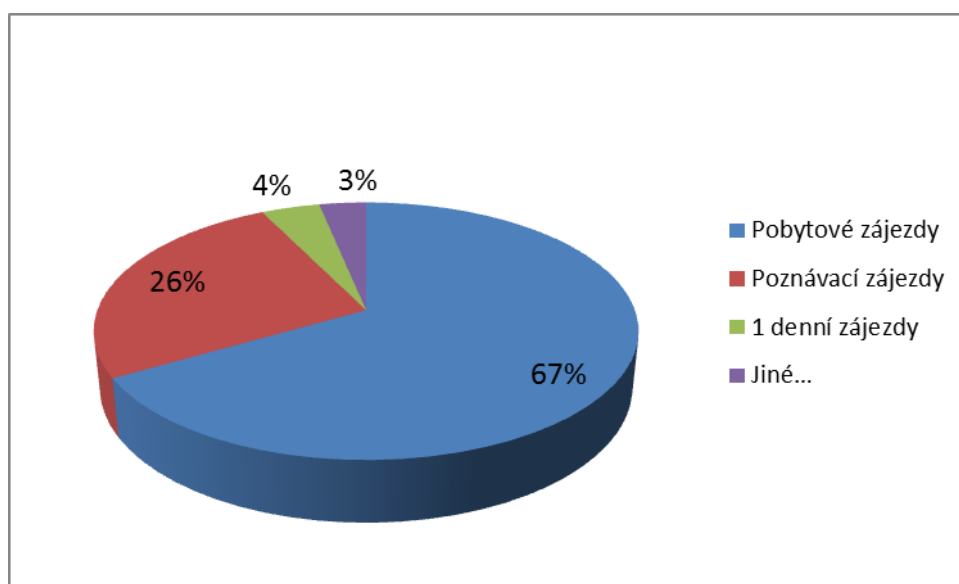
Graf 1 - V jakém období jezdíte nejčastěji na dovolenou?



Zdroj: Vlastní zpracování

V první otázce byl zjištěn zájem potencionálních zákazníků, v jakém období nejčastěji tráví dovolenou. Výsledkem je, že lidé z Hlinska a okolí mají největší zájem o zájezdy, které se konají v letní sezóně. Na této odpovědi se shodlo 61 % dotazovaných. Jisté zastoupení v jejich požadavcích je také dovolená jak v letní i zimní sezóně a to 35%. Nabídku mimosezónních zájezdů by využilo 10% zákazníků. Pouze 1% tráví dovolenou jenom v zimní sezóně. Na základě těchto výsledků bylo zjištěno, že nejčastějším období pro výběr dovolené je léto.

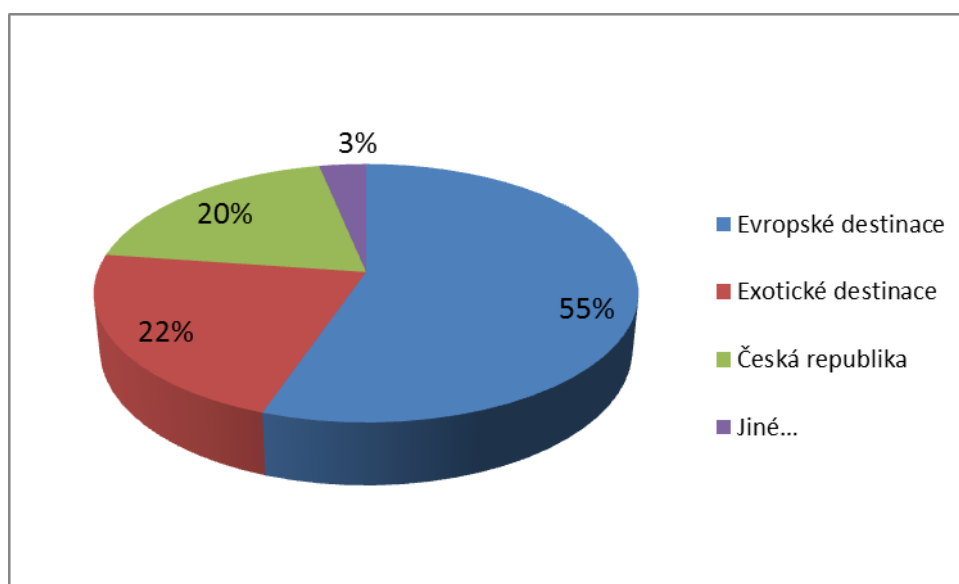
Graf 2 - Jaký typ zájezdů preferujete?



Zdroj: Vlatní zpracování

V druhé otázce byly zjišťovány preference u typů zájezdů a jejich tematického zaměření. 67% obyvatel preferuje pobytové zájezdy spojené s rekreací. Jedná se buď o aktivní odpočinek v horách nebo načerpání fyzických i psychických sil u moře. Poznávací zájezdy spojené s aktivním poznáváním atraktivních míst by si vybralo 26% dotazovaných. Pouze 4% respondentů má zájem o 1 denní zájezdy. 3% účastníků výzkumu uvedlo, že by služby cestovní kanceláře využili při nákupu aktivní dovolené spojené s lyžováním nebo jinými sportovními aktivitami.

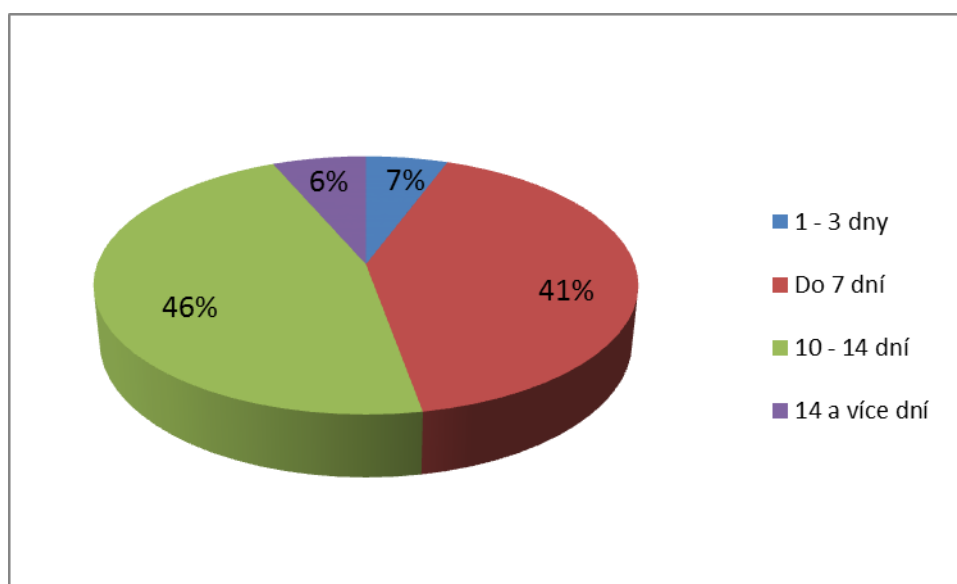
Graf 3 - Jaké destinace byste zvolil/a jako cíl Vaší dovolené?



Zdroj: Vlastní zpracování

Dále bylo nutné zjistit, v jakých destinacích chtějí dotazovaní trávit svoji dovolenou. Nejčastější odpovědí u 55% obyvatel Hlinska a okolí byla dovolená v evropských zemích, kdy k nejoblíbenějším patří Chorvatsko, Itálie, Španělsko, Řecko a další. Z grafu vyplývá, že 22% by vybíralo z exotických destinací. Poměrně stejným procentem dotazovaných (a to 20%) mají zájem o trávení dovolené u nás v České republice. Dle dotazníkového šetření 3% respondentů upřednostnilo odpověď „Jiné...“. Dva z nich uvedli, že by si jako cíl své dovolené představovali státy Asie nebo Jižní Ameriky a další dva respondenti by vybírali dovolenou ze všech uvedených destinací.

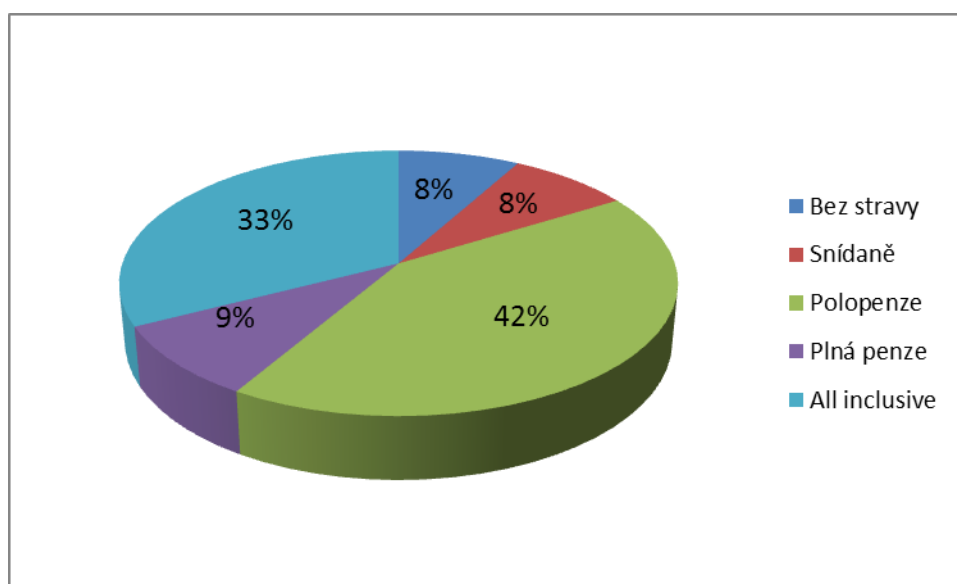
Graf 4 - Jakou délku trvání dovolené upřednostňujete?



Zdroj: Vlastní zpracování

Tento graf vypovídá o tom, jak dlouhé pobyty budoucí klienti upřednostňují. Bylo zjištěno, že 46% dotazujících by na dovolenout stačil týden a 41% obyvatel Hlinska a okolí by chtěla strávit na dovolené 10 - 14 dní. Pouze 6% účastníků šetření považují za relevantní trávit dovolenou pouze na 1 – 3 dny. Dále jak 14 dní chce trávit pouze 7% respondentů.

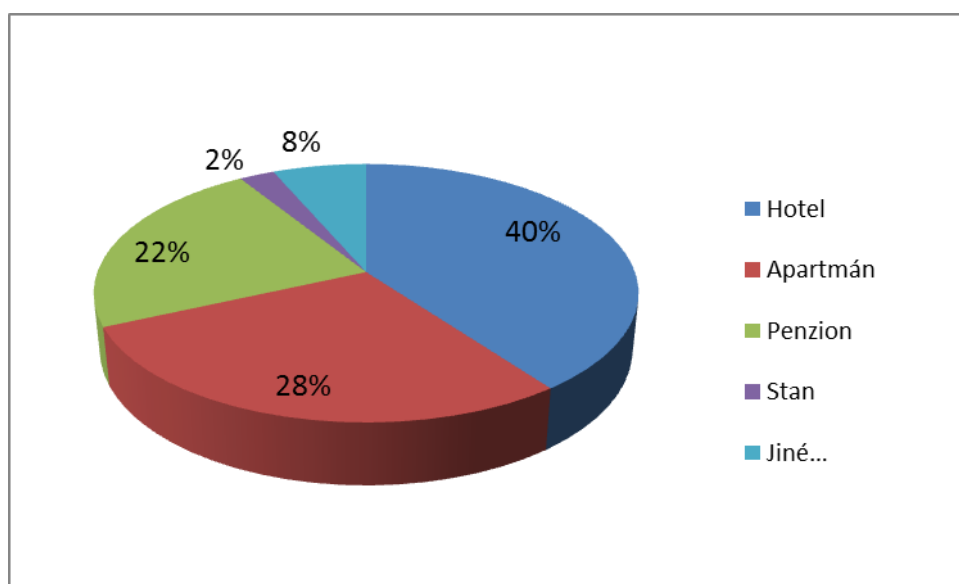
Graf 5 - Jaký typ stravování preferujete na Vaší dovolené?



