

Projekt zavedení nových letních pobytů pro děti v CK Bombovo

Bc. Matej Buček

Diplomová práce
2013

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomie

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta managementu a ekonomiky

Ústav podnikové ekonomiky

akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Matej Buček**

Osobní číslo: **M11735**

Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**

Studijní obor: **Podniková ekonomika**

Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Projekt zavedení nových letních pobytů pro děti v CK Bombovo**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Vymezte pojem cestovní kancelář a popište její řízení.
- Uvedte specifika pro produkty CK se zaměřením na letní pobyty dětí.

II. Praktická část

- Analyzujte a popište současný ekonomický stav CK Bombovo.
- Charakterizujte poptávku po daných službách.
- Vytvořte projekt zavedení nových letních pobytů pro děti.
- Projekt podrobte nákladové a rizikové analýze.

Závěr

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

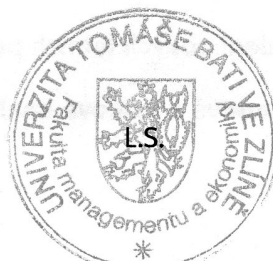
Seznam odborné literatury:


DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovnom ruchu. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2011, 140 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovnom ruchu. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2011, 150 s. ISBN 978-80-89090-94-5.
SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. Management cestovní kanceláře a cestovní agentury. 1. vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 120 s. ISBN 978-80-86723-78-5.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.**
Ústav podnikové ekonomiky
Datum zadání diplomové práce: **22. února 2013**
Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2013**

Ve Zlíně dne 22. února 2013


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




doc. Ing. Boris Popesko, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/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 nevydělečně 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 nahlázení 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 vzdělávacímu 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 mohu 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 2.5.2013



.....

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

Abstrakt česky

Projekt zpracovaný v této práci, pojednává o tvorbě a zavedení nového letního pobytu v CK Bombovo. Tato byla nejdříve podrobena interní analýze a analýze poptávky a konkurence. Následně po vyhodnocení jednotlivých analýz byl navrhnout projekt s jeho cílem, harmonogramem a popisem. V jednotlivých fázích byl podrobně rozpracován a popsán celý proces tvorby a implementace nového letního pobytu v CK se zaměřením na děti v cílové věkové kategorii od 5 do 8 let.

Klíčová slova: letní pobyt, cestovní kancelář, děti, CK Bombovo

ABSTRACT

Abstrakt ve světovém jazyce

The project processed in this work discusses creation and introduction of new summer camp in CK Bombovo. This was first subjected to internal analysis and analysis of demand and competitors. Following evaluation of each analysis was suggested project with his view, schedule and description. In each phase was elaborated and described the whole process of creation and implementation of new summer residence in CK focusing on children in the target age group of 5 to 8 years.

Keywords: summer camp, travel agency, children, CK Bombovo

Chcel by som sa poďakovať Ing. Zuzane Tučkovej, Ph.D. za odborné vedenie pri písaní diplomovej práce a zároveň PaedDr. Štefanovi „Zeus“ Šušlíkovi, ako aj celej CK Bombovo za poradnú a odbornú výpomoc.

Prehlasujem, že odovzdaná verzia diplomovej práce a verzia elektronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

