

Projekt založení studentské cestovní kanceláře na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně

Ing. Martin Videczký

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Ing. Martin VIDEČKÝ
Osobní číslo: M100703
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Podniková ekonomika

Téma práce: Projekt založení studentské cestovní kanceláře na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Zpracujte literární prameny a formulujte teoretická východiska související s pojmem cestovní ruch, cestovní kancelář a její založení.

II. Praktická část

- Proveďte průzkum trhu a analýzu cestovních kanceláří na Zlínsku.
- Vypracujte projekt otevření cestovní kanceláře na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.
- Vyhodnoťte přínosy projektu a zpracujte rizikovou, časovou a nákladovou analýzu.

Závěr


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

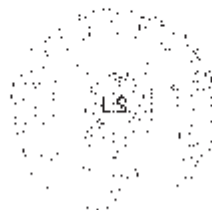
Seznam odborné literatury:

- ČERTÍK, M. 2001. Cestovní ruch: vývoj, organizace, řízení. Praha: OFF, 350 s. ISBN 80-258-6275-6.
DOLEŽAL, J., P. MÁČHAL a B. LACKO. 2009. Projektový management podle IPMA. 1. vyd. Praha: Grada, 507 s. ISBN 978-80-247-2848-3.
FORET, M. a V. FORETOVÁ. 2001. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Grada, 175 s. ISBN 80-247-0207-X.
HOLLOWAY, J. a C. HUMPHREYS. 2009. The business of tourism. 8th ed. Harlow, England: Financial Times/Prentice Hall, 776 s. ISBN 978-0-273-71710-2.
RYGLOVÁ, K., M. BURIAN, a I. VAJČNEROVÁ. 2011. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: **18. června 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **13. srpna 2012**

Ve Zlíně dne 18. června 2012


prof. Dr. Ing. Diabolová Pavlová
děkyně




doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
vedoucí katedry

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevýdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a použité informační zdroje jsem citoval;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

.....

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*
- (3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

ABSTRAKT

Predkladaná diplomová práca sa zaoberá spracovaním projektu založenia študentskej cestovnej kancelárie na Univerzite Tomáše Bati ve Zlíně. Cieľom projektu je vytvoriť vzdelávaciu organizáciu, ktorá poskytne študentom získať vedomosti a praktické znalosti z oblasti cestovného ruchu.

Teoretická časť zahŕňa spracovanie poznatkov z literárnych zdrojov zaoberajúcich sa problematikou cestovného ruchu, legislatívnej úpravy založenia cestovnej kancelárie, neziskového sektora vrátane legislatívnej úpravy založenia občianskeho združenia a projektového manažmentu.

Praktická časť pozostáva z analytickej a projektovej časti. V analytickej časti je príprava podkladov na založenie občianskeho združenia a následne cestovnej kancelárie. Taktiež je analyzovaný trh a prostredie, kde bude organizácia pôsobiť. Tá je predpokladom na vypracovanie projektu založenia študentskej cestovnej kancelárie. Projekt je podrobený časovej, rizikovej a nákladovej analýze.

Kľúčová slova: cestovný ruch, cestovná kancelária, nezisková organizácia, občianske združenie, založenie cestovnej kancelárie

ABSTRACT

This diploma thesis deals with project of establishment of travel agency at Tomas Bata University in Zlin. Major goal of the project is to establish educational organization which gives a chance for students to gain knowledge and practical skills about tourism.

Theoretical part contains sources related to tourism, legislation of establishment of travel agency, non-profit sector, legislation of establishment of civic association and project management.

Practical part includes analytical part and project. Analytical part includes prepared documents for establishment of civic association and documents for establishment of travel agency. There are market analysis and environment analysis in the diploma thesis. All analyzes are base for project of establishment of travel agency. Time schedule, budget calculation and risk analysis are done in the project.

Keywords: tourism, travel agency, non-profit organization, civic association, establishment of travel agency

Rád by som poďakoval vedúcej práce Ing. Zuzane Tučkovej Ph.D. za cenné rady a venovaný čas pri tvorbe tejto diplomovej práce.

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

OBSAH

ÚVOD	11
1 TEORETICKÁ ČASŤ	12
1 VÝCHODISKÁ PRE SPRACOVANIE DIPLOMOVEJ PRÁCE	13
1.1 CIEĽ DIPLOMOVEJ PRÁCE.....	13
1.1.1 Hlavný cieľ	13
1.1.2 Čiastočné ciele.....	13
1.2 POUŽITÉ METÓDY	13
1.2.1 Postup spracovania diplomovej práce	14
2 TEÓRIA CESTOVNÉHO RUCHU	15
2.1 VYMEDZENIE ZÁKLADNÝCH POJMOV CESTOVNÉHO RUCHU	15
2.1.1 Cestovný ruch ako systém.....	16
2.1.2 Formy a druhy cestovného ruchu	17
2.1.3 Cestovný ruch podľa spôsobu realizácie.....	18
2.1.4 Špecifiká cestovného ruchu.....	18
2.1.5 Špecifiká produktu cestovného ruchu	19
2.2 PODNIKY CESTOVNÉHO RUCHU.....	19
2.2.1 Cestovné kancelárie.....	19
2.2.2 Cestovné agentúry	20
2.3 KLASIFIKÁCIA CESTOVNÝCH KANCELÁRIÍ.....	20
3 LEGISLATÍVNA ÚPRAVA ZALOŽENIA CESTOVNEJ KANCELÁRIE	22
3.1 POVINNÉ POISTENIE	23
3.2 ZÍSKANIE KONCESIE.....	24
3.3 CESTOVNÁ ZMLUVA	24
3.4 POVINNOSTI CESTOVNEJ KANCELÁRIE	25
4 NEZISKOVÝ SEKTOR	28
4.1 CHARAKTERISTIKA NEZISKOVÝCH ORGANIZÁCIÍ	28
4.2 ÚLOHA NEZISKOVÝCH ORGANIZÁCIÍ.....	28
4.3 TYPOLÓGIA NEZISKOVÝCH ORGANIZÁCIÍ.....	29
4.4 FUNDRAISING	30
4.5 ZALOŽENIE OBČIANSKEHO ZDRUŽENIA	30
5 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT	33
5.1 PROJEKT	33
5.1.1 Stratégia projektu	33
5.1.2 Ciele projektu	34
5.1.3 Trojimperatív.....	34

5.2	FÁZY PROJEKTU.....	34
5.3	METÓDY A NÁSTROJE.....	35
6	ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI.....	37
II	PRAKTICKÁ ČASŤ.....	38
7	ZÁKLADNÁ MYŠLIENKA ZALOŽENIA UTB TRAVEL.....	39
8	ANALÝZA PODMIENOK ZALOŽENIA CK UTB TRAVEL.....	40
8.1	PODMIENKY ZALOŽENIA OZ UTB TRAVEL.....	40
8.2	POISTENIE PRE PRÍPAD ÚPADKU CESTOVNEJ KANCELÁRIE.....	46
8.3	PRAX V OBORE PRE UDELENIE KONCESIE.....	46
8.4	PODMIENKY UDELENIA KONCESIE.....	47
9	ANALÝZA PROSTREDIA.....	49
9.1	ANALÝZA KONKURENCIE – PORTEROV MODEL.....	49
9.2	ANALÝZA SWOT.....	53
9.3	ANALÝZA PEST.....	56
9.4	ANALÝZA TRHU.....	61
9.5	ZHRNUTIE ANALYTICKEJ ČASTI.....	65
9.6	VÝCHODISKÁ PROJEKTU.....	67
10	PROJEK ZALOŽENIA ŠTUDENTSKEJ CESTOVNEJ KANCELÁRIE UTB TRAVEL.....	68
10.1	CIELE PROJEKTU.....	68
10.2	CIEĽOVÁ SKUPINA.....	68
10.3	ZALOŽENIE ORGANIZÁCIE.....	68
10.3.1	Vytvorenie prípravného výboru.....	69
10.3.2	Zaistenie finančných prostriedkov.....	69
10.3.3	Zaistenie technického zázemia.....	69
10.3.4	Založenie občianskeho združenia.....	69
10.3.5	Otvorenie cestovnej kancelárie.....	70
10.4	MARKETINGOVÝ MIX.....	70
10.4.1	Klasický model 4P.....	70
10.4.2	Rozšírený model +4P.....	72

10.5	ANALÝZA ZAJAŽDZOVANÝCH STRÁN	73
10.6	PERSONÁLNE ZABEZPEČENIE	75
10.7	TECHNICKÉ ZABEZPEČENIE.....	76
10.8	ČASOVÝ HARMONOGRAM.....	77
10.9	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	78
10.10	RIZIKOVÁ ANALÝZA	79
10.11	NÁVRH ZÁJAZDU: TEMATICKÝ ZÁJAZD PO PAMIATKACH UNESCO V ČR.....	83
10.11.1	UNESCO 1.....	83
10.11.2	UNESCO 2.....	84
10.11.3	UNESCO 3.....	85
10.12	VYHODNOTENIE PRÍNOSOV PROJEKTU	86
	ZÁVER	87
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY	88
	ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....	91
	ZOZNAM OBRÁZKOV	92
	ZOZNAM GRAFOV	93
	ZOZNAM TABULIEK	94
	ZOZNAM PRÍLOH.....	95

ÚVOD

Pre akademický ročník 2010/2011 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně otvorila nový obor so zameraním na cestovný ruch. Rozhodol som sa prihlásiť, lebo ma to zaujalo. Dovtedy som sa počas celého štúdia aktívne angažoval v študentskej organizácii AIESEC, kde som si mohol vyskúšať mnohé veci v praxi. No pre špecializáciu cestovný ruch mi táto možnosť chýbala. Sám na sebe som pozoroval, ako sa mnohé veci učím omnoho jednoduchšie, ak ich popri akademickej príprave realizujem v skutočnom svete reálneho trhu. Postupne sa mi pri štúdiu v hlave rysovali rôzne myšlienky a aj vďaka kolektívu mojich spolužiakov a pani Ing. Zuzane Tučkovej Ph.D. sa nakoniec vykryštalizovala konkrétna myšlienka. A preto som sa rozhodol svojou záverečnou prácou pripraviť pôdu mojim nasledovníkom.

Práca v AIESEC so všetkými tými ľuďmi okolo, či už to boli kolegovia, alumni alebo ľudia z firemnej sféry, vo mne vzbudila podnikateľského ducha. Nie je jednoduché začať na zelenej lúke, ale prečo to neskúsiť na sebe a popri tom pribrať zopár ľudí, ktorým to môže pomôcť. Táto cestovná kancelária sa bude významne odlišovať od ostatných, pretože sa bude jednať o neziskovú organizáciu. Azda každému napadne automaticky otázka, ako je možné, aby cestovná kancelária bola neziskovou organizáciou? Prečo to vôbec niekto zakladá? Odpoveď je jednoduchá. Vzdelávanie. Účelom organizácie bude vzdelávanie a poskytovanie možností na sebe pracovať. Áno, účelom podnikania je tvorba zisku. Aj táto cestovná kancelária bude generovať zisk. Ale nebude mať podobu peňazí, ale tie farebné papieriky a ligotavé mince nahradia skúsenosti, znalosti, zručnosti, zábava a poznanie. A ja sa pýtam, je to málo? Je to zlé? Ja tejto myšlienke verím a preto ju chcem uviesť na svetlo sveta. No najprv je treba zistiť či, a ako to vôbec ide. A o tom je táto práca, v ktorej chcem skĺbiť teoretické znalosti doplnené o podklady z odbornej literatúry s praktickými skúsenosťami. Spolu s výsledkom dôkladnej analýzy sa tieto vstupy stanú východiskom pre vypracovanie projektu založenia študentskej cestovnej kancelárie, ktorý je výsledkom tejto záverečnej práce. Pevne verím, že práca sa stane podnetom k zamysleniu a inšpiráciou pre kolegov či ďalších študentov a následne spolu vytvoríme niečo užitočné.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 VÝCHODISKÁ PRE SPRACOVANIE DIPLOMOVEJ PRÁCE

1.1 Cieľ diplomovej práce

1.1.1 Hlavný cieľ

Vytvoriť projekt založenia študentskej cestovnej kancelárie na Univerzite Tomáše Bati ve Zlíně.

1.1.2 Čiastočné ciele

- ✓ Spracovať teoretické poznatky a formulovať teoretické východiská.
- ✓ Vypracovať prieskum trhu a analýzu cestovných kancelárií na Zlínsku so zameraním na študentov.
- ✓ Spracovať legislatívne podmienky založenia študentskej cestovnej kancelárie ako neziskovej organizácie určenej pre potreby vzdelávania a rozvoja študentov oboru cestovný ruch.
- ✓ Vyhodnotiť poznatky z vypracovaných analýz a formulovať východiská pre projekt.
- ✓ Vypracovať projekt založenia študentskej cestovnej kancelárie.
- ✓ Vytvoriť zmysluplnú prácu, ktorá bude podkladom pre realizáciu v praxi.

1.2 Použité metódy

Metóda analýzy – jedná sa o rozklad skutočnosti na jednotlivé menšie časti. Táto metóda je použitá v analytickej časti pri popise stavu trhu a pri jednotlivých analýzach prostredia.

Metóda indukcie – metóda umožňuje indukovať od jedinečných javov k obecným poznatkom. Táto metóda je použitá v teoretickej časti, kde sú z teoretických poznatkov vyvedené obecné závislosti, ktoré sú ďalej použité v analytickej časti.

Metóda dedukcie – dedukcia je proces, v ktorom za je určitých predpokladov logicky vyvedený záver. Táto metóda je použitá v analytickej časti pri skúmaní podmienok právnej formy organizácie na základe čoho sú ďalej vyvedené poznatky a východiská pre projektovú časť.

Metóda syntézy – syntéza predstavuje myšlienkový postup, pri ktorom je na základe konkrétneho kritéria vytvorená celistvá predstava skúmaného javu. Táto metóda sa prelína celou prácou, najmä v zhrnutí teoretickej a analytickej časti. Ďalej v projektovej časti, kde sú definované prínosy a vyhodnotenie projektu.

1.2.1 Postup spracovania diplomovej práce

- 1) Definovanie hlavného a vedľajších cieľov práce.
- 2) Spracovanie literárnych zdrojov vzťahujúcich sa k pojmom „cestovný ruch“, „cestovná kancelária“, „nezisková organizácia“ a „založenie organizácie“.
- 3) Zhrnutie teoretickej časti.
- 4) Spracovanie legislatívnych podmienok k založeniu cestovnej kancelárie ako neziskovej organizácie za účelom vzdelávania a získania praxe študentom oboru cestový ruch.
- 5) Vypracovanie prieskumu trhu a analýzy cestovných kancelárií na Zlínsku so zameraním na študentov.
- 6) Vyhodnotenie poznatkov analytickej časti a definovanie východísk pre projekt.
- 7) Vytvorenie projektu založenia študentskej cestovnej kancelárie na Univerzite Tomáše Bati ve Zlíně.
- 8) Ekonomické vyhodnotenie projektu, zhodnotenie rizík a prínosov.

2 TEÓRIA CESTOVNÉHO RUCHU

Migrácia ľudstva je tu už od pradávna. V minulosti ľudia putovali a cestovali pri hľadaní lepších podmienok na prežitie, až sa cestovanie posunulo na takú úroveň, kedy ľudia cestujú za prácou alebo kvôli pôžitku a oddychu. Väčšina autorov sa zhoduje na tom, že počiatkom novodobého cestovného ruchu je prvý hromadný zájazd po železnici, ktorý organizoval Thomas Cook v roku 1841. O masovom rozvoji organizovaného cestovného ruchu však hovoríme až od 20. storočia. (Čertík, 2001)

2.1 Vymedzenie základných pojmov cestovného ruchu

Pre priemysel cestovného ruchu neexistuje žiadna univerzálna definícia. Odvetvie resp. priemysel cestovného ruchu je možné chápať ako súhrn všetkých aktivít, ktoré súvisia s napĺňaním aktivít CR. Aktivitami sa rozumejú služby ako stravovanie, ubytovanie, doprava, informačné služby, zmenárenské služby, služby CK a CA, kultúrno-rekreačné služby, rekreačno-zábavné služby a ďalšie súvisiace činnosti a služby. (Čertík, 2001)

Cestovný ruch (CR) alebo turizmus je široký pojem, našlo by sa niekoľko definícií, ktoré tento jav vysvetľujú. Holloway skúmal pôvod dnešnej podoby definície, a ako jednu z prvých našiel definíciu britského inštitútu cestovného ruchu z roku 1976, ktorá popisuje cestovný ruch ako dočasný krátkodobý pohyb ľudí do destinácie mimo miesta, kde za bežných okolností žijú a pracujú, a aktivity, ktoré v destinácii počas pobytu vykonávajú. Zahŕňa to pohyb ľudí za základe akéhokoľvek dôvodu, ako aj denné návštevy a výlety. Táto širšia definícia bola ľahko pozmenená na medzinárodnej konferencii v Cardiffe v roku 1981. Cestovný ruch môže byť definovaný na základe čiastočných zvolených aktivít a realizovaných mimo domáceho prostredia. Cestovný ruch môže ale nemusí zahŕňať prenocovanie mimo domova. Konečnú podobu definície publikovala WTO v roku 1993 na základe konferencie v Ottawe z roku 1991. (Holloway, 2009)

Ryglová, Holloway a ďalší autori sa vo svojich publikáciách prikláňajú k definícii podľa WTO kde je CR definovaný ako činnosť osôb cestujúcich do miest a pohybujúcich v miestach mimo svojho obvyklého bydliska po dobu kratšiu ako jeden celý rok, za účelom trávenia voľného času, obchodu a inými účelmi. Turizmus je teda zjednodušene cestovanie za oddychom, zábavou, či obchodom.

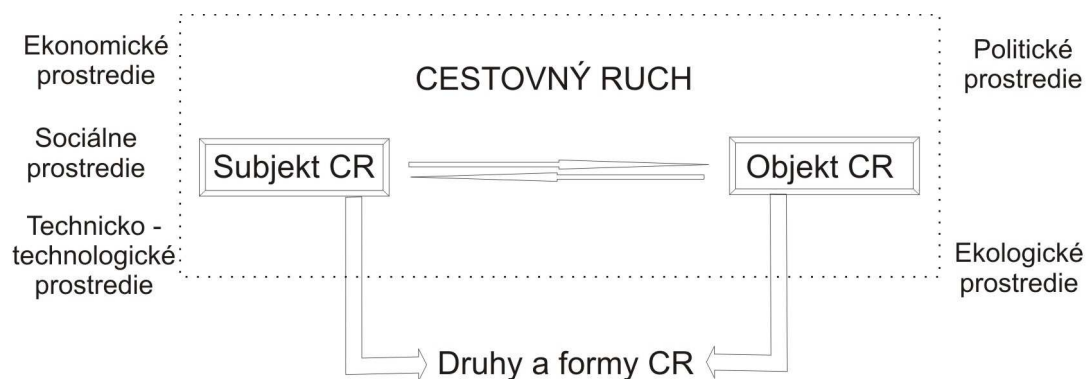
K ďalším pojmom v oblasti cestovného ruchu, ktoré boli definované na Medzinárodnej konferencii o štatistike cestovného ruchu patria pojmy ako: (Indrová, 2004)

- Stály obyvateľ alebo rezident - osoba, ktorá v danom mieste žije aspoň šesť po sebe nasledujúcich mesiacov.
- Návštevník – je to osoba, ktorá vycestuje z trvalého bydliska na iné miesto v krajine na dobu kratšiu než šesť mesiacov a za iným účelom, ako je výkon za odplatu.
- Turista – osoba, ktorá má bydlisko v danej krajine, a ktorá v rámci tejto krajiny cestuje mimo trvalého bydliska za iným účelom, ako zárobkovej činnosti, a to na dobu minimálne jedného prenocovania, nanajvýš počas šiestich mesiacov.
- Výletník - návštevník, alebo osoba trvale žijúca v danej krajine a cestujúca do iného miesta v tejto krajine na dobu kratšiu ako 24 hodín, bez prenocovania v tomto mieste, a za iným účelom, ako je zárobková činnosť.

Ďalšími pojмами sú cestovná kancelária a cestovná agentúra, ktoré sú vysvetlené v podkapitole 2.2.

2.1.1 Cestovný ruch ako systém

Cestovný ruch je otvorený a dynamický systém, ktorý tvoria dva podsystemy a to subjekt CR (turista, výletník, návštevník, atď.) a objekt CR (miesto, podniky, organizácie CR, atď.) a vytvárajú sa vzťahy medzi nimi. Cestovný ruch je ovplyvnený aj externými faktormi ako sú napr.: ekonomické prostredie, sociálne prostredie, technicko-technologické prostredie, politické či ekologické prostredie.



Obrázok 1 Systém cestovného ruchu (Gúčík, 2007)

2.1.2 Formy a druhy cestovného ruchu

Za druh cestovného ruchu sa považuje cestovný ruch na základe motívu, t.j. aký je účel cestovania. Medzi základné druhy cestovného ruchu patria: (Kompasová, 2010)

- rekreačný –aktívny i pasívny odpočinok – individuálna alebo rodinná rekreácia,
- športový / dobrodružný – športový – pobyt spojený s vykonávaním rozličných športových činností, ktoré predpokladajú aj fyzické schopnosti,
- kultúrny – spôsoby uspokojovania duchovných potrieb ľudí,
- kúpeľný / zdravotný – zdravotno-preventívne a liečebné činnosti pod odborným dohľadom,
- obchodný – súborné označenie pre obchodné rokovania, kongresy, veľtrhy a výstavy.

Ak sa do úvahy berú príčiny, ktoré cestovný ruch ovplyvňujú a dôsledky, ktoré prináša, hovorí sa o formách cestovného ruchu. Ide o tzv. kvantitatívne a kvalitatívne charakteristiky cestovného ruchu. Rozlišujú sa nasledovné formy CR (Kompasová, 2010)

- Z geografického hľadiska: vnútorný; národný; zahraničný; medzinárodný; regionálny.
- Podľa počtu účastníkov: individuálny; kolektívny (skupinový, klubový); masový; ekologický.
- Podľa veku účastníkov: mládežnícky; rodinný; seniorský.
- Podľa dĺžky účasti: výletný; krátkodobý; víkendový.
- Podľa prevažujúceho miesta pobytu: mestský cestovný ruch; prímestský; vidiecky cestovný ruch (aj agroturistika); horský, vysokohorský; prímorský cestovný ruch.
- Podľa ročného obdobia: sezónny (letný, zimný); mimosezónny; celoročný.
- Podľa spôsobu organizovania: individuálna cesta; organizovaný zájazd (pobyt).
- Podľa použitého dopravného prostriedku: železničný, lodný, letecký, autoturistika, karavaning.
- Z hľadiska dynamiky: statický (pobytový); dynamický (putovný).

- Zo sociologického hľadiska: návšteva príbuzných (priateľov); sociálny; etnický genealogický.

2.1.3 Cestovný ruch podľa spôsobu realizácie

- Podľa územia – sa CR rozlišuje na domáci a zahraničný, ktorý sa ďalej delí na výjazdový a príjazdový.
- Podľa dĺžky pobytu – hranicou medzi krátkou a dlhou cestou sú tri prenocovania.
- Podľa spôsobu zabezpečenia cesty a pobytu – organizovaný CR zaisťuje v plnej miere CK, naopak v prípade, že všetky služby si zaisťuje účastník sám, tak sa jedná o neorganizovaný CR.
- Podľa dopadu na životné prostredie – mäkký CR znamená, že prirodzené prostredie je narušované minimálne. Tvrdý CR pôsobí výrazné zmeny v pôvodnom životnom prostredí a maximálne využíva všetkých zdrojov daného miesta. (Foret, 2001)

2.1.4 Špecifiká cestovného ruchu

Vychádzajú zo špecifik služieb – nehmotnosť, neoddeliteľnosť, heterogenita, zničiteľnosť, nemožnosť vlastníctva. Trh cestovného ruchu má mnoho zvláštností, ktoré vychádzajú predovšetkým z charakteru potrieb klientov a z charakteru služieb v CR. Možno za ne považovať: (Ryglová, 2011)

- podnikanie v CR je dlhodobou aktivitou,
- rozvoj CR je daný politicko-správnou situáciou,
- produkt CR je neskladovateľný,
- tvorba a spotreba služieb je viazaná na miesto realizácie,
- závislosť na prírodných podmienkach a historických atraktivitách,
- časom, miestom oddelená ponuka, dopyt a spotreba,
- výrazný podiel ľudskej práce,
- úzky vzťah ponuky a dopytu,
- medzinárodný charakter.

2.1.5 Špecifiká produktu cestovného ruchu

Komplexná služba vzniká na základe zložito previazanej spolupráce niekoľkých dodávateľov a producentov služieb. Mnohokrát sú podmienky realizácie a kvalita doplnkových služieb neovplyvniteľné. Jedná sa o služby hromadnej dopravy, stravovacie služby a pod. Klient je významne ovplyvnený kvalitou všetkých služieb, ale aj poveternostnými podmienkami, bezpečnostnou situáciou, okolitým prostredím a mnohými ďalšími, ktoré sa premietnu do hodnotenia. Kvalitná služba sa vyznačuje spoľahlivosťou, komplexnosťou, rýchlosťou realizácie, customizáciou, primeranou cenou a ďalšími. Služby v CR sa vyznačujú nasledujúcimi špecifikami: (Zelenka, 2007)

- viazanosť na využitie určitého priestoru,
- časová závislosť,
- komplexnosť,
- zastupiteľnosť z hľadiska zákazníka, destinácie, sprostredkovateľa, dodávateľa,
- čiastočná závislosť na včasnom zabezpečení z pohľadu zákazníka aj poskytovateľa,
- výrazné uplatnenie segmentácie trhu podľa destinácie, ceny, dĺžky pobytu...

2.2 Podniky cestovného ruchu

Každý podnik cestovného ruchu má presne vymedzený predmet činnosti, ktorou uspokojuje potreby trhu. Medzi základné podniky cestovného ruchu patria cestovné kancelárie a cestovné agentúry.