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka číslo 5 měla zjistit, o jaký typ stravování mají účastníci šetření zájem. Tentokrát respondenti neodpověděli jednoznačně. 42% respondentů by uvítalo, pokud by cena dovolené zahrnovala polopenzi. 33% dotazovaných by zvolilo stravování all inclusive. O plnou penzi má zájem pouze 9% z dotazovaných a pouze snídani nebo žádnou stravu má zájem v obou případech 8% respondentů. Z toho vyplývá, že potenciální zákazníci chtějí mít na dovolené zajištěné stravování, a to v podobě polopenze nebo přímo all inclusive.

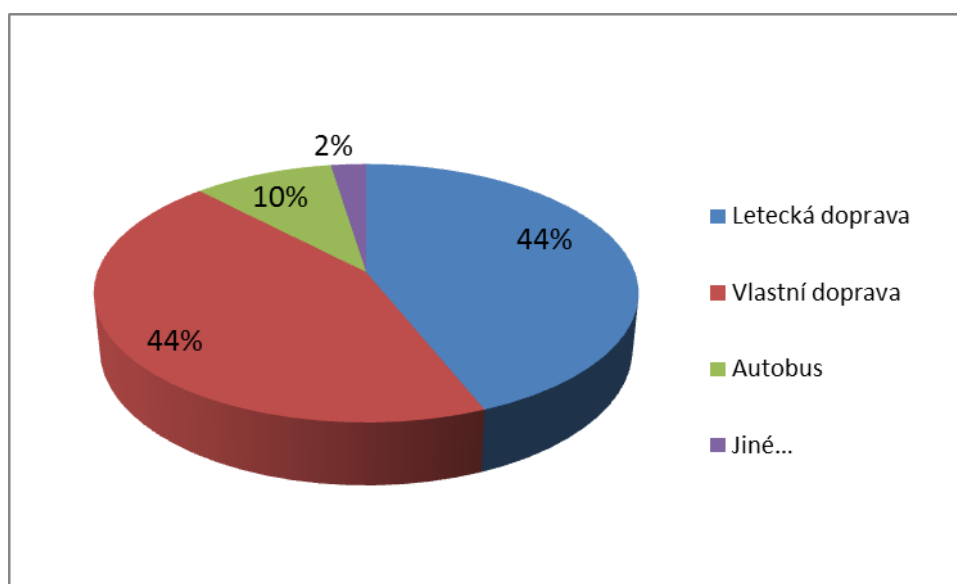
Graf 6 - Jaký typ ubytování preferujete na Vaší dovolené?



Zdroj: Vlastní zpracování

Nejoblíbenějším typem ubytování je u 40% respondentů hotel. 28% by si vybralo ubytování v apartmánu, o několik procent méně (22%) dotazovaných by si vybrali penzion. Stan by zvolilo pouze 2% respondentů. 8% dotazovaných zaškrtnulo možnost „Jiné...“, z toho polovina by chtěla být na dovolené ubytování v chatách a druhá polovina respondentů neupřednostňuje žádný ze zmíněných typů ubytování. Výsledkem této otázky je, že lidé preferují raději ubytování v hotelích nebo apartmánech.

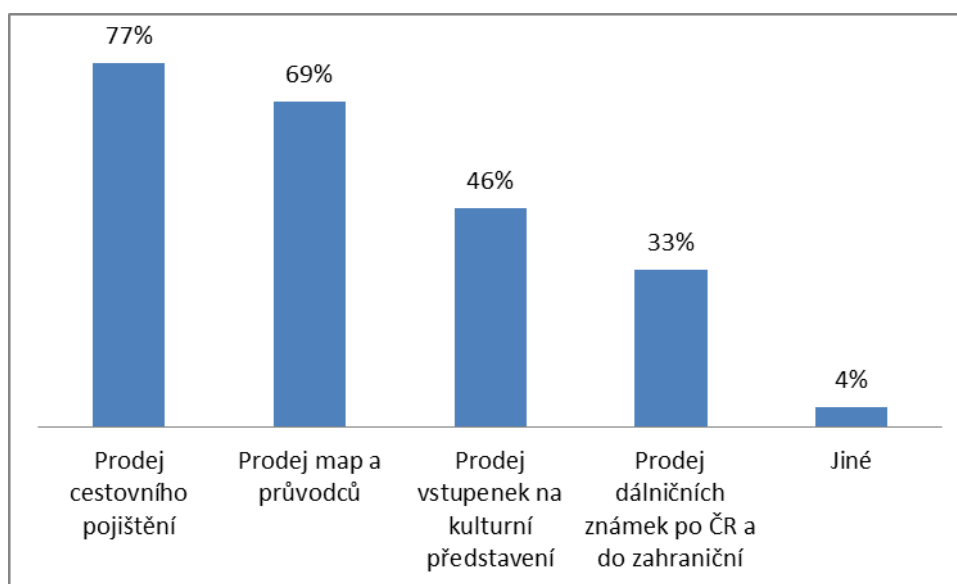
Graf 7 - Jaký typ dopravy preferujete na Vaší dovolené?



Zdroj: Vlastní zpracování

V této otázce byly zjišťovány preference dopravního prostředku, který budoucí zákazníci zvolí na cestu na dovolenou. Zajímavým zjištěním je, že zcela stejný počet dotazovaných (a to 44%) by se rozhodlo cestovat na dovolenou letecky a vlastní dopravou. 10% dotazovaných by zvolilo autokarové zájezdy. Možnost „Jiné...“ zvolilo 2% respondentů, kdy dva dotazovaní neupřednostňují žádný typ dopravy a jeden respondent uvedl, že by zvolil vlastní nebo leteckou dopravu.

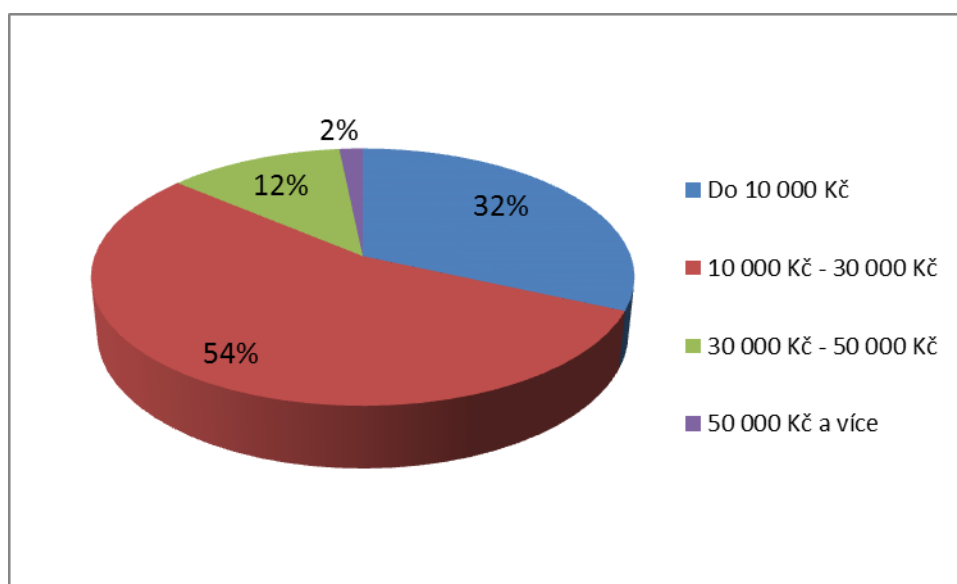
Graf 8 - Jaké další služby by měla CK ve Vašem městě nabízet?



Zdroj: Vlastní zpracování

Tento graf vypovídá o tom, jaké další služby, mimo prodej zájezdů, obyvatelé z Hlinska a okolí uvítají v nabídce nové cestovní kanceláře. V této otázce měli respondenti vybrat ze 4 možností minimálně 2, maximálně 3 nebo uvést jinou službu. 77% dotazovaných by uvítalo službu prodeje cestovního pojištění. Druhou nejčastěji zvolenou službou je prodej map a průvodců, a to ze 69%. O prodej vstupenek na kulturní představení má zájem 46%. Nejmenší, ale za to ne nijak zanedbatelný zájem (33%) mají budoucí zákazníci cestovní kanceláře o prodej dálničních známek po ČR a do zahraničí. 4% respondentů využilo také možnosti návrhu dalších služeb. Byly uvedeny požadavky informačního servisu zdarma na aktuální akce ve vybraných destinacích.

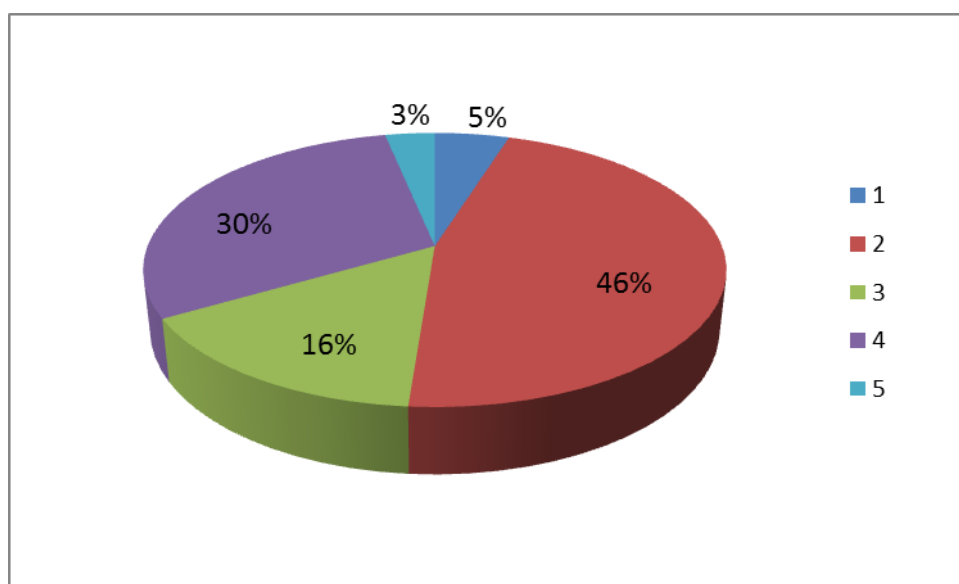
Graf 9 - Kolik jste ochotni ročně utratit na osobu za dovolenou?



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka týkající se finanční ochoty útraty na osobu za nákup dovolené za rok. Více jak polovina dotazovaných (54%) nejčastěji zvolila možnost 10 000 Kč - 30 000 Kč. Do 10 000 Kč je ochotno utratit za rok 32% respondentů. Rozmezí 30 000 Kč - 50 000 Kč zvolilo 12% účastníků šetření. 50 000 Kč a více za dovolenou za rok utratí pouze 2% obyvatel Hlinska a okolí.