OBSAH

ÚVOD	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 CESTOVNÁ KANCELÁRIA	12
1.1 FUNKCIE CK	13
1.2 KLASIFIKÁCIA CK A CA	14
1.2.1 Predmet činnosti a postavenie v distribučnom procese	14
1.2.2 Zameranie poskytovaných zájazdov	15
1.2.3 Územná pôsobnosť	15
1.2.4 Doba prevádzky	16
1.2.5 Spracovávaný segment trhu	16
1.2.6 Veľkosť CK	17
1.2.7 Vlastníctvo CK	17
1.2.8 Systém predaja zájazdov	18
1.3 SPÔSOB RIADENIA CK	18
2 CR PRE DETI A MLÁDEŽ	20
2.1 VÝVOJ CR PRE DETI A MLÁDEŽ	20
2.2 TRŽNÉ SEGMENTY	20
2.3 CHARAKTERISTICKÉ RYSY CR PRE DETI A MLÁDEŽ	20
3 ANIMÁCIA	22
3.1 CIELE ANIMÁCIE	23
3.2 PERSONÁLNE ZABEZPEČENIE	23
3.3 SPÔSOB VÝBERU ANIMÁTORA	25
3.3.1 Podmienky pre animátora	25
3.4 MATERIÁLNE ZABEZPEČENIE	26
3.5 ANIMAČNÉ AKTIVITY	27
3.6 ANIMÁCIA PRE DETI A MLÁDEŽ	27
4 METÓDY ANALÝZY POUŽITÉ V PRÁCI	29
4.1 UKAZOVATELE RENTABILITY	29
4.2 UKAZOVATELE LIKVIDITY	30
4.3 UKAZOVATELE ZADLŽENOSTI	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	32
5 CK BOMBOVO	33
5.1 PROFIL SPOLOČNOSTI	33
5.2 ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA	34
5.3 PORTFÓLIO PRODUKTOV	35
5.4 EKONOMICKÉ UKAZOVATELE	36
5.4.1 Ukazovatele rentability	36
5.4.2 Ukazovatele likvidity	37
5.4.3 Ukazovatele zadlženosti	38
5.5 KONKURENCIA	39
5.5.1 Slniečko	39

5.5.2	Wachumba	39
5.5.3	Cevarm.....	39
5.5.4	Twistovo	40
5.6	POROVNANIE S KONKURENCIOU VO VYBRANÝCH KRITÉRIÁCH	40
5.6.1	Počet táborov.....	40
5.6.2	Počet termínov táborov.....	41
5.6.3	Počet pobytov pre deti od 5 do 8 rokov	41
5.6.4	Ceny pobytov pre deti od 5 do 8 rokov	42
5.6.5	Celkové zhodnotenie	42
5.7	SWOT ANALÝZA	43
5.7.1	Silné stránky.....	44
5.7.2	Slabé stránky	44
5.7.3	Príležitosti	45
5.7.4	Hrozby	45
5.8	DOPYT PO SLUŽBÁCH CK BOMBOVO.....	46
6	VÝSLEDKY ANALÝZY PRE PROJEKT	49
7	PO STOPÁCH DRAKA SMIECHOŤÁKA.....	50
7.1	POPIS PROJEKTU	50
7.2	ZADÁVATEĽ PROJEKTU	50
7.3	CIELE PROJEKTU.....	50
7.4	HARMONOGRAM PROJEKTU	51
7.5	FÁZY PROJEKTU	51
7.5.1	Výber strediska.....	51
7.5.1.1	Opatová	51
7.5.1.2	Gilianka	52
7.5.1.3	Vršatec.....	53
7.5.1.4	Lômy	53
7.5.2	Obchodné podmienky.....	55
7.5.3	Programová štruktúra.....	56
7.5.4	Personálna a materiálová náročnosť	59
7.5.4.1	Personálna náročnosť	59
7.5.4.2	Materiálna náročnosť	59
7.5.5	Kalkulácia nákladov	60
7.5.6	Kalkulácia ceny	61
7.5.7	Propagácia	63
	ZÁVER	64
	ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY.....	65
	ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK.....	67
	ZOZNAM OBRÁZKOV	68
	ZOZNAM TABULIEK.....	69
	ZOZNAM PRÍLOH	71

ÚVOD

V súčasnej uponáhľanej dobe spoločnosť vyhľadáva nevšedné zážitky a formy rekreácie, ktoré by im priniesli pocit uvoľnenia, oddychu, prípadne zábavy. Vďaka tejto potrebe sa často obracajú na cestovné kancelárie a strediská, ktoré daný druh oddychu poskytujú, s dopytom po ich službách. CK sa preto snažia čo najoptimálnejšie využiť vlastné kapacity a kapacity stredísk s prírodnými a kultúrnymi zaujímavosťami v okolí.