2.2.1 Cestovné kancelárie

Cestovné kancelárie sú považované za základnú jednotku cestovného ruchu. Ich predmetom je sprostredkovanie, organizovanie a zabezpečovanie služieb súvisiacich s cestovným ruchom. Cestovná kancelária predáva produkt, buď konečnému zákazníkovi, agentúram alebo firmám a pritom nesie všetky riziká spojené s predajom produktu. Produkty sú ponúkané priamym predajom v cestovnej kancelárii, prostredníctvom internetu alebo cestovných agentúr. (Jakubíková, 2009)

Veľkou výhodou cestovnej kancelárie je v tom, že dokonale pozná svoj produkt, má detailné informácie a lepšiu znalosť o produkte, resp. destinácií. Naopak nevýhodou cestov-

ných kancelárii je, že niektoré z nich sú zamerané na úzku ponuku destinácií a neponúknu zákazníkovi inú destináciu okrem ponúkanej. (Halada.cz, ©2002)

2.2.2 Cestovné agentúry

Cestovné agentúry fungujú na princípe sprostredkovania. Sú akýmsi spojovateľom medzi cestovnou kanceláriou a zákazníkom. Je to firma, ktorá pre jednotlivé cestovné kancelárie predáva zájazdy alebo iné služby. Rozdiel medzi cestovnou kanceláriou a cestovnou agentúrou je v tom, že agentúra nesmie predat' službu zloženú z viacerých zložiek a nezodpovedá priamo za priebeh zájazdu. (Jakubíková, 2009)

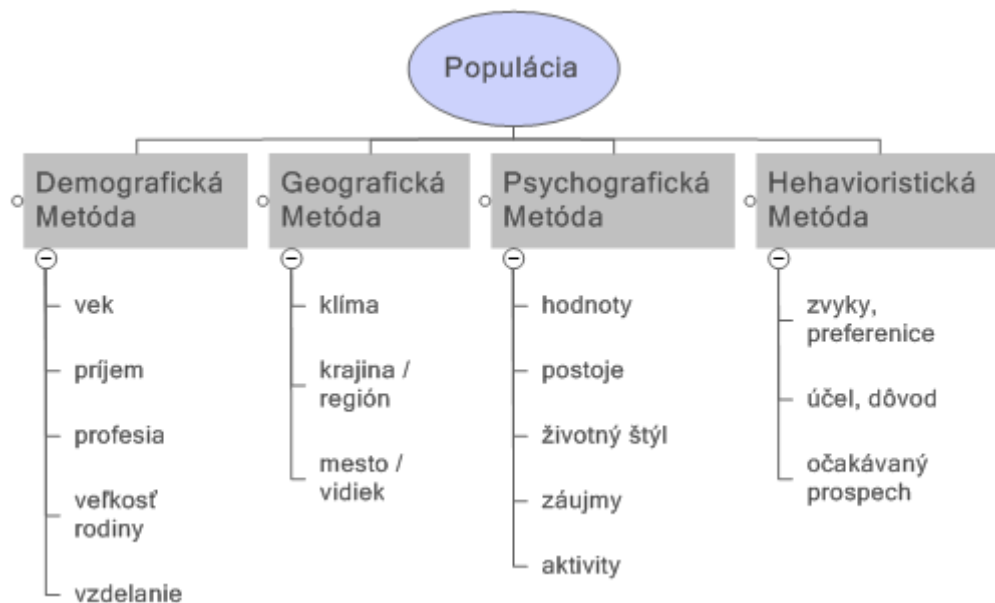
Výhodami cestovnej agentúry sú, že na jednom mieste sú ponúkané zájazdy od niekoľkých cestovných kancelárií. Vo väčšine prípadov odporúčajú tu najvhodnejšiu cestovnú kanceláriu pre požadovanú službu. Naopak nevýhodami cestovnej agentúry sú v niektorých prípadoch neaktuálne informácie, čas od prvotného záujmu až po kúpu sa predlží a nie poslednom rade je možné, že cena daného zájazdu alebo produktu bude vyššia, keďže sa jedná a provízneho predajcu. (Halada.cz, ©2002)

2.3 Klasifikácia cestovných kancelárií

Podľa Čertíka (2001) je možné CK klasifikovať podľa viacerých kritérií, a za mnohé uvádza tieto nasledujúce:

- predmet činnosti a postavenie v distribučnom procese:
 - organizátori zájazdov – pozícia veľkoobchodu
 - sprostredkovatelia služieb CR (napr. doprava) – pozícia maloobchodu.
- Územné hľadisko:
 - touroperátor príjazdového CR,
 - touroperátor výjazdového CR,
 - touroperátor domáceho CR,
 - Kombinácia predchádzajúcich.

- Hľadisko spracovávaného segmentu,



Graf 1 Metódy segmentácie trhu cestovného ruchu (Čertík, 2001)

- hľadisko veľkosti:
 - veľké – nad 50 zamestnancov,
 - Stredné – 5 až 50 zamestnancov,
 - Malé – do 5 zamestnancov.

3 LEGISLATÍVNA ÚPRAVA ZALOŽENIA CESTOVNEJ KANCELÁRIE

Poskytovanie služieb cestovného ruchu upravuje celá rada zákonov a predpisov podľa ich charakteru. Špecifické predpisy sú uvedené vždy u tej činnosti, ktorú upravujú.

Živnostenský zákon č. 445/1991 Sb. upravuje podmienky pre tzv. živnostenské podnikanie. Podľa §2 je živnosť definovaná: „Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.“ Zákon stanovuje všeobecné podmienky potrebné na prevádzku živnosti – dosiahnutie veku 18 rokov, spôsobilosť k právnym úkonom, bezúhonnosť. Ďalej vymedzuje zvláštne podmienky ako odbornú či inú spôsobilosť. Zákon rozdeľuje živnosti na dve skupiny:

- živnosť ohlasovacia,
- živnosť koncesovaná.

Prevádzka cestovnej kancelárie spadá pod koncesovanú živnosť, na ktorú je potrebné špeciálneho štátneho povolenia – koncesie. Náplňou činnosti CK je organizovanie, distribúcia a predaj zájazdov. Pojem zájazd je vymedzený zákonom č. 159/1999 Sb. a určuje, že zájazdom sa rozumie vopred stanovená a za súhrnnú cenu ponúkaná kombinácia najmenej dvoch z troch zložiek cestovného ruchu pokiaľ presahuje 24 hodín alebo zahŕňa nocľah.

Odborná spôsobilosť na získanie a prevádzku koncesovanej živnosti je ustanovená zvláštnymi predpismi:

- vysokoškolské vzdelanie v obore cestovný ruch;
- vyššie odborné vzdelanie v obore zameranom na cestovný ruch;
- stredné odborné vzdelanie s maturitou v obore zameranom na cestovný ruch;
- vysokoškolské vzdelanie a 1 rok praxe v obore;
- vyššie odborné vzdelanie a 3 roky praxe v obore;
- stredné vzdelanie s maturitou a 6 rokov praxe v obore;
- osvedčenie o rekvalifikácii alebo iný doklad o odbornej kvalifikácii pre príslušnú pracovnú činnosť, vydaný zariadením akreditovaným podľa zvláštnych predpisov,

zariadením akreditovaným Ministersvom školství, mládeže a tělovýchovy ČR, alebo ministerstvom, do ktorého pôsobnosti spadá odvetvie, v ktorom je živnosť prevádzkovaná, 6 rokov praxe v obore.

K žiadosti o udelenie koncesie je potrebné priložiť:

- zmluva s poisťovňou o povinnom poistení záruky pre prípad úpadku CK;
- podnikateľský zámer, kde sú uvedené bližšie údaje o prevádzkovej činnosti;
- prehlásenie, že žiadateľovi v posledných 5 rokoch nebolo zrušené živnostenské oprávnenie k prevádzke cestovnej kancelárie alebo cestovnej agentúry z dôvodu porušenia povinností uložených zákonom alebo z dôvodu jej úpadku;
- prehlásenie o predpokladanom zahájení činnosti.

K schváleniu udelenia koncesie je potrebný súhlas Ministerstva pro místní rozvoj.

3.1 Povinné poistenie

Podľa „Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu“ je CK povinná zjednať poistenie záruky pre prípad úpadku. Zákazník má na jeho základe právo poistného plnenia v prípade, že:

- CK neposkytne zákazníkovi dopravu z miesta pobytu v zahraničí do ČR, pokiaľ je doprava súčasťou zájazdu;
- zákazníkovi nie je vrátený rozdiel medzi zaplatenou a skutočnou cenou zájazdu v prípade, že došlo k čiastočnému plneniu zájazdu;
- zákazníkovi nie je vrátená zaplatená záloha alebo cena zájazdu v prípade, že zájazd sa nekonal.

Poistná zmluva musí byť zjednaná tak, aby sa poistenie zájazdov z nej vyplývajúce vzťahovalo na všetky cestovné zmluvy, ktoré sú uzavreté počas doby platnosti poistnej zmluvy. Iné zjednanie poistnej zmluvy sú neplatné. Doklad s potrebnými informáciami o uzavretom poistení musí cestovná kancelária dať spolu s cestovnou zmluvou. Poistenie je možné dojednať výhradne u takej poisťovne, ktorá je k tomu na základe zvláštneho právneho predpisu oprávnená. Výška poistnej čiastky musí byť minimálne 30 % ročných plánovaných tržieb z predaja zájazdov, poprípade minimálne 30 % týchto tržieb predchádzajúceho roku,

pokiaľ majú tieto tržby poklesnúť. Akou čiastkou sa bude CK podieľať na poistnej udalosti, ako ju bude hradit' poisťovni, zúčtovanie voči cestovnej kancelárii a prípady, v ktorých je poisťovňa povinná nepoužitú čiastku vrátiť cestovnej kancelárii, určujú všeobecné poistné podmienky. Pokiaľ nastane zánik poistenia, musí túto skutočnosť CK aj poisťovňa bezodkladne nahlásiť MMR. MMR musí byť informované aj v prípade vzniku poistnej udalosti a poskytnutom poistnom plnení. (Česko, 1999, Zákon č. 159/1999 Sb.)

3.2 Získanie koncesie

Splnením všetkých vyššie uvedených predpokladov a podaním písomnej žiadosti s patričnými dokladmi na ŽÚ sa začína schvaľovacie konanie. V prípade, že sa objavia nedostatky, tak ŽÚ podľa §51 živnostenského zákona v lehote 30 dní doručí žiadateľovi výzvu k odstráneniu nedostatkov a stanoví k tomu primeranú lehotu, najmenej však 15 dní. V prípade, že je všetko v poriadku, tak ŽÚ podľa §52 predloží žiadosť MMR, ktoré je povinné zaujať do 30 dní stanovisko. ŽÚ je viazaný konečným stanoviskom MMR. Pokiaľ je stanovisko kladné tak ŽÚ vydá kladné stanovisko k žiadosti, ktoré však nie je udelením koncesie. Až po doložení, že žiadateľ spĺňa všetky všeobecné aj zvláštne podmienky pre prevádzkovanie živnosti. Podľa §53 odst. 4 živnostenského zákona ŽÚ rozhodne o žiadosti do 60 dní od podania žiadosti. Do 15 dní od nadobudnutia právoplatného rozhodnutia o udelení koncesie potom ŽÚ podľa §54 vydá koncesnú listinu. (Česko, 1991, Zákon č. 455/1991 Sb.)

3.3 Cestovná zmluva

Cestovná zmluva je špeciálnym prípadom zmluvy o dielo a jej uzavretím vzniká právny vzťah medzi CK a zákazníkom, ktorého predmetom je zájazd. Cestovná zmluva musí byť v súlade s predpísanou zákonnou formou, musí mať písomnú podobu a byť vyhotovená v dvoch prevedeniach, pričom jedno prináleží spolu s dokladom o poistení zákazníkovi. Právna úprava cestovnej zmluvy je obsiahnutá v občianskom zákonníku (Zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákonník) a jej presná definícia znie: „Cestovní smlouvou se provozovatel cestovní kanceláře (dále jen „cestovní kancelář“) zavazuje, že zákazníkovi poskytne zájezd, a zákazník se zavazuje, že zaplatí smluvenou cenu.“ Medzi povinné náležitosti cestovnej zmluvy patrí: (Česko, 1964, Zákon č. 40/1964 Sb.)

- označenie zmluvných strán;
- presné vymedzenie zájazdu (termín zahájenia a ukončenia, všetky poskytované služby zahrnuté do cien zájazdu a ich presné vymedzenie, čo sa týka napr. ubytovania, stravovania, dopravy atď.);
- cena zájazdu vrátane platobných podmienok (v prípade zvýšenia ceny pohonných hmôt, platieb spojených s dopravou alebo výmenného kurzu CZK je možné dohodnúť navýšenie ceny zájazdu zo strany CK, musí byť presne stanovený spôsob výpočtu navýšenia ceny);
- spôsob uplatnenia nárokov zákazníka v prípade porušenia právnej povinnosti CK;
- výška storno poplatkov, pokiaľ zákazník odstúpi od cestovnej zmluvy.

Predpis o cestovnej zmluve ďalej upravuje:

- možnosti zákazníka a CK odstúpiť od zmluvy;
- zrušenie zájazdu CK;
- povinnosť CK naplniť všetky záväzky vyplývajúce z cestovnej zmluvy a postup zákazníka pri uplatnení svojich práv v prípade jej porušenia;
- kedy je podľa zákona prípustné, aby sa CK oprostila zodpovednosti za škodu spôsobenú odstúpením od cestovnej zmluvy a prípadné obmedzenia vo výške škody;
- povinnosť CK v prípade zahájenia zájazdu, pokiaľ je zákazníkovi znemožnené využívanie služieb, ktoré si zaplatil a sú uvedené v uzatvorenej cestovnej zmluve.

3.4 Povinnosti cestovnej kancelárie

Podľa „Zákon č. 159/1999 Sb, o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu“ je CK povinná spĺňať nasledovné skutočnosti:

- mať uzavretú poisťnú zmluvu po celú dobu činnosti;
- označenie prevádzky a všetkých materiálov určených pre zákazníka slovami „cestovní kancelář“, pokiaľ tak už nespĺňa jej obchodné meno;
- sprostredkovať predaj zájazdu výhradne pre inú CK;

- predložiť potenciálnemu zákazníkovi na jeho prianie doklad o poistení záruky proti úpadku CK (aj v prípade, že CK sprostredkováva predaj zájazdu inej CK musí byť k dispozícii doklad o poistení tejto CK);
- pokiaľ sprostredkováva predaj zájazdov inej CK, tak musí túto skutočnosť uvádzať na všetkých materiáloch;
- v prípade sprostredkovania predaja CK s prevádzkou mimo hranice ČR musí tuzemská CK o tejto skutočnosti informovať ministerstvo vrátane údajov o rozsahu poistenia záruky pre prípad úpadku CK a túto skutočnosť spolu s opisom oprávnenia k prevádzke CK je povinná predložiť aj potenciálnym zákazníkom;
- pravdivo, zrozumiteľne, úplne a riadne informovať záujemcov o kúpe zájazdu pred uzatvorením cestovnej zmluvy v katalógu alebo inou preukázateľnou formou o všetkých známych skutočnostiach, ktoré môžu ovplyvniť jeho rozhodovanie, a to predovšetkým o:
 - termíne zahájenia a skončenia zájazdu,
 - cene zájazdu a stanovení rozvrhu, v akom budú platby realizované, aj o výške zálohy,
 - tom, za akých podmienok musí zákazník zaplatiť cestovnej kancelárii odstupné a o jeho výške,
 - mieste pobytu alebo cesty,
 - spôsobe dopravy,
 - polohe, kategórii, stupni vybavenosti a hlavných charakteristických znakoch ubytovania,
 - stravovaní,
 - trase cesty,
 - pasových a vízových požiadavkách a nutných zdravotných úkonov súvisiacich s realizáciou zájazdu, o obvyklých cenách a lehotách ich vybavenia,
 - požadovanom minimálnom počte zákazníkov (pokiaľ je v CK vyžadovaný),
 - programe v mieste pobytu,

- možnej lehote a podmienkach k oznámeniu o výmene osoby, ktorá sa zúčastní zájazdu mimo pôvodného zákazníka,
- prípadnom poistení zákazníka v súvislosti s nákladmi, ktoré by mu vznikli na základe jeho odstúpenia od cestovnej zmluvy, ak takéto pistenie nie je už súčasťou zájazdu.

Vyššie uvedená informačná povinnosť je záväzná a môže byť upravená CK pred uzatvorením cestovnej zmluvy len v prípade, že si CK toto právo vyhradila v katalógu alebo sa tak dohodla so záujemcom o kúpu zájazdu. (Česko, 1999, Zákon č. 159/1999 Sb.)

4 NEZISKOVÝ SEKTOR

Občianska spoločnosť je pojem označujúci priestor medzi oblasťou súkromných záujmov a štátom. Jedná sa o oblasť dobrovoľného združovania mimo sféry trhu, štátu i súkromného života, v ktorej si uvedomujeme spoločnú previazanosť nášho sveta. Existencia občianskej spoločnosti je založená na tom, že demokratický politický systém je postavený na možnosti občana priamou participáciou ovplyvňovať veci verejné. Pojem sám o sebe, napriek jeho dlhej tradícii a dnešnej aktuálnosti, je veľmi všeobecný a je využívaný predovšetkým teoreticky a konceptuálne. Pri skúmaní občianskej spoločnosti je najčastejšie využívaný koncept neziskových organizácií, ktoré sú inštitucionalizovanou formou a súčasťou občianskej spoločnosti. Neziskový sektor je zároveň významným aktérom procesu reprezentácie záujmov. Súhrnným označením neziskových organizácií je termín neziskový sektor. (Mansfeldová, 2005)

4.1 Charakteristika neziskových organizácií

Podľa zákona je definovaná nezisková organizácia ako organizácia charakteru právnickej osoby, ktorá nebola zriadená alebo založená za účelom podnikania. Jedná sa o nasledovné typy organizácií: (Rektořík, 2007)

- záujmové združenia právnických osôb,
- občianske združenia vrátane odborových organizácií,
- politické strany a hnutia,
- štátom uznávané cirkvi a náboženské spoločnosti,
- nadácie a nadačné fondy,
- obce,
- príspevkové organizácie,
- štátne fondy,
- obecne prospešné spoločnosti,
- verejné vysoké školy.

4.2 Úloha neziskových organizácií

Neziskové organizácie hrajú v moderných demokraciách nezastupiteľnú úlohu. Úloha participácie sa plní prostredníctvom združovania občanov a snáh vyjadrovať svoje spoločné záujmy a požiadavky. Združujú sa s cieľom riešiť svoje spoločné problémy. Týmto spôsobom sa občania podieľajú na spolurozhodovaní vo veciach verejných a zároveň tak prebe-

rajú istý podiel zodpovednosti. Spolupráca medzi neziskovým sektorom a štátnou správou je prospešná pre obe strany, pretože neziskové organizácie sú často omnoho bližšie realite a môžu preto rozhodovaciemu orgánu pomôcť pri definícii problému. Aktivita občanov v neziskových organizáciách prispieva k zdokonaľovaniu občanov v úlohe homo politicus. Občania sa učia formulovať svoje názory, učia sa diskutovať a vystupovať na verejnosti a zvyšujú sa ich organizačné schopnosti, utvára a formuje sa sociálny a kultúrny kapitál. Ďalšou významnou úlohou neziskového sektoru je úloha servisná. Neziskové organizácie poskytujú služby, najmä pre také skupiny ľudí, ktorí svoje potreby nemôžu uspokojiť niekde inde. Neziskové organizácie tak vyplňajú medzery v ponuke služieb, ktoré ponúka štát alebo municipalita. Tieto služby bývajú cielené na konkrétnu potrebu klienta, a zároveň omnoho efektívnejšie, pretože neziskové organizácie nie sú nútené pri svojej činnosti dosahovať zisk. V rámci poskytovania služieb vytvárajú neziskové organizácie pracovné miesta, a taktiež inštitucionalizujú tradičnú vzájomnú pomoc medzi občanmi a prispievajú k integrácii spoločnosti. Svojou rôznorodosťou pomáhajú neziskové organizácie vytvárať názorovú pluralitu a ponúkajú alternatívne riešenie rozličných problémov. V rôznych oblastiach spoločenských záujmov a potrieb tak neziskové organizácie agregujú, selektujú a uspokojujú záujmy občanov. (Mansfeldová, 2005)

4.3 Typológia neziskových organizácií

S využitím poznatkov z teórie i praxe sa javí ako najvhodnejšie rozdelenie neziskových organizácií do piatich skupín a nasledujúcimi typologickými znakmi: (Rektořík, 2007)

- Neziskové súkromnoprávne organizácie vzájomne prospešné, s globálnym poslaním vzájomne prospešnej činnosti.
- Neziskové súkromnoprávne organizácie verejne prospešné, s globálnym poslaním verejne prospešnej činnosti.
- Neziskové verejnoprávne organizácie typu organizačných zložiek a príspevkových organizácií štátu a samosprávnych celkov s globálnym poslaním verejná správa a verejná činnosť.
- Neziskové ostatné verejnoprávne organizácie, s globálnym poslaním verejne prospešná činnosť.

- Neziskové súkromnoprávne organizácie typu obchodných spoločností a im podobných s možnosťou globálneho poslania verejne i vzájomne prospešná činnosť.

4.4 Fundraising

Fundraising býva v neziskových organizáciách z profesijného marketingového hľadiska najprepracovanejšou oblasťou komunikácie. Komunikácia s darcami je oblasťou, v ktorej sa pracovníci neziskových organizácií snažia vzdelávať a využívať jeho techník, pretože na ich úspešnosti pri rozširovaní zdrojov financovania často závisí samotná existencia ich organizácie. Tento proces však zďaleka neznamená len získavanie peňazí. Organizácia môže okrem obligátnych peňazí a hmotných darov získať pracovnú silu jej myšlienkový potenciál, meno alebo značku ako garanta projektu, lukratívne priestory a zázemie v mieste sídla sponzora a mnohé ďalšie. Z pohľadu neziskovej organizácie je dôležité pri zostavovaní fundraisingového plánu a všetkých týchto možnostiach uvažovať ako o komplementárnych. Bolo by chybou zameriavať sa len na niektoré z nich, čo sa niekedy deje najmä vo vzťahu k finančnému fundraisingu. (Bačuvčík, 2011)

4.5 Založenie občianskeho združenia

Zakladanie a činnosť občianskeho združenia vymedzuje „Zákon č. 83/1990 Sb. o sdružování občanů“. V zákone je zakotvené, že občania majú právo sa slobodne združovať bez toho, aby k tomu potrebovali povolenie štátnych orgánov. Občania majú právo zakladať spolky, spoločnosti, zväzy, hnutia, kluby, odborové organizácie a iné občianske združenia. (Novotný, 2004)

Občianske združenie je podľa §4 združenie fyzických alebo právnických osôb za účelom realizácie spoločného záujmu, ktorý nemá politický, náboženský ani podnikateľský charakter. Združenie nesmie obmedzovať národnosť, rasu, pohlavie, pôvod, politické alebo iné zmýšľanie, náboženské vyznanie a sociálne postavenie. Občianske združenie je právnickou osobou, čiže má právnu subjektivitu a tým pádom môže jednať vo vlastnom mene. (Boukal, 2009)

Občianske združenia spadajú pod MV ČR. K registrácii je potrebné na MVČR podať písomnú žiadosť spolu s dvoma vyhotoveniami stanov. K založeniu občianskeho združenia je potrebný prípravný výbor zložený z minimálne troch osôb, kde jedna dovŕšila veku 18

rokov. registračné konanie je zahájené dňom doručenia žiadosti. Na prípadné nedostatky MV ČR upozorní prípravný výbor a proces je do odstránenia týchto nedostatkov pozastavený resp. nie je začatý. Registrácia OZ prebehne do 10 dní od začatia konania a rozhodnutie je doručené s vyhotovením stanov s dátumom registrácie prípravnému výboru. V prípade, že zmocnenec prípravného výboru v lehote 40 dní nedostane vyrozumie o odmietnutí registrácie, tak OZ vniká nasledujúcim dňom po uplynutí tejto lehoty. Stanovy predstavujú hlavný zakladajúci a organizačný dokument OZ. Ich formát nie je presne určený, určené sú nasledujúce náležitosti, ktoré musia byť v stanovách obsiahnuté: (MVCR, ©2010)

- Názov OZ, ktorý sa musí výrazne odlišovať od názvu právnickej osoby, ktorá už vyvíja činnosť na území ČR, od názvu orgánu verejnej moci ČR, od názvu medzinárodnej organizácie, jej orgánu alebo jej inštitúcie a od názvov EÚ a jej orgánov.
- Sídlo musí byť definované úplne presne, aby bolo identifikovateľné v základnom registri územnej identifikácie adries a nehnuteľností (to znamená názov obce, PSČ, číslo opisné, číslo orientačné, názov ulice alebo námestia, ak bol pridelený).
- Ciel činnosti OZ.
- Práva a povinnosti členov OZ.
- Orgány OZ, spôsob ich ustanovenia, určenie orgánov a funkcionárov oprávnených jednať v mene OZ.
- Ustanovenie o organizačných jednotkách OZ (pokiaľ budú ustanovené a pokiaľ budú jednať vo svojom mene).
- Zásady hospodárenia (rozumie sa zdroj príjmov, spôsob použitia príjmov, kontrola hospodárenia a pod.).

Po registrácii by mala byť v súlade so stanovami zvolaná ustanovujúca členská schôdza, kde sú stanovy schválené a prebehne voľba štatutárnych orgánov. Na ustanovujúcej členskej schôdzi by malo byť zapísané, kto sú zakladajúcimi členmi. Taktiež je možné prijať nových členov a až potom prejsť k voľbe štatutárnych orgánov. Ustanovujúcu členskú schôdzu dokladá dôkladná zápisnica vrátane podpísanej prezenčnej listiny (Šplíhal, 2009)

OZ je povinné viesť účtovníctvo pokiaľ je držiteľom nejakého majetku. Zákon povoľuje viesť aj jednoduché účtovníctvo, ale štandardne sa vedie podvojnú. S príjmami sa viaže povinnosť podávať daňové priznanie. Tým pádom je OZ povinné vykonať registráciu na

finančnom úrade ako platca dane. OZ je oslobodené od niektorých daní podľa príslušných zákonov: (Šplíhal, 2009)

- daň z členských príspevkov – zákon č. 586/1992 Sb.;
- daň z príjmu v rámci činností vyplývajúcich z poslania organizácie, dotácií, úrokov vkladov ne bežnom účte – zákon č. 586/1992 Sb.;
- možnosť zníženia základu dane - zákon č. 586/1992 Sb.;
- daň z nehnuteľností – zákon 338/1992 Sb.;
- dedičská daň, darovacia daň a daň z prevodu nehnuteľností – zákon 357/1992 Sb.