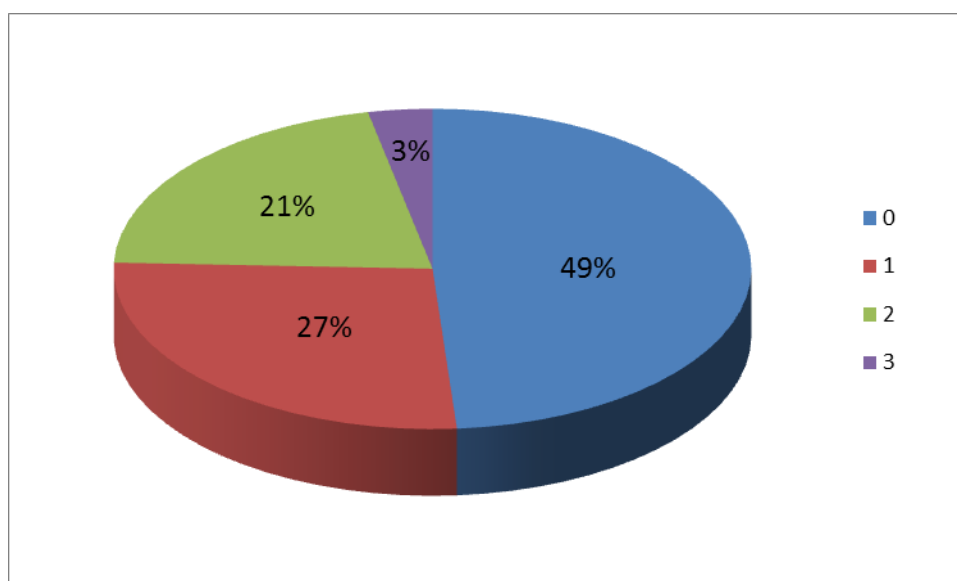
Graf 10 - Kolik dospělých členů má Vaše domácnost?



Zdroj: Vlastní zpracování

V této otevřené otázce, kdy každý respondent měl uvést pouze číslo, bylo zjištěno, kolik dospělých členů mají domácnosti v Hlinsku a okolí. Celkově bylo uvedeno od 1 do 5 dospělých členů. Nejčastější počet dospělých osob a to 2, má 46% domácností. Druhou největší skupinou jsou domácnosti, kde žijí 4 dospělí (a to u 30% všech dotázaných). Další nejčastější odpovědi byly 3 dospělí členové domácnosti. Tuto odpověď uvedlo 15% respondentů. 5% dotazovaných sdělilo, že jejich domácnost má pouze 1 dospělého člena a u 3% lidí z výzkumu žije v domácnosti 5 dospělých členů. Ze shromážděných odpovědí na tuto otázku jsem také vypočítala průměr, který je 2,8 dospělých členů na jednu domácnost.

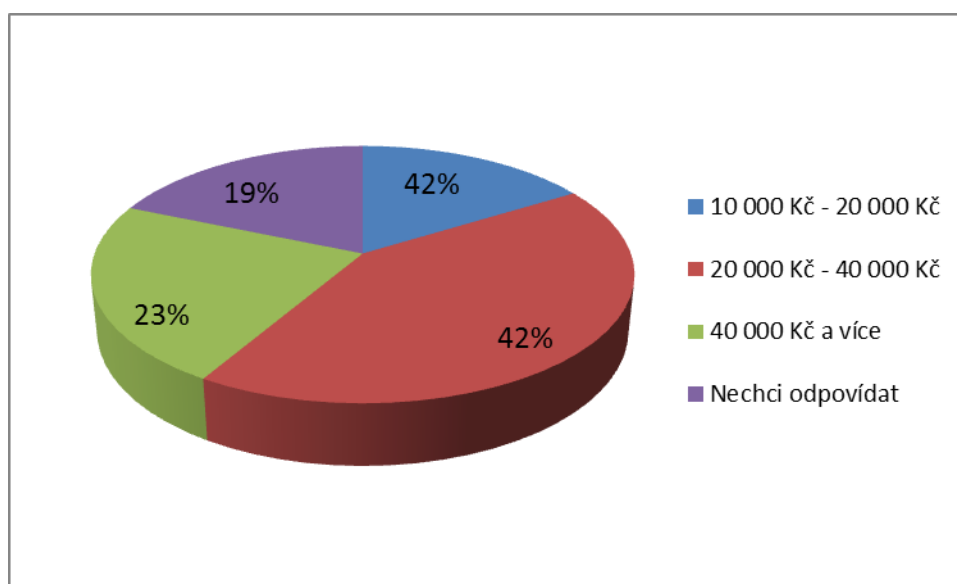
Graf 11 - Kolik členů do 18 let má Vaše domácnost?



Zdroj: Vlastní zpracování

V další otevřené otázce respondenti uváděli počet členů svých domácností mladších 18 let. Překvapivým poznatkem je, že 49% domácností respondentů nemá doma žádného člena do 18 let. Jedno dítě do 18 let má 27% domácností respondentů. Dvě děti v domácnosti uvedlo 21% dotazatelů a tři děti žijí u 3% domácností účastníků dotazníku. Opět jsem určila průměrný počet členů mladších 18 let v domácnostech, který je 0,73 dítěte.

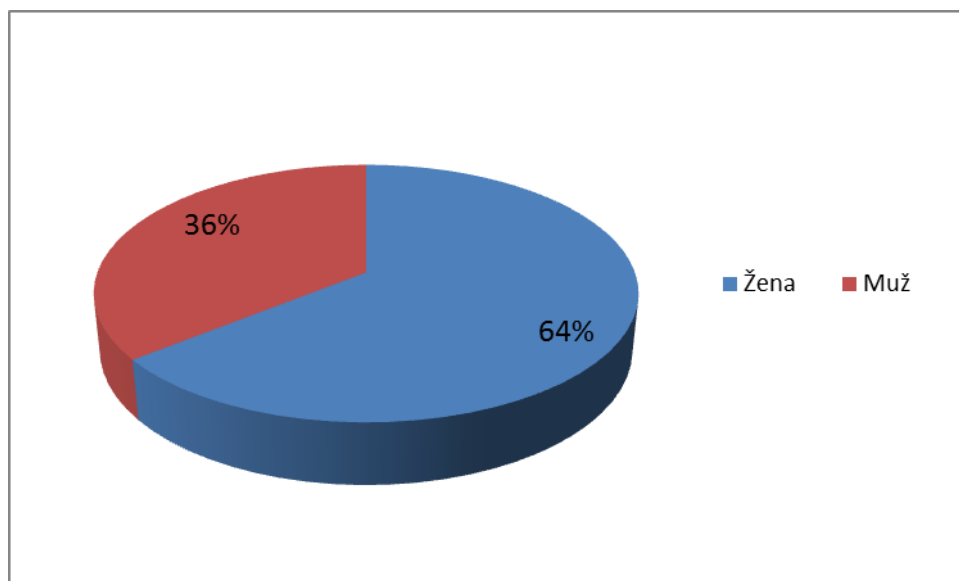
Graf 12 - Jaký je měsíční příjem Vaší domácnosti?



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující otázka se opět týká financí a to konkrétně příjmu domácností respondentů. Nejčastěji zvolenou odpovědí bylo rozmezí 20 000 Kč - 40 000 Kč. Tuto možnost zvolilo 42% účastníků šetření. Druhé největší procentuální zastoupení (23%) měla odpověď 40 000 Kč a více. 19% respondentů nechtělo měsíční příjem své domácnosti uvést. Příjem 10 000 Kč - 20 000 Kč má 16% domácností dotazovaných.

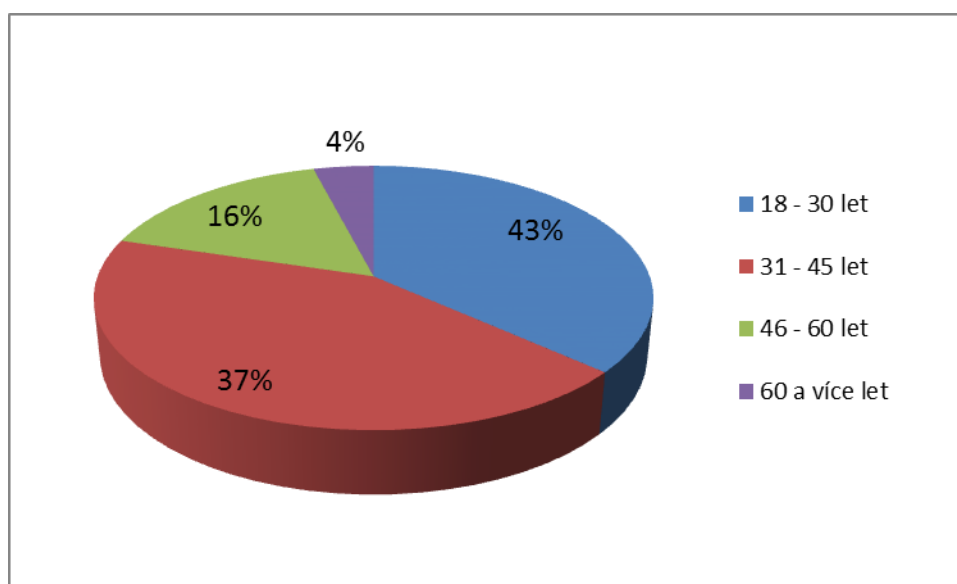
Graf 13 - Pohlaví



Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední dvě otázky zjišťují identifikační znaky respondentů. Celkově se dotazníku zúčastnilo 64% žen a 36% mužů.

Graf 14 - Věkové rozpětí respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

V poslední otázce dotazování odpovídali na otázku ohledně svého věku. Nejčastější věková struktura respondentů se pohybovala v rozmezí 31 – 45 let a to celých 43%. V rozmezí 18 – 30 let se zúčastnilo dotazníkového šetření 37% respondentů. Ve věku 46 – 60 let bylo dotázáno 16% a osob starších 60 let dotazník vyplnilo 4% ze všech respondentů.

4.2.2 Výsledek dotazníkového šetření

Z výsledků dotazníkového šetření je patrné, že potenciální zákazníci mají podle předpokladu největší zájem o pobytové zájezdy konané v letní sezóně. Více jak polovina dotazujících má zájem o zájezdy do evropských destinací. Dotazovaní mají největší zájem o dovolenou trvající 10 – 14 dní. Téměř stejné procento respondentů odpovědělo, že má zájem trávit dovolenou do 7 dní. Dále bylo zjištěno, že potenciální zákazníci preferují ubytování v hotelu se stravováním v podobě polopenze. V otázce týkající se výběru dopravy, zcela stejné procento respondentů odpovědělo, že by preferovaly leteckou dopravu a dopravu vlastní. Z výsledků výzkumu bylo zjištěno, že dotazovaní mají zájem o další služby CK a to konkrétně o cestovní pojištění. Dalším pozitivním zjištěním bylo, že více než polovina respondentů je připravena investovat do dovolené více než 10 000 Kč za osobu za rok. Díky dotazníkovému šetření bylo také zjištěno, že téměř polovina respondentů žije v domácnosti, která má 2 dospělé členy. Zajímavým výsledkem je, že téměř polovina dotazovaných nemá ve své domácnosti žádného člena do 18 let. Nejčastějším měsíčním příjmem domácnosti dotazovaných je 20 000 Kč – 40 000 Kč. Největší zastoupení mezi účastníky dotazníkového šetření měly ženy. Účastníci výzkumu byli nejčastěji lidé ve věku 31 – 45 let. Podle výsledků tohoto výzkumu byly připraveny produkty nové cestovní kanceláře v Hlinsku v Čechách.

5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, který popisuje veškeré faktory související se zahájením podnikatelské činnosti. Než podnikatel zahájí podnikatelskou činnost, musí si uvědomit, zda má osobní předpoklady pro podnikání, zda má dobrý podnikatelský nápad, a jestli uspěje v konkurenci ostatních podniků. Kvalitně sestavený podnikatelský plán může výrazně ovlivnit úspěšnost podniku. Jedná se o představení myšlenky plánu podnikání, i dlouhodobé plány, kterými se bude podnik ubírat. Podnikatelský plán umožní komukoliv pochopit podstatu podniku a podnikateli přesněji stanovit cíle a vyzdvihnout přednosti a výhody svého podniku a také upozornit na jistá rizika.