Špeciálnym druhom zážitkového cestovného ruchu sú letné pobyty detí, zvané aj detské tábory. Tieto využívajú poväčšine žiaci ZŠ a študenti SŠ, ktorí túžia počas letných mesiacov zažiť kus poriadnej akcie, spoznať nových kamarátov, niečo nové sa priučiť, či proste len „vypnúť“ od školy a užiť si trochu leta a zábavy.

Jednou z cestovných kancelárií, ktoré sa zaoberajú letnými pobytmi pre deti je aj CK Bombovo so sídlom v Nitre. Táto spoločnosť je zadávateľom projektu a zároveň poslúži pre účely tejto práce, ako garant, ktorý poskytne potrebné informácie a spoluprácu pri vypracovávaní projektu. Cieľom práce bude popísanie procesu vytvorenia komplexného produktu, ktorý bol pre leto 2013 zaradený do katalógu letných pobytov danej CK. Jedná sa o letný pobyt „Po stopách draka Smiechoťáka“, ktorý je určený pre deti vo veku od 5 do 8 rokov. V práci bude zdokumentovaná terminológia cestovná kancelária, typy CK, funkcie CK, spôsob riadenia CK a iné teoretické poznatky, slúžiace ako vedomostný základ pre tvorbu práce. Následne práca bližšie predstaví konkrétnu spoločnosť a zanalyzuje fungovanie CK Bombovo v ostatnom období. Po analýze sa práca zameria na podrobný popis tvorby produktu (výber strediska, zadefinovanie obch. podmienok, vytvorenie programovej štruktúry, personálna náročnosť, materiálna náročnosť, nákladovosť, kalkulácia ceny a propagácia).

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CESTOVNÁ KANCELÁRIA

K zadefinovaniu a rozlíšeniu pojmov cestovná kancelária (CK) a cestovná agentúra (CA) možno použiť normu ČSN EN 13809 zo susednej Českej republiky, ktorá tieto pojmy definuje takto:

- Cestovná kancelária je podnik, organizujúci zájazdy a zaisťujúci služby cestovného ruchu pre priamy predaj cestujúcim, alebo predaj cez sprostredkovateľov.
- Cestovná agentúra je podnik predávajúci a rezervujúci služby cestovného ruchu pre spotrebiteľov.

(Sysel, 2009, strana 7)

Zákon č. 281/2001 Z. z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov definuje CK ako:

- podnikateľa, ktorý na základe živnostenského oprávnenia organizuje, ponúka a predáva zájazdy a uzatvára zmluvu o obstaraní zájazdu

(Zákon 281/2001 Z.z., 2001)

Ako uvádza Susan Horner vo svojej publikácii *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*, strana 297: Cestovné kancelárie sa často označujú za veľkoobchody, ktoré v systéme cestovného ruchu stoja medzi producentom primárneho produktu a maloobchodným predajcom. Môžeme ich však taktiež považovať za producentov, spracovávajúcich „suroviny“, napríklad hotelové a dopravné kapacity, na produkt, ktorý následne predávajú. Cestovné kancelárie predstavujú jediný pravý priemysel cestovného ruchu, ktorý nemožno označiť iba za podskupinu iného priemyslu. Majú špecifickú funkciu v systéme cestovného ruchu.

1.1 Funkcie CK

Podľa toho istého zákona ako v minulej kapitole, možno povedať, že funkcie CK sú nasledovné:

- organizuje kombinácie služieb, ponúka a predáva ich inej cestovnej kancelárii na účel jej ďalšieho podnikania
- ponúka a predáva na základe individuálnej objednávky jednotlivé služby alebo ich kombinácie
- sprostredkúva predaj jednotlivých služieb pre inú cestovnú kanceláriu, cestovnú agentúru alebo iné právnické osoby a fyzické osoby (dopravcov, prevádzkovateľov) ubytovacích zariadení, usporiadateľov kultúrnych, športových a iných spoločenských podujatí)
- sprostredkúva predaj zájazdov pre inú cestovnú kanceláriu; zmluva o zájazde sa v týchto prípadoch musí uzatvoriť v mene cestovnej kancelárie, pre ktorú sa zájazd sprostredkúva, a táto zodpovedá za plnenie zmluvy o zájazde
- predáva veci súvisiace s cestovným ruchom, najmä vstupenky, mapy, plány, prospekty, cestovné poriadky, vytlačených sprievodcov a spomienkové predmety