OZ majú taktiež úľavu od platieb správnych poplatkov (zákon 634/2004 Sb.)

Najvyšším orgánom OZ je valné zhromaždenie (členská schôdza), ktoré volí radu (výkonný výbor) OZ a jeho predsedu. Výkonný výbor riadi činnosť združenia v dobe medzi valnými zhromaždeniami. Tie sú zvolávané pravidelne podľa intervalu určeného stanovami. Zloženie štatutárnych orgánov je individuálne a zakotvené v stanovách. Na valnom zhromaždení sa rozhoduje o smerovaní organizácie, schvaľujú sa plány a pod. (Hummel 2002)

5 PROJEKTOVÝ MANAGEMENT

Projektové riadenie je samostatnou disciplínou v oblasti teórie riadenia. Viac a viac organizácií sa prikláňa k tomuto spôsobu riešenia úloh a projekty sa stali rozhodujúcou súčasťou strategického riadenia organizácie. Projekt znamená organizované úsilie smerujúce k dosiahnutiu určitého žiadaného výsledku – cieľa. (Doležal, 2009)

5.1 Projekt

Projekt je sekvenciou činností majúcich jeden začiatok a jeden koniec, pridelené zdroje a smeruje k vytvoreniu určitého produktu. (Doležal, 2009)

Atribúty projektu:

- jedinečnosť, neopakovateľnosť,
- vymezené zdroje,
- rizikovosť,
- projektový tím,
- zložitosť a komplexnosť,
- organizácia.

5.1.1 Stratégia projektu

Projekt je vždy realizovaný v určitom prostredí. V súvislosti so stratégiou a cieľmi projektu je okrem zainteresovaných strán veľmi dôležitá väzba projektu na stratégiu organizácie. Projekt je jedinečný proces zmeny zo stavu počiatočného na stav cieľový. Charakterizuje ho línia procesov, no v úvahu je treba brať aj stavy pred projektom a po projekte. V momente, keď sú známe okrajové míľniky, je možné určiť, akým spôsobom projekt realizovať. Tieto predprojektové úvahy sa zapracovávajú do štúdie uskutočniteľnosti. V momente, keď je známe, čo má byť projektom dokázané, určuje sa niekoľko míľnikov, ktoré spresnia líniu procesov. Základné parametre projektu (kam, odkiaľ a akým spôsobom) je potrebné poznať pre voľbu stratégie projektu. Zvyčajne sa jedná o nasledujúce parametre:

- zámer projektu (vyšší cieľ),
- časový rámec,
- cieľ (vlastný cieľ projektu),
- finančný rámec.
- hlavné míľniky,

Tieto parametre s doplňujúcimi informáciami tvoria identifikačnú listinu projektu. (Doležal, 2009)

5.1.2 Ciele projektu

Definovanie cieľov projektu je jeden z kľúčových faktorov úspechu projektu. Nejedná sa len o vlastný popis žiadaného stavu, ale ide predovšetkým o potrebu docielenia porozumenia zúčastnených strán. Jedná sa o popis čoho má byť dosiahnuté, k čomu to má slúžiť a za akých podmienok. Jednou z techník na dobrú definíciu cieľa je metodika SMART:

S = specific – špecifický a špecifikovaný, pretože potrebujeme vedieť čo?

M = measurable – merateľný, aby bolo možné určiť, čo bolo dosiahnuté.

A = agreed – akceptovateľný, pre istotu, že všetci relevantní vedia a súhlasia.

R = realistic – realistický, aby bolo zrejmé, že sa to dá dosiahnuť.

T = timed – termínovaný, pretože bez určenia termínu vyššie uvedené nedáva zmysel.

Niekedy sa pridáva i – integrated – integrovaný do organizačnej stratégie. (Doležal, 2009)

5.1.3 Trojimperatív

V súvislosti s projektmi a projektovými cieľmi zaobchádzame v podstate vždy s troma základnými pojmami – ciele, čas, náklady. To predstavuje tzv. trojimperatív projektového riadenia, keď účelom je optimálne vyváženie týchto troch požiadaviek. Základným poznatkom je previazanosť týchto troch veličín. (Doležal, 2009)

5.2 Fázy projektu

Projekt možno rozdeliť podľa časového hľadiska a charakteru vykonávaných činností na tri fázy. (Doležal, 2009)

- Predprojektová (prípravná) - účelom je preskúmať príležitosti pre projekt a posúdiť jeho uskutočniteľnosť. Fáza zahŕňa aj víziu a základnú myšlienku projektu.
- Projektová (realizačná) – dochádza k vytvoreniu projektového tímu, vytvoreniu plánu, jeho realizácii a odovzdaniu výsledkov projektu. Fáza sa delí na:
 - zahájenie projektu,
 - plánovanie projektu – analýza činností projektu, syntéza činností projektu, optimalizácia projektu, kompletizácia projektu,
 - realizácia projektu,

- odovzdanie výstupu projektu a jeho ukončenie.
- Poprojektová (vyhodnocovacia) – vyhodnocuje sa celý priebeh projektu, určia sa zlé aj dobré skúsenosti. Niektoré projekty sú koncipované tak, že prinášajú efekt s časovým posunom, preto je potrebné nastaviť vyhodnotenie projektu v závislosti na tejto skutočnosti. (Doležal, 2009)

5.3 Metódy a nástroje

Štúdia uskutočniteľnosti – napomáha ukázať najvhodnejšiu cestu k realizácii projektu, upresňuje jeho obsah, termíny zahájenia a ukončenia, očakávané náklady a potrebné zdroje. Pomáha nájsť odpovede na otázky strategického charakteru – odkiaľ ideme, kam chceme dôjsť, akú cestu si zvolíme a či vôbec má zmysel projekt realizovať. (Doležal, 2009)

SWOT analýza – je analýzou silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb. Najprv je potrebné stanoviť, čo je predmetom analýzy. Napríklad to môže byť projektový tím, kde sa hľadajú odpovede na nasledujúce otázky. Aké sú silné a slabé stránky projektového tímu? Aké príležitosti má, a akým hrozbám musí čeliť projektový tím? SWOT analýza môže byť vypracovaná na rôzne predmety záujmu. (Doležal, 2009)

Logický rámec – sa používa pri stanovovaní cieľov projektu, a taktiež ako podpora k ich dosiahnutiu. Metóda bola vyvinutá firmou Team Technologies a teraz ju používa množstvo organizácií. Hlavným princípom logického rámca je vzájomné logické prepojenie parametrov projektu a uvažovanie o veciach v súvislostiach. Znázornenie logického rámca je formou tabuľky. Číta sa od pravého dolného rohu cik-cak po riadkoch nahor. (Doležal, 2009)

Záměr	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	<i>nevyplňuje se</i>
Cíl	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Výstupy (konkrétní výstupy)	Objektivně ověřitelné ukazatele	Zdroje informací k ověření (způsob ověření)	Předpoklady a rizika
Aktivity (klíčové činnosti)	Zdroje (peníze, lidé, ...)	Časový rámec aktivit	Předpoklady a rizika
<i>nevyplňuje se</i>	<i>nevyplňuje se</i>	<i>nevyplňuje se</i>	Předběžné podmínky

Obrázok 2 Logický rámec (Doležal, 2009)

WBS (Work Breakdown Structure) – jedná sa o rozpad cieľa projektu na jednotlivé produkty až na úroveň pracovných balíčkov, ktoré sa musia v priebehu projektu realizovať. Proces tvorby WBS slúži k zisteniu všetkých činností, ktoré je potrebné realizovať k dosiahnutiu výstupu tak, aby sa na žiadnu dôležitú činnosť nezabudlo. Výsledkom je mapa, kde sú všetky činnosti logicky identifikované a prepojené. (Doležal, 2009)

Sieťová analýza (CPM, PERT) – je založená na teórii grafov, ktorá umožňuje vypracovať časovú analýzu a určiť kritickú cestu a časové rezervy, zároveň ponúka vykonať analýzu nákladov a zdrojov. Metódu je možné použiť pre plánovanie projektu, a aj na sledovanie priebehu plne jednotlivých úloh. rozlišujú sa dva základné typy grafov – hranovo orientovaný a uzlovo orientovaný graf. (Doležal, 2009)

CPM – metóda kritickej cesty – je najpoužívanejšou technikou sieťovej analýzy, pomocou ktorej je možné určiť celkovú dobu trvania projektu a časové rezervy jednotlivých činností. (Doležal, 2009)

PERT – metóda trojbodového odhadu, kde sa každej činnosti priradujú tri odhady (najpravdepodobnejšie, pesimistické a optimistické trvanie činnosti) a vypočíta sa pravdepodobná hodnota doby trvania činnosti a rozptyl. Metóda je presnejšia, ale zároveň omnoho náročnejšia. (Doležal, 2009)

Ganttov diagram – štandardný formát pre grafické znázornenie časového plánu projektu, ktoré obsahuje jednotlivé aktivity projektu a im zodpovedajúce údaje o začatí a ukončení. Diagram je prepojený s kalendárom a údaje sú fixované na konkrétne dátumy. Princíp spočíva v zobrazení súbežných činností, metóda však nerieši väzby medzi jednotlivými aktivitami. (Doležal, 2009)

Analýza zainteresovaných strán – zaoberá sa vplyvom všetkých zúčastnených strán, ktorých sa projekt týka. Analyzuje moc, vplyv a konkrétny dopad, aký môže mať daná zainteresovaná strana na projekt. Definuje stratégiu, ako komunikovať a ovplyvňovať danú zainteresovanú stranu. (Doležal, 2009)

Analýza rizík – miera rizika patrí do piatich základných atribútov projektu. Predstavuje prípadnú stratu, ku ktorej môže dôjsť, a ktorá ma negatívny vplyv na výsledok projektu. Ak sú riziká organizácii známe, môže ich riadiť a pripraviť opatrenia pre zníženie dopadu na prijateľnú hodnotu, ak by tieto negatívne udalosti nastali. (Doležal, 2009)

6 ZHRNUTIE TEORETICKEJ ČASTI

Teoretická časť práce sa zaoberá problematikou cestovného ruchu so zameraním na legislatívne podmienky založenia cestovnej kancelárie. Následne obsahuje charakteristiku neziskového sektora so štúdiou legislatívnych podmienok založenia občianskeho združenia. Záver teoretickej časti je venovaný projektovému manažmentu.

Cestovný ruch sa postupne vykryštalizoval v samostatné priemyselné odvetvie fungujúce podľa určitého systému. Špecifikovali sa skupiny účastníkov, formy a druhy cestovného ruchu. dôležité a sledované rozdelenie je aj podľa realizácie cestovného ruchu. Ako každé odvetvie, aj cestovný ruch má svoje špecifiká, rovnako tak sa svojimi špecifikami vyznačuje produkt cestovného ruchu. Potreby trhu uspokojujú podniky cestovného ruchu, ktoré majú podľa rôznych predpisov presne vymedzený predmet činnosti. Základné delenie je na cestovné kancelárie a cestovné agentúry. Popis legislatívnej úpravy založenia cestovnej kancelárie, náležitosti cestovnej zmluvy a povinnosti cestovnej kancelárie dopĺňajú túto kapitolu.

Ďalšou časťou je neziskový sektor. Úloha neziskových organizácií v dnešnej spoločnosti je veľmi významná, a preto je potreba tomuto sektoru venovať pozornosť. Podstatnou zložkou fungovania neziskového sektora je spôsob jeho financovania, kedy množstvo zdrojov prichádza z grantov, darov a od sponzorov. Zakladanie nových organizácií, najmä občianskych zružení, znamená záujem o problematiku, ktorej sa daná skupina ľudí venuje. Je to pomerne jednoduchý proces, no výsledok môže byť pre spoločnosť veľkým prínosom.

Poslednú časť teórie tvorí projektový manažment, ktorý sa stal samostatnou disciplínou teórie riadenia. Taktiež predstavuje novodobý trend zvládanie jednotlivých činností vo firmách. Projekt a projektové riadenie má svoje špecifiká a prvky, ktoré ho definujú. Logická postupnosť krokov a fáz projektu napomáha zvládať aj zložité úlohy k spokojnosti všetkých zúčastnených strán. Jednotlivé metódy pomáhajú definovať konkrétne kroky vedúce k úspechu.

II. PRAKTICKÁ ČASŤ

7 ZÁKLADNÁ MYŠLIENKA ZALOŽENIA UTB TRAVEL

Situácia na trhu práce nie je jednoduchá a požiadavky na zamestnancov sa zvyšujú. Zamestnávateľia majú možnosť vyberať si z radu uchádzačov, v ktorom si hľadajú miesto aj čerství absolventi. A tí často stroskotávajú na otázke praxe v obore. Pomôcť vyriešiť túto otázku by mohol projekt študentskej cestovnej kancelárie na Univerzite Tomáše Bati ve Zlíně.

Realizácia tohto projektu má priniesť možnosť ďalšieho vzdelávania v obore cestovného ruchu a spolu s praktickou činnosťou tak lepšie pripraviť študentov na budúce povolanie. Pôsobením v organizácii takéhoto charakteru študenti získajú cenné skúsenosti, zručnosti a poznatky. Činnosť organizácie rozšíri možnosti vyučovania, no najmä spestrí študentský život o veselé zážitky spojené s užitočnou prácou pri tvorbe a realizácii produktov cestovného ruchu či samotnom riadení a chode celej organizácie. Výsledkom bude nielen zmysluplne strávený čas popri štúdiu, ale najmä devíza do budúcnosti. Nadobudnuté skúsenosti v kombinácii so získanými kontaktmi a dobrou myšlienkou sú predpokladmi k úspešnému podnikaniu či uplatneniu sa na trhu práce.

Hlavným zámerom je vytvoriť vzdelávaciu organizáciu, ktorá však bude konkurencieschopná na trhu a poskytne cieľovej skupine kvalitné produkty, ktoré ich dokážu zaujať. Originalita, flexibilita ponuky, ktorá reflektuje potreby a prania klientov je základným predpokladom k úspešnému chodu organizácie. K naplneniu cieľov a hlavnej myšlienky organizácie je nevyhnutné, aby jej produkty boli na vysokej kvalitatívnej úrovni. Len tak môžu študenti získať vyššie spomínané adekvátne skúsenosti, zručnosti a poznatky.

8 ANALÝZA PODMIENOK ZALOŽENIA CK UTB TRAVEL

Zámerom je založiť vzdelávaciu organizáciu s primárnym cieľom poskytnúť študentom možnosť rozšíriť si svoje poznatky a získať praktické zručnosti a skúsenosti. Cieľom nie je tvorba zisku, preto sa nejedná o klasický model podnikania. Je potrebné analyzovať možnosti, akú formu by organizácia mohla nadobudnúť pri splnení všetkých legislatívnych podmienok, a zároveň by jej daný štatút umožnil naplniť víziu, poslanie a definované ciele.

Pre vzdelávacie účely sa ponúka ako vhodná právna forma nezisková organizácia, konkrétne občianske združenie. Tu sa však objavuje otázka: „*Je možné založiť cestovnú kanceláriu ako neziskovú organizáciu?*“

8.1 Podmienky založenia OZ UTB Travel

Prvým krokom je zloženie prípravného výboru, ktorý tvoria minimálne tri fyzické osoby, z ktorých minimálne jedna musí byť staršia ako 18 rokov. Výbor na svojom zasadnutí schváli a prípadne upraví stanovy. Stanovy musia obsahovať určité náležitosti.

Návrh stanov OZ UTB Travel:

STANOVY

občianskeho združenia "UTB Travel"

čl. I

Název a sídlo, pôsobnosť a charakter združenia

- 1) *Název združenia je: "UTB Travel" (ďalej jen "združenie");*
- 2) *Sídlem združenia je Zlín — adresa: Mostní 5139, 760 01 Zlín*
- 3) *Sdruženie pôsobí na celom území České republiky, sdruženie se nečlení na organizační jednotky*
 - *celé sdruženie je místně příslušnou organizační jednotkou;*
- 4) *Charakter sdruženia — sdruženie je občianske sdruženie založené podle zákona č. 83/1990 Sb. v němž se sdružují studenti Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně se zájmem vzdělávat se a získat odbornou praxi v oboru cestovního ruchu.*

*čl. II**Cíle činnosti**1) Cíle sdružení jsou:*

- *vzdělávání v oboru cestovního ruchu;*
- *přispívat k zvyšování úrovně odborných a jazykových znalostí;*
- *přispívat k rozvíjení řídicích a organizačních schopností studentů;*
- *získávání odborné praxe v oboru cestovního ruchu;*
- *zvyšování kvalifikace a zvyšování šancí uplatnit se na trhu práce;*
- *tyto cíle realizuje sdružení prostřednictvím:*
 - o *organizování výchovně-vzdělávacích programů, seminářů, symposií a konferencí pro členy, příznivce a podporovatele sdružení;*
 - o *tvorby produktů cestovního ruchu určených výhradně pro studenty za účelem dalšího vzdělávání;*
 - o *realizace produktů cestovního ruchu určených výhradně pro studenty za účelem vzdělávání;*

*čl. III**Formy činnosti**1) Náplň činnosti musí odpovídat cílům sdružení.**2) Hlavním formou dosahování cílů sdružení je poskytování obecně prospěšných činností v oblasti vzdělávání v oboru cestovního ruchu, zejména:*

- *praktická činnost členů ve spolupráci s Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně v souladu s cíli sdružení;*
- *kooperace s jinými organizacemi majícími za svůj hlavní cíl vzdělávání a rozvoj studentů;*
- *soustředování a poskytování informací (uvnitř sdružení i vně);*

3) Další formy a konkretizaci činnosti stanoví členská schůze.

*čl. IV**Členství ve sdružení*

- 1) *Členy sdružení se mohou stát studenti Univerzity Tomáše Bati, kteří studují obor cestovní ruch nebo se o tuto problematiku zajímají.*
- 2) *Příhlášku ke členství přijímá výbor sdružení. Pro přijetí člena je potřeba souhlas výboru a předsedy sdružení.*
- 3) *Zakládajícím členem sdružení je fyzická osoba, která se účastní činnosti přípravného výboru a proti jejímuž členství nebyly vzneseny odůvodněné námitky ze strany ostatních osob účastnících se činnosti přípravného výboru.*
- 4) *Členství zaniká*
 - *doručením písemného oznámení člena o vystoupení výboru sdružení;*
 - *ukončením studia na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně;*
 - *rozhodnutím členské schůze o vyloučení;*
- 5) *Člen má právo*
 - *účastnit se činnosti sdružení a jeho orgánů a být o této činnosti informován;*
 - *účastnit se členské schůze, volit orgány sdružení a být do nich volen;*
 - *předkládat návrhy, podněty a připomínky k činnosti sdružení;*
 - *podílet se na stanovování cílů a forem činnosti sdružení;*
- 6) *Člen má povinnost*
 - *dodržovat tyto stanovy, jednat v souladu s cíli sdružení a svou činností naplňovat cíle sdružení;*
 - *aktivně a iniciativně pracovat na zadaných projektech;*
 - *odevzdávat své zkušenosti ostatním;*
- 7) *Z členství nevyplývá povinnost platit zápisné ani členské příspěvky*

*čl. V**Orgány sdružení*

- 1) *Orgány sdružení jsou:*

- členská schůze
- výbor a předseda sdružení
- revizor sdružení

čl. VI

Členská schůze

- 1) Členská schůze je nejvyšším orgánem sdružení; schází se nejméně dvakrát ročně;
- 2) Členskou schůzi svolává výbor sdružení. Členská schůze je usnášeníschopná, je-li přítomna alespoň polovina členů sdružení; nesejde-li se usnášeníschopná členská schůze, svolá výbor sdružení nejpozději do jednoho měsíce (ale ne dříve než za 5 dnů) náhradní členskou schůzi, tato je usnášeníschopná bez ohledu na počet přítomných členů. Členská schůze přijímá rozhodnutí hlasováním; pro přijetí rozhodnutí je potřeba souhlas nadpoloviční většiny přítomných členů, pokud tyto stanovy neurčí jinak.
- 3) Členskou schůzi svolá výbor sdružení také, požádá-li o to (písemně) 1/3 členů sdružení a to ve lhůtě do jednoho měsíce, není-li v žádosti uvedena lhůta pozdější.
- 4) Členská schůze
 - schvaluje stanovy sdružení a jejich změny, rozhoduje o zániku sdružení; pro přijetí těchto rozhodnutí je potřeba 2/3 většiny všech členů sdružení;
 - volí výbor sdružení a revizora
 - schvaluje rozpočet, zprávu o činnosti, zprávu o hospodaření za minulé období a revizní zprávu;
 - rozhoduje o vyloučení člena;
 - určuje formy a konkrétní činnosti pro další období;

čl. VII

Výbor a předseda sdružení, jednání jménem sdružení

- 1) Výbor sdružení je šestičlenný, jeho funkčním obdobím je jeden rok. Ze svého středu volí předsedu sdružení a pokladníka. Činnost výboru sdružení řídí předseda sdružení, jeho hlas rozhoduje v případě rovnosti hlasů.

- 2) Výbor sdružení řídí sdružení v období mezi členskými schůzemi. Schůze výboru sdružení je volně přístupná členům sdružení. Výbor sdružení
 - na nejbližší schůzi projedná věc, požádá-li o to člen sdružení;
 - připravuje zprávu o činnosti za minulé období, návrh rozpočtu na další období, případné změny stanov, návrh cílů další činnosti.
- 3) Předseda sdružení je statutárním orgánem sdružení; jménem sdružení dále jednají předsedou písemně pověřeni členové sdružení. Tyto osoby jednají jménem sdružení samostatně. Osoby oprávněné jednat jménem sdružení mohou udělit plnou moc k zastupování další osobě.

čl. VIII

Revizor sdružení

- 1) Kontroluje činnost sdružení, především jeho hospodaření a plnění rozhodnutí členské schůze; jeho funkčním obdobím je jeden rok;
- 2) Připravuje revizní zprávy a posudek návrhu výroční zprávu; tyto předkládá členské schůzi.

čl. IX

Zásady hospodaření

- 1) Sdružení je neziskovou organizací. Případné příjmy budou tvořit dary, dotace a granty a budou používány na činnost sdružení. Dalšími příjmy mohou být příjmy z činnosti, která je v souladu s cíli sdružení. Sdružení může uzavřít smlouvu o spolupráci s právnickou osobou pro finanční zajištění svých aktivit.
- 2) Výdaje sdružení jsou zaměřeny na uskutečňování cílů sdružení v souladu s formami činností podle těchto stanov a rozpočtem sdružení.

čl. X

Okolnosti zániku sdružení

- 1) V případě zániku bude případný zbylý majetek po likvidaci předán na základě rozhodnutí členské schůze neziskové právnické osobě, jejíž cíle jsou blízké cílům sdružení.

Stanovy vo dvoch vyhotoveniach sú súčasťou návrhu na registráciu OZ podávanej na Ministerstvu vnútra České republiky. Žiadny formulár na registráciu združenia neexistuje. Správne poplatky za podanie návrhu na registráciu združenia sa neplatia. V návrhu musia byť uvedené mená a priezviská, dátumy narodenia a bydliská členov prípravného výboru s uvedením splnomocnenca (osoba staršia 18 rokov), ktorý je oprávnený jednať v ich mene. Všetci členovia prípravného výboru musia návrh podpísať.

Návrh môže vyzeráť nasledovne:

Ministerstvo vnútra

Odbor všeobecné správy, oddělení sdružování

Náměstí Hrdinů č. 3, 140 21 Praha 4


Místo a datum

věc: *návrh na registraci občanského sdružení "UTB Travel"*

Podle § 6 zákona 83/1990 Sb., o sdružování občanů navrhujeme, abyste zaregistrovali sdružení "UTB Travel". V příloze vám zasíláme stanovy ve dvojím vyhotovení.

Jednat jménem přípravného výboru je oprávněn Martin Videczký, korespondenci zasílejte prosím na adresu: Mostní 5139, 760 01 Zlín

Přípravný výbor:

<i>Jméno</i>	<i>Rodné číslo</i>	<i>Bydliště</i>	<i>Podpis</i>
<i>Martin Videczký</i>	<i>870107/xxxx</i>	<i>Selec 262, 91336 Selec, SR</i>	
<i>Druhý člen výboru</i>	<i>yyyyyy/yyyy</i>	<i>xxx</i>	<i>... ..</i>
<i>Třetí člen výboru</i>	<i>zzzzzz/zzzz</i>	<i>xxx</i>	<i>... ..</i>

V prípade, že nie sú splnené všetky náležitosti, poprípade údaje nie sú úplné, tak MV ČR do 5 dní od doručenia návrhu na tieto nedostatky prípravný výbor upozorní. Ak sú všetky formality splnené, tak je zahájené registračné konanie. Pokiaľ ministerstvo nezistí dôvody odmietnutia registrácie, vykoná do 10 dní od zahájenia konania registráciu a v tejto lehote

zašle splnomocnencovi prípravného výboru jedno vyhotovenie stanov, na ktorom vyznačí dátum registrácie, ktorým je deň odoslania. Inak MV ČR do 10 dní registráciu odmietne. Proti rozhodnutiu o odmietnutí je možné sa odvolať k Nejvyššímu soudu. Pokiaľ nebolo v lehote 40 dní od zahájenia konania (t.j. od doručenia bezchybného návrhu) doručené splnomocnencovi prípravného výboru rozhodnutie MV ČR o odmietnutí registrácie, vzniká združenie aj bez výslovnej registrácie.

Predpoklad, že splnením všetkých predpokladov a podmienok sa podarí založiť občianske združenie, vedie k ďalšej otázke: „Dostane občianske združenie poistenie pre prípad úpadku cestovnej kancelárie?“

8.2 Poistenie pre prípad úpadku cestovnej kancelárie

Konkrétna podoba poistnej zmluvy závisí na mnohých okolnostiach, pre novovznikajúcu cestovnú kanceláriu je to napr. plánovaný obrat. Pre prípad UTB Travel, kedy sa plánovaný obrat pohybuje do 1 miliónu Kč. by poistka mohla mať nasledovné parametre:

Limit poistenia: 2 500 000 Kč

Spoluúčasť: 1000 Kč

Poistné: 12 000 Kč

O podmienkach poistenia sa dá ďalej rokovať a podmienky sa môžu meniť na špecifických okolnostiach v poistnom vzťahu.