Důvodů proč začít podnikat je velmi mnoho. Je na každém z nás, jak se hodláme v životě realizovat a zda budeme zaměstnancem nebo zaměstnavatelem. V případě založení cestovní kanceláře v Hlinsku v Čechách byla podnětem zejména vize osobního růstu, splnění snu, seberealizace a hlavně být pánem svého času.

Na základě teoretických poznatků a analýz, které zahrnuje i dotazníkové šetření, byl vypracován podnikatelský plán pro založení cestovní kanceláře „Let’s travel, s.r.o.“.

Popis společnosti



Obrázek 1- Logo společnosti

Zdroj: Vlastní zpracování

- *Základní informace*

Název organizace: Let's travel s.r.o.

Sídlo a provozovna: Hlinsko, Havlíčkova 43

IČO: 24852139

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Základní kapitál: 350 000 Kč

Předmět podnikání: Provozování cestovní kanceláře, organizace, nabídka a prodej zájezdů a ostatních služeb cestovního ruchu

Kontaktní osoba: Tereza Wasserbauerová

Telefon: +420 776 897 883

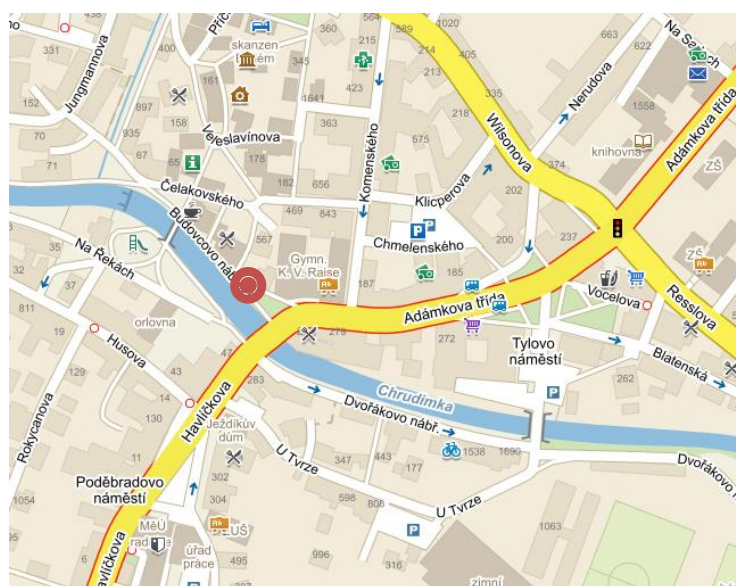
Webové stránky: www.lets-travel.cz

Email: info@lets-travel.cz

Nově vzniklá cestovní kancelář v Hlinsku v Čechách se bude jmenovat „Let's travel, s.r.o.“, v překladu název znamená „Pojďme cestovat“. Cestovní kancelář bude umístěna ve městě Hlinsko v Čechách z důvodu rodného města zakladatelky podniku. Město se nachází v Pardubickém kraji, v okrese Chrudim.

Provozovna bude sídlit v jižní části Poděbradova náměstí, naproti prodejně ETA. Tyto volné prostory k pronájmu se nachází u hlavní silnice s velkou výlohou, která bude lákat a informovat zákazníky o aktuálních akcích. Umístění prodejny je přímo v centru města, kde se v blízkosti nachází městská radnice, gymnázium, Městská památková rezervace lidové architektury Betlém, Tylovo náměstí a mnoho obchodů, restaurací a kaváren. Výhodou je také dobrá dopravní dostupnost. Městem vede státní silnice číslo I/34 spojující města Polička a Havlíčkův Brod s návazností na dálnici D1 a železniční trať Pardubice – Havlíčkův Brod. [25]

Mapa 1 - Umístění CK v centru města



Zdroj: *Mapy.cz* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z:

<http://mapy.cz/zakladni?planovani-trasy>

5.1 Charakteristika společnosti

Cestovní kancelář Let's travel s.r.o. zahájí činnost dne 1. dubna 2016, realizace prvních zájezdů se předpokládá v červnu 2016.

Společnost bude založena jako společnost s ručením omezeným jediným zakladatelem, který bude zároveň i jediným jednatelem. Vklad u společnosti s ručením omezeným, který byl 200 000 Kč, byl zrušen. Tedy k založení této formy společnosti bude stačit pouze 1 Kč. Aby společnost působila navenek věrohodně, jako základní kapitál byla zvolena částka 350 000 Kč. Společnost Let's travel, s.r.o. bude i plátcem DPH.

Zákon č. 159/1999 Sb. říká, že společnost Let's travel, s.r.o. bude nabízet následující služby:

- Organizovat vlastní zájezdy
- Nabízet vlastní zájezdy
- Prodávat vlastní zájezdy
- Zprostředkovávat, nabízet a prodávat zájezdy a jednotlivé služby cestovního ruchu

Cestovní kancelář Let's travel, s.r.o. se bude v prvním roce podnikání zabývat prodejem zájezdů v letní i zimní sezóně do zahraničí. CK bude nabízet 4 vlastní pobytové zájezdy ve 4 turnusech do Chorvatska, Itálie, Španělska a Řecka. V letní sezóně budou nabízeny také pobytové zájezdy jiných cestovních kanceláří. V zimní sezóně bude CK zprostředkovávat prodej zájezdů jiným cestovním kancelářím, konkrétně pobytové zájezdy spojené se sportovními aktivitami zejména lyžováním v Rakousku a Itálii.

Doplňkovým prodejem cestovní kanceláře bude zprostředkování cestovního pojištění, konkrétně od pojišťovny Kooperativa. Plánem CK do budoucna je prodej cestovatelských průvodců a map.

Sídlo a zároveň i provozovna cestovní kanceláře Let's travel, s.r.o. se bude nacházet v centru města Hlinska, kde si cestovní kancelář pronajme kancelářské prostory ve výši 6 000 Kč/měsíc + 4 000 Kč záloha za energie. Kancelář se nachází v přízemí budovy o rozměrech 48m². Součástí vybavení kanceláře budou 2 psací stoly s židlemi, počítač, rohová pohovka s konferenčním stolem, regály a poličky na dokumenty a propagační materiály. Provozovna CK bude zařízena tak, aby na zákazníky působila příjemným dojmem.

Provozní doba bude od pondělí do pátku od 9,00 – 18,00 hod, sobota od 9,00 – 11,30 hod. V neděli zavřeno.

5.2 Založení cestovní kanceláře

Před zahájením podnikání pod společností je nutné mít zapsáno v obchodním rejstříku sídlo společnosti. Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání upravuje obor činnosti Provozování cestovní kanceláře, což spadá pod koncesovanou živnost. Společnost musí mít jednatele, kterým bude Tereza Wasserbauerová. Jednatel musí prokázat trestní bezúhonnost včetně potvrzení splnění podmínek provozování živnosti. Základní kapitál bude vložen do firmy ve výši 350 000 Kč. Kapitál bude uhrazen v plné výši z úspor jednatelky a jediné majitelky společnosti. Aby mohla být společnost zapsána do obchodního rejstříku, musí mít ohlášen předmět podnikání na živnostenském úřadě.

Cestovní kancelář v případě udělení živnosti musí mít uzavřenou smlouvu o povinném pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře. Jednotlivé kroky k samotnému založení společnosti:

- Návštěva notáře a sepsání zakladatelské listiny formou notářského zápisu
- Výpis z rejstříku trestu
- Doložení sídla podnikání

Tabulka 1- Harmonogram činností

Název činnosti	Doba trvání (dny)	Zahájení	Dokončení
Činnosti před založením s.r.o.			
Potvrzení bezúhonnosti	1	1. 12. 2015	2. 12. 2015
Výpis z rejstříku trestu	1	1. 12. 2015	2. 12. 2015
Doložení sídla podnikání	1	1. 12. 2015	2. 12. 2015
Založení společnosti			3. 12. 2015
Sepsání zakladatelské listiny	1	3. 12. 2015	4. 12. 2015
Potvrzení o složení základního kapitálu	5	8. 12. 2015	13. 12. 2015
Smlouva s pojišťovnou CK	21	8. 12. 2015	29. 12. 2015
Žádost o živnostenské oprávnění	1	4. 1. 2016	5. 1. 2016
Výpis z živnostenského rejstříku	30	5. 1. 2016	4. 2. 2016

Vznik společnosti		4. 2. 2016	
Zápis do obchodního rejstříku	5	4. 2. 2016	9. 2. 2016
Registrace k daním na finančním úřadě	7	9. 2. 2016	16. 2. 2016
Tvorba webových stránek společnosti	14	16. 2. 2016	1. 3. 2016
Jednání s partnery CK	14	1. 3. 2016	15. 3. 2016
Zahájení činnosti		1. 4. 2016	

Zdroj: Vlastní zpracování

5.3 Organizační plán

Tato část se bude věnovat personální stránce podniku, která má velký vliv na kvalitu nabízených produktů a spokojenosti zákazníků.

Organizační struktura společnosti Let's travel, s.r.o. bude mít jednu zakladatelku a zároveň jedinou jednatelku, která má 100% podíl ve společnosti.

Její kompetence ve společnosti budou následující:

- Nabídka a prodej zájezdů klientům
- Jednání s dodavateli, uzavření obchodních smluv
- Příprava a organizování vlastních zájezdů
- Nábor a školení delegátů
- Vytvoření marketingového plánu CK
- Zajištění chodu cestovní kanceláře – administrativa, platby, finance

Mzda jednatelky

- Hrubá mzda: 16 000 Kč + sociální pojištění (25%) 4 000 + zdravotní pojištění (9%) 1 440 Kč = 21 440 Kč

Cestovní kancelář zaměstná brigádníka, studenta vysoké školy se zaměřením na cestovní ruch. Se studentem bude uzavřena smlouva o provedení práce (max. 300 hodin ročně). Jeho pracovní činností bude administrativní a pomocné práce v CK.

Mzda brigádníka

Brigádník bude ohodnocen částkou 85 Kč/ hod. V cestovní kanceláři bude vypomáhat dle potřeby. Celkové náklady za rok budou činit 25 500 Kč. Měsíční náklady budou činit 2 125 Kč + daň z příjmu (15%) 318,75 Kč = 2 443,75 Kč.

Dalšími důležitými zaměstnanci CK jsou delegáti, na které budou kladeny vysoké požadavky. I na této pozici bude upřednostněn student vysoké školy cestovního ruchu s praxí delegáta. V CK Let's travel, s.r.o. budou zaměstnáni čtyři delegáti, kteří budou zajišťovat spokojenost zákazníků v průběhu zájezdů. Odměna delegáta bude ve výši 12 000 Kč, zároveň mu bude hrazeno ubytování, cestovné a stravné. Delegáti budou pracovat 4 měsíce v roce.

Mzda delegáta (4x)

- Hrubá mzda za jednoho delegáta: 12 000 Kč + sociální pojištění (25%) 3 000 Kč + zdravotní pojištění (9%) 1 080 Kč = 16 080 Kč

Cestovní kancelář si bude platit externího pracovníka i na agendu spojenou s účetnictvím. Částkou 4 000 Kč/měsíc. S tímto pracovníkem bude také uzavřena dohoda o provedení práce (max. 300 hodin ročně). Po rozjetí cestovní kanceláře je v plánu přijmout pracovníka účetnictví na hlavní pracovní poměr.