(Zákon 281/2001 Z.z., 2001)

Ján Oriška vo svojej publikácii Služby v cestovnom ruchu 1.časť, strana 111, poukazuje na tieto funkcie CK:

- | | |
|--|--------------------------|
| • funkcia služieb (hlavná funkcia) | • organizátorská funkcia |
| • funkcia skúmania spotrebiteľského dopytu | • transformačná funkcia |
| • sprostredkovateľská funkcia | • informačná funkcia |
| • funkcia preklenovania priestoru a času | • kontrolná funkcia |
| • kontaktná funkcia | • realizačná funkcia |
| | • výchovná funkcia |

(Oriška, 2011, strana 111)

1.2 Klasifikácia CK a CA

Cestovné kancelárie a cestovné agentúry sú podnikateľské subjekty, ktoré možno rozdeliť za základe viacerých kritérií:

- podľa predmetu činnosti a postavenia v distribučnom procese
- podľa zamerania poskytovaných zájazdov
- podľa územnej pôsobnosti
- podľa doby prevádzky
- podľa spracovávaného segmentu trhu
- podľa veľkosti
- podľa vlastníctva
- podľa systému predaja zájazdov

(Orieška, 2011, strana 113-114) (Sysel, 2009, strana 14) (Drobná, 2010, strana 175)

1.2.1 Predmet činnosti a postavenie v distribučnom procese

Z hľadiska činnosti a zároveň postavenia v distribučnom procese ide o organizátora ciest, respektíve služieb CR a sprostredkovateľa.

Organizátorom ciest/služieb CR sa na Slovensku rozumie CK, prípadne touroperátor. Cieľom organizátorov je kontrahovanie služieb CR od jednotlivých dodávateľov, ich vzájomné kombinovanie, organizovanie, tvorba balíkov služieb a programov. Ponuku publikujú hlavne v katalógoch a predávajú buď vo vlastnej predajnej sieti, často však prostredníctvom siete sprostredkovateľov/predajcov. Za balík služieb je stanovená súhrnná cena. Produkt kompletizujú na základe výsledkov výskumu trhu v dostatočnom predstihu pred predajom. V distribučnom procese plnia zvyčajne úlohy veľkoobchodníkov so službami CR, preto zájazdy na individuálne želania jednotlivých alebo kolektívnych zákazníkov organizujú len sporadicky.

Pozíciu sprostredkovateľa zastávajú na Slovensku prevažne CA, ktoré predávajú produkty (balíčky služieb) organizátorov. Sprostredkovatelia sa okrem tohto predaja obyčajne špecializujú aj na sprostredkovanie jednotlivých druhov služieb (doprava, ubytovanie,...). Náklady svojej činnosti si kryjú z provízie za sprostredkovanie služieb. Predpokladom úspechu ich činnosti je najmä nadväznosť na tuzemskú a zahraničnú sieť organizátorov ciest a dodávateľov jednotlivých druhov služieb. Sprostredkovateľská činnosť však neznamená obmedzenie ich iniciatívy a záujmu o spracovanie ponuky balíkov služieb na individuálnu

objednávku jednotlivého alebo kolektívneho zákazníka, ktoré však musia byť predané konečnému spotrebiteľovi len prostredníctvom zmluvného partnera – oprávnenej CK v jej mene.

(Orieška, 2011, strana 114)

1.2.2 Zameranie poskytovaných zájazdov

Cestovné kancelárie možno deliť podľa zamerania poskytovaných zájazdov na:

- **všeobecné CK**, ktoré poskytujú služby v plnom rozsahu viacerým segmentom trhu a musia preto mať potrebný pracovný aparát a primerané materiálne vybavenie
- **špecializované CK**, ktoré umožňujú dosiahnuť vyššiu kvalitu služieb tým, že sa špecializujú na určitý druh a rozsah služieb, prípadne na určitú klientelu

Špecializácia umožňuje lepšie poznať trh cestovného ruchu, dodávateľov aj odberateľov služieb. Môže súvisieť aj so spojením CK a iného, obvyčajne dodávateľského podnikateľského subjektu - CK a autobusového dopravcu, CK a leteckej spoločnosti, CK a hotelovej spoločnosti.