Posledná otázka, ktorá sa naskytla sa týka samotného úžitku činnosti organizácie: „Uzná živnostenský úrad či poisťovňa prácu v CK UTB Travel ako prax v obore?“

8.3 Prax v obore pre udelenie koncesie

Neexistuje dôvod, prečo by tak nemali urobiť. V stanovách organizácie je uvedené, že člen organizácie vykonáva činnosť, ktorá zodpovedá práci v obore cestovného ruchu v organizácii, ktorej bola udelená koncesia. Tým pádom, ak organizácii bude pridelená koncesia, člen splní podmienky uvedené v stanovách a splní lehoty požadované živnostenským úradom, tak absolvoval prax ako jednu z podmienok potrebných na udelenie koncesie. Uzatvorenie poistenia proti úpadku cestovnej kancelárie je pre konateľ'a s absolvovanou praxou jednoduchšie a dostane výhodnejšie podmienky poistnej zmluvy.

8.4 Podmienky udelenia koncesie

Osoba oprávnená jednat' v mene OZ UTB Travel, ktorá zároveň spĺňa podmienky udelenia koncesie predloží Živnostenskému úradu Zlín žiadosť o koncesiu⁵, potrebnú dokumentáciu a doklady, že spĺňa všeobecné aj zvláštne podmienky pre udelenie živnostenského oprávnenia. Ďalej predloží doklady, ktoré sú potrebné pre vydanie stanoviska Ministerstva pro místní rozvoj:

- 1) originál zmluvy s poisťovňou;
- 2) podnikateľský zámer;
- 3) prehlásenie o predpokladanom zahájení činnosti;

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 dne

.....
Jméno a vlastnoruční podpis žadatele (jednatele)

⁵ Tlačivo je v prílohe P III

4. čestné prohlášení

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 dne

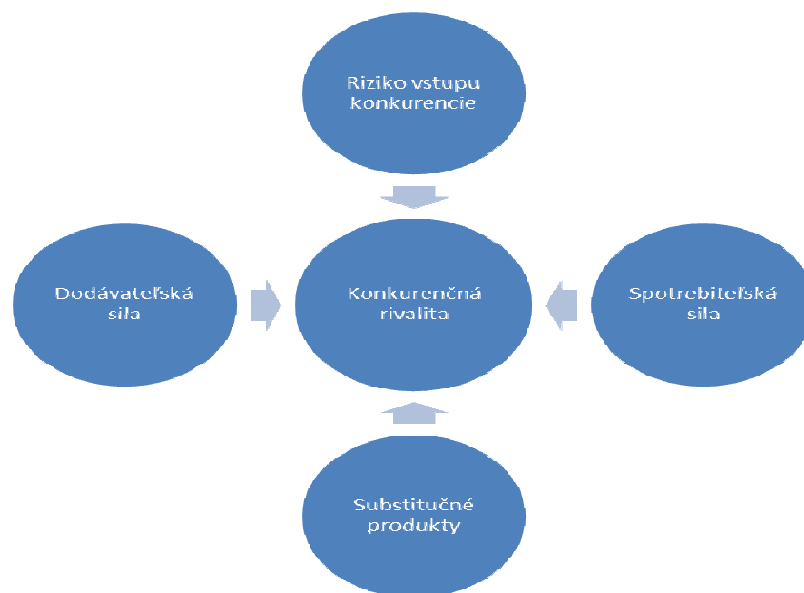
*.....
Jméno/a a vlastnoruční podpis/y žadatele/ů*

9 ANALÝZA PROSTREDIA

Činnosť každej organizácie spôsobuje dopad, jak na organizáciu samotnú, tak na jej okolie. Pre vytvorenie kvalitného projektu je dôležité spracovať analýzu, ktorá popíše vnútorné a vonkajšie prostredie. Pre tieto potreby som zvolil Porterov model piatich konkurenčných síl, PEST analýzu a SWOT analýzu. V spojení s analýzou podmienok založenia cestovnej kancelárie, ako neziskovej organizácie to poskytne východiská pre vypracovanie projektu, kde bude možné zhodnotiť jak pozitívne, tak negatívne vplyvy jednotlivých faktorov.

9.1 Analýza konkurencie – Porterov model

Model je postavený na predpoklade, že strategická pozícia podniku pôsobiacom v určitom odvetví je určovaná predovšetkým pôsobením piatich základných činiteľov. Model piatich síl zdôrazňuje všetky základné zložky odvetvovej štruktúry, ktoré môžu byť v danom odvetví hnacou silou konkurencie. Je potrebné brať do úvahy, že v jednotlivých odvetviach nebudú mať všetky z týchto piatich faktorov rovnakú dôležitosť. Systémový rámec piatich faktorov umožňuje organizácii, aby prenikla do štruktúry daného odvetvia a presne určila faktory, ktoré sú pre konkurenciu v tomto odvetví rozhodujúce.



Obrázok 3 Porterov model (vlastné spracovanie)

Porterov model piatich konkurenčných síl predstavuje analýzu mikrookolia.

- **Konkurenčná rivalita**

Zo všeobecného pohľadu je konkurencia v priemysle cestovného ruchu veľmi silná a predstavujú ju všetky cestovné kancelárie a agentúry. Priamu konkurenciu tvoria tie cestovné kancelárie a agentúry, ktoré sa viac či menej špecializujú na produkty zamerané na študentov. Forma sa môže líšiť, a to môže byť na jednej strane len poskytovaná zľava pre študentov na bežnú ponuku, či na strane druhej špecializované produkty šité na mieru požiadavkám tejto cieľovej skupiny. Analyzovať všetky konkurenčné firmy nie je účelom tejto práce, preto je analýza zameraná na vybrané organizácie, ktoré by mohli priamo ovplyvňovať CK UTB Travel. Zároveň je nutné si uvedomiť, že UTB Travel nevstupuje na trh s cieľom dosahovania zisku a bojovať o klientov so zavedenými cestovnými kancelármi.

STUDENT TRAVEL – jedná sa o portál, ktorý je podľa vyjadrenia prevádzkovateľa (STA Travel – najväčšia študentská cestovná kancelária na svete s 30-ročnými skúsenosťami a viac ako 400 pobočkami) doposiaľ jedinou licencovanou cestovnou kanceláriou pre študentov a mládež v ČR. Student travel ponúka prístup k exkluzívnym cenám leteniek, zahraničným cestám, ubytovaniu. Ale aj programy pre dobrovoľníkov a ďalšie. Tieto exkluzívne ceny sú určené pre držiteľov študentského preukazu ISIC, mládež vo veku 12-25 rokov, učiteľov s preukazom ITIC. Niektoré ponuky a tarify sú bez akéhokoľvek obmedzenia. Prostredníctvom portálu je ďalej možné využiť ponuku organizovaných výletov (túr) po celom svete, požičať si auto kdekoľvek na svete či naplánovať cestu vlakom po Európe, Severnej Amerike či Japonsku. Portál je veľmi interaktívny a ponúka takmer neobmedzené možnosti, keď sa v spolupráci s pracovníkmi či inými cestovateľmi snaží vyriešiť akúkoľvek požiadavku zákazníka. Využitím sociálnych sietí nadobúda zároveň informačný charakter a spája ľudí s cestovateľskou vášňou.

Cestovní kancelář KUDRNA – aj napriek tomu, že táto cestovná kancelária sídli v Brne, tak veľkou mierou ovplyvňuje situáciu aj na Zlínsku, pretože svojou ponukou a podmienkami dokáže osloviť študentov z celej ČR. CK Kudrna dokáže zaujať zákazníkov netradične poňatými zájazdmi športového aj rekreačného typu a svojou originalitou. Produkty vysokej kvality šité na mieru dopĺňa možnosť inštruktáže či požičovňa vybavenia. Pre študentov sú pripravené na všetky zájazdy 10 % zľavy (zľava maximálne do výšky 500 Kč) a okrem toho aj špeciálne študentské zľavy vo výške až 1000 Kč na osobu.

STUDENT AGENCY – je najväčšou cestovnou agentúrou v ČR, najväčším predajcom leteniek a cestovných lístkov na trhu a najväčšou agentúrou na predaj jazykových a pracovných pobytov v zahraničí. Jedná sa o produkty a služby, ktoré bezpochyby zaujmú nielen študentov. Cieľovou skupinou agentúry nie sú študenti, ako by sa mohlo zdať z názvu, avšak najmä pracovné a jazykové pobyty v zahraničí sú určené najmä študentom. Študenti majú vďaka preukazu ISIC či ďalším študentským preukazom možnosť využiť širokej palety zliav na všetky ponúkané produkty a služby. STUDENT AGENCY predstavuje silnú značku na českom trhu a získanou silnou pozíciou aj veľkého konkurenta.

RAPANT a spol., klub cestovateľů – cestovná kancelária, ktorá sa špecializuje na niekoľko typov zájazdov, a to zájazdy do termálnych kúpeľov a aquaparkov, cyklozájazdy a turistiku, poznávacie zájazdy, lyžovanie, školské výlety a skupinové zájazdy. V ponuke je aj predaj okružných plavieb po mori a okružné poznávacie zájazdy. Konkurenčnou výhodou sú najmä dlhoročné skúsenosti a prevádzka špecializovaných autobusov – tzv. „*TERMÁLBUS ze Zlínska a okolí*“ a „*CYKLOBUS ze Zlínska a okolí*“.

CK Zlíntour Trips – cestovná kancelária, ktorá ponúka širokú paletu vlastných zájazdov, ale aj zájazdy približne 150 cestovných kancelárií, s ktorými spolupracuje. Vďaka tomu dokáže uspokojiť akékoľvek požiadavky klientov. Zaujímavou je najmä ponuka organizácie skupinových zájazdov šitých na mieru s možnosťou dojednaní konkrétnych podmienok. V ponuke je aj rezervácia leteniek, cestovných lístkov či organizácia dopravy na pravidelných sezónnych linkách.

Zájezdy.cz – cestovná agentúra, ktorú je možno považovať za jedného z najväčších konkurentov na českom trhu zahraničných i tuzemských zájazdov. Táto agentúra má vo svojej ponuke zájazdy všetkých významných cestovných kancelárií a agentúr na trhu a zájazdy ponúka za rovnaké ceny ako usporiadajúca CK. Najmä vďaka možnosti súhrnne vyfiltrovať akčné ponuky, ponuky last-minute a pod. siahajú klienti, medzi ktorými sú často aj študenti, po kúpe zájazdu prostredníctvom tejto agentúry. V kombinácii s jednoduchým užívateľským rozhraním on-line rezervácie, kvalifikovanými zamestnancami a kvalitnými službami predstavuje CA Zájezdy.cz skutočne špičkového konkurenta.

- **Riziko vstupu konkurencie**

Vstup novej konkurencie na trh nie je pomerne jednoduchý a častý jav. Novo založené cestovné kancelárie vytvárajú tlak na cenu a snažia sa rozšíriť paletu ponúkaných produktov

a služieb. Trendom je najmä užšia špecializácia na typy zájazdov či cieľovú skupinu. Trh je v súčasnosti však dostatočne nasýtený a ani ekonomická situácia obyvateľstva nevytvára priestor pre masívny nárast konkurencie. Šancu na úspešný vstup na trh majú predovšetkým cestovné kancelárie, ktoré prinesú originálne produkty a veľmi výhodné ceny. Zámer, s akým chce vstúpiť na trh UTB Travel môže byť jednou z veľkých konkurenčných výhod.

- **Substitučné produkty**

Je len ťažko definovať substitučné produkty k produktom cestovnej kancelárie. Dalo by sa uvažovať o tom, že je možné nahradiť drahší zájazd v určitej destinácii lacnejším variantom v inej destinácii za podobných podmienok. To však stále splňa rovnaký účel, za ktorým má byť CK UTB Travel založená. Samozrejme je treba brať v úvahu preferencie klientov a v tom prípade sa dá uvažovať o spomínaných scenároch.

- **Spotrebiteľská sila**

Rastúca spotrebiteľská sila môže predstavovať vodcovské postavenie v komunikácii s organizáciou. V takom prípade je segment trhu pre konkurenciu nepríťažlivý.

Potenciálny trh zákazníkov - študenti majú vo všeobecnosti značne limitované finančné možnosti v porovnaní s ostanou (bežnou) klientelou cestovných kancelárií. Na druhej strane sú ich požiadavky a predstavy. Je nutné, aby CK UTB Travel dokázala zistiť a analyzovať tieto skutočnosti a na základe toho poskladať ponuku pre všetkých študentov. Dôležitá bude aj práca so samotnými členmi UTB Travel, aby dokázali sami pre seba pripraviť také projekty, ktoré splnia ich predstavy, potreby a túžby a zároveň budú plniť výchovno-vzdelávacie ciele organizácie. Je to veľmi špecifický prípad, kedy členovia, ktorých je možno považovať za „zamestnancov“ organizácie pripravujú produkty pre seba samých. Sila spotrebiteľa je obrovská, pretože bez študentov ako klientov nebude možné naplniť ciele organizácie.

- **Dodávateľská sila**

Hrozbu predstavuje sila resp. prevaha získaná dodávateľmi, ktorí by mohli určovať podmienky na trhu napr. z pohľadu ceny, kvality a ďalšie.

Dodávateľov je možno rozdeliť do dvoch kategórií, a to hlavný dodávateľ – Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, ktorá bude dodávať členov do organizácie. Pre organizáciu by bola sila dodávateľa negatívna v prípade, že UTB prestane prijímať študentov, zruší obor so

špecializáciou na cestovný ruch či nebude podporovať CK UTB Travel. Tieto faktory sú aj z pohľadu vývoja a zámeru rozvoja UTB dosť nepravdepodobné. Druhú skupinu dodávateľov predstavujú objekty cestovného ruchu a poisťovne. V odvetví je široká paleta dodávateľov a možnosťou vyjednať vyváženú cenu zodpovedajúcu kvalite. Preto sa dá predpokladať, že sila resp. dodávateľov nenastane a dodávateľská sila na organizáciu pôsobiť negatívne nebude.

- **Zhodnotenie Porterovho modelu**

Z analýzy vyplýva, že na trhu existuje silný konkurencia, čo sa týka produktov cestovného ruchu, avšak existuje aj dostatočný priestor pre zameranie sa na konkrétnu cieľovú skupinu – študentov. Z charakteru organizácie a jej primárneho cieľa – vzdelávanie, je možné považovať silu konkurencie za strednú. Vstup novej konkurencie je možný a jednoducho realizovateľný, no v podobe, v akej je zamýšľaná realizácia projektu UTB Travel, málo pravdepodobný. Najmä kvôli jednoduchému vstupu na trh je možné považovať silu pôsobenia vstupu novej konkurencie za strednú. Pôsobenie sily substitučných produktov je možné hodnotiť ako nízke. Dôvodom je fakt, že žiadany vzdelávací efekt je možné dosiahnuť pri príprave a realizácii akýchkoľvek produktov cestovnej kancelárie. Spotrebiteľom je študent a samotný člen organizácie. Jeho uspokojenie vhodne pripraveným produktom je rozhodujúce pri napĺňaní cieľov organizácie. Preto pôsobenie sily spotrebiteľa je vysoké. Situácia na trhu neposúva dodávateľov do pozície, kedy by mohli určovať podmienky a získali by prevahu. Preto je pôsobenie sily dodávateľov kategorizované ako nízke. Jednotlivé konkurenčné aspekty a úroveň sily pôsobenia sú uvedené v nasledujúcej tabuľke č. 1

Tabuľka 1 Zhodnotenie Porterovho modelu (vlastné spracovanie)

Aspekty	Sila pôsobenia		
	Vysoká	Stredná	Nízka
Konkurenčná rivalita		X	
Riziko vstupu konkurencie		X	
Substitučné produkty			X
Spotrebiteľská sila	X		
Dodávateľská sila			X

9.2 Analýza SWOT

SWOT analýza je jednou z metód strategických analýz stávajúceho stavu organizácie alebo jej časti, kedy na základe vnútornej analýzy (silné a slabé stránky) a vonkajšej analýzy (prí-

ležitosti a hrozby) sú generované alternatívy stratégií. Komplexne poňatá SWOT analýza stavia silné s slabé stránky organizácie alebo jej časti proti identifikovaným príležitostiam a hrozbám, ktoré vyplývajú z okolia. Vymedzuje pozíciu organizácie alebo jej časti ako východisko pre definovanie stratégií ďalšieho rozvoja.

Silné stránky

Cenová politika UTB Travel bude jednou z hlavných zbraní voči konkurencii. nakoľko cieľom organizácie nie je vytvárať zisk, tak cena produktov skutočne môže byť najnižšia na trhu. Fakt, že študenti organizujú zájazdy pre študentov, prináša dobrú znalosť požiadaviek cieľovej skupiny. S potenciálnymi klientmi budú členovia UTB Travel prichádzať v škole denno-denne do styku a chýbajúce informácie si ľahko zistiť. Na základe týchto informácií budú môcť flexibilne reagovať a pripravovať produkty šité na mieru. Tým získa portfólio široké rozpätie a bude každý zákazník si nájsť svoj žiadaný produkt. Komunikácie medzi študentmi a známymi na úrovni predávajúci – klient si vyžaduje špecifický prístup. Je potrebné, aby komunikácia, riešenie všetkých situácií a ústretovosť voči klientom bola na maximálnej úrovni. Motiváciu členov okrem získania cenných skúseností do budúcnosti prinesie kolektív, možnosť pripraviť zaujímavý zážitok pre seba samého či už v podobe účastníka alebo organizátora zájazdu.

Slabé stránky

Otvorenie a prevádzka študentskej cestovnej kancelárie nesie aj slabiny v podobe neznámej značky, chýbajúcej histórie, čo znamená, že nie sú k dispozícii žiadne referencie. Práve referencie a odporúčanie známych je pri výbere cestovnej kancelárie jedným z kľúčových faktorov pri rozhodovaní. nedostatku skúseností. Taktiež absencia skúseností môže v kombinácii s vyššie uvedenými faktormi viesť k nedôvere zo strany potenciálnych zákazníkov. Rozbeh novej cestovnej kancelárie môže komplikovať aj slabá pozícia pri vyjednávaní s dodávateľmi. Štatút novovzniknutej neziskovej študentskej organizácie zrejme nebude medzi dodávateľmi vzbudzovať istotu dlhotrvajúcej veľkoobjemovej spolupráce, a preto bude náročné vyjednať výhodnejšie podmienky. Na druhej strane práve štatút študentskej neziskovej organizácie ponúka možnosti žiadať o rôzne formy podpory a sponzorských darov. Čiže v konečnom dôsledku sa táto pozícia dá pretaviť v silnú stránku a prípadný nedostatok finančných prostriedkov obratne vyriešiť.

Príležitosti

Na segment študentov sa pri tvorbe produktov cestovného ruchu tak trochu zabúda. Jedná sa o obrovskú skupinu ľudí so špecifickými požiadavkami a obmedzenými zdrojmi. Ako zdroj príjmov pre cestovné kancelárie nezaujímavý klienti. Práve preto je potenciál potreby tejto skupiny uspokojiť v kombinácii s rozvojom vzdelávania na UTB i ďalších inštitúciách. UTB ponúka študentov rôznych oborov z rozličných, ktorý môžu byť pre chod cestovnej kancelárie prínosom. Zapojenie nielen študentov špecializujúcich sa na cestovný ruch môže priniesť obohatenie oboch stranám. Obohacujúcu spoluprácu je možné nadviazať aj s inými cestovnými kancelárkami a agentúrami a prispieť tak k získaniu skúseností či rozšíreniu ponúkaných produktov a služieb. Myšlienky vedúce k založeniu takejto organizácie neviedli len cestou vzdelávania, ale aj poskytnutia žiadanej služby. Vo všeobecnosti nastáva zmena životného štýlu a pri vysokom pracovnom i študijnom vyťažení (zväčša kombinácia oboch) človek potrebuje fyzickú i duševnú relaxáciu. V kombinácii s túžbou spoznávať nové miesta svojej vlasti alebo zahraničia sa cestovanie ponúka ako skvelá voľba. V tom všetkém napomáha rýchlo rozvíjajúca sa dopravná infraštruktúra. Tým je myslená nielen výstavba ciest, modernizácia železníc, ale najmä dostupnosť rôznych destinácií a napr. vďaka nízkonákladovým leteckým spoločnostiam aj dostupnosť za priaznivé ceny.

Hrozby

Nezisková organizácia postavená na práci študentov môže čeliť zásadným hrozbám z dvoch smerov, a to zo strany študentov, že nebudú mať záujem pracovať pre takýto typ organizácie bez nároku na finančné ohodnotenie. Zo strany študentov hrozí aj nezáujem o produkty takejto organizácie. Narastajúci trend individuálnej organizácie cestovného ruchu aj vďaka dostupným technológiám posúva cestovné kancelárie do zložitejšej situácie. Dopomáha tomu aj zvýšená nedôvera v organizovaný cestovný ruch vďaka pomerne častým prípadom krachu CK alebo CA resp. výskytu akýchsi fiktívnych CK a CA, ktoré podvodom z ľudí vymámia peniaze bez zabezpečenia danej služby. Študentský projekt neziskovej organizácie ako cestovnej kancelárie môže vzbudzovať práve aj takýto dojem. Druhým smerom, ktorý môže ohroziť chod organizácie je legislatíva a jej prípadné zmeny. Činnosť v cestovnom ruchu je klasickým príkladom podnikania, ktorého účelom je tvorba zisku. Takýmto spôsobom funguje všetka budúca konkurencia. Hrozba konkurencie je najmä z pohľadu sily vybudovanej značky, tradície a dôvery. Ľudia sa pri rozhodovaní in-

vestícií rozhodujú veľmi opatrne a vývoj ekonomickej situácie nasvedčuje, že tomu bude tak i naďalej. Zhoršenie ekonomickej situácie prinesie zníženie spotreby domácností a produkty cestovného ruchu patria medzi prvé, ktoré budú zo zoznamu a rozpočtu vyškrtnuté.

Tabuľka 2 SWOT analýza (vlastné spracovanie)

SWOT analýza	
Silné stránky	Slabé stránky
Ceny a cenová politika	Žiadne povedomie o značke
Znalosť požiadaviek cieľovej skupiny	Chýbajúca história, referencie a pod.
Flexibilita	Nedostatok skúseností
Rozmanitosť ponuky	Nedôvera zákazníkov
Prístup k zákazníkovi	Slabá vyjednávacía pozícia proti dodávateľom
Motivácie členov	Nedostatok finančných prostriedkov
Príležitosti	Hrozby
Segment - študenti	Nezáujem študentov o členstvo i produkty
Rozvoj vzdelávania na UTB	Trend individuálnej organizácie cestovného ruchu
Zapojenie študentov ostatných oborov a fakúlt	Krachujúce a fiktívne CK/CA
Spolupráca s inými CK/CA	Legislatívne úpravy
Zmena životného štýlu - potreba fyzickej a duševnej relaxácie	Konkurencia
Rozvoj dopravnej infraštruktúry	Ekonomická situácia

9.3 Analýza PEST

Metódou PEST analyzujeme faktory vonkajšieho prostredia, ktoré by mohli znamenať budúce príležitosti alebo hrozby pre hodnotenú organizáciu. Faktormi, ktorými sa analýza zaoberá, sú: politicko – právne, ekonomické, sociálne, technologické.

PEST analýza teda predstavuje strategický audit vplyvu makrookolía. Táto analýza sa zaoberá štetrením externého prostredia, ktoré vplýva na novovznikajúcu cestovnú kanceláriu, ktorá bude založená ako neziskovej organizácia za účelom vzdelávania. Organizácia plánuje pôsobiť pod záštitou UTB, no jej činnosť bude presahovať hranice regiónu tým pádom som skúmaniu podrobil prostredie vysokej školy a čiastočne aj podnikateľské prostredie cestovného ruchu v Českej republike.

- **Politicko – právne prostredie**

Politicko – právne prostredie je tvorené pracovným právom, ochranou spotrebiteľa, daňovou politikou či reguláciou zahraničného obchodu a ďalšími faktormi ktoré popisujú napríklad právnu formu organizácie a pod.

Z politického hľadiska je pre rozvoj cestovného ruchu dôležitý bezproblémový pohyb osôb v zahraničí. Česká republika je z tohto hľadiska považovaná za stabilnú krajinu a nepredpokladajú sa žiadne zásadné zmeny či politické prevraty. Ako člen Schengenského priestoru poskytuje občanom možnosť pohybovať sa po členských štátoch neobmedzene a zahraničná politika umožňuje bez väčších ťažkostí vycestovať do ktorejkoľvek destinácie. Vstup do EÚ priniesol taktiež legislatívne úpravy, ktoré sa v rámci cestovného ruchu týkali najmä ochrany spotrebiteľa napr. v oblasti zákazníckych sporov, podpory predaja na vnútornom trhu či povinnosť uvádzať transparentné ceny a iné. Krajina prechádza obdobím, kedy je kľúčovou otázkou príprava a implementácia reforiem. Významné reformy z pohľadu fungovania štátu sa týkajú predovšetkým oblastí zdravotníctva, sociálnej politiky (dôchodkový systém), školstva a financií (daňová a rozpočtová politika, menová politika).

Z právneho hľadiska je pre chod organizácie dôležitá legislatívna úprava a týka sa dvoch tematických celkov. Tie predstavuje legislatívna úprava vymedzujúca neziskovú organizáciu – občianske združenie a cestovnú kanceláriu. Občianske združenia spadajú pod „Zákon č. 40/1964, Občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů“ a „Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů, ve znění pozdějších předpisů“. Činnosť v cestovnom ruchu je vymedzená zákonom zo dňa 30. 6. 1999 „Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností 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.“ Nakoľko UTB Travel bude fungovať na základe koncesie, tak je potrebné venovať pozornosť živnostenskému zákonu „Zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání“.