Mzda účetní

- Hrubá mzda: 4 000 Kč + daň z příjmu (15%) 600 Kč = 4 600 Kč

Tabulka 2 - Mzdové náklady na rok provozu

Zaměstnanec	Mzda /12 měsíců
Jednatelka	257 280 Kč
Brigádník	25 500 Kč
Delegáti	257 280 Kč
Externí pracovník	55 200 Kč
Celkem	595 260 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

5.4 Propagace

K dobrému uvedení produktů na trh pomůže podnikateli dobře připravená propagace, která zaujme zákazníka. Propagace se rozlišuje na přímé a nepřímé propagační nástroje. Cestovní kancelář Let's travel, s.r.o. použije především nepřímé nástroje propagace. Do podvědomí zákazníků se služby CK dostanou prostřednictvím reklamního spotu na rádiu Impuls v oblasti Pardubický kraj. Dále bude zařízena reklama v místní kabelové televizi KIS a v Hlineckých novinách. Potencionální zákazníci se o nové cestovní kanceláře dozvědí také díky roznosu propagačních letáků Českou poštou. Tisk letáků, katalogů a vizitek zajistí firma Tisknemelevne.cz. Dále budou vytvořeny internetové stránky, které budou přehledné a plné zajímavých nabídek a poskytovaných služeb CK. Internetové stránky budou vytvořeny specializovanou firmou. V dnešní době, kdy se se pohybujeme na internetu téměř každý den, bude do propagace CK zahrnut také virální marketing. Jedná se o nový způsob komunikace prostřednictvím sociálních sítí, kdy neznámější z nich je Facebook. Jedná se o efektivní a nejrychlejší propagaci, která vyžaduje nulové náklady.

Samotný vzhled provozovny CK bude působit na zákazníky lákavě. Vzhledu z ulice bude dominovat velká výloha, na které budou vystaveny nabídky zájezdů. Nad výlohou bude reklamní nápis „Cestovní kancelář - Let's travel, s.r.o.“. Náklady na reklamní

nápis nelze přesně stanovit, jelikož každá zakázka má svoji kalkulaci ceny. Lze provést tedy pouze odhad ceny.

Neodmyslitelně nejlepší propagací, která je zároveň zadarmo, jsou dobré reference zákazníků, které se bude podnikatel snažit v průběhu podnikání získat.

Tabulka 3 - Náklady na propagaci

Druh propagace	Cena
Reklama na rádiu Impuls	17 000 Kč
Reklama v kabelové televizi KIS	508,20 Kč
Reklama v Hlineckých novinách	3 949,44 Kč
Tisk katalogů	29 450 Kč
Tisk vizitek	1 720 Kč
Tisk propagačních letáků	3 339,60 Kč
Roznos propagačních letáků	798,60 Kč
Internetové stránky	7 000 Kč
Celkové náklady	63 765,84 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

5.5 Produkt

V dnešní době lidé nemají příliš mnoho času vyhledávat a zpracovávat si sami informace o jednotlivých lokalitách a připravit si tak zajímavé výlety, proto vyhledávají nabídky cestovních kanceláří a vybírají zájezd přesně podle svých přání a adekvátní ceny.

Cestovní kancelář Let's travel bude nabízet pobytové zájezdy, které budou uskutečňovány v letní i v zimní sezóně. V letní sezóně bude CK nabízet vlastní pobytové zájezdy do Chorvatska, Itálie, Řecka a Španělska. V zimní sezóně budou

zájezdy zprostředkovány jiným cestovním kancelářím. Půjde o zájezdy zaměřené na pobyty spojené se sportovními aktivitami zejména lyžování v Rakousku a Itálii. Zájezdy budou určeny pro mladé páry, skupinky přátel, ale i pro seniory. Cestovní kancelář bude kromě zájezdů nabízet také prodej cestovního pojištění.

Délka zájezdů, které bude CK nabízet, bude většinou od 7 do 14 dní. Podle způsobu přípravy budou vytvářeny produkty standartní neboli katalogové. Jedná se o předem připravené produkty. Zájezdy budou organizovány se zkušeným delegátem.

Na zájezdy se budou zákazníci dopravovat převážně letecky a vlastní dopravou. Další využívaným dopravním prostředkem bude autobus. Druh dopravy bude záležet na vzdálenosti destinace a konkrétním programu pobytu.

Stravování bude účastníkům zajišťováno nejčastěji v podobě polopenze nebo all inclusive, kdy opět bude záležet na zaměření zájezdu. Ubytování bude CK sjednávat s dodavateli vlastních hotelů, apartmány nebo penziony.

Cena jednotlivých zájezdů bude odpovídat výsledkům dotazníkového šetření. Zákazníci najdou v nabídce zájezdy za výhodné ceny, ale i náročnější zákazníci si přijdou na své.

Popis vlastních produktů

Účastníci pobytového zájezdu do Chorvatska budou ubytováni na Riviére Šibenik ve městě Primošten. Typem ubytování byly vybrány apartmány přímo u moře s oblázkovou pláží. Cena zájezdu zahrnuje také polopenzi formou bufetu. Doba trvání pobytu je 12 nocí. Účastníci se na tento zájezd dopraví vlastní dopravou.

Pobytový zájezd do Itálie bude uskutečněn v oblasti Severního Jadranu v letovisku Caorle. Zákazníci budou ubytováni ve tříhvězdičkovém hotelu s polopenzí formou bufetu po dobu 7 nocí. Doprava bude zajištěna autobusová.

Třetím produktem cestovní kanceláře Let's travel bude pobytový zájezd do Řecka na ostrov Rhodos. Ubytování bylo zvoleno ve čtyřhvězdičkovém hotelu v blízkosti moře. Cena zájezdu bude zahrnovat stravování all inclusive a leteckou dopravu, délka pobytu je na 10 nocí.

Pobytový zájezd do Španělska bude zákazníkům nabízet ubytování ve čtyřhvězdičkovém hotelu přímo u moře na ostrově Mallorca. Zájezd bude trvat 7 nocí

a v ceně bude zahrnuto stravování v podobě all inclusive. Typem dopravy byla zvolena letecká přeprava.

Tabulka 4 - Plánované tržby a zisk – obsazenost zájezdů 100%

Destinace	Prodejní cena	Plánovaný prodej	Počet turnusů	Plánované tržby	Plánovaný zisk
Chorvatsko	6 999 Kč	30	4	839 880 Kč	251 964 Kč
Itálie	9 999 Kč	47	4	1 879 812 Kč	563 943,6 Kč
Řecko	12 990 Kč	30	4	1 558 800 Kč	467 640 Kč
Španělsko	13 990 Kč	30	4	1 678 800 Kč	503 640 Kč
Celkem	-	137	16	5 957 292 Kč	1 787 187,6 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Plánované tržby při 100% obsazenosti zájezdů jsou 5 957 292 Kč, plánovaný zisk z prodeje zájezdů je 1 787 187,6 Kč. Marže u každého zájezdu byla stanovena 30%.

5.5.1 Kalkulace zájezdu

Součástí tvorby zájezdu je zabezpečení služeb, vypracování programu a kalkulace zájezdu, kdy je stanovena cena, za kterou bude produkt nabízen zákazníkům.

Kalkulaci zahraničního zájezdu tvoří výpočet přímých a nepřímých nákladů.

Nepřímé náklady zahrnují náklady, které je nutné vynaložit bez ohledu na počet účastníků zájezdu, a jsou rozúčtovány mezi jednotlivé účastníky.

- *Nepřímé náklady*
 - doprava,
 - poplatky spojené s dopravou,
 - poplatky za parkování,

- rozdíl spotřeby nafty při zájezdech do zahraničí,
- poplatky za vjezd do nízkoemisní zóny,
- akce za pevné ceny (kulturní a sportovní akce),
- daň z přidané hodnoty.
- náklady na řidiče, průvodce, místního průvodce

Výpočet nepřímých nákladů na dopravu záleží na konkrétním druhu dopravy. Cestovní kancelář Let's travel, s.r.o. bude využívat charterové neboli sezónní lety, které jsou uskutečňovány podle objednávek celé přepravní kapacity letadla. Cestovní kanceláře si objednají na určitý počet termínů celou nebo část kapacity letadla. Ceny charterových letů jsou stanoveny podle dohody mezi leteckou společností a cestovní kanceláří. Předpokládaná spolupráce bude s leteckou společností Travel Service.

Pro autokarový zájezd výpočet nákladů na dopravu zahrnuje cena za ujeté kilometry a přístavné kilometry, pokud musí řidič dojíždět k místu odjezdu. Ve výpočtu se nesmí také zapomenout na určité procento objížděk a tzv. čekací čtvrt hodiny, které se počítají od 6 – 18 hod. U zájezdů z katalogu je nutné do nepřímých nákladů zahrnout také riziko neobsazení zájezdu, které bývá do 20% objednané kapacity.

U nákladů na řidiče a průvodce se účtují náklady na ubytování, pokud není zahrnuto v ubytování, tak stravování, mzda druhého řidiče a průvodce. Za průvodce jsou také hrazeny vstupy do objektů. V některých případech dodavatelé ubytování poskytují CK gratuitu na určitý počet osob v podobě například jednoho dvoulůžkového pokoje, který obsadí řidiči, popřípadě průvodce a náklady na ubytování jsou tak nulové. Mimo stravy mají řidiči a průvodce nárok také na zahraniční nebo tuzemské stravné. K jeho výpočtu se vychází ze Zákoníku práce a je nutné znát sazbu stravného daného státu. U zahraničního zájezdu je potřeba vypočítat tzv. kurzové riziko, kvůli případnému zvýšení měnového kurzu vůči české měně, díky kterému by došlo ke zvýšení nákladů na služby hrazené v cizí měně. Ceny za tyto služby se převedou do české měny a vyčíslí se z nich 10%, které jsou zahrnuty v ceně zájezdu.

- *Přímé náklady*

Přímé náklady jsou vypočítány na jednoho účastníka zájezdu.

- ubytování,
- stravování,
- vstupné do objektů.

Po vyčíslení přímých a nepřímých nákladů na jednoho účastníka, se tyto náklady sečtou a připočítá se marže CK. U pobytových zájezdů bývá marže 40% a u poznávacích zájezdů 30%. CK Let's travel z důvodů zahájení své činnosti zvolila u svých zájezdů marži 30%. Výši marže je také nutné upravit o 21% sazbu DPH. Po součtu všech těchto položek CK dojde k hrubé ceně zájezdu pro jednoho účastníka zájezdu. (Linderová, Scholz, 2014)

5.6 Finanční plán

Finanční plán patří k jednomu z nejdůležitějších částí podnikatelského plánu.

- *Analýza nákladů*

V prvotní fázi, musíme počítat s náklady za sepsání zakladatelské smlouvy a pojištění proti úpadku cestovní kanceláře.

Tabulka 5 - Počáteční náklady se zřízením CK

Název	Částka
Sepsání zakladatelské smlouvy	5 000 Kč
Ověření podpisu	200 Kč
Zapsání do obchodního rejstříku	8 000 Kč
Koncesní listina	2 000 Kč
Pojištění proti úpadku	172 761,468 Kč
Vytvoření internetových stránek	7 000 Kč
Internetové připojení	1 100 Kč
Rezervační systém	10 000 Kč
Telefonní přístroj - pevná linka	1 400 Kč
Mobilní telefon	4 990 Kč
Multifunkční barevná tiskárna	3 299 Kč
Rekonstrukce kanceláře	27 650 Kč
Vybavení kanceláře	65 328 Kč
Celkem	308 728,468 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Počáteční náklady na zřízení cestovní kanceláře budou ve výši 308 728,468 Kč. Tato částka tedy zahrnuje veškeré administrativní náklady spojené se založení CK i pojištěním proti úpadku cestovní kanceláře.