(Drobná, 2010, strana 175) (Orieška, 2011, strana 114)

1.2.3 Územná pôsobnosť

Podľa územnej pôsobnosti rozlišujeme podnikateľské subjekty CR pôsobiace na miestnej, regionálnej, celoštátnej a zahraničnej úrovni. Miestnu a regionálnu pôsobnosť majú napríklad turistické informačné centrá alebo turistické cestovné kancelárie.

Z územného hľadiska hovoríme o CK vysielacích (outcomingových) a prijímacích (incomingových). V praxi cestovného ruchu potom o CK pôsobiacich vo výjazdovom cestovnom ruchu a domácom cestovnom ruchu a CK v príjazdovom cestovnom ruchu.

Výjazdové a domáce CK obsluhujú domáci trh a poskytujú služby domácim zákazníkom. Jedná sa o najviditeľnejšie subjekty CR, ktoré sa prezentujú v médiách, mediálnych kampaniach a ich mená a predstavitelia sú verejne známi. Tí sú často súčasťami miestnych, alebo národných obchodných a spoločenských komunit a v rade prípadov sa angažujú v politickom dianí. Do značnej miery formujú cestovné návyky a vytvárajú štandardy kultúry cestovania. Hrajú výraznú rolu pri tvorbe image celého turistického priemyslu voči verejnosti.

Prijazdové CK zaisťujú služby zahraničným návštevníkom a sú umiestnené najmä v strediskách CR. Podstatou činnosti týchto firiem je nákup služieb v mieste alebo regióne a následný predaj do zahraničia, kde odberateľom nie je konečný zákazník, a väčšinou ani maloobchodník, ale zahraničný veľkoobchodník – touroperátor.

(Drobná, 2010, strana 175-176) (Sysel, 2009, strana 16)

1.2.4 Doba prevádzky

Pri rozdelení CK podľa doby prevádzky ich delíme na:

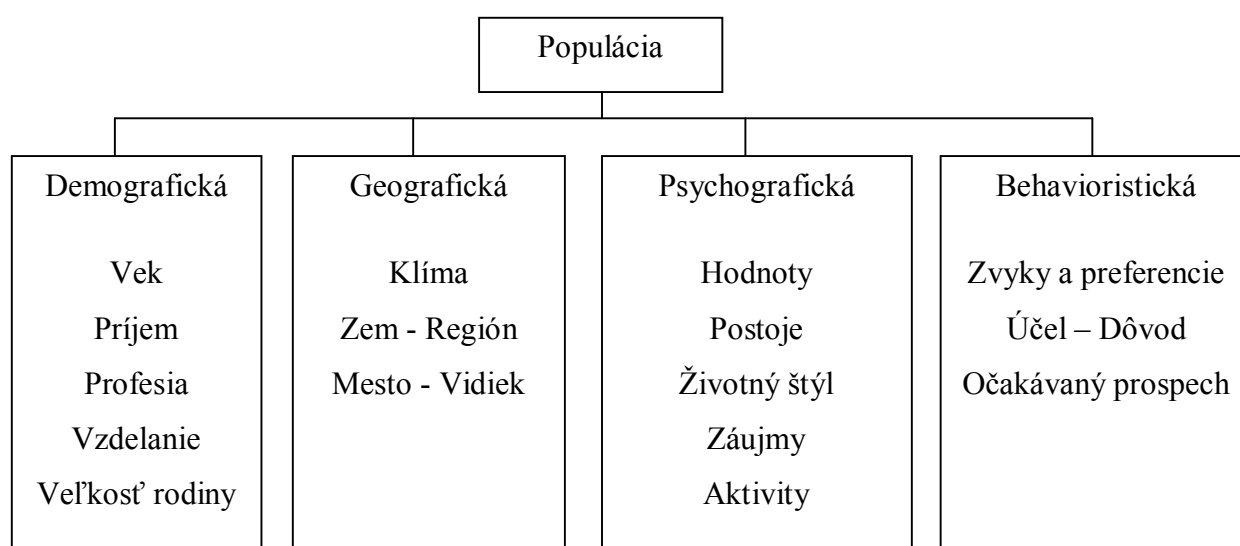
- CK s celoročnou prevádzkou
- CK sezónne