- **Ekonomické prostredie**

Finančnými zdrojmi na chod neziskového sektora sú predovšetkým dotácie a granty. Medzi ďalšie aspekty, ktoré ovplyvňujú ekonomické prostredie neziskového sektora patria najmä vývoj nezamestnanosti, životná úroveň obyvateľstva a dobrovoľníctvo. Na priemysle ces-

tovného ruchu vpláva najmä úroveň spotreby domácností, výška dôchodkov a príjmov, a s tým spojená zamestnanosť.

Ekonomika sa pomaly dostáva z dna, ktoré dosiahla vplyvom krízy v roku 2009 (medziročný pokles HDP o 4,1 %⁶), no rast je pozvoľný a odhady do budúcnosti sa líšia. Vývoj za prvý kvartál 2012, kedy HDP zaznamenal pokles 0,7 % dáva za pravdu skôr skeptikom, ktorí varujú pred ďalšou krízou, ktorá môže mať ešte dramatickejší priebeh, ako tá posledná. Na základe štatistík ČSÚ je vidieť rast HDP v roku 2011 o 1,7 %, v roku 2010 o 2,2 %. Otázkou ostáva, ako sa situácia bude vyvíjať v nasledujúcich mesiacoch. V období rokov 2009 – 2011 rástli čisté peňažné príjmy len nepatrne, čo sa prejavilo na výdajoch, ktoré taktiež v podstate stagnovali. Výdaje smerujúce na rekreáciu a kultúru dosiahli v roku 2011 v priemere na osobu výšku 11 588 Kč za rok a na stravovanie a ubytovanie 5990 Kč za rok. Index spotrebiteľských cien pri použití miery inflácie ako ukazovateľa v roku 2011 klesol o 1,9 % pri druhej špecifikácii rekreácie a kultúra. Za použitia rovnakého ukazovateľa v rovnakom období vzrástol index spotrebiteľských cien pri druhej špecifikácii stravovanie a ubytovanie o 1,5 %. No celkový rast spotrebiteľských cien ostatných druhových špecifikácií (6/2012 nárast o 3,5 %⁷) pôsobí na pokles objemu spotreby produktov cestovného ruchu v zahraničí. Na druhej strane prispel k zvýšeniu záujmu o produkty cestovného ruchu v tuzemsku.

Ku dňu 11.7.2011 je miera nezamestnanosti na úrovni 8,1 %. V posledných troch rokoch sa pohybovala v rozmedzí 8 – 10 %, avšak v porovnaní s rokom 2008 došlo k výraznejšiemu zvýšeniu z hodnoty okolo 5 %. Vývoj nezamestnanosti resp. zamestnanosti ovplyvňuje dobrovoľníctvo, ktoré je kľúčovým faktorom pre neziskový sektor. Z tohto pohľadu je pre potreby UTB Travel dostatok pracovných síl. Vývoj na trhu práce nahráva uchádzačom, ktorí sa venujú zvyšovaniu kvalifikácie a získavaniu skúseností.

- **Sociálne prostredie**

Sociálne prostredie charakterizujú najmä faktory ako demografický vývoj populácie, zmena životného štýlu, vývoj príjmov, mobilita, úroveň vzdelania, prístup k práci a voľnému času.

⁶ <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/hdp/>

⁷ <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/aktualniinformace>

Demografický vývoj obyvateľstva možno adaptovať ako zvyšujúci sa počet študentov vysokých škôl v Českej republike, tak ja na UTB ve Zlíně. Spolu s týmto faktorom je treba brať v úvahu aj zvyšujúcu sa úroveň vzdelania a narastajúci počet absolventov a rozličných študijných oboroch. Otázkou je, čo prinesie zamýšľaná reforma školstva a snaha o znižovanie počtu vysokoškolákov. Pre potreby UTB Travel je však momentálne smerodajný fakt, že UTB pred dvoma rokmi otvorila špecializáciu cestovný ruch a plánuje každoročne prijať okolo 25 študentov, čo je pre organizáciu dostatočná základňa. V súvislosti s dobrovoľníkmi je potreba brať v úvahu faktor prístupu k voľnému času a záujmu o profesionálny rozvoj osobnosti (práca). S rastúcim počtom študentov rastie aj počet možností uplatnenia sa popri štúdiu na vysokej škole, tým pádom možností naplnenia voľného času.

Z pohľadu na klienta sa demografické trendy odzrkadľujú v práci CK. Tie sa musia väčšou mierou špecializovať na „nové“ skupiny zákazníkov, ako sú napr. neúplné rodiny, seniori, wellness turisti a pod. Životný štýl študentov sa príliš nemení, ich cieľom je, za čo najmenej peňazí, získať čo možno najviac muziky. Z celkového pohľadu však možno badať napr. zvyšujúcu úroveň vzdelania, čo prináša zvyšujúce nároky na kvalitu a sortiment ponúkaných služieb. Prekonávanie vzdialeností je dnes omnoho ľahšie, ako v minulosti a vyššia mobilita všetkých vekových kategórií nahráva rozvoju cestovného ruchu.

- **Technologické prostredie**

Technologické prostredie tvoria faktory ako vládna podpora vývoja a výskumu, celkový stav technológií, nové vynálezy a objavy, zmeny technológie, rýchlosť zastarávania a pod.

Pre priemysel cestovného ruchu má v súčasnosti najväčší význam vývoj telekomunikačných a informačných technológií. Pripojenie k Internetu je takmer samozrejmosťou (podľa správy NetMonitor je veľkosť internetovej populácie v ČR 6 122 180 ľudí) a pre chod CK je pripojenie k Internetu životne dôležité. Webové stránky, rezervačné systémy, sociálne siete či internetová reklama sú záležitosti, bez ktorých by CK zameraná na študentov snáď ani nemohla fungovať. Technológie dnes dospeli k štádiu, kedy nie je potrebné mať kamennú pobočku, všetko sa dá vyriešiť elektronicky. Mobilné pripojenie k Internetu a GSM banking (poprípade on-line platby) poskytujú klientovi vybrať, rezervovať a zaplatiť zájazd počas cesty do školy.

Priamy vplyv na dosiahnutie úspešného chodu a výsledkov organizácie nesie softvérové riešenie napríklad registračného systému alebo webového rozhrania. Pre potreby UTB Tra-

vel je možno využiť vývojové pracoviská na univerzitách, ktoré dokážu dostatočne pokryť potrebu projektu.

Nové technológie samozrejme zasahujú aj do iných oblastí, napr. dopravy. Či už sa jedná o spôsob dopravy alebo podporné aspekty ako je GPS navigácia a pod. Účastníci cestovného ruchu dnes môžu využívať služby leteckých spoločností, kde vďaka technologickému pokroku ponúkajú prijateľné ceny. Na železničných tratiach nájdú moderné rýchlovlaky a vody atraktívnych letovísk pomaly začínajú ovládať obrovské výletné lode vybavené špičkovými technológiami. Aj v automobilovom priemysle nastala výrazná zmena najmä v oblasti bezpečnosti a dizajnu. To sa týka ako osobných automobilov, tak autobusov.

Česká republika kladie pomerne malý dôraz na vedu a výskum. Aj napriek tomu sa darí každoročne uviesť niekoľko objavov, ktoré pochádzajú najmä z prostredia univerzít a špecializovaných laboratórií. Väčšina inovácií prichádza zo zahraničia a v prípade potreby sú transformované na podmienky ČR.

Tabuľka 3 Zhodnotenie PEST analýzy (vlastné spracovanie)

Pozitíva (+)	Negatíva (-)
Politicko - právne prostredie	
právna forma a štatút organizácie	dôležité reformy ešte neboli uskutočnené
ČR v EÚ (Schengenský priestor)	
Ekonomické prostredie	
rozvoj domáceho cestovného ruchu	nepriaznivý vývoj ekonomickej situácie
	nárast miery nezamestnanosti
dobrovoľníci nepoberajú mzdu	nižší objem financií pre neziskový sektor
Sociálne prostredie	
dostatok dobrovoľníkov	neochota pracovať bez finančného ohodnotenia
mobilita študentov	
vysoká úroveň vzdelania a široký výber študijných oborov	
Technologické prostredie	
univerzity dávajú do popredia význam vedy a výskumu	inovácie sú finančne náročné
vysoká úroveň v oblasti vývoja software	malý dôraz zo strany vlády

9.4 Analýza trhu

Pre novovznikajúcu cestovnú kanceláriu je dôležité analyzovať a poznať trh, na ktorý sa chystá vstúpiť. UTB Travel sa bude z hľadiska tvorby a realizácie produktov zameriavať na domáci a výjazdový cestovný trh. V nasledujúcej tabuľke č. 4 je štatistika uskutočnených dlhších a kratších ciest v ČR a do zahraničia.

Tabuľka 4 Štatistika ciest (vlastné spracovanie)

rok	Počet dlhších ciest (v tis.) (4 a viac prenocovaní)			Počet kratších ciest (v tis.) (1-3 prenocovania)		
	spolu	ČR	zahr.	spolu	ČR	zahr.
2003	10 340	5 884	4 457	21 559	20 356	1 203
2004	9 583	5 552	4 031	18 186	17 114	1 072
2005	9 942	5 567	4 374	18 394	17 372	1 022
2006	8 933	4 985	3 949	17 821	16 783	1 038
2007	9 433	4 908	4 525	16 112	14 678	1 434
2008	9 906	4 919	4 987	14 626	13 155	1 471
2009	10 453	5 912	4 541	15 926	14 602	1 324
2010	10 189	5 866	4 323	15 546	14 198	1 348
2011	11 475	7 222	4 252	22 510	21 483	1 027

Celkový počet ciest v oboch kategóriách zaznamenal okolo rokov 2006 – 2008 určitý pokles, no v posledných rokoch rastie. Rastie najmä počet ciest v ČR, ktorých je omnoho viac. Najmä pri krátkodobých cestách je to až 20-násobok v porovnaní s cestami do zahraničia. V porovnaní rokov 2010 a 2011 je vidieť výraznejší nárast, čo je pre priemysel cestovného ruchu pozitívny signál.

V nasledujúcej tabuľke č. 5 sú uvedené priemerné výdaje na 1 jenu cestu rezidenta na domáci aj výjazdový cestovný ruch.

Tabuľka 5 Štatistika výdajov na 1 cestu (vlastné spracovanie)

rok	Priemerné výdaje na					
	1 dlhšiu cestu (v Kč)			1 kratšiu cestu (v Kč)		
	spolu	ČR	zahr.	spolu	ČR	zahr.
2003	7 046	3 010	12 373	928	804	3 025
2004	7 369	3 365	12 885	937	801	3 110
2005	7 169	3 357	12 021	980	824	3 631
2006	8 220	3 817	13 778	1 024	873	3 472
2007	8 824	3 884	14 183	1 213	980	3 595
2008	9 504	4 086	14 848	1 624	1 278	4 721
2009	7 786	3 437	13 449	1 277	1 069	3 564
2010	7 007	3 140	12 253	1 019	777	3 569
2011	5 937	2 749	11 353	911	770	3 859

V nasledujúcej tabuľke č. 6 sú uvedené priemerné výdaje na 1 deň rezidenta na domáci aj výjazdový cestovný ruch.

Tabuľka 6 Štatistika výdajov na 1 deň (vlastné spracovanie)

rok	Priemerné výdaje na 1 deň (v Kč) na					
	dlhšie cesty			kratšie cesty		
	spolu	ČR	zahr.	spolu	ČR	zahr.
2003	722	339	1 136	320	279	943
2004	763	357	1 293	316	271	979
2005	784	387	1 233	334	282	1 120
2006	863	419	1 373	347	297	1 103
2007	918	427	1 396	410	334	1 119
2008	1 000	466	1 451	559	445	1 455
2009	826	372	1 393	429	361	1 122
2010	748	347	1 251	338	260	1 111
2011	669	316	1 239	311	265	1 176

Údaje v tabuľke sú podľa informácií ČSÚ neporovnateľné^{8,9}. Napriek tomu sa dá sledovať, aké boli výdaje vzhľadom na počet uskutočnených ciest za jednotlivé roky.

⁸ Od roku 2009 jsou šetřeni všichni členové domácnosti místo jednoho náhodně vybraného člena domácnosti. Z těchto důvodů jsou data omezeně srovnatelná s údaji z předchozích let.

⁹ ČSÚ upozorňuje, že v r. 2011 se změnila metodika šetření natolik, že data nejsou srovnatelná s údaji z předchozích let.

Jednou, zo smerodajných štatistík je podiel organizovaných ciest k individuálnym cestám. To približuje tabuľka č. 7

Tabuľka 7 Spôsob organizácie cesty (vlastné spracovanie)

Spôsob organizácie cesty	Rok (v tis.)	
	2008	2009
Individuálne	6675	7650
Zájazd s CK/CA	2501	2097
Ubytovanie či doprava CK/CA	227	274
Ostatné	503	433

Jedná sa o cesty rezidentov v tuzemsku a do zahraničia. V oboch prípadoch, jak kratších cestách, tak dlhších cestách je badateľná prevaha individuálnej organizácie cesty. A medzi-ročné porovnanie ukazuje nárast tejto prevahy. To je pre činnosť CK a CA negatívne zistenie.

V roku 2010 zaznamenalo Ministerstvo pro místní rozvoj v České republice 85 žiadostí o udelenie koncesie k prevádzkovaníu CK. Z toho bolo kladne vybavených 84 a záporne 1. V januári 2011 bola prostredníctvom CzechTourism vydaná správa, že aktívnych cestovných kancelárii poistených proti úpadku je v ČR 1064. V čase vydania správy mala Asociácia cestovných kancelárií České republiky 199 členov, z toho 127 cestovných kancelárií a 72 cestovných agentúr. Asociácie českých cestovných kancelárií a agentur mala v dobe vydania správy 250 členov, z toho 161 cestovných kancelárií, 53 cestovných agentúr a 36 pridružených členov. V nasledujúcej tabuľke č. 8 je vyjadrenie podielu jednotlivých CK a CA združených v týchto asociáciách na výjazdovom, príjazdovom a domácom cestovnom ruchu podľa špecializácie ponúkaných produktov.

Tabuľka 8 Počet podnikov CR podľa druhu (vlastné spracovanie)

Druh cestovného ruchu	Počet	
	CK	CA
Výjazdový cestovný ruch	265	59
Príjazdový cestovný ruch	113	88
Domáci cestovný ruch	98	45

Asociaci cestovních kanceláří České republiky má 306 členov a Asociace českých cestovních kanceláří a agentur má 248 členov¹⁰

Podľa reportáže ČT (ČT24, ČTK, 16.1.2012) záujem Čechov o služby cestovních kanceláří napriek rastúcemu počtu ciest klesá. Za rok 2011 predali 2,15 mil. zájazdov, čo predstavuje medzročný pokles o zhruba 75 tis. a na tržbách sa to prejavilo znížením o približne 700 mil. Kč. Oproti roku 2008, kedy sa kvôli ekonomickej recesii začalo hovoriť o kríze cestovného ruchu, sa tržby cestovních kanceláří znížili o viac ako 8 miliárd Kč. Výhľad na rok 2012 predpokladá ďalší pokles tržieb o 2 až 3 percentá.

Pre doplnenie štatistík sú uvedené najnavštevovanejšie zahraničné destinácie:



Obrázok 4 Kam jezdí Češi na dovolenou (zdroj: ČT24)

A najnavštevovanejšie pamiatky v ČR podľa portálu vyletnik.cz:

1. Centrum Babylon Liberec
2. Moravský kras
3. Národní galerie v Praze
4. Národní muzeum
5. Památník Terezín
6. Petřínská rozhledna
7. Pražský hrad - největší hradní komplex na světě
8. Slezskostravský hrad
9. Staroměstská radnice

¹⁰ Údaj podľa webových stránok daných inštitúcií platný ku dňu 6. 8. 2012.

- | | |
|--|----------------------------|
| 10. Státní hrad a zámek Český Krum-
lov | 15. ZOO Liberec |
| 11. Zámek Lednice | 16. ZOO Olomouc |
| 12. ZOO Brno | 17. ZOO Ostrava |
| 13. ZOO Dvůr Králové nad Labem | 18. ZOO Plzeň |
| 14. ZOO Lešná Zlín | 19. ZOO Praha |
| | 20. Židovské památky Prahy |

9.5 Zhrnutie analytickej časti

Pred realizáciou zamýšľaného projektu boli stanovené tri otázky:

- *Je možné založiť cestovnú kanceláriu ako neziskovú organizáciu?*
- *Dostane občianske združenie poistenie pre prípad úpadku cestovnej kancelárie?*
- *Uzná živnostenský úrad prácu v CK UTB Travel ako prax v obore?*

Na všetky otázky sa podarilo nájsť kladnú odpoveď, a preto bolo možné pokračovať ďalej v skúmaní a potrebné vyhodnotiť niekoľko faktorov, ktoré vplyvajú a budú vplyvať jak na interné, tak i na externé prostredie organizácie. Pre tieto účely boli spracované nasledujúce analýzy:

- | | |
|-----------------------|----------------|
| • ANALÝZA KONKURENCIE | • ANALÝZA PEST |
| • ANALÝZA SWOT | • ANALÝZA TRHU |

Porterov model ukázal, že konkurenčná rivalita pôsobí na organizáciu strednou silou. Na trhu existuje veľké množstvo konkurentov, no len pomerne malá časť venuje pozornosť rovnakému cieľovému segmentu. Napriek tomu je trh nasýtený a bude potrebné vynaložiť maximálne úsilie, aby organizácie dokázala preraziť. Konkurenčnou výhodou bude cena a spôsob fungovania samotnej organizácie, kedy bude jej chod zabezpečovať skupina študentov. Tí budú zároveň tvoriť jednu z častí klientov. Riziko vstupu konkurencie na trh je stredné. Z legislatívneho hľadiska sa jedná o jednoduchý proces, no neočakáva sa, že by sa bezprostredne v regióne objavila organizácia rovnakého zamerania. Čo sa týka služieb cestovného ruchu, tak sa dajú očakávať zmeny v podobe vstupu nových cestovných kancelárií a agentúr, no zároveň sa dá očakávať, že niekoľko zo stávajúcich svoju činnosť končí. Preto vo všeobecnosti platí tvrdenie, že sa neočakáva masívny nárast konkurencie. Ťažko de-

finovateľné substitučné produkty prinášajú nízku silu pôsobenia. Dá sa povedať, že touto otázkou nie je potrebné sa zaoberať. Naopak je potrebné venovať veľkú pozornosť spotrebiteľom, ktorých sila vysoko pôsobí na organizáciu. Spotrebiteľia majú špecifické požiadavky pri limitovaných finančných možnostiach v porovnaní s ostanou klientelou cestovných kancelárií. Tento fakt núti dôkladne pripravovať produkty a služby a realizovať ich na dostatočnej kvalitatívnej úrovni. Aj napriek tomu, že situácia, najmä zo začiatku, vo vyjednávaní s dodávateľmi bude veľmi zložitá, tak sila pôsobenia dodávateľov na organizáciu je nízka. Na trhu je obrovské množstvo alternatív, kde sa dá získať riešenie pre uspokojenie danej potreby, že šanca dodávateľov na získanie prevahy je minimálna. Organizácia však musí vynaložiť dostatočne veľké úsilie na oslovenie veľkej škály dodávateľov, aby si zaisťila plnenie kompletného portfólia resp. vedela pružne reagovať na akékoľvek požiadavky klientov.

Analýze SWOT ukázala výhody proti konkurencie, ktoré pramenia zo štatútu organizácie. Nezisková organizácia postavená na dobrovoľníkoch môže ponúkať kvalitné produkty a služby, prinášať spoločnosti osôh v podobe vzdelávacieho procesu a vnieť nový prístup k zákazníčkovi. Všetky tieto silné stránky podtrháva motivácia samotných členov na sebe pracovať a zlepšovať sa. Slabé stránky novovznikajúcej organizácie sa na rozdiel od predpokladaných prínosov len ťažko odhadujú. Dozista sa organizácia stretne s absenciou skúseností, dôvery a pod. Nulové povedomie o značke a vyjednávací pozícia začiatočníka taktiež bude spočiatku slabinou. A nakoľko sa jedná o študentský projekt, tak bude treba zaisťiť dostatok financií. Všetky tieto slabé stránky je možné odstrániť, keď sa na nich bude pracovať. Trh prináša množstvo príležitostí, či už je to samotný segment študentov, alebo rozvoj vzdelávania a rozmanitosť študovaných oborov na UTB. Organizácia plánuje vstúpiť na zavedený trh, no prináša prvok, ktorý tu chýba. To znamená príležitosť na vzájomne obohacujúcu spoluprácu s ostatnými cestovnými kancelárkami a agentúrami. No nemožno opomenúť ani zmenu správania sa a životného štýlu ľudí. Naplnenie ich potrieb umožní aj technologický pokrok a rozvoj infraštruktúry, najmä čo sa týka dopravy v zmysle možností a cien poskytovaných služieb. Samozrejme, že na druhej strane trh prináša aj niekoľko hrozieb, ktorých negatívny dopad je potrebné snažiť sa eliminovať. Celá myšlienka stojí a padá s ochotou študentov pracovať a následne produkty svojej činnosti aj využívať. Trendy v cestovnom ruchu však smerujú skôr k individuálnej organizácii. Prispievajú k tomu aj rôzne fiktívne a krachujúce CK a CA, ktoré podvodmi a zlou činnosťou vrhajú negatívny

tieň na organizovaný cestovný ruch a ľudia strácajú dôveru investovať do podobných inštitúcií. Čiastočne sa podarilo tomu zabrániť legislatívnymi úpravami, no ich zmeny predstavujú pre UTB Travel hrozbu v tom, že nebude možné prevádzkovať typickú podnikateľskú činnosť ako neziskovú organizáciu, aj napriek tomu, že jej cieľom je predovšetkým vzdelávanie a nie tvorba zisku. V neposlednej rade je treba myslieť na existujúcu konkurenciu a ekonomický vývoj. Posledné roky priniesli búrlivé obdobie ekonomického rastu i hlbkej recesie a nie všetky organizácie sa dokázali s vývojom ekonomického cyklu vyrovnáť.

Z PEST analýzy vyplýva, že kombinácia zvoleného typu organizácie a situácie na trhu by mohli vytvoriť vhodné podmienky pre úspešný chod organizácie. Za podpory technológií by študenti mohli dokázať uplatniť svoje vedomosti a získať ďalšie zručnosti tak, aby do budúcnosti boli pripravení na uplatnenie sa na trhu práce. Stále však hrozí niekoľko okolností, ktoré môžu mať negatívny dopad. Tie sa objavujú predovšetkým zo strany ekonomického prostredia. Je potrebné aby aj ostatné vzdelávacie inštitúcie a vláda podporovali projekty podobného charakteru.

Analýza trhu doplnila predchádzajúce skúmania o niekoľko štatistických údajov, ktoré môžu pomôcť pri tvorbe produktov. Jedným z hlavných údajov je postupný pokles objemu predaja zájazdov cestovnými kancelárkami a cestovnými agentúrami pri zvyšujúcom sa počte realizovaných ciest. Toto je možné brať ako príležitosť, pretože ľudia cestujú. Chcú cestovať, a ak dostanú ten správny produkt podľa ich predstáv, tak budú ochotní adekvátne službu zaplatiť.

9.6 Východiská projektu

Pre vypracovanie projektu sú dôležité nasledujúce východiská:

- Podarí sa splniť všetky legislatívne požiadavky na založenie organizácie.
- Univerzita Tomáše Bati podporí tento projekt.
- Podarí sa získať študentov – členov.
- Nadviaže sa spolupráca s dodávateľmi.
- Pripraví sa konkurencieschopný produkt.
- Podarí sa realizovať daný produkt.

10 PROJEK ZALOŽENIA ŠTUDENTSKEJ CESTOVNEJ KANCELÁRIE UTB TRAVEL

Na základe zistení v analytickej časti a formulovaných východísk je v nasledujúcej kapitole spracovaný samotná projekt založenia študentskej cestovnej kancelárie UTB Travel.

10.1 Ciele projektu

Cieľom projektu je otvorenie študentskej cestovnej kancelárie na Univerzite Tomáše Bati ve Zlíně. Účelom projektu je poskytnúť možnosť študentom oboru podniková ekonomika, špecializácia cestovný ruch získať odbornú prax a vyskúšať si realizovať získavané teoretické poznatky popri štúdiu. Získaná prax pomôže absolventom lepšie sa uplatniť na trhu práce či založiť si vlastnú cestovnú kanceláriu takmer bezprostredne po úspešnom ukončení štúdia.

10.2 Cieľová skupina

Produkty cestovnej kancelárie budú výhradne smerované na študentov vysokých a stredných škôl. Primárne sa jedná o študentov UTB, ktorí budú môcť využiť zvýhodnených podmienok. Aktivity na získanie klientely bude smerované aj na študentov iných vysokých škôl, ale aj stredných škôl na Zlínsku a blízkom okolí.

10.3 Založenie organizácie

Pre založenie CK UTB Travel je potrebné vykonať nasledovné kroky:

- 1) Vytvoriť prípravný výbor.
- 2) Zaistiť finančné prostriedky.
- 3) Zaistiť technické zázemie.
- 4) Založiť občianske združenie.
- 5) Otvoriť cestovnú kanceláriu.

10.3.1 Vytvorenie prípravného výboru

Pre vytvorenie prípravného výboru sú potrební traja ľudia. Jedným z členov budem ja a k ohľadom spolupráce plánujem osloviť pani Ing. Zuzanu Tučkovú Ph.D. a niekoho zo spolužiakov. Viem o zámeroch niektorých spolužiakov, že chcú pokračovať na doktorskom štúdiu, a tí by boli vhodní kandidáti. Zároveň s vytvorením prípravného výboru je dôležité stretnúť sa so zástupcami UTB ve Zlíně za účelom oboznámiť ich so zámerom organizácie, získať povolenie a súhlas na takúto činnosť pod záštitou školy. Zároveň je potrebné dojednať konkrétne podmienky podpory zo strany UTB. Prípravnému výboru bude predložený návrh stanov pre prípadné doplnenie a pripraví sa všetko na spustenie legislatívneho procesu založenia občianskeho združenia.

10.3.2 Zaistenie finančných prostriedkov

Spolu so spustením legislatívneho procesu však je potrebné zaistiť finančné prostriedky na nasledujúce kroky. Registrácia občianskeho združenia nevyžaduje žiadne správne poplatky, no do ďalších krokov bude potreba financie na poistenie a správne poplatky pre udelenie koncesie. Určité finančné prostriedky bude potreba aj na spustenie chodu organizácie súvisiace so spustením webu, propagačné aktivity a pod. S návrhom rozpočtu bude o finančné zabezpečenie v prvom rade oslovená škola, ale aj iné inštitúcie, ktoré by mohli projekt podporiť, ako napr. Magistrát mesta Zlín či zástupcovia z komerčnej sféry.