Tabulka 6 - Provozní náklady na rok provozu

Název	Měsíčně	Ročně
Pronájem kanceláře	6 000,00 Kč	72 000,00 Kč
Připojení k internetu	500,00 Kč	6 000,00Kč
Informační systémy	1 245,00 Kč	14 940,00 Kč
Voda, topení, energie	4 000 Kč	48 000 Kč
Mobilní telefon (tarif)	600,00 Kč	7 200,00 Kč
Materiál	1 000,00 Kč	12 000,00 Kč
Bankovní poplatky (vedení účtu)	120,00 Kč	1 440,00 Kč
Mzdové náklady	92 803,75 Kč	595 250,00 Kč
Propagace		63 765,84 Kč
Celkem	105 268,74 Kč	820 595,842 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Provozní náklady na jeden kalendářní rok jsou ve výši 820 595,842 Kč. Jsou zde zahrnuty veškeré náklady, které jsou nezbytné k provozu cestovní kanceláře.

Výpočet pojištění proti úpadku

Povinná pojistná částka = 30% z 5 957 292 Kč = 1 787 187,6 Kč

Spoluúčast = 2% z 5 957 292 Kč = 119 145,84 Kč

Rizikovost podnikání = 3% z 1 787 187,6 Kč = 53 615,628 Kč

Celkové náklady na pojištění = 119 145,84 Kč + 53 615,628 Kč = 172 761,468 Kč

- *Počáteční rozvaha*

V tabulce č. 4 je naznačena zahajovací rozvaha ke dni zahájení činnosti cestovní kanceláře Let's travel s.r.o. Zakladatelka vložila do podnikání 350 000 Kč jako základní kapitál ze svých zdrojů. Což bude zapsáno na straně pasiv pod Vlastním kapitálem.

Na straně aktiv budou zaznamenány peníze a oběžná aktiva.

Rozvaha ke dni 1. 12. 2015

Tabulka 7 - Zahajovací rozvaha ke dni 1. 12. 2015

Aktiva		PASIVA	
Dlouhodobý majetek	0 Kč	Vlastní zdroje	
Provozní náklady (založení firmy)	15 200 Kč	Základní kapitál	350 000 Kč
Oběžná aktiva	334 800 Kč	Cizí zdroje	0 Kč
Aktiva	350 000 Kč	Pasiva	350 000 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

- *Analýza tržeb*

Tak jako byla vyhotovena analýza nákladů pro první rok podnikání, je nutné si vytvořit i analýzu tržeb pro první rok podnikání. K vytvoření analýzy tržeb jsou použity dvě varianty, realistická a pesimistická. Realistická analýza počítá s obsazeností zájezdů z 80%. Pesimistická analýza počítá s obsazeností zájezdů z 60%.

Mezi přímé náklady se řadí ubytování, stravné a pojištění. Nepřímé náklady se řadí doprava, mzda delegáta, pojištění CK. Marže u vlastních pobytových zájezdů byla stanovena na 30%.

Tabulka 8 - Realistický model – obsazenost zájezdů 80%

Destinace	Prodejní cena	Plánovaný prodej	Počet turnusů	Plánované tržby	Plánovaný zisk
Chorvatsko	6 999 Kč	24	4	671 904 Kč	201 571 Kč
Itálie	9 999 Kč	37	4	1 479 852 Kč	443 956 Kč
Řecko	12 990 Kč	24	4	1 247 040 Kč	374 112 Kč
Španělsko	13 990 Kč	24	4	1 343 040 Kč	402 912 Kč
Celkem	-	109	16	4 741 836 Kč	1 422 551 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

U realistického modelu se počítá s tržbou ve výši 4 741 836 Kč a plánovaným ziskem ve výši 1 422 551 Kč.

Tabulka 9 – Pesimistický model – obsazenost zájezdů 60%

Destinace	Prodejní cena	Plánovaný prodej	Počet turnusů	Plánované tržby	Plánovaný zisk
Chorvatsko	6 999 Kč	18	4	503 928 Kč	151 178 Kč
Itálie	9 999 Kč	28	4	1 119 888 Kč	335 966 Kč
Řecko	12 990 Kč	18	4	935 280 Kč	280 584 Kč
Španělsko	13 990 Kč	18	4	1 007 280 Kč	302 184 Kč
Celkem	-	82	16	3 566 376 Kč	1 069 913 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

U pesimistického modelu budou plánované tržby ve výši 3 566 376 Kč a plánovaný zisk ve výši 1 069 913 Kč

- *Výsledné hospodaření*

Tabulka 10 - Předpokládaný výsledek hospodaření

Počáteční náklady se zřízením CK	308 728,468 Kč
Provozní náklady na rok provozu	820 595,842 Kč
Celkové náklady na rok provozu	1 129 324,31 Kč
Plánovaný zisk při obsazenosti 100%	1 787 187,60 Kč
Daň 19%	339 565,64 Kč
Plánovaný zisk po zdanění	1 447 621,96 Kč
HV	318 297,65 Kč
Plánovaný zisk při obsazenosti 80%	1 422 551 Kč
Daň 19%	270 284,69 Kč
Plánovaný zisk po zdanění	1 152 266,31 Kč
HV	22 942 Kč
Plánovaný zisk při obsazenosti 60%	1 069 913 Kč
Daň 19%	203 283 Kč
Plánovaný zisk po zdanění	866 630 Kč
HV	-263694,31

Zdroj: vlastní zpracování

Předpokládaný výsledek hospodaření cestovní kanceláře Let's travel je více než příznivý. Celkové náklady na rok provozu byly vyčísleny ve výši 1 129 324,31 Kč. Z výpočtu výsledného zisku je povinné ze zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmu odvést 19% daň. V případě 100% obsazenosti zájezdu bude hospodářský výsledek ve výši 318 297,646 Kč. Pokud budou zájezdy obsazené pouze z 80%, hospodářský

výsledek bude činit 22 942 Kč. Za předpokladu obsazenosti zájezdů pouze 60% lze očekávat hospodářský výsledek -263 694,31 Kč.

Veškeré uvedené výpočty jsou pouze odhadované a nelze před začátkem podnikání s přesností říci, jaké skutečné náklady a výnosy může cestovní kancelář očekávat.

5.7 Cíl cestovní kanceláře

Stanovení cílů podniku je jednou z nejdůležitějších součástí při zahájení podnikatelské činnosti. Tyto cíle se musí také neustále aktualizovat s ohledem na aktuální vývoj cestovní kanceláře. Hlavním cílem cestovní kanceláře po prvním roce podnikání bude žádná případně pouze malá finanční ztráta. Dalším důležitým cílem bude správné uvedení podniku na trh a vybudování dobrého jména podniku a co možná nejvíce spokojených zákazníků.

5.8 SWOT analýza

Dokonalá znalost vnitřního prostředí podniku je důležitá pro určení příležitostí a hrozeb spojených s vlastními aktivitami. Posouzení činností podniku pomáhá určit metoda situační analýzy, díky které je možné určit silné, slabé stránky vnitřního prostředí podniku, příležitosti a hrozby vnějšího prostředí podniku. Pomocí SWOT analýzy je možné ujasnit si pozici na trhu a uvědomit si v čem bude podnik jedinečný a silný, v čem bude slabý, jaké příležitosti má k posílení pozice podniku a co může dosaženou pozici ohrozit. (Kašík, Havlíček, 2005, s. 86)

- *Silné stránky*
 - umístění provozovny,
 - moderní prostory cestovní kanceláře,
 - vytvoření produktů podle průzkumu požadavků potencionálních zákazníků,
 - kvalifikovaný a vstřícný personál,
 - kvalitní propagace CK.

- *Slabé stránky*
 - nedostatek obchodních zkušeností,
 - nově vznikající podnik,
 - na začátku podnikání silná závislost na dodavatelích,
- *Příležitosti*
 - spolupráce s místními cestovními agenturami,
 - prodej online produktů a služeb CK,
 - rozšíření vlastních produktů.
- *Hrozby*
 - nové zákony a změny v legislativě,
 - DPH, inflace, měnové kurzy
 - nezaměstnanost,
 - terorismus a finanční krize,
 - relativně malé město,
 - odchod mladých lidí do větších měst
 - silná konkurence na internetu.

6 Závěr

Cílem této bakalářské práce je založení cestovní kanceláře ve městě Hlinsko v Čechách a zpracování podnikatelského plánu. Před vytvořením tohoto plánu byl proveden primární marketingový výzkum prostřednictvím dotazníkového šetření. Cílem bylo zjistit, o jaké produkty mají obyvatelé Hlinska a okolí zájem a přizpůsobit tak nabídku svých produktů.

Po vyhodnocení dotazníkového šetření byl vytvořen podnikatelský plán cestovní kanceláře Let's travel, s.r.o., která bude nabízet vlastní zájezdy do nejoblíbenějších evropských destinací pro mladé páry, skupinky přátel, ale i pro seniory. Z důvodu uvedení cestovní kanceláře na trhu, bude nabízet také zájezdy jiných cestovních kanceláří.

Let's travel, s.r.o. se bude snažit svým zákazníkům nabídnout zajímavé nabídky do nejoblíbenějších evropských destinací za přijatelné ceny. Od konkurence se bude CK snažit odlišit svým profesionálním přístupem, cenově zajímavými produkty a doplňkovou službou, kterou bude prodej cestovního pojištění.

Produkt bude zákazníkům představen díky kvalitně propracované propagaci. Produkt bude nabízen jak v provozovně cestovní kanceláře prostřednictvím odborného a vstřícného personálu, tak i na internetových stránkách.

Právní forma podnikání byla zvolena společnost s ručením omezeným. Finanční prostředky na zahájení činnosti budou získány z úspor zakladatelky ve výši 350 000 Kč. Plánovaný termín zahájení činnosti je 1. 4. 2016.

Počáteční náklady na zřízení cestovní kanceláře budou ve výši 308 728,468 Kč. Provozní náklady na rok provozu jsou předpokládány 820 595,842 Kč. V podnikatelském plánu byly vytvořeny 3 modely předpokládaných tržeb a zisku. V prvním modelu, který uvádí 100% obsazenost zájezdů, byly vyčísleny tržby ve výši 5 957 292 a zisk 1 787 187 Kč. Ve druhém modelu byl předpoklad obsazenosti zájezdu z 80%. V tomto případě tržby budou ve výši 4 741 836 Kč a zisk ve výši 1 422 551 Kč. Při obsazenosti zájezdů pouze 60% budou tržby ve výši 3 566 376 a zisk ve výši 1 069 913 Kč.

Předpokládaným výsledkem hospodaření prvního roku podnikání je takový, že cestovní kancelář musí prodat zájezdy s minimálně 80% obsazeností, aby nebyla ve ztrátě a vykazovala tak zisk.

Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

GÚČIK, M. a kol. 2004. *Krátký slovník cestovného ruchu*. Banská Bystrica : Slovak-Swiss Tourism, 2004. ISBN 80-88945-73.

GÚČIK, M. 2001. *Cestovný ruch pre hotelové a obchodné akadémie*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 2001. 105 s. ISBN 80-08-03071-2.

GÚČIK, M. 2010. *Cestovný ruch. Úvod do štúdia*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism, 2010, 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8.

HAVLÍČEK, Karel a Milan KAŠÍK. *Marketingové řízení malých a středních podniků*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2005, 171 s. Malé a střední podnikání. ISBN 80-726-1120-8.