(Orieška, 2011, strana 113)

1.2.5 Spracovávaný segment trhu

Trh CR možno segmentovať podľa celej rady kritérií. Používané sú 4 hlavné metódy:

- demografická
- geografická
- psychografická
- behavioristická



Obrázok 1 Metódy segmentácie trhu CR

Široko používanou metódou segmentácie v oblasti CR je behavioristická metóda a teda podľa účelu a dôvodu cesty.

Trh je takto segmentovaný na cesty vo voľnom čase – za odpočinkom a zábavou – „leisure travel“ a na cesty pracovné a obchodné – „business travel“.

CK sa teda delia na tie, ktoré sa zaoberajú:

- cestami za dovolenkou, zábavou, športom - teda prevažne službami pre verejnosť
- pracovnými a obchodnými cestami, kongresmi – teda prevažne službami pre firmy a obchodné spoločnosti

(Sysel, 2009, strana 17-18)

1.2.6 Veľkosť CK

Z hľadiska veľkosti je možné klasifikovať CK na *malé, stredne veľké a veľké* subjekty. Kritériom veľkosti môže byť počet zamestnancov, dosiahnutý objem tržieb alebo výnosov, počet zákazníkov a podobne. Množstvo malých a stredne veľkých podnikateľských subjektov vyplýva z relatívne nízkej kapitálovej náročnosti na ich založenie. Ich výhodou je aj jednoduchá organizačná štruktúra, prepojenie a kumulácia pracovných činností, flexibilita zamestnancov, vysoká produktivita práce a iné. Prax potvrdzuje, že za malé CK sa považujú zvyčajne firmy do 3 zamestnancov vrátane, za stredne veľké do 20 zamestnancov vrátane a za veľké tie s viac ako 20 zamestnancami. Význam činnosti veľkých CK zvyčajne prekračuje hranice štátu, stredne veľké CK sú obvykle špecializované na určitý produkt a malé CK dopĺňajú ponuku veľkých organizátorov, pre ktorých zabezpečujú sčasti aj predaj ich ponuky.

(Orieška, 2011, strana 115)

1.2.7 Vlastníctvo CK

Z pohľadu vlastníckych vzťahov je možné CK klasifikovať na podniky v *súkromnom, družstevnom a municipiálnom* vlastníctve. V municipiálnom vlastníctve sú niektoré turistické informačné centrá alebo turistické informačné kancelárie, ak je ich zriaďovateľom mesto alebo obec.

(Orieška, 2011, strana 115)

1.2.8 Systém predaja zájazdov

Systém predaja zájazdov umožňuje klasifikovať CK na *klasické* a *virtuálne*. Klasické CK vykonávajú svoje činnosti v prevádzkach určených na priamy, osobný kontakt so zákazníkom. Virtuálne CK sa so zákazníkmi kontaktujú len využitím počítačových informačných technológií.