10.3.3 Zaistenie technického zázemia

Pre činnosť organizácie bude potrebné určité technické vybavenie. Organizácia nebude mať prostriedky na nákup a prenájom priestorov, preto bude jedným z dôležitých krokov získať tieto priestory od školy. Nakoľko budú priestory určené na vzdelávacie a nie komerčné účely, tak je predpoklad, že škola ich poskytne podobne ako iným študentským organizáciám bezplatne priamo v jednej z budov UTB. Organizácia bude pôsobiť primárne pri Fakulte managementu a ekonomiky, a preto bude žiadosť o poskytnutie priestorov a príslušného technického vybavenia smerovaná na tajomníka FaME.

10.3.4 Založenie občianskeho združenia

Prípravný výbor podáva návrh na registráciu občianskeho združenia a určí jedného člena, ktorý bude konať v mene výboru. Prvý nábor nových členov sa uskutoční výhradne v štu-

dijnom krúžku špecializácie cestovný ruch. Na úvodných hodinách bude študentom predstavená možnosť zapojiť sa do takejto organizácie a budú pozvaní na informačné stretnutia s členmi prípravného výboru. Je potrebné vykonať ďalšie kroky súvisiace so založením občianskeho združenia:

- **Ustanovujúca členská schôdza**

Ustanovujúca členská schôdza sa uskutoční dňa 19. 11. 2012 a predmetom bude schválenie stanov a voľba štatutárnych orgánov. Zo schôdze je potrebné zhotoviť zápisnicu, ktorá bude okrem spomenutých udalostí obsahovať konštatovanie o zakladajúcich členoch a prijatí nových členov. Zároveň po zvolení zasadne výbor združenia, kde prebehne voľba predsedu združenia a pokladníka. Zo zasadania výboru je potrebné zhotoviť dôkladnú zápisnicu a podpísanú prezenčnú listinu. Výsledky zasadania výboru budú oznámené členskej schôdzy.

- **Riadenie financií**

Združenie musí viesť účtovníctvo nakoľko plánuje žiadať o dotácie a bude vykazovať príjmy. K tomu sa viaže daňová povinnosť podávať daňové priznanie. Bude potrebné vykonať registráciu na finančnom úrade ako platca dane (Zákon č. 337/1992 Sb., o správě daní a poplatků).

10.3.5 Otvorenie cestovnej kancelárie

Riadne registrované občianske združenie musí v prvom rade uzavrieť poistenie voči úpadku cestovnej kancelárie. Originál poistnej zmluvy, podnikateľský zámer, prehlásenie o predpokladanom zahájení činnosti a čestné prehlásenie priloží k žiadosti o koncesiu na živnostenskom úrade. Tým bude začaté legislatívne konanie a v prípade kladného vybavenia vydaná koncesná listina.

10.4 Marketingový mix

10.4.1 Klasický model 4P

Product (Produkt)

UTB Travel bude predovšetkým vytvárať produkty na mieru podľa požiadaviek klientov so špecializáciou na skupiny. Primárny zákazníkom budú samotní členovia a študenti UTB

špecializácie cestovný ruch, pre ktorých budú pripravované najmä poznávacie zájazdy a výlety so zameraním na rozšírenie vzdelávania.

Poznávacie zájazdy – zahraničné aj v tuzemsku. Čiastočne organizovaný program. Zabezpečenie dopravy, ubytovania s raňajkami a sprievodcu.

Výlety – jednodňové, viacdňové tematické výlety najmä po Českej republike, ale aj európskych krajinách. Zabezpečenie bude podľa charakteru výletu. Štandardne sa bude zabezpečovať ubytovanie s raňajkami, doprava, sprievodca a vstupy.

Športové zájazdy – športy zájazdy budú zamerané na športové vyžitie v horách v Českej republike, na Slovensku, v Rakúsku a Taliansku. V zimnom období sa jedná o lyžiarske zájazdy a v letnom období sa jedná o túry rôznych kategórií. Určené budú však výhradne rekreačným športovcom.

Price (Cena)

Študentské ceny budú zabezpečené vďaka charakteru organizácie, keďže členovia (zamestnanci) nepoberajú mzdu a na pokrytie ostatných nákladov chodu organizácie bude vyvíjaná snaha získať prostriedky formou sponzoringu. To znamená, že produkty budú ponúkané za tzv. minimálnu cenu. Výsledná cena produktu bude teda kalkulovaná len na základe skutočných nákladov bez akejkoľvek prirážky či marže.

Place (Miesto)

Nakoľko organizácia bude pôsobiť priamo na škole, tak bude priamy distribúcia ideálnou voľbou. Študenti si budú môcť zakúpiť zájazdy priamo v kancelárii organizácie resp. on-line prostredníctvom rezervačného systému. Aj študentov ostatných škôl sa organizácia bude snažiť osloviť priamou cestou.

Promotion (Propagácie)

Na propagáciu nebudú finančné zdroje, preto bude vyvíjaná snaha získať sponzorské dary poprípade vyjednať barter. Nástroje komunikačného mixu:

Reklama – on-line reklama na webe (vlastný web, školský web, študentské servery a pod.), reklama na sociálnych sieťach, printová reklama (plagáty, letáky, študentské periodiká)

Predaj – predaj bude realizovaný prostredníctvom virtuálneho predajcu (rezervačný systém) i osobného predaja v kancelárii organizácie.

Podpora predaja – na žiadne darčeky, zľavy, súťaže o ceny a podobne nebudú financie. V prípade, že sa podarí získať formou sponzoringu nejakú zaujímavú cenu, napr. fotoaparát, tak je možné pripraviť súťaž.

Public Relations – vzťahy s verejnosťou budú budované prostredníctvom newsletterov, na diskusných fórach, besedách a premietaniach fotografií, sociálnych sieťach a v úvahu pripadá on-line edičná činnosť.

Direct mail – klientom a registrovaným užívateľom budú zasielané novinky a pripravované zájazdy e-mailom.

Referencie – blog, na ktorý budú môcť prispievať klienti, odporúčania na sociálnych sieťach aj na besedách či premietaniach fotografií a pod.

10.4.2 Rozšírený model +4P

People (Ľudia)

Členmi organizácie, ktorý budú pracovať ako zamestnanci budú výhradne študenti. Aj napriek tomu bude v styku so zákazníkmi, ale aj dodávateľmi, sponzormi a podporovateľmi vyžadovaný profesionálny a priateľský prístup. Tejto profesionalite sa členovia budú učiť na pripravených školeniach a cvičeniach. Svoje zručnosti potom budú zdokonaľovať priamo v praxi. Je to vzdelávacia organizácia, a preto sa predpokladá určitá tolerancia voči chybám. No na druhej strane študent vysokej školy musí zvládať určité štandardy osobnej komunikácie, vystupovania a pracovného nasadenia. Motivácia ľudí pracovať musí vychádzať z ich vnútornej potreby vzdelávať sa a túžby zdokonaľovať sa. A nakoľko je členstvo v organizácii dobrovoľné, tak by mal byť tento predpoklad motivácie reálny a funkčný.

Packaging (Balíčky služieb)

Balíčkovanie produktov sa dá prilákať zákazníkov, ktorí by si inak zorganizovali cestu vo svojej réžii. Argumentmi, ktoré by ich mal presvedčiť sú lepšie ceny (skupinové zľavy, dodávateľské ceny a pod.), bezstarostná príprava a doplnkové služby (napr. sprievodca).

Programming (Tvorba programov)

Programming je naviazaný na packaging. Ako príklad môže slúžiť doplnkový program k lyžiarskemu zájazdu pozostávajúci z relaxačných procedúr vo wellness centre, alternatívny športový či kultúrny program a pod.

Partnership (Spolupráca)

Spoluprácu je treba nadviazať najmä s dopravcami, ubytovacími a stravovacími zariadeniami, sprievodcami či prípadne inštruktormi. Kedy je dôležité mať jasne stanovené podmienky poskytnutia služby a možné alternatívy pre výhodnejšie ceny. Ako príklad je možné uviesť spoluprácu s ústavom telesnej výchovy, kedy by inštruktorov na lyžiarskych zájazdoch mohli robiť práve telocvikári zo školy.



Obrázok 5 Logo CK UTB Travel

10.5 Analýza zainteresovaných strán

Na projekt vplývajú záujmové skupiny – zainteresované strany (stakeholders). Jedná sa o jednotlivcov a organizácie, ktorých sa projekt prichádzajú s projektom do styku a buď projekt ovplyvňuje ich, alebo oni ovplyvňujú projekt, poprípade nastávajú obe skutočnosti. Zainteresované strany predstavujú najbližšie okolie projektu, preto je dôležité, aby ho organizácia dôkladne poznala a získavala z neho podnety. To je možné zabezpečiť dôslednou komunikáciou s všetkými týmito stranami. V analýze sa hodnotí moc, vplyv a konkrétny dopad zainteresovaných strán na projekt. S popisom týchto faktorov sa definuje stratégia, ktorú organizácia prijíma pri práci s jednotlivými zainteresovanými stranami.

Zainteresované strany projektu CK UTB Travel:

Študenti (členovia organizácie) – pracovníci cestovnej kancelárie ktorí venujú svoj čas, znalosti, energiu a úsilie. Odmenou je sú im získané skúsenosti, zručnosti a nové kontakty.

Študenti (zákazníci) – sú cieľovou skupinou projektu.

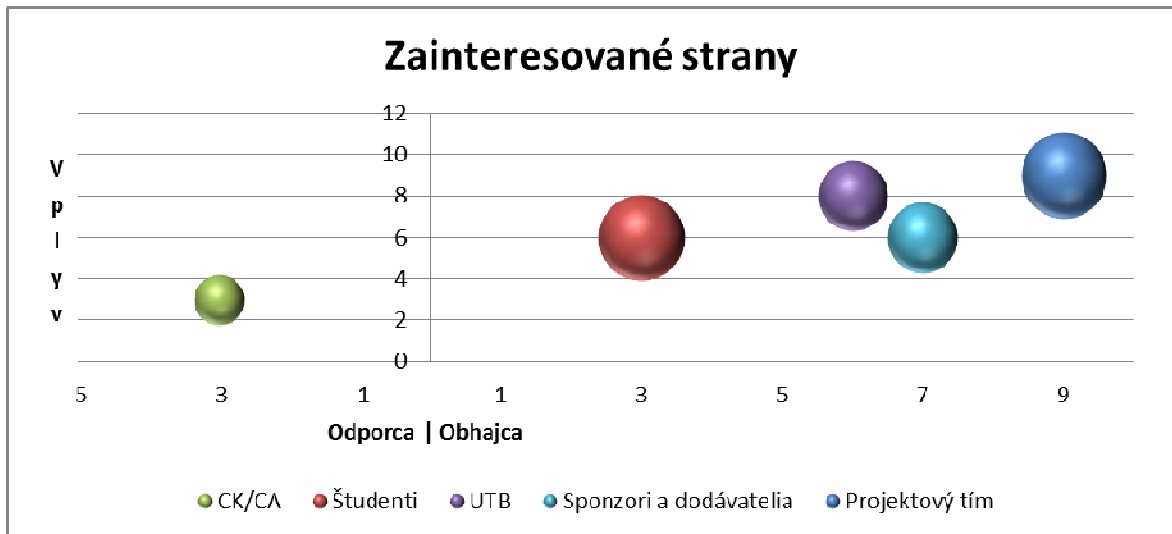
Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně – vystupuje ako podporovateľ projektu. Realizácia projektu pomôže zvýšiť kvalifikáciu študentov a tým pádom aj ich uplatnenie, čo pomôže zvýšiť prestíž školy.

CK/CA – zrejme nebudú patriť medzi podporovateľov projektu, najmä tie, ktoré sa snažia cieľiť aj na študentov. Činnosť UTB im môže vziať potenciálnych klientov. Na druhej strane činnosť organizácie prispeje ku kvalitnejšej príprave potenciálnych zamestnancov. Potenciálna spolupráca môže priniesť na trh nové príťažlivé produkty a byť prospešná pre obe strany.

Sponzori a dodávateľia – sponzori venujú svoje prostriedky, čo pre nich predstavuje výdaj. No výdaj smeruje do vzdelávania, čo predstavuje spoločenskú zodpovednosť firiem, podporu dobrej veci a môže prispieť k budovaniu image. Dodávateľia naopak vďaka projektu môžu získať nové zákazky. Aj dodávateľia sa môžu stať sponzormi, kedy či už čiastočne alebo v plno rozsahu budú hradiť určitú službu poskytnutú pre potreby organizácie.

Tabuľka 9 Prehľad zainteresovaných strán projektu (vlastné spracovanie)

Stakeholder	Ovplyvnenie projektu	Zájmy	Obhajca / odporca	Moc / vplyv	Stratégia
Členovia organizácie	voľný čas, práca	získanie skúseností, rozvoj zručností	+9	9	motivácia, školenia, teambuilding
Študenti	účastníci	cestovať a poznávať svet, športové vyžitie	individuálne	6	oslovovať s ponukou, ukázať benefity
UTB	podporovateľ	prestíž	+6	8	informovať, ukázať význam a prínos
CK/CA	konkurencia partner	zdroj potenciálnych zamestnancov	-3	3	monitorovať, komunikovať
Sponzori a dodávateľia	podporovateľia	zisk, prestíž	+7	6	vyhľadávať a vyjednávať podmienky

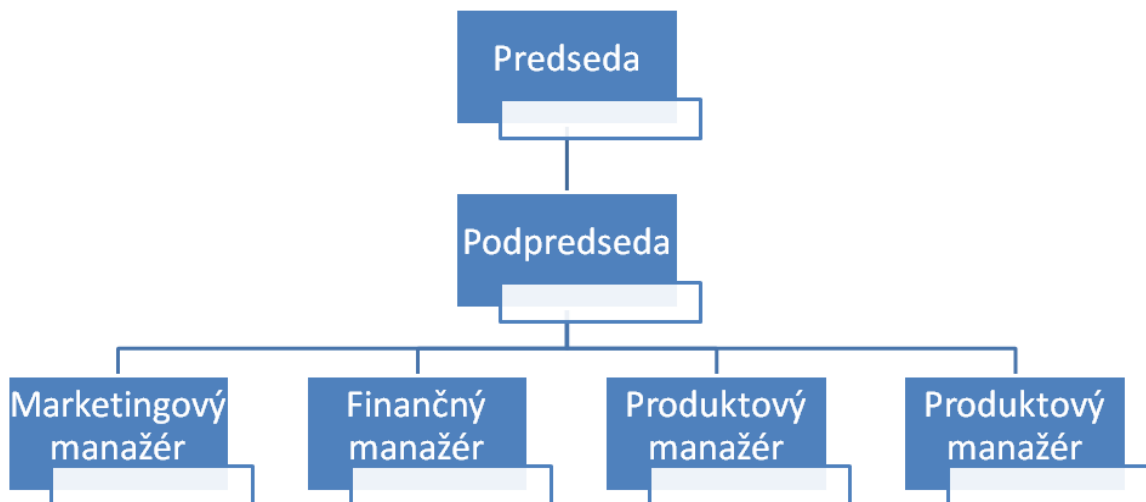


Graf 2 Diagram zainteresovaných strán a ich vplyvu (vlastné spracovanie)

Projekt má len jedného odporcu. Negatívny vplyv sa dá zmierniť dobro komunikáciou a snahou o spoluprácu. Všetky ostatné uvedené zainteresované strany projekt podporujú, a zároveň majú na projekt veľký vplyv. Jednoznačnou stratégiou organizácie by mala byť snaha uspokojovať potreby všetkých strán, udržiavať komunikáciu na vysokej úrovni a kláď dôraz na významné aspekty pôsobenia.

10.6 Personálne zabezpečenie

Organizácia bude spravovaná aj fungujúca pod študentskou taktovkou za asistenčného vedenia Ing. Zuzany Tučkovej Ph.D., ktorej úloha je predovšetkým v metodickom vedení. Bude vykonávať úlohu predsedu organizácie. Ona je práve tou osobou, ktorá spĺňa aj legislatívne požiadavky pre udelenie koncesie, nakoľko má potrebné vzdelania i prax v obore. Z hľadiska výkonného riadenia organizácie bude zodpovedný výkonný výbor ďalej zložený výhradne zo študentov. Ako je uvedené v stanovách, tak výkonný výbor bude mať 6 členov.



Graf 3 Organizačná štruktúra výkonného výboru (vlastné spracovanie)

Ostatní členovia organizácie budú zaradení do jednotlivých úsekov spadajúcich po manažéroch. V študijnej skupine je približne 25 členov, čo predstavuje dostačujúcu základňu pre fungujúcu organizáciu. Členom organizácie sa môže stať aj študent iného oboru či fakulty. Bude snahou získať aj zástupcov iných oborov a fakúlt, pretože môžu svojimi znalosťami obohatiť organizáciu, napr. z oblastí marketingu, financií a iných.

10.7 Technické zabezpečenie

Pre zaistenie fungovania organizácie je potrebné zaistiť kancelárske priestory. Tie by sa mali nachádzať priamo na univerzite, kde pôsobia jak členovia organizácie, tak sa tam zároveň pohybuje cieľová skupina. Zástupcovia organizácie oslovia so žiadosťou o takéto priestory FaME. Súčasťou žiadosti bude aj príslušné štandardné vybavenie kancelárie. To znamená 3 pracovné stoly, stoličky, konferenčný stolík, 2 kreslá, skriňa na dokumenty a ostatný nábytok, 2 počítače s pripojením na Internet, nástenka, tlačiareň poprípade telefón. Organizácia si pre svoje potreby zaobstará minimálne jeden mobilný telefón.

Jednou z kľúčových úloh bude pripraviť webové stránky a rezervačný systém s administrátorským prístupom. Táto úloha bude zadaná externému dodávateľovi s popisom funkcionalít.

10.8 Časový harmonogram

Projekt je naplánovaný od počiatočného dňa (12. 9. 2012) začatia realizácie jednotlivých aktivít, ktorým bol pridelený časový rámec. To určilo dĺžku trvania projektu. Všetky štátne inštitúcie, ktorými bude prebiehať legislatívny proces určujú maximálne lehoty v kalendárnych dňoch bez ohľadu na dni pracovného pokoja, preto bol projektový kalendár zvolený rovnakým štýlom. Pre plánovanie jednotlivých aktivít bol použitý nástroj MS Project. Celková dĺžka projektu je 164 kalendárnych dní, čo znamená, že projekt bude ukončený 25. 2. 2013. Na zistenie uvedených dát bola použitá sieťová analýza a metóda CPM (metóda kritickej cesty). Na kritickej ceste leží v podstate celý projekt. Spôsobili to maximálne lehoty na legislatívne úkony. Počas tohto obdobia je dostatok času pripraviť všetky ostatné záležitosti potrebné na otvorenie cestovnej kancelárie. Pomocou ganttovho diagramu je znázornený priebeh jednotlivých aktivít. Zoznam a trvanie jednotlivých činností sú uvedené v tabuľke č. 10

Tabuľka 10 Časový rámec aktivít (vlastné spracovanie)

Task name	Duration	Start	Finish
Založenie CK UTB Travel	164 days	Wed 12.9.12	Mon 25.2.13
Vytvorenie prípravného výboru	17 days	Wed 12.9.12	Mon 1.10.12
Jednanie s UTB	3 days	Wed 12.9.12	Sat 15.9.12
Jednanie s p.Tučkovou	3 days	Mon 17.9.12	Thu 20.9.12
Oslovenie spolužiakov	6 days	Thu 20.9.12	Wed 26.9.12
Predstavenie projektu	1 day	Fri 28.9.12	Sat 29.9.12
Schôdza prípravného výboru	0 days	Mon 1.10.12	Mon 1.10.12
Zaistenie financií	42 days	Mon 1.10.12	Mon 12.11.12
Vytvorenie databázy	3 days	Mon 1.10.12	Thu 4.10.12
Výber potenciálnych sponzorov	1 day	Thu 4.10.12	Fri 5.10.12
Oslovenie	5 days	Fri 5.10.12	Wed 10.10.12
Jednanie	21 days	Wed 10.10.12	Wed 31.10.12
Podpis sponzorských zmlúv	6 days	Wed 31.10.12	Tue 6.11.12
Peniaze na účte (najneskôr)	0 days	Mon 12.11.12	Mon 12.11.12
Technické zabezpečenie	24 days	Mon 1.10.12	Thu 25.10.12
Zoznam požiadaviek	1 day	Mon 1.10.12	Tue 2.10.12
Jednanie s FaME	7 days	Tue 2.10.12	Tue 9.10.12
Podpis zmluvy s FaME	0 days	Fri 12.10.12	Fri 12.10.12
Prevzatie priestorov	0 days	Mon 15.10.12	Mon 15.10.12
Úprava a príprava na prevádzku	10 days	Mon 15.10.12	Thu 25.10.12
Založenie občianskeho združenia	49 days	Mon 1.10.12	Mon 19.11.12
Príprava podkladov	6 days	Mon 1.10.12	Sun 7.10.12
Podanie žiadosti na MV ČR	1 day	Mon 8.10.12	Tue 9.10.12

Nábor nových členov	22 days	Tue 9.10.12	Wed 31.10.12
Rozhodnutie ŽÚ (najneskôr)	0 days	Sat 17.11.12	Sat 17.11.12
Ustanovujúca členská schôdza	0 days	Mon 19.11.12	Mon 19.11.12
Voľba štatutárnych orgánov	0 days	Mon 19.11.12	Mon 19.11.12
Otvorenie CK UTB Travel	98 days	Mon 19.11.12	Mon 25.2.13
Príprava podkladov	6 days	Mon 19.11.12	Sun 25.11.12
Uzavretie poistenia	4 days	Mon 19.11.12	Fri 23.11.12
Podanie žiadosti na ŽÚ	1 day	Mon 26.11.12	Tue 27.11.12
Udelenie koncesie (najneskôr)	0 days	Sat 9.2.13	Sat 9.2.13
Vydanie koncesnej listiny	1 day	Sun 24.2.13	Mon 25.2.13
Otvorenie CK UTB Travel	0 days	Mon 25.2.13	Mon 25.2.13

Ganttov diagram a sieťová analýza sú uvedené v Príloha P VI a P VII.

10.9 Nákladová analýza

Na založenie organizácie je potrebný určitý objem finančných prostriedkov. Tieto sa dajú zabezpečiť z rôznych zdrojov. Z charakteru organizácie vyplýva, že bude potrebné zabezpečiť sponzorov, ktorý projekt podporia. Jedným, z hlavných podporovateľov bude UTB. Škola bude žiadaná o poskytnutie priestorov s patričným vybavením potrebným na prevádzku. Prenájom priestorov a kúpa vybavenia v réžii organizácie nie je možná. Preto takáto podpora univerzity znamená odľahčenie rozpočtu o najvyššiu čiastku, čo sa týka jak vstupnej investície, tak mesačných prevádzkových nákladov. Škola bude požiadaná aj o finančnú podporu na úplné alebo čiastočné krytie vstupných nákladov. Organizácia však bude vynakladať snahu zabezpečiť tieto prostriedky z iných zdrojov. Do úvahy okrem komerčných sponzorov prichádzajú granty a nadácie, ako napríklad Nadace Tomáše Bati¹¹ alebo projekt Nadace O₂ Think Big¹². V tabuľka č. 11 obsahuje návrh predpokladaných nákladov na realizáciu projektu.

¹¹ <http://www.batova-vila.cz/CZ/Nadace-Tomase-Bati-Grantova-politika.html>

¹² <http://o2thinkbig.cz/>

Tabuľka 11 Plánované náklady projektu (vlastné spracovanie)

Náklady na realizáciu projektu	35 000 Kč
Registračný poplatok na MV ČR	- Kč
Poistenie CK proti úpadku	12 000 Kč
Registračný poplatok na ŽÚ	1 000 Kč
Webové aplikácie	15 000 Kč
Náklady na zaistenie sponzoringu	2 000 Kč
Náklady na propagáciu	5 000 Kč
Náklady na 1 mesiac prevádzky	1 500 Kč
Prenájom	- Kč
Energie + Internet	- Kč
Telefón	1 000 Kč
KAPO	250 Kč
Ostatné	250 Kč

Náklady na zaistenie sponzoringu predstavujú náklady na telefón a prípadné cestovné náklady. V nákladoch na propagáciu sú zahrnuté náklady na printovú reklamu (iba tlač: plagáty A3 – 45 Kč/ks pri 30 ks, letáky – 4 Kč/ks pri 250 ks a vizitky – 5 Kč/ks pri 100 ks), on-line reklamu či iné formy podľa možností.

10.10 Riziková analýza

Riziko je jedným zo základných atribútov projektu a hrá svoju neoddeliteľnú úlohu pri tvorbe a realizácii každého projektu. S rizikovými faktormi je treba počítať a snažiť sa maximálne znížiť ich prípadný dopad. Vznik možných rizík je vhodné definovať pred začiatkom samotného projektu a určiť opatrenia, akým spôsobom bude možné ich pôsobeniu čeliť. U jednotlivých rizík sa definuje závažnosť rizika a pravdepodobnosť jeho výskytu.

Pre pravdepodobnosť a závažnosť výskytu rizika sú definované nasledujúce škály:

Pravdepodobnosť výskytu:

- Nepravdepodobná – výskyt rizika je nepravdepodobný, ale napriek tomu môže vo výnimočných prípadoch nastať.
- Nízka – riziko sa môže zriedkavo vyskytnúť počas realizácie projektu.
- Stredná – môžeme očakávať, že nebezpečenstvo výskytu rizika nastane niekoľkokrát počas realizácie projektu

- Vysoká – výskyt rizika je častý a nebezpečenstvo je trvalé

Závažnosť rizika:

- Nevýznamná – nepodstatné narušenie vývoja projektu. Operatívne riadenie obnoví plánovaný vývoj projektu
- Významná – narušenie vývoja projektu. Avšak správnym riadením môžu byť dosiahnuté cieľov projektu v plánovanom termíne.
- Kritická – zásadné narušenie vývoja projektu, prípadne jeho pozastavenie. Vyžaduje nové opatrenia. Ktoré umožnia dosiahnutia cieľov v plánovanom termíne
- Katastrofická – ohrozenie a zastavenie ďalšieho vývoja projektu. pokiaľ nemá dôjsť k úplnému zastaveniu projektu, je potrebné prijať zásadné opatrenia k obnove projektu.