LINDEROVÁ, Ivica a Petr SCHOLZ. *Cestovní ruch - sbírka příkladů* [online]. Jihlava, 2014 [cit. 2015-12-05]. ISBN 978-80-87035-97-9.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013, 265 s. ISBN 978-80-87035-82-5.

NOVACKA, L'. 2010. Základná charakteristika cestovnej kancelárie a cestovnej agentury. In Novacká, L'. a kol. kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava: Ekonóm, 2010. ISBN 978-80-225-2982-2.

ORIEŠKA, J. 2010. *Služby v cestovním ruchu*. Praha : Idea Servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 1999, 244 s. ISBN 80-85970-27-9.

PALATKOVÁ, Monika a ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, konkurenceschopnost destinací turismu, produkt a partnerství v turismu*. 2. Vyd. Praha: Grada Publishing, 2014. 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3.

PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 217 s. ISBN 978-80-247-3751-5.

POMPUROVÁ, Kristýna. 2011. *Manažment prevádzky cestovnej kancelárie*. 1. vyd. Banská Bystrica: Univerzita Mateja Bela, Ekonomická fakulta v Banskej Bystrici, 2011, 140 s. ISBN 978-80-557-0314-5.

RNDr. Stanislava Pachrová, Ph.D., *Management cestovních kanceláří a agentur*

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010, 427 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 120 s. ISBN 978-80-86723-78-5.

Elektronické zdroje

[1] *Czechtourism: Didaktické podklady* [online]. [cit. 2015-11-03]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>

[2] 4.1.2. Cestujeme s cestovní kanceláří a individuálně. 4. Odpovědné cestování: Didaktické podklady. Czech Tourism [online]. 2015 [cit. 2015-02-11]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/4-odpovedne-cestovani/>

[3] *Čedok: Historie* [online]. [cit. 2015-11-01]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/cedok/historie>

[4] Zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, dostupné ze zdroje: <http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-159-1999-sb-o-nekterych-podminkach-podnikani-v-oblasti-cestovniho-ruchu-a-o-zmene-zakona-c/f1952104/>

- [5] *MMR: Pokyny pro vznikající CK* [online]. [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-pro-cestovni-kancelare-a-agentury/Pokyny-pro-vznikajici-cestovni-kancelare>
- [6] Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), dostupné ze zdroje: <http://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-455-1991-sb-o-zivnostenskem-podnikani-zivnostensky-zakon/uplne/>
- [7] *Měšec: Zákony* [online]. [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.mesec.cz/zakony/zivnostensky-zakon/zneni-20151201/uplne/#cast2>
- [8] *Finance: Pojištění proti úpadku cestovních kanceláří* [online]. [cit. 2015-11-24]. Dostupné z: <http://www.finance.cz/zpravy/finance/422902-pojisteni-proti-upadku-cestovnich-kancelari/>
- [9] *Asociace českých cestovních kanceláří a agentur* [online]. [cit. 2015-10-24]. Dostupné z: <http://www.accka.cz/stranka/zakony-a-dokumenty/seznam-pojistenych-ck/12093>
- [10] *Zprávy Alfa9: Novela zákona o podmínkách podnikání v cestovním ruchu* [online]. [cit. 2015-12-04]. Dostupné z: <http://zpravy.alfa9.cz/absolutenm/templates/zprava.aspx?a=40076>
- [11] *Občanský zákoník (nový). Zákony pro lidi* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89#cast5>
- [12] *Edolo: Pest analýza* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.edolo.cz/sluzby-pro-expanzi/pest-analyza/>
- [13] *Finance. Vývoj HDP*. [online], cop. finance.cz. Cit. 2015-11-14. Dostupné z: <http://www.finance.cz/makrodata-eu/hdp/statistiky/vyvoj-hdp/>
- [14] *Finance. Sazby ČNB*. [online], cop. finance.cz. Cit. 2015-11-14. Dostupné z: <http://www.finance.cz/makrodata-eu/menove-ukazatele/sazby-cnb/>

- [15] *Idnes. Průměrná mzda v Česku stoupla na 26 287 korun.* [online], cop. 2015. Cit. 2015-11-14. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/prumerna-mzda-v-cesku-stoupla-na-26-287-korun-fi8-/ekonomika.aspx?c=A150904_092018_ekonomika_fih
- [16] *Aktuálně.cz Češi stále více utrácí. Maloobchodní tržby výrazně rostou.* [online], cop. 1999-2015 Eonomia . Cit. 2015-11-10. Dostupné z: <http://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/cesi-stale-vice-utraceji-maloobchodni-trzby-vyrazne-rostou/r~ec7b2ac23b4211e5b3730025900fea04/>
- [17] *Management Mania: Analýza 5f* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/analyza-5f>
- [18] *Vlastní cesta: Porterův model* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.vlastnicesta.cz/metody/porteruv-model-konkurencnich-sil-1/>
- [19] *Hlinsko. Firmy v Hlinsku.* [online], cop. 2015 . Cit. 2015-11-10. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/mesto/firmy?kategorie=34>
- [20] *KoTour* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.kotour.cz/stranky/3:onas.html>
- [21] *Atlas CK: Kraj Vysočina* [online]. [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.atlasck.cz/cestovni-kancelare-kraj-vysocina>
- [22] *Kam jezdíme na dovolenou. Statistikaamy* [online]. [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/2014/06/kam-jezdime-na-dovolenou/>
- [23] *Pardubický kraj. ČSÚ* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xe>
- [24] *Hlinsko. RISY.cz* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.risy.cz/cs/vyhledavace/obce/detail?Zuj=571393#obyvatelstvo>
- [25] *Program rozvoje města. Hlinsko* [online]. [cit. 2015-12-05]. Dostupné z: <http://www.hlinsko.cz/download/49/6.pdf>

- [26] *Mapy.cz* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z:
<http://mapy.cz/zakladni?planovani-trasy>
- [27] Zákon o dani z příjmu. *Business center* [online]. [cit. 2015-12-01]. Dostupné z:
<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/dprij/cast2.aspx>
- [28] Jednotný registrační formulář. *Podnikatel* [online]. [cit. 2015-12-08]. Dostupné z:
<http://www.podnikatel.cz/formulare/jednotny-registracni-formular-pravnicka-osoba/>
- [29] Jednotný registrační formulář. *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. [cit. 2015-12-08]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument159758.html>

Seznam tabulek

Tabulka 1- Harmonogram činností	56
Tabulka 2 - Mzdové náklady na rok provozu	59
Tabulka 3 - Náklady na propagaci	60
Tabulka 4 - Plánované tržby a zisk – obsazenost zájezdů 100%.....	62
Tabulka 5 - Počáteční náklady se zřízením CK	65
Tabulka 6 - Provozní náklady na rok provozu.....	66
Tabulka 7 - Zahajovací rozvaha ke dni 1. 12. 2015.....	67
Tabulka 8 - Realistický model – obsazenost zájezdů 80%.....	68
Tabulka 9 – Pesimistický model – obsazenost zájezdů 60%.....	68
Tabulka 10 - Předpokládaný výsledek hospodaření	69

Seznam grafů

Graf 1 - V jakém období jezdíte nejčastěji na dovolenou?	37
Graf 2 - Jaký typ zájezdů preferujete?	38
Graf 3 - Jaké destinace byste zvolil/a jako cíl Vaší dovolené?	39
Graf 4 - Jakou délku trvání dovolené upřednostňujete?	40
Graf 5 - Jaký typ stravování preferujete na Vaší dovolené?	41
Graf 6 - Jaký typ ubytování preferujete na Vaší dovolené?	42
Graf 7 - Jaký typ dopravy preferujete na Vaší dovolené?	43
Graf 8 - Jaké další služby by měla CK ve Vašem městě nabízet?	44
Graf 9 - Kolik jste ochotni ročně utratit na osobu za dovolenou?	45
Graf 10 - Kolik dospělých členů má Vaše domácnost?	46
Graf 11 - Kolik členů do 18 let má Vaše domácnost?	47
Graf 12 - Jaký je měsíční příjem Vaší domácnosti?	48
Graf 13 - Pohlaví.....	49
Graf 14 - Věkové rozpětí respondentů.....	50

Seznam obrázků

Obrázek 1- Logo společnosti	52
-----------------------------------	----

Seznam map

Mapa 1 - Umístění CK v centru města	54
---	----

Seznam zkratek

CR – Cestovní ruch

CK – Cestovní kancelář

MMR – Ministerstvo pro místní rozvoj

CA – Cestovní agentura

ŽÚ – Živnostenský úřad

HV – Hospodářský výsledek

Seznam příloh

Příloha 1 - Jednotný registrační formulář

Příloha 2 - Podnikatelský záměr

Příloha 3 - Prohlášení o předpokládaném datu zahájení činnosti

Příloha 4 -Čestné prohlášení

Příloha 5 - Dotazník

Příloha 1 - Jednotný registrační formulář

Příloha č. 1 A



CRM
CENTRÁLNÍ
REGISTRAČNÍ MÍSTO

**JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ
FORMULÁŘ**

PRÁVNICKÁ OSOBA

podací razítko

ČÁST A - PODNIKATEL

01 Podnikatel

a) obchodní firma / název právnické osoby <i>Let's travel s.r.o.</i>	c) identifikační číslo <i>24852139</i>
b) právní forma <i>Společnost s ručním omezeným</i>	

02 Sídlo

a) název ulice <i>Havlíčkova</i>	b) číslo popisné <i>43</i>	c) číslo orientační	d) PSČ <i>539 01</i>
e) název obce <i>HLinsko v Čechách</i>	f) část obce <i>HLinsko</i>		
g) okres <i>Chrudim</i>	h) stát <i>CR</i>		

**03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi**

pořadové číslo 1.	<i>Provozování cestovní kanceláře</i>
-------------------	---------------------------------------

04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno <i>Tereza</i>	c) příjmení <i>Wasserbauerova</i>	d) titul
e) datum narození <i>15.3.1991</i>	f) rodné číslo <i>9 153 151 3654</i>		

05 Bydliště / pobyt člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice <i>Függerova</i>	b) číslo popisné <i>1215</i>	c) číslo orientační	d) PSČ <i>539 01</i>
e) název obce <i>HLinsko v Čechách</i>	f) část obce <i>HLinsko</i>		
g) okres <i>Chrudim</i>	h) stát <i>CR</i>		

06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) datum narození	f) rodné číslo		

07 Bydliště / pobyt člena statutárního orgánu na území ČR

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

08 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno	c) příjmení	d) titul
e) státní občanství	f) rodné příjmení	g) datum narození	h) rodné číslo
i) místo narození	j) okres	k) stát	l) pohlaví ¹⁾ <i>žena</i> ☐ <i>muž</i> ☐

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres	h) stát		

10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce		
g) okres			

¹⁾ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo
MPO PO – vzor č. 05 (012011)

1

²⁾ nehodící se škrtněte

Příloha 1 B

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce							
12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání (pořadové číslo předmětu podnikání)				☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐			
13 Provozovna							
a) název ulice		b) číslo popisné		c) číslo orientační		d) PSČ	
e) název obce		f) část obce		g) okres			
h) název provozovny				i) umístění provozovny			
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně		k) identifikační číslo provozovny					
l) provozovna podléhající kolaudaci		ANO ☐ NE ☒		m) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru			

ČÁST B - DAŇOVÁ REGISTRACE

- přihlašuji se ve smyslu § 125 a násl. daňového řádu k registraci u FÚ v HLinsko v Dechtalch

a) k dani z příjmů právnických osob ☒		b) k dani z přidané hodnoty (přílohou je přihláška k DPH) ☐	
c) k dani z nemovitostí ☐	ode dne	d) k dani silniční ☐	ode dne
e) k dani z příjmů jako plátcí:			
1) daně z příjmů ze závislé činnosti a funkčních požitků ☐		ode dne	
2) daně z příjmů vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně ☐		ode dne	
3) zajišťující daň z příjmů ☒		ode dne <u>1.5.2016</u>	
f) jednání statutárním orgánem, jinou pověřenou osobou nebo zastupování v daňových záležitostech ²⁾ ANO ☐ NE ☒		g) jedná se o první daňovou registraci ²⁾ ANO ☐ NE ☒	
h) očekávaná daňová povinnost daň z příjmů právnických osob		daň silniční	
i) čísla účtů u bank, spořitelnic a úvěrních družstev, na nichž mám soustředěny prostředky z podnikatelské činnosti			
účet v ČR - číslo účtu / směrový (identifikační) kód <u>18932718-0800</u>		měna, ve které je účet veden <u>CZK</u>	
účet vedený v zahraničí - IBAN		vlastníkem účtu je daňový subjekt ANO ☐ NE ☒	
j) zahraniční daňové identifikační číslo, stát		k) první předchůdce - daňové identifikační číslo CZ	
l) název právnické osoby včetně dodatku / právní forma			

ČÁST C - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti

volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa ¹⁾ ÚP v			
a) místo výkonu práce	b) název profese	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost ¹⁾ ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ²⁾	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe	j) zveřejňovat ANO ☐ NE ☒		
k) kontaktní osoba na pracovišti	l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.		