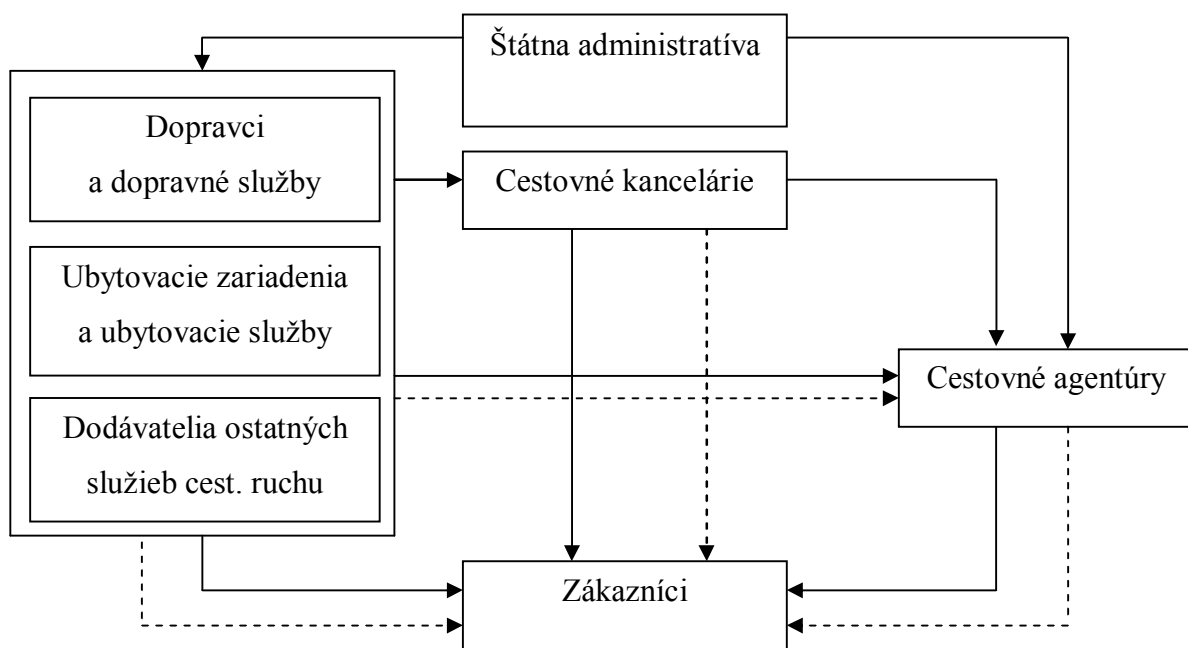
(Orieška, 2011, strana 115)

1.3 Spôsob riadenia CK

Vonkajšie prostredie

Distribučný systém v CR je operačná štruktúra a systém organizačných kombinácií, ktorého prostredníctvom poskytovateľ služieb prezentuje, predáva a potvrdzuje kupujúcemu služby CR.

Distribučné cesty v CR sú podobné ako cesty v ostatných odvetviach a existuje v nich rada analógií. Zásadným rozdielom je však skutočnosť, že služby CR sú prevažne nehmotné. V distribučnom systéme prakticky neexistuje produkt, ktorý možno uchovať, či skladovať, ale produktom je „prenocovanie v hotelovej izbe“, „preprava v lietadle“ alebo ich kombinácie a to v konkrétnom čase a na konkrétnom mieste. Táto skutočnosť zásadným spôsobom determinuje chovanie všetkých účastníkov distribučného systému aj systém samotný.



Obrázok 2 Klasická schéma distribučného systému v CR

Do tradičného distribučného procesu vstúpil koncom 90. rokov minulého storočia internet, ktorý umožňuje priamu komunikáciu medzi všetkými subjektmi a verejnosťou.

(Sysel, 2009, strana 19-20)