Definované riziká:

- 1) Študenti nebudú mať záujem stať sa členmi CK UTB Travel
- 2) UTB neposkytne kancelárske priestory
- 3) Zamietnutie registrácie OZ na MV ČR
- 4) Neuzatvorenie poistenia CK voči úpadku
- 5) Zamietnutie udelenia koncesnej živnosti
- 6) Nedostatok finančných prostriedkov
- 7) Nedodržanie časového harmonogramu

Tabuľka 12 Pravdepodobnosť výskytu rizika (vlastné spracovanie)

Riziko	Pravdepodobnosť výskytu rizika			
	Neppravdepodobná	Nízka	Stredná	Vysoká
1		X		
2		X		
3	X			
4		X		
5		X		
6			X	
7			X	

Tabuľka 13 Závažnosť rizika (vlastné spracovanie)

Riziko	Závažnosť rizika			
	Nevýznamná	Významná	Kritická	Katastrofálna
1			X	
2		X		
3				X
4				X
5				X
6			X	
7	X			

Študenti nebudú mať záujem stať sa členmi CK UTB Travel (1) – cieľom študentov je nadobudnúť vedomosti a zručnosti, aby zlepšili svoje vyhliadky uplatnenia sa v živote, preto je predpoklad, že budú mať záujem pôsobiť v organizácii, ktorá i toto ponúka. To znamená, že pravdepodobnosť výskytu tohto rizika je nízka. Prípadný dopad na projekt je však kritický. Bez zamestnancov či členov nemôže fungovať žiadna organizácia a v tomto prípade ani nemá zmysel, aby fungovala. Je potrebné, aby bola študentom dôkladne predstavená pridaná hodnota, ktorú môžu činnosťou v organizácii získať.

UTB neposkytne kancelárske priestory (2) – je v záujme UTB, aby na škole takáto organizácia pôsobila, preto sa dá len ťažko predpokladať, že by neposkytla priestory a vybavenie. To klasifikuje pravdepodobnosť výskytu tohto rizika na nízku. V prípade, že by takáto situácia nastala, malo by to významný dopad na projekt. Prenajatie priestorov kvôli finančnej náročnosti nepripadá v úvahu a muselo by sa hľadať iné riešenie, ktoré by ekonomicky nezaťažilo rozpočet.

Zamietnutie registrácie OZ na MV ČR (3) – prípravný výbor spĺňa všetky podmienky a organizácie má za cieľ dobrú vec, takže je nepravdepodobné, že dôjde k zamietnutiu žiadosti o registráciu občianskeho združenia. Negatívne stanovisko MV ČR by znamenalo katastrofálny dopad na projekt. Myšlienka by sa dala realizovať len v prípade zmeny právnej formy organizácie, čo predstavuje zásadné opatrenie a pretransformovalo by to projekt do úplne inej roviny.

Neuzatvorenie poistenia CK voči úpadku (4) – nakoľko sa jedná o netradičnú formu cestovnej kancelárie, tak poisťovňa musí preskúmať všetky okolnosti pre uzatvorenie poistenia voči úpadku. V zásade neexistujú žiadne prekážky k uzatvoreniu zmluvy, preto je riziko klasifikované ako nízke. Dopad na projekt by v prípade neuzavretia poistenia bol

však katastrofálny, pretože by nebola splnená jedna z podmienok na udelenie koncesie a tým pádom by sa musel celý projekt zastaviť.

Zamietnutie udelenia koncesnej živnosti (5) – ak sa podarí uskutočniť všetky kroky a eliminovať vyššie spomenuté riziká, tak sa predpokladá, že aj ŽÚ a MMR zaujmú kladné stanovisko k žiadosti o udelenie koncesie. Preto je pravdepodobnosť výskytu rizika, že žiadosť bude zamietnutá, nízka. Dopad na projekt by bol v prípade negatívneho stanoviska však katastrofálny a podobne ako pri dvoch predchádzajúcich rizikách, by to znamenalo zastavenie projektu.

Nedostatok finančných prostriedkov (6) – organizácia musí vynaložiť maximálne snaženie pri jednaní so školou a potenciálnymi sponzormi, aby dokázala zaistiť potrebné finančné zdroje. Ideálny stav je mať pokrytý rozpočet na začiatku projektu a vtedy je riziko nulové. Riziko, že sa tak nepodarí je klasifikované ako stredné a závažnosť dopadu tohto rizika je kritická.

Nedodržanie časového harmonogramu (7) – aj napriek tomu, že sa plánovalo s maximálnymi lehotami legislatívneho procesu vrátane lehoty na odstránenie prípadných nedostatkov, tak sa môže veľmi ľahko stať, že nastane časový sklz resp. určité časové posuny. Plán je dostatočne flexibilný na to, aby bolo možné na takúto situáciu reagovať. Začiatok činnosti organizácie sa neviaže na žiadnu inú udalosť, preto je dopad prípadného časového posunu na projekt nevýznamný.

10.11 Návrh zájazdu: Tematický zájazd po pamiatkach UNESCO v ČR

10.11.1 UNESCO 1

ARCIBISKUPSKÝ ZÁMEK A HISTORICKÉ ZAHRADY V KROMĚŘÍŽÍ, SLOUP NEJSVĚTĚJŠÍ TROJICE V OLOMOUCI, VILA TUGENDHAT V BRNĚ, LEDNICKO-VALTICKÝ AREÁL

Kapacita:	14 osôb
Cena:	2369 Kč/os.
Typ:	UNESCO 1 Poznávací
Zahrnuté:	Doprava: mikrobus
	Ubytovanie: 2+0/0 hotelová izba (2*)
	Strava: raňajky

Program:

Deň 1	Zraz na parkovisku pre U2 v Zlíně	7:45
	Presun Zlín - Kroměříž	8:00 – 8:45
	Trasa UNESCO (Historické sály + Věž + Květná zahrada)	9:00 – 14:45
	Presun Kroměříž – Olomouc	15:00 – 16:00
	Prehliadka historického centra mesta Olomouc	16:00 – 19:00
	Ubytovanie	19:30

Deň 2	Raňajky	7:30 – 8:30
	Presun Olomouc - Brno	8:45 – 9:30
	VILA TUGENDHAT - II. okruh TECHNICKÝ - obytné prostory a technické zázemí vily	10:00 – 11:30
	Presun Brno - Valtice	12:00 – 13:00
	LEDNICKO-VALTICKÝ AREÁL – voľný program	13:00 – 19:00
	Ubytovanie	19:30
	Ochutnávka vína (degustácia 5 vín so someliérom)	20:00 – 22:00

Deň 3	Raňajky	9:00 – 10:00
	LEDNICKO-VALTICKÝ AREÁL – voľný program	10:00 – 17:00
	Presun Valtice - Zlín	17:30 - 19:30

Vstupy (nie sú zahrnuté v cene)

Trasa UNESCO (Historické sály + Věž + Květná zahrada)	100 Kč
VILA TUGENDHAT - II. okruh	210 Kč
Ochutnávka vína	190 Kč
Spolu:	500 Kč

10.11.2 UNESCO 2

BAZILIKA SVATÉHO PROKOPA V TŘEBÍČI, TELČ – MĚSTSKÁ PAMÁTKOVÁ REZERVACE, KOSTEL SV. JANA NEPOMUCKÉHO NA ZELENÉ HOŘE U ŽĎÁRU NAD SÁZAVOU, ZÁMEK LITOMYŠL

Kapacita:		14 osôb
Cena:		2569 Kč/os.
Typ:		UNESCO 2 Poznávací
Zahrnuté:	Doprava:	mikrobus
	Ubytovanie:	2 + 0/0 hotelová izba (3*) penzión (3*)
	Strava:	raňajky

Program:

Deň 1	Zraz na parkovisku pre U2 v Zlíně	6:30
	Presun Zlín - Třebíč	6:45 – 8:45
	Prehliadka BAZILIKA SVATÉHO PROKOPA V TŘEBÍČI	9:00 – 12:00
	Presun Třebíč - Telč	12:15 – 13:15
	Telč – voľný program	13:30 – 19:00
	Ubytovanie	19:30

Den 2	Raňajky	8:00 – 9:00
	Presun Telč – Žďár nad Sázavou	9:30 – 11:00
	Prehliadka Poutnický areál + voľný program	11:30 -15:45
	Presun Žďár nad Sázavou – Litomyšl	16:00 – 17:00
	Ubytovanie	17:30
	Voľný program (pivovar)	18:00 - ...

Deň	raňajky	8:30 – 9:30
	Prehliadka ZÁMEK LITOMYŠL	10:00 – 13:00
	Voľný program	13:00 – 15:00
	Presun Litomyšl - Zlín	15:30 – 18:00

Vstupy (nie sú zahrnuté v cene)

BAZILIKA SVATÉHO PROKOPA V TŘEBÍČI	20 Kč
ZÁMEK LITOMYŠL – Trasa I + II	120 Kč
Mimoriadna prehliadka – zámocké podzemie	100 Kč
Mimoriadna prehliadka – historické klavíry	40 Kč

10.11.3 UNESCO 3

PRAHA, KUTNÁ HORA, ČESKÝ KRUMLOV, HOLAŠOVICE

Kapacita:	14 osôb
Cena:	2899 Kč/os.
Typ:	UNESCO 3 Poznávací
Zahrnuté:	Doprava: vlak/mikrobus
	Ubytovanie: 2 + 0/0 hotelová izba (3*)
	penzión (3*)
	Strava: raňajky

Program:

Deň 1	Zraz na železničnej stanici Zlín - Střed	5:00
	Presun Zlín - Praha	5:15 – 8:50
	Prehliadka Prahy + voľný program	9:00 – 19:00
	Ubytovanie	19:30

Deň 2	Raňajky	7:45 – 8:45
	Presun Praha – Kutná Hora	9:00 – 10:30
	Prehliadka VLAŠSKÝ DVŮR KUTNÁ HORA	10:45 -11:45
	Voľný program	12:00 – 15:40
	Presun Kutná Hora – Český Krumlov	16:00 – 19:00
	Ubytovanie	19:30

Deň 3	raňajky	7:30 – 8:30
	Prehliadka ZÁMEK ČESKÝ KRUMLOV Trasa 1	9:00 – 10:00
	Voľný program	10:00 – 15:45
	Presun Český Krumlov - Holašovice	16:00 – 16:45
	Prehliadka HOLAŠOVICE	17:00 – 18:45
	Presun Holašovice - Zlín	19:00 – 23:00

Vstupy (nie sú zahrnuté v cene)

VLAŠSKÝ DVŮR KUTNÁ HORA	40 Kč
ZÁMEK ČESKÝ KRUMLOV Trasa 1	100 Kč
ČESKÝ KRUMLOV - Zámecké divadlo	140 Kč
ČESKÝ KRUMLOV - Zámecké lapidárium	20 Kč
ČESKÝ KRUMLOV - Zámecká věž	30 Kč
ČESKÝ KRUMLOV - Zámecká zahrada	voľné

10.12 Vyhodnotenie prínosov projektu

Projekt je primárne zameraný na študentov vysokých škôl, preto by mal mať najväčší prínos pre nich. Založením študentskej cestovnej kancelárie, ako vzdelávacej organizácie sa študentom otvoria ďalšie možnosti. Ciele zakotvené v stanovách organizácie predstavujú prínos pre spoločnosť, a to:

- rozširovať vzdelanie v obore cestovného ruchu,
- prispievať k zvyšovaniu úrovne odborných a jazykových znalostí,
- prispievať k rozvoju riadiacich a organizačných schopností,
- zvyšovať kvalifikáciu a tým zvyšovať šance uplatniť sa na trhu práce,
- poskytovať prax v obore.

No nemožno zabúdať aj na prínosy ako práca v tíme, zodpovednosť, samostatnosť, kreativita a pod. Nehovoriac o zábave, ktorú človek môže pri práci v študentskej organizácii zažiť.

Tieto prínosy na týkajú členov organizácie, no pre ostatných študentov projekt prináša zaujímavé cestovateľské možnosti. Cestovanie samo o sebe okrem zábavy prináša mnoho pozitívneho, ako je spoznávanie nových kultúr, zlepšovanie jazykových schopností a pod. Charakterom produktov (tematické výlety) sa organizácie snaží ukázať krásy krajiny či kus histórie, ako je tomu napríklad počas zájazdu po pamiatkach UNESCO v ČR.

Ťažiť z činnosti organizácie môže aj samotná univerzita. Zvýši sa prestíž a azda aj záujem o obor cestovného ruchu. Prakticky orientovaný študijný program bude zaujímavý nielen pre študentov, ale aj zamestnávateľov či prípadných sponzorov školy. Je to cesta ako napredovať a prispievať k skvalitneniu vysokého školstva. Verejnosť vníma rôzne aspekty a uplatniteľnosť absolventov, spôsob výučby či pridružené aktivity bezpochyby patria k tomu, čo univerzite vykresľuje profil.

ZÁVER

Cieľom mojej diplomovej práce bolo vypracovať projekt založenia študentskej cestovnej kancelárie. Verím, že stanovené ciele projektu korešpondujú s realitou a samotný projekt bude realizovaný a spoločnosti prospešný.

V prvej časti sa zaoberám spracovaním teoretických poznatkov z cestovného ruchu. Rozoberám podmienky založenia neziskovej organizácie a cestovnej kancelárie. Teória je doplnená o poznatky z projektového manažmentu, ktoré sú podkladom pre vypracovanie samotného projektu.

Praktická časť je rozdelená na dve hlavné zložky, a to analytickú časť a projektovú časť. Do analytickej časti spadá šetrenie, za akých podmienok je možné založiť cestovnú kanceláriu ako neziskovú organizáciu s poslaním vzdelávania. Neoddeliteľnou súčasťou je analýza prostredia, kde sa zameriavam jak na vnútorné, tak vonkajšie prostredie organizácie. Na základe analýz je vypracovaný samotný projekt založenia organizácie. Definoval som si ciele a cieľovú skupinu, a podľa toho krok po kroku postupoval k realizácii zámeru otvoriť študentskú cestovnú kanceláriu. Oprávnenosť návrhu je podrobená ďalšiemu skúmaniu a sú definované skutočnosti, za akých má projekt šancu na úspech. V závere je projekt podrobený časovej, nákladovej a rizikovej analýze.

Založením študentskej cestovnej kancelárie chcem dať možnosť študentom realizovať svoje nápady v praxi. Popri tom dostanú možnosť získať cenné skúsenosti či potrebnú a žiadanú prax v obore, ktorá zvýši ich šance uplatniť sa na trhu práce. Práca v tejto organizácii im poskytne možnosť overiť si svoje schopnosti, pretože samotní študenti budú klientmi a budú môcť ohodnotiť svoje produkty. Okrem poznávania rôznych častí sveta dozaista zažijú hromadu zábavy. Verím, že toto spojenie príjemného s užitočným obohatí štúdium, poskytne zrkadlo, ako funguje priemysel cestovného ruchu v skutočnosti a pomôže naštartovať nejednu úspešnú kariéru. Zároveň dúfam, že táto organizácia prinesie na trh konkurencieschopné produkty, ktoré budú viesť k skvalitneniu poskytovaných služieb cestovného ruchu a v neposlednom rade otvorí dvere do sveta ďalším ľuďom. Výsledok svojej práce hodnotím pozitívne a verím, že sa stane základom pre praktické využitie. Verím, že sa podarí nájsť ľudí, ktorých táto myšlienka osloví a pomôžu mi naplniť ciele a vízie, ktoré som do týchto stránok vložil.

ZOZNAM POUŽITÉJ LITERATURY

Monografia:

BOUKAL, P. 2009. *Nestátní neziskové organizace (teorie a praxe)*. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1650-9.

BAČUVČÍK, R. 2011. *Marketing neziskových organizací*. 1. vydání. Zlín: VeRBuM. ISBN 978-80-87500-01-9.

ČERTÍK, M. 2001. *Cestovní ruch: vývoj, organizace, řízení*. Praha: OFF. ISBN 80-238-6275-8.

DOLEŽAL, J., MÁCHAL, P., a B. LACKO. 2009. *Projektový management podle IPMA*. 1. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2848-3.

FORET, M. a V. FORETOVÁ. 2001. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada. ISBN 80-247-0207-X.

GÚČIK, M. a kol., 2007. *Manažment regionálneho cestovného ruchu*. Banská Bystrica: Slovak-Swiss Tourism. ISBN 978-80-89090-34-1.

HOLLOWAY, J. a C. HUMPHREYS. 2009. *The business of tourism*. 8th ed. Harlow, England: Financial Times/Prentice Hall, 776 s. ISBN 978-0-273-71710-2.

HUMMEL, J. M. 2002. *Starting and running a nonprofit organization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, ISBN 978-1-452-91706-1.

INDROVÁ, J. 2007. *Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1287-7.

JAKUBÍKOVÁ, D. 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3247-3.

MANSFELDOVÁ, Z. a A. KROUPA. 2005. *Participace a zájmové organizace v České republice*. 1. vydání. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN 80-86429-53-9.

REKTOŘÍK, J. 2007. *Organizace neziskového sektoru: základy ekonomiky, teorie a řízení*. 2. aktualizované vydání. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-25-5.

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

ZELENKA, J. 2007. Marketing cestovního ruchu. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7041-070-7.

Internetové zdroje:

Halada.cz , ©2002. *CK vs. CA - jak se liší?*. [online]. [cit. 2012-08-02]. Dostupné z: <http://blog.halada.info/651345-ck-a-ca-cestovni-kancelare-a-agentury.php>

KOMPASOVÁ, K., 2010. *Základy cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2012-08-02]. Dostupné z: http://www.euroregion-vdi.sk/manazer/images/prednasky/14.Zaklady_cestovneho_ruchu.pdf

MVCR, ©2010. *Občanské aktivity*. [online]. [cit. 2012-08-02]. Dostupné z: <http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Ng%3d%3d>

ŠPLÍCHAL, J. 2009. *Občanské sdružení: Jak založit, jak je provozovat a čeho se vyvarovat, aneb Desatero pro občany*. Ministerstvo vnitra České republiky [online]. [cit. 2012-08-02]. Dostupné z: www.mvcr.cz/soubor/manual-sdruzeni-pdf.aspx

Zákony:

ČESKO, 2004. *Zákon č. 634/2004 Sb., o správních poplatcích*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: http://cds.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/182_1175.html

ČESKO, 1999. *Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=fdceff95-6b92-4539-974f-893e9760f65b>

ČESKO, 1992. *Zákon č. 338/1992 Sb., o dani z nemovitostí*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: http://cds.mfcr.cz/cps/rde/xchg/cds/xsl/182_3116.html

ČESKO, 1992. *Zákon č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: <http://www.zakonycr.cz/seznamy/586-1992-sb-zakon-ceske-narodni-rady-o-danich-z-prijmu.html>

ČESKO, 1991. *Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: [http://www.zakonycr.cz/seznamy/455-1991-sb-zakon-o-zivnostenskem-podnikani-\(zivnostensky-zakon\).html](http://www.zakonycr.cz/seznamy/455-1991-sb-zakon-o-zivnostenskem-podnikani-(zivnostensky-zakon).html)

ČESKO, 1990. *Zákon č. 83/1990 Sb., o sdružování občanů*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: http://www.mpsv.cz/files/clanky/1505/z83_1990.pdf

ČESKO, 1964. *Zákon č. 40/1964 Sb., Občanský zákoník*. Sbírka zákonů České republiky. Dostupné z: <http://www.zakonycr.cz/seznamy/040-1964-sb-obcansky-zakonik.html>

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

AIESEC	Association Internationale des Etudiants en Sciences Economiques et Commerciales
CA	Cestovná agentúra
CK	Cestovná kancelária
CPM	Critical Path Method
CR	Cestovný ruch
ČR	Česká republika
ČT	Česká televize
ČTK	Česká tisková kancelář
ISIC	International Student Identity Card
ITIC	International Teacher Identity Card
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MV ČR	Ministerstvo vnitra České republiky
OZ	Občianske združenie
PERT	Program Evaluation Review Technique
PEST	Political, Economic, Social, Technologic
SMART	Specific, Measurable, Agreed, Realistic, Timed
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Treats
UTB	Univerzita Tomáše Bati
WBS	Work Breakdown Structure
WTO	World Tourism Organization

ZOZNAM OBRÁZKOV

<i>Obrázok 1 Systém cestovného ruchu (Gúčík, 2007)</i>	16
<i>Obrázok 2 Logický rámec (Doležal, 2009)</i>	35
<i>Obrázok 3 Porterov model (vlastné spracovanie)</i>	49
<i>Obrázok 4 Kam jezdí Češi na dovolenou (zdroj: ČT24).....</i>	64
<i>Obrázok 5 Logo CK UTB Travel</i>	73

ZOZNAM GRAFOV

<i>Graf 1 Metódy segmentácie trhu cestovného ruchu (Čertík, 2001)</i>	21
<i>Graf 2 Diagram zainteresovaných strán a ich vplyvu (vlastné spracovanie)</i>	75
<i>Graf 3 Organizačná štruktúra výkonného výboru (vlastné spracovanie)</i>	76

ZOZNAM TABULIEK

<i>Tabuľka 1 Zhodnotenie Porterovho modelu (vlastné spracovanie)</i>	53
<i>Tabuľka 2 SWOT analýza (vlastné spracovanie)</i>	56
<i>Tabuľka 3 Zhodnotenie PEST analýzy (vlastné spracovanie)</i>	60
<i>Tabuľka 4 Štatistika ciest (vlastné spracovanie)</i>	61
<i>Tabuľka 5 Štatistika výdajov na 1 cestu (vlastné spracovanie)</i>	62
<i>Tabuľka 6 Štatistika výdajov na 1 deň (vlastné spracovanie)</i>	62
<i>Tabuľka 7 Spôsob organizácie cesty (vlastné spracovanie)</i>	63
<i>Tabuľka 8 Počet podnikov CR podľa druhu (vlastné spracovanie)</i>	63
<i>Tabuľka 9 Prehľad zainteresovaných strán projektu (vlastné spracovanie)</i>	74
<i>Tabuľka 10 Časový rámec aktivít (vlastné spracovanie)</i>	77
<i>Tabuľka 11 Plánované náklady projektu (vlastné spracovanie)</i>	79
<i>Tabuľka 12 Pravdepodobnosť výskytu rizika (vlastné spracovanie)</i>	80
<i>Tabuľka 13 Závažnosť rizika (vlastné spracovanie)</i>	81

ZOZNAM PRÍLOH

PRÍLOHA P I: LOGICKÝ RÁMEC

PRÍLOHA P II: DOTAZNÍK POISŤOVNE

PRÍLOHA P III: ŽIADOSŤ O UDELENIE KONCESIE

PRÍLOHA P IV: PODNIKATEĽKÝ ZÁMER


PRÍLOHA P V: WBS (ŠTRÚKTUROVANÝ ROZPAD PRÁČ)

PRÍLOHA P VI: GANTTOV DIAGRAM

PRÍLOHA P VII: SIEŤOVÁ ANALÝZA


PRÍLOHA P VIII: MAPA ČR S PAMIATKAMI UNESCO

PRÍLOHA P I: LOGICKÝ RÁMEC


		„Založení CK UTB Travel“		CK UTB Travel
		Logický rámec		
	Strom/hierarchia deŕov	Objektívne overiteľné ukazovatele	Zdroje informácií k overeniu	Predpoklady a riziká
Hlavný cieľ	Založení študentskej cestovnej kancelárie UTB Travel	1.1. Cestovná kancelária bola otvorená	1.1.1. Koncesná listina 1.1.2. Zápisnica z legislatívneho zhromaždenia zakladajúcich členov	–
Projektové ciele	Rozšíriť možnosť vzdelávať sa a získať odbornú prax študentom oboru podniková ekonomika, špecializácia cestovný ruch	1.1. Aspoň 50 % študentov zapísaných do dennej formy štúdia sú členmi CK UTB Travel	1.1.1. Zápisnica z legislatívneho zhromaždenia členov CK UTB Travel	<ul style="list-style-type: none"> FaME UTB ve Zlíně podporí myšlienku založiť CK UTB Travel Študenti nebudú mať záujem stať sa členmi CK UTB Travel
Výstupy (výsledky)	1.1. Vytvorenie prípravného výboru 1.2. Boli zaistené financie 1.3. Bolo zabezpečené technické zázemie 1.4. Bol úspešne dokončený legislatívny proces pre zaregistrovanie OZ 1.5. Bol úspešne dokončený legislatívny proces pre otvorenie CK	1.1.1. Zasadnutie prípravného výboru – 1.10.2012 1.2.1. Získané finančné prostriedky vo výške: 40 000 Kč 1.3.1. Pridelené kancelárske priestory a adekvátne technické vybavenie – 15.10.2012 1.4.1. Zaregistrované OZ CK UTB Travel – 19.11.2012 1.5.1. Schválená koncesná živnosť → prevádzkovanie cestovnej kancelárie od 25.2.2012	1.1.1.1. Zápis zo zasadnutia prípravného výboru 1.2.1.1. Sponzorská zmluva 1.3.1.1. Zmluva s UTB o poskytnutí kancelárskych priestorov a adekvátneho technického vybavenia 1.4.1.1. Rozhodnutie MV ČR o povolení vykonávať činnosť v ČR 1.4.1.2. Zoznam občianskych združení registrovaných MV ČR 1.5.1.1. Rozhodnutie MMR 1.5.1.2. Rozhodnutie živnostenského úradu 1.5.1.3. Koncesná listina	<ul style="list-style-type: none"> Príjatie študentov oboru podniková ekonomika, špecializácie cestovný ruch UTB nepokryje kancelárske priestory Zamietnutie registrácie OZ na MV ČR Neuzatvorenie poistenia CK voči úpadku Zamietnutie udelenia koncesnej živnosti
Aktivity	1.1.1. Hľadanie členov prípravného výboru 1.2.1. Vypracovanie žiadosti o dotáciu na projekt 1.2.2. Vypracovanie zoznamu možných sponzorov a ich oslovenie 1.2.3. Podpis zmluvy o poskytnutí dotácie 1.3.1. Komunikácia s UTB o poskytnutí kancelárskych priestorov 1.3.2. Podpis zmluvy s UTB 1.4.1. Vypracovanie návrhu na registráciu OZ na MV ČR a podanie 1.5.1. Poistenie CK proti úpadku 1.5.2. Vypracovanie podkladov pre udelenie koncesnej živnosti 1.5.3. Podanie návrhu na udelenie koncesnej živnosti 1.5.4. Ohlásenie prevádzky na príslušných inštitúciách	Prostriedky Finančné zdroje Poistenie CK proti úpadku – Kč. Poplatky – 1000 Kč. Ľudské zdroje Prípravný výbor – 3 ľudia, jeden spĺňa podmienky na udelenie koncesnej živnosti – prevádzkovanie cestovnej kancelárie	Časový rámec aktivít Rok 2012 17. – 30.9. – Hľadanie členov prípravného výboru 1.10. – Zasadanie prípravného výboru 1.10. – 7.10. – Doplnenie podkladov 8.10. – Podanie žiadosti o registráciu OZ na MV ČR 19. – 23.11. – Poistenie CK voči úpadku 26.11. – Podanie žiadosti o udelenie koncesnej živnosti Rok 2013 25. – 28.2. – Ohlásenie prevádzky na príslušných inštitúciách	<ul style="list-style-type: none"> Člen prípravného výboru spĺňa podmienky na udelenie koncesnej živnosti – prevádzka cestovnej kancelárie Nedostatok finančných prostriedkov Nedodržanie časového harmonogramu
Autor: Martin Videczký Dňa: 3.6.2012				Predbežné podmienky: <ul style="list-style-type: none"> Spracovanie návrhu projektu Povolenie a podpora UTB Záujem študentov UTB