ČÁST D - VYBERTE PROVÁDĚNÉ ÚKONY V JEDNOTLIVÝCH ČÁSTECH

a) pro živnostenský úřad ☒ počet příloh	b) pro finanční úřad ☒ počet příloh	c) pro Úřad práce ☐ počet příloh
---	---	---

ČÁST E - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice	b) číslo popisné	c) číslo orientační	d) PSČ
e) název obce	f) část obce	g) okres	
h) adresu použít i pro následující řízení ANO ☒ NE ☐			

ČÁST F - DOPLŇJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	b) datová schránka	c) e-mail
jméno podatele		vlastnoruční podpis
příjmení podatele		
vztah k právnické osobě		
V	dne	

¹⁾ zvolením možnosti ANO vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

²⁾ zvolením možnosti NE vzniká povinnost vyplnit příslušnou část Zvláštní přílohy pro finanční úřad

Pořadové	Právní forma
1	fyzická osoba zapsaná v obchodním rejstříku
2	fyzická osoba nezapsaná v obchodním rejstříku
3	společnost s ručením omezeným
4	akciová společnost
5	veřejná obchodní společnost
6	komanditní společnost
7	družstvo
8	státní podnik
9	organizační složka
10	Evropská společnost SE
11	zatím neurčeno

Zdroj: Jednotný registrační formulář. Podnikatel [online]. [cit. 2015-12-08]. Dostupné z:
<http://www.podnikatel.cz/formulare/jednotny-registracni-formular-pravnicka-osoba/>

Podnikatelský záměr

Podnikatelský záměr je vypracován v souladu s § 5, odst. 2) písm. b) zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů.

I. Informace o cestovní kanceláři

Název cestovní kanceláře	Let's travel, s.r.o.
Datum založení CK	3. 12. 2015
Datum zapsání do obchodního rejstříku	4. 2. 2016
Jméno a příjmení kontaktní osoby (majitel, jednatel)	Tereza Wasserbauerová
Funkce v cestovní kanceláři	Vedoucí podniku
Sídlo společnosti (právnícká osoba) či bydliště, resp. místo podnikání (fyzická osoba)	Havlíčková 43, 539 01 Hlinsko
Odpovědný zástupce (jméno, příjmení)	Tereza Wasserbauerová
IČ, DIČ	24852139, CZ24852139
Číslo telefonu/faxu	+420 776 897 883
E-mail	info@lets-travel.cz
Právní forma (dle Přílohy č.1)	Společnost s ručením omezeným
Statutární orgán - jednatelé	Tereza Wasserbauerová

II. Základní údaje o cestovní kanceláři

Tržby za zájezdy za poslední rok ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb.	Počet odbavených za poslední rok	Plánované tržby za zájezdy za dobu trvání pojistné smlouvy ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb.	Plánovaný počet klientů za dobu trvání pojistné smlouvy
-	-	5 957 292 Kč	137

III. Zaměření cestovní kanceláře

Typ turistiky

		Percentuální vyjádření
Příjezdový cestovní ruch (incoming) ¹⁾	ano/ne	
Výjezdový cestovní ruch (outgoing) ²⁾	ano/ne	100%
Domácí cestovní ruch	ano/ne	
Kongresová turistika	ano/ne	
Incentivní turistika	ano/ne	
Léčebná turistika	ano/ne	
Tematická turistika	ano/ne	
Lovecká turistika	ano/ne	
Pracovní cesty	ano/ne	

- 1) Uveďte název státu: Chorvatsko, Itálie, Řecko, Španělsko
- 2) Uveďte destinaci: Šibenik, Severní Jadran, Rhodos, Mallorca
- 3) Stručný popis podnikatelské činnosti:

Cestovní kancelář Let's travel, s.r.o. se bude zabývat prodejem zájezdů v letní i zimní sezóně do zahraničí. Let's travel, s.r.o. bude nabízet 4 vlastní pobytové zájezdy ve 4 turnusech do Chorvatska, Itálie, Španělska a Řecka. V letní sezóně budou nabízeny také pobytové zájezdy jiných cestovních kanceláří. V zimní sezóně bude cestovní kancelář zprostředkovávat prodej zájezdů jiným cestovním kancelářím, konkrétně pobytové zájezdy spojené se sportovními aktivitami zejména lyžováním v Rakousku a Itálii.

Doplňkovým prodejem cestovní kanceláře bude zprostředkování cestovního pojištění a informační služby pro zákazníky.

Doprava

Autobus	ano/ne
Letadlo nepravidelné (charterová doprava)	ano/ne
Letadlo pravidelné (partcharterová doprava)	ano/ne
Lod'	ano/ne
Vlak	ano/ne
Vlastní doprava	ano/ne

Specifikace letecké dopravy (charterové lety/individuální letenky na požádání klienta):

Charterové lety

Služby poskytované cestovní kanceláří

Organizování pobytových a poznávacích zájezdů	ano/ne
Zprostředkování prodeje pobytových a poznávacích zájezdů	ano/ne
Prodej dopravních cenin (letenky, jízdenky)	ano/ne

apod.)	
Okružní jízdy a jednodenní výlety	ano/ ne
Ubytovací a stravovací služby	ano/ ne
Směnárenská činnost pro turisty	ano/ ne
Zabezpečení vstupenek na sportovní a kulturní akce	ano/ ne
Přepravní služby	ano/ ne
Provizní prodej	ano/ ne
Průvodcovské služby	ano/ ne
Prodej suvenýrů, turistických průvodců, map	ano/ ne
Informační služby pro turisty	ano/ ne
Jiné ⁵⁾	ano/ ne

4) Uveďte:

Datum vyhotovení podnikatelského záměru: 30. 11. 2015

Podpis kontaktní osoby (majitel, jednatel): Wasserbauerová

Zdroj: MMR: Pokyny pro vznikající CK [online]. [cit. 2015-11-02]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Informace-pro-cestovni-kancelare-a-agentury/Pokyny-pro-vznikajici-cestovni-kancelare>

PROHLÁŠENÍ

O PŘEDPOKLADANÉM DATU ZAHÁJENÍ ČINNOSTI

na základě § 5 odst. 2 písm. d) zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu,

p r o h l a š u j i,

že předpokládané datum zahájení činnosti cestovní kanceláře bude den nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncesní listiny.

V Hlinsku dne 1. 12. 2015

Wasserbauerová

Jméno a vlastnoruční podpis žadatele (jednatele)

Zdroj: MMR: Pokyny pro vznikající CK

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

dle § 5 odst. 4 písm. b) zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů

V posledních pěti letech bylo zrušeno živnostenské oprávnění k provozování cestovní kanceláře nebo cestovní agentury z důvodu porušení povinností uložených zákonem nebo z důvodu jejího úpadku

1. fyzické osobě, která je žadatelem nebo statutárním orgánem nebo jeho členem, pokud je žadatelem právnická osoba,
ANO - NE
2. právnické osobě, jejímž statutárním orgánem nebo členem tohoto orgánu byla fyzická osoba, která je žadatelem,
ANO - NE
3. právnické osobě, jejímž statutárním orgánem nebo členem tohoto orgánu byla fyzická osoba, která je statutárním orgánem nebo členem statutárního orgánu právnické osoby, která je žadatelem.
ANO - NE

V Hlinsku dne 1. 12. 2015

Wasserbauerová

.....
Jméno/a a vlastnoruční podpis/y žadatele/ů

Příloha 5 - Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou Vysoké školy polytechnické v Jihlavě a obracím se na Vás s prosbou o vyplnění následujícího dotazníku. Výsledky budou sloužit jako podklad pro mou bakalářskou práci na téma „Založení cestovní kanceláře“. Dotazník je určen pro obyvatele z Hlinska a okolí. Výzkum je zaměřen na potencionální poptávku obyvatel po produktech, které by měla nově založená CK nabízet.

Dotazník je anonymní a vyplnění Vám zabere jen pár minut.

Velice Vám děkuji za Váš čas a spolupráci.

Wasserbauerová Tereza

1. V jakém období jezdíte nejčastěji na dovolenou?

- a) Letní sezóna
- b) Zimní sezóna
- c) Letní i zimní sezóna
- d) Mimosezóna (jaro, podzim)

2. Jaký typ zájezdů preferujete?

- a) 1 denní výlety
- b) Poznávací zájezdy
- c) Pobytové zájezdy
- d) Jiné

3. Jaké destinace byste zvolil/a jako cíl Vaší dovolené?

- a) Česká republika
- b) Evropské destinace
- c) Exotické destinace
- d) Jiné

4. Jakou délku trvání dovolené upřednostňujete?

- a) 1 - 3 dny
- b) do 7 dní
- c) 10 - 14 dní
- d) 14 a více dní

5. Jaký typ stravování na dovolené preferujete?

- a) Beze stravy
- b) Snídaně
- c) Polopenze
- d) Plná penze
- e) All inclusive

6. Jaký typ ubytování preferujete na Vaši dovolenou?

- a) Stan
- b) Penzion
- c) Apartmán
- d) Hotel
- e) Jiná odpověď

7. Jaký typ dopravy na dovolenou upřednostňujete?

- a) Vlastní
- b) Autobus
- c) Letecky
- d) Jiné

8. Jaké další služby by měla CK ve Vašem městě nabízet?

- a) Prodej cestovního pojištění
- b) Prodej map a průvodců
- c) Prodej dálničních známek po ČR a do zahraničí
- d) Prodej vstupenek na kulturní představení
- e) Jiné

9. Kolik jste ročně ochotni utratit na osobu za dovolenou?

- a) Do 10 000,-
- b) 10 000,- - 30 000,-
- c) 30 000,- - 50 000,-
- d) 50 000,- a více

10. Kolik členů má Vaše domácnost?

- a) Počet dospělí
- b) Počet dětí do 18 let

11. Jaký je měsíční příjem Vaší domácnosti?

- 1) 10 000,- - 20 000,-
- 2) 20 000 - 40 000,-
- 3) 40 000 a více
- 4) Nechci odpovídat

12. Pohlaví

- a) Muž
- b) Žena

13. Věková struktura respondentů

- a) 18 – 30 let
- b) 31 – 45 let
- c) 46 – 60 let
- d) 60 a více let

Zdroj: Vlastní zpracování