PRÍLOHA P II: DOTAZNÍK POIŠŤOVNE

Dotazník
Komplexní pojištění
pro cestovní kanceláře
– nově vznikající CK



ML17930051



Generali Pojišťovna a.s.
Bátarova 132
120 84 Praha 2
Česká republika
Klientský servis 844 188 188
(útlak pro „pojistitel“)

Všeobecné údaje o cestovní kanceláři

Obchodní firma (jméno)

Jméno a příjmení fyzické osoby-podnikatele

Sídlo (bydliště, popř. místo podnikání u FO)

Korrespondenční adresa

IČ: DIČ:

Telefon CK pro kontakt s pojišťovnou Fax CK

E-mail CK pro kontakt s pojišťovnou Rok založení CK

Bankovní spojení		
Číslo účtu	Název banky	Sídlo banky
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>

Statutární orgán (jednatel CK)

Uveďte, statutární zástupce popř. společně vaši CK (podnikatele – fyz. osoby), na které byl prohlášen konkurz, nebo kteří působil či působí v jiné společnosti, na níž byl prohlášen konkurz:

CK zastupuje obchodní zástupce (makléř) ano ne

Mám zájem o vypracování nabídky na:	zařknětu	početek pojištění
Pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře	<input type="checkbox"/>	Koncese / zápis do obchodního rejstříku <input style="width: 50%;" type="text"/>
Pojištění odpovědnosti za škodu z provozu cestovní kanceláře	<input type="checkbox"/>	<input style="width: 50%;" type="text"/>
Cestovní pojištění	<input type="checkbox"/>	<input style="width: 50%;" type="text"/>

Pojištění záruky pro případ úpadku cestovní kanceláře

Rámě záruk za vlastní zájezdy za první pojistné období (pojistné období – 1 rok počínající datem udělení koncese, zápisem do obchodního rejstříku) Kč

Obkáváný počet zákazníků za první poj. období Evropa Mimo Evropu

Uveďte, jaké máte v současnosti půjčky a úvěry

Vážitel	Celková částka	Splaceno k dnešnímu dni
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>

Zaškrtněte typy zájezdů, které chcete požádat:

<input type="checkbox"/> incoming (příjezdová turistika)	<input type="checkbox"/> outgoing (vyjezdová turistika)	<input type="checkbox"/> tuzemské	<input type="checkbox"/> pobytové	<input type="checkbox"/> poznávací
<input type="checkbox"/> incontinentní	<input type="checkbox"/> lyžařské	<input type="checkbox"/> sportovní	<input type="checkbox"/> kongresové	<input type="checkbox"/> luxusní
<input type="checkbox"/> jiné	<input type="text"/>			

Předpokládaná hlavní sezóna CK

<input type="checkbox"/> letní	<input type="checkbox"/> zimní	<input type="checkbox"/> celoroční
--------------------------------	--------------------------------	------------------------------------

Hlavní destinace (kam popř. u incomingu odkud vozíte klienty)

Země	Období
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Cílová skupina klientů:

<input type="checkbox"/> rodiny s dětmi	<input type="checkbox"/> dětské kolektivy	<input type="checkbox"/> dobrodruzi	<input type="checkbox"/> movitá klientela
<input type="checkbox"/> jiné	<input type="text"/>		

Doprava, kterou budete využívat:

<input type="checkbox"/> autobus	<input type="checkbox"/> vlak	<input type="checkbox"/> vlastní doprava	<input type="checkbox"/> letadlo	<input type="checkbox"/> loď
<input type="checkbox"/> jiné	<input type="text"/>			

Název dopravce:

Průměrná cena zájezdu

Průměrná délka zájezdu

<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------

Popište, proč si myslíte, že Vaše vznikající cestovní kancelář uspěje na trhu cestovního ruchu?
Jaké máte zkušenosti v cestovním ruchu?

Pojištění odpovědnosti za škodu z provozu cestovní kanceláře

Požadovaný rozsah pojištění odpovědnosti za škodu z provozu cestovní kanceláře a odpovědnosti pořadatele zájezdu

Limit pojistného plnění

Spolučast 5%, minimálně 5 000 Kč

Nezbytné přílohy

Podnikatelský plán

OK vznikající z transformace cestovní agentury na cestovní kancelář

- důvod transformace
- základní informace o CA (jaklik let funguje na trhu, jaké zájedy přirodívá)
- finanční výkazy CA za poslední rok (rozvaha + výkaz zisku a ztrát, u fyzických osob daňové přiznání)

Poučení

1. Vyskytují-li se v textu dotazníku slova "cestovní kancelář", "cestovní agentura", "zájezd", "cestovní smlouva" a "zákazník", odpovídá jejich významem definičním uvedeným v zákoně č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu a o změně některých zákonů.
2. Ve smyslu § 14 odst. 1 zákona o pojištění smlouvé jako povinné pravdivě a úplně odpovídat na všechny uvedené v dotazníku. Za odpovědi na písemné dotazy pojištětele jsou považovány i veškeré přílohy, které tvoří nedílnou součást dotazníku.
3. Zjistí-li pojištětel, že jeho vědomě porušil povinnosti stanovené v předchozím odstavci a že by při pravdivém a úplném odpovězení dotazů pojištětel smlouvu neuzavřel, má podle §23 odst. 1 zákona o pojištění smlouvé od pojištění smlouvy odstoupit.
4. Není-li v dotazníku dostatek místa, avšak je-li zapotřebí nějaké vysvětlení nebo komentář (změna metodiky, použití nestandardních postupů), použijte, prosíme, na odpovědi zvláštní papír, na který uveďte číslo příslušného dotazu nebo skupiny dotazů.

Prohlášení o pravdivosti a úplnosti uváděných informací

Prohlašuji, že jsem odpověděl/a pravdivě a úplně na všechny dotazy uvedené v dotazníku. Jsem si vědom/a, že porušení této povinnosti může mít za následek odstoupení od pojištění smlouvy nebo snížení či odmítnutí pojistného plnění a že za odpovědi na písemné dotazy pojištětele jsou považovány i veškeré přílohy, které tvoří nedílnou součást dotazníku.

Děkujeme vám za řádné vyplnění dotazníku a předání veškerých nezbytných příloh a těšíme se na naši spolupráci v oblasti předmětného pojištění.

Datum	Dotazník vyplněn(a) - jméno a příjmení, funkce	Podpis
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Telefon	E-mail	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	
Statutární zástupce - jméno, příjmení		Podpis, razítko
<input type="text"/>		<input type="text"/>
Telefon	E-mail	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	

Obchodní zástupce (makléř)

Jméno a příjmení		
<input type="text"/>		
Korespondenční adresa		
<input type="text"/>		
Agenturní číslo	Telefon	E-mail
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

PRÍLOHA P III: ŽIADOSŤ O UDELENIE KONCESIE

PO

Potvrzení prijati

č. jednaci.....

Žádost o koncesi

podle § 50 odst. 2 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání,
ve znění pozdějších předpisů (dále jen žž)

1) Právnická osoba - česká

Obchodní firma nebo název (včetně právní formy)			
Sídlo	ulice	č. popisné	č. orientační
	obec	část obce	PSC

2) Statutární orgán, členové statutárního orgánu

Titul	Jméno	Příjmení	Titul
rodné číslo	datum narození		státní občanství
Bydliště nebo adresa pobytu			
Titul	Jméno	Příjmení	Titul
rodné číslo	datum narození		státní občanství
Bydliště nebo adresa pobytu			
Způsob jednání za právníčkou osobu			

3) Předmět podnikání

--

4) Identifikační číslo

--

5) Datum zahájení pro- vozování živnosti

--

6) Datum ukončení pro- vozování živnosti

--

7) Živnost provozována průmyslovým způsobem ?

ano	ne
-----	----

8) Provozovny

Adresa provozovny	ulice	č. popisné	č. orientační
	obec	část obce	PSC
Adresa provozovny	ulice	č. popisné	č. orientační
	obec	část obce	PSC

9) Odpovědný zástupce

Jméno	Příjmení (včetně titulu)	obchodní firma	
rodné číslo	datum narození	státní občanství	
Bydliště nebo adresa pobytu	ulice	č. popisné	č. orientační
	obec	část obce	PSC

Není mi známo, že by osobě odpovědného zástupce soud nebo správní orgán uložil zákaz činnosti, že u ní trvá jiná překážka týkající se provozování živnosti a že by jí v posledních 3 letech bylo zrušeno živnostenské oprávnění podle § 58 odst. 2,3 a 4 živnostenského zákona.

Prohlašuji, že soud nebo správní orgán uložil/neuložil výše uvedeným osobám, které jsou statutárním orgánem nebo jeho členy, zákaz činnosti, trvá/netrvá u nich jiná překážka týkající se provozování živnosti.

Dále prohlašuji, že právnické osobě bylo/nebylo v posledních třech letech zrušeno živnostenské oprávnění podle § 58 odst. 2, 3 nebo 4 žz a že u ní trvá/netrvá jiná překážka provozování živnosti.

V dne

Podpis žadatele

Doporučené údaje ulehčující a urychlující kontakt s podnikatelem

telefonní spojení	elektronická adresa	č. faxu
-------------------	---------------------	---------

Údaje živnostenského úřadu

Poznámky

PRÍLOHA P IV: PODNIKATEĽKÝ ZÁMER

Podnikateľský zámer

Podnikateľský zámer je vypracovaný v súlade s § 5, odst. 2) písm. b) zákona č. 159/1999 Sb., o niektorých podmienkach podnikání v oblasti cestovného ruchu a o zmene 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	
Datum založení	
Datum zapsání do obchodního rejstříku	
Jméno a příjmení kontaktní osoby (majitel, jednatel)	
Funkce v cestovní kanceláři	
Sídlo společnosti (právnická osoba) či bydliště, resp. místo podnikání (fyzická osoba)	
Odpovědný zástupce (jméno, příjmení)	
IČ, DIČ	
Číslo telefonu/faxu	
E-mail	
Právní forma (viz Příloha č.1)	
Statutární orgán - jednatelé	

II. Základní údaje o cestovní kanceláři

Plánované tržby za zájezdy za dobu trvání pojistné smlouvy ve smyslu zákona č. 159/1999 Sb.	Plánovaný počet klientů za dobu trvání pojistné smlouvy

III. Zaměření cestovní kanceláře

Typ turistiky

Příjezdový cestovní ruch (incoming) ¹⁾	ano/ne
Výjezdový cestovní ruch (outgoing) ²⁾	ano/ne
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:

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

Služby poskytované cestovní kanceláři

Organizování pobytových a poznávacích zájezdů	ano/ne
Zprostředkování prodeje pobytových a poznávacích zájezdů	ano/ne
Prodej dopravních cenin (letenky, jízdenky apod.)	ano/ne
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
Převážní 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 ³⁾	ano/ne

3) Uveďte:

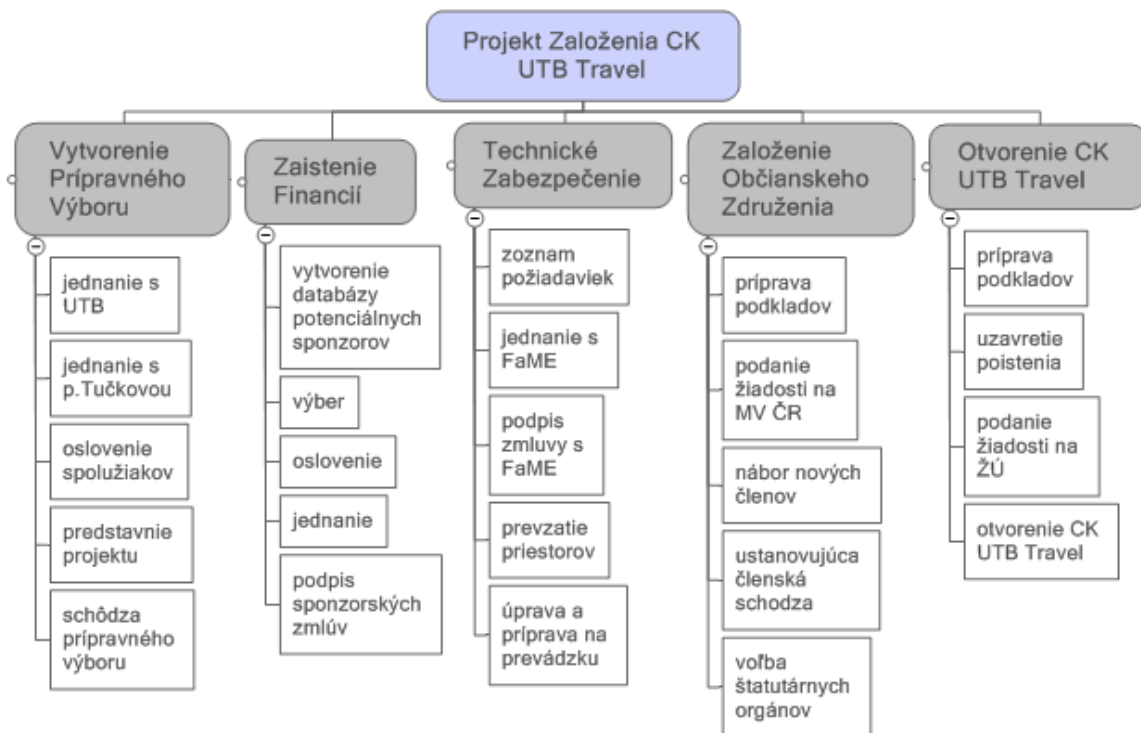
Datum vyhotovení podnikatelského záměru:

Podpis kontaktní osoby (majitel, jednatel):

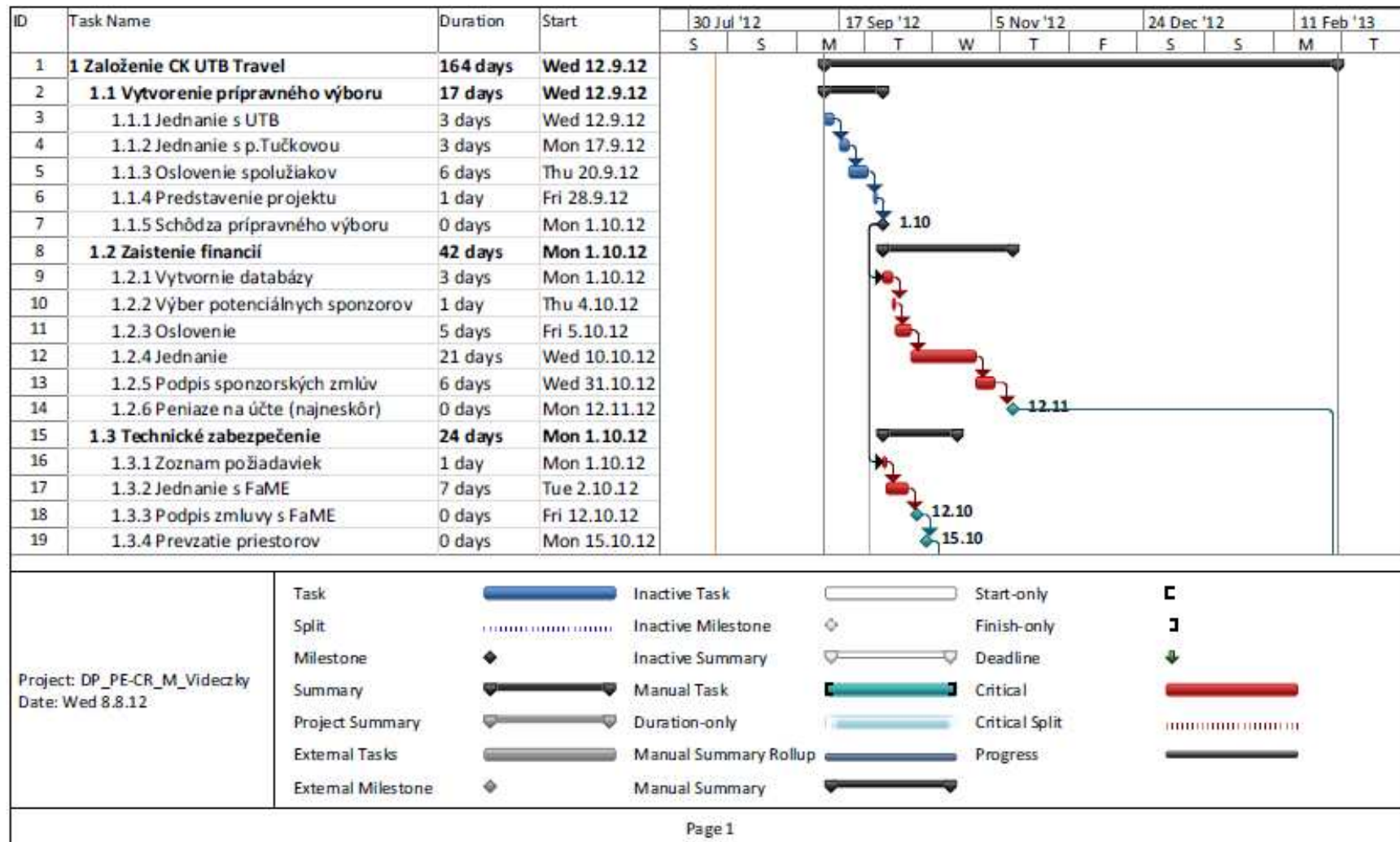
Příloha č. 1

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

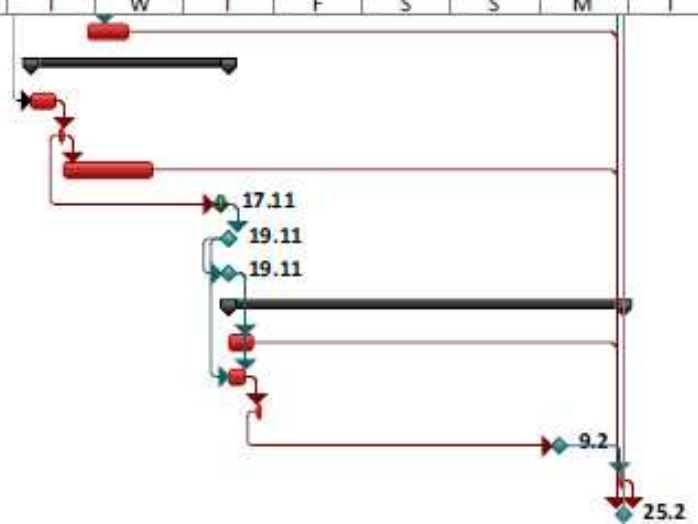
PRÍLOHA P V: WBS (ŠTRÚKTUROVANÝ ROZPAD PRÁČ)



PRÍLOHA P VI: GANTTOV DIAGRAM

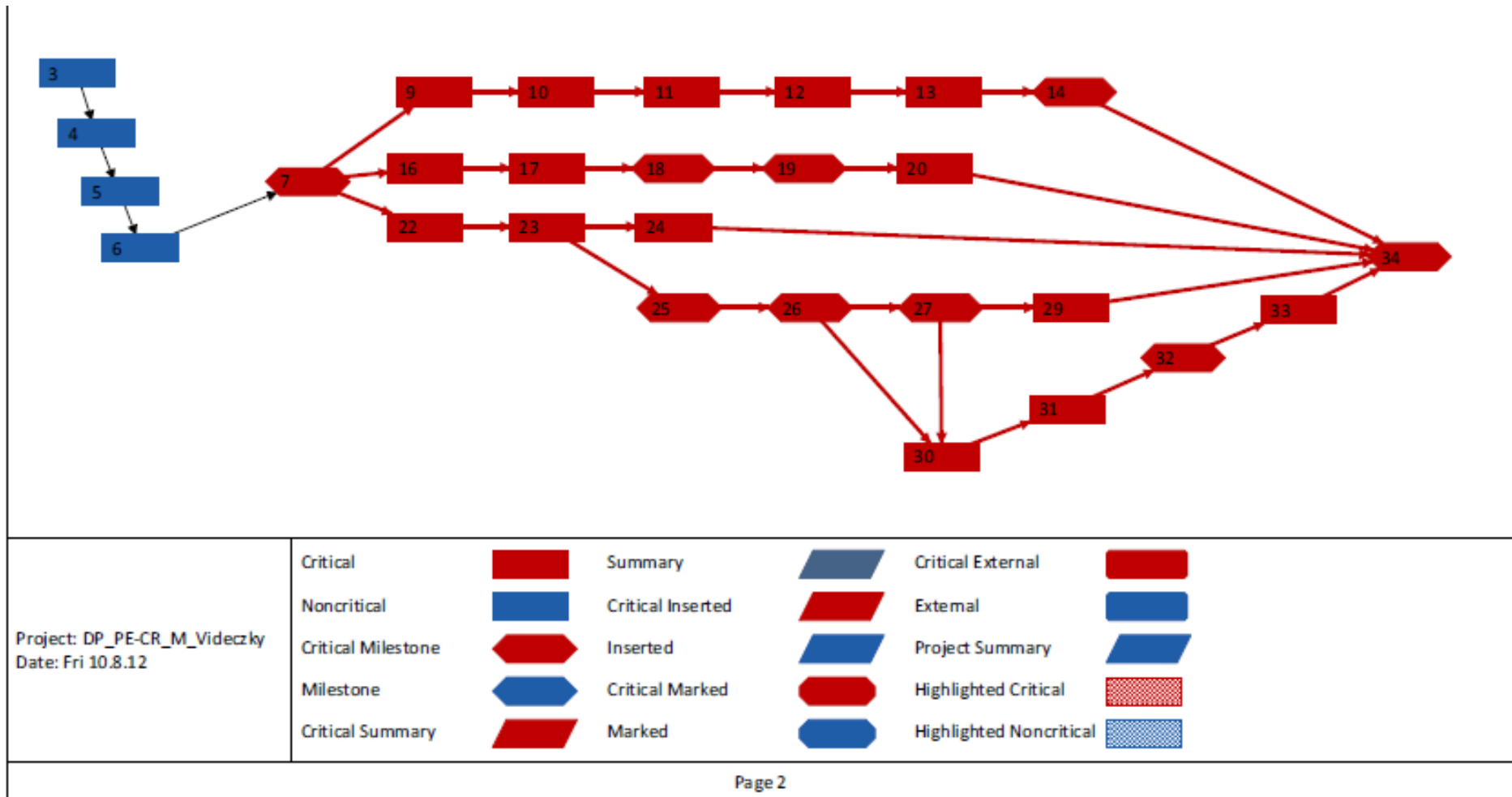


ID	Task Name	Duration	Start	30 Jul '12		17 Sep '12		5 Nov '12		24 Dec '12		11 Feb '13	
				S	S	M	T	W	T	F	S	S	M
20	1.3.5 Úprava a príprava na prevádzku	10 days	Mon 15.10.12										
21	1.4 Založenie občianskeho združenia	49 days	Mon 1.10.12										
22	1.4.1 Príprava podkladov	6 days	Mon 1.10.12										
23	1.4.2 Podanie žiadosti na MV ČR	1 day	Mon 8.10.12										
24	1.4.3 Nábor nových členov	22 days	Tue 9.10.12										
25	1.4.4 Rozhodnutie ŽÚ (najneskôr)	0 days	Sat 17.11.12										
26	1.4.5 Ustanovujúca členská schôdza	0 days	Mon 19.11.12										
27	1.4.6 Voľba štatutárnych orgánov	0 days	Mon 19.11.12										
28	1.5 Otvorenie CK UTB Travel	98 days	Mon 19.11.12										
29	1.5.1 Príprava podkladov	6 days	Mon 19.11.12										
30	1.5.2 Uzavretie poistenia	4 days	Mon 19.11.12										
31	1.5.3 Podanie žiadosti na ŽÚ	1 day	Mon 26.11.12										
32	1.5.4 Udelenie koncesie (najneskôr)	0 days	Sat 9.2.13										
33	1.5.5 Vydanie koncesnej listiny	1 day	Sun 24.2.13										
34	1.5.6 Otvorenie CK UTB Travel	0 days	Mon 25.2.13										



Project: DP_PE-CR_M_Videczky Date: Wed 8.8.12	Task		Inactive Task		Start-only	
	Split		Inactive Milestone		Finish-only	
	Milestone		Inactive Summary		Deadline	
	Summary		Manual Task		Critical	
	Project Summary		Duration-only		Critical Split	
	External Tasks		Manual Summary Rollup		Progress	
	External Milestone		Manual Summary			

PRÍLOHA P VII: SIEŤOVÁ ANALÝZA



PRÍLOHA P VIII: MAPA ČR S PAMIATKAMI UNESCO