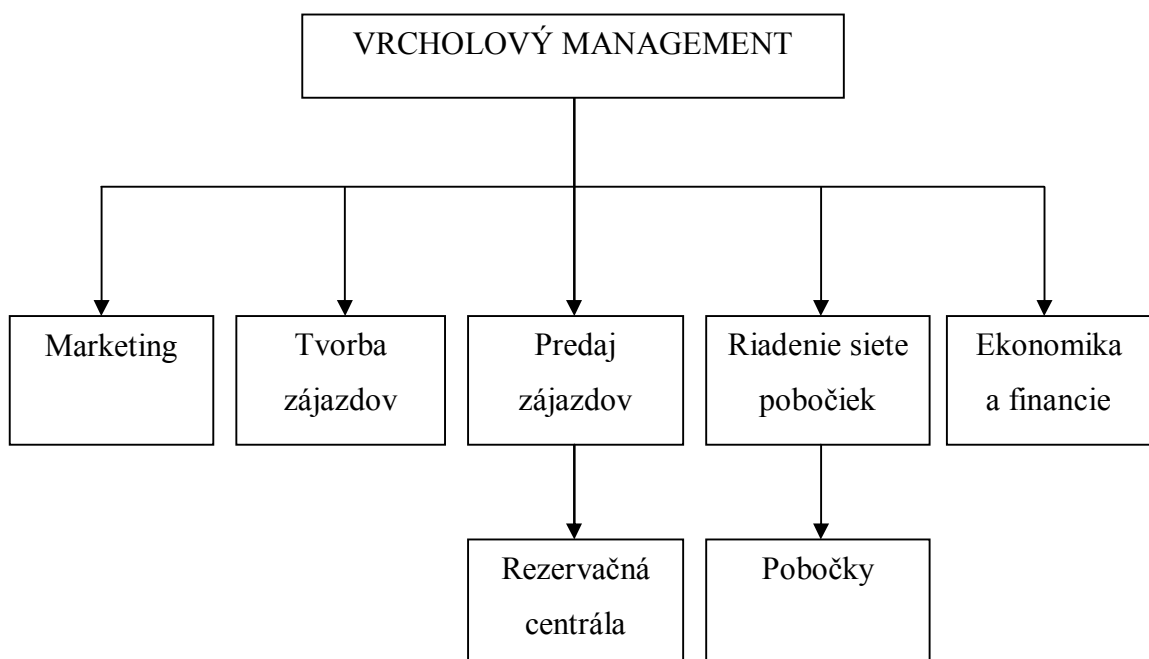
Vnútorne prostredie

Vnútornú organizáciu CK obvykle stanovuje jej organizačný poriadok, ktorý určuje hlavné zásady a pravidlá tejto organizácie, jej členenie, zodpovednosť pracovníkov, činnosti a deľbu práce. Podstatná časť riadiacich činností sa sústreďuje v podnikovom centre, ktoré sa obvykle člení na úseky, odbory, oddelenia a divízie. To je riadacim stupňom vo vzťahu k výkonovým zložkám podniku – CK alebo ich pobočkám.

CK realizuje radu vzájomne súvisiacich a vzájomne pôsobiacich činností, ktoré sú definované jako procesy riadiace, realizačné a podporné. Medzi realizačné procesy patrí:

- tvorba produktu
- predaj produktu a ďalších služieb CR
- sprostredkovanie predaja produktu a ďalších služieb

CK fungujú v rade organizačných štruktúr, medzi ktorými prevažujú modely funkcionalistické. Najbežnejšiu organizačnú štruktúru znázorňuje nasledujúca schéma väčšej, celoštátne pôsobiacej CK.



Obrázok 3 Organizačná štruktúra CK

(Sysel, 2009, strana 20)

2 CR PRE DETI A MLÁDEŽ

2.1 Vývoj CR pre deti a mládež

Do roku 1989 sa na území vtedajšieho Československa zaoberala deťmi a mládežou jediná CK – Cestovní kancelář mládeže. Ponúkala vnútroštátne pobyty a výjazdový CR predovšetkým do krajín socialistického bloku s bohatou ponukou animačných a programových služieb.

Po roku 1989 nastal mnohostranný rozvoj tejto formy turistiky. V posledných rokoch sa zmenila teritoriálna orientácia a rozsah využívaných služieb, zvýšil sa podiel individuálnej turistiky organizovanej a neorganizovanej.

2.2 Tržné segmenty

Cestovný ruch pre deti a mládež je dynamický a rýchlo rastúci segment trhu, ktorý má svoje zvláštnosti. Na európskom trhu je 125 miliónov mladých ľudí, ktorí sú budúcimi zákazníkmi a budú sa opakovateľne vracat' do navštívených destinácií.

Rozlišujeme 3-segmentové rozdelenie mladých ľudí:

1. *deti pod 10 rokov* – nákupy realizujú rodičia
2. *deti a mladí vo veku 10 až 20 rokov* – mladí majú určitú mieru rozhodovania
3. *mládež vo veku 20 až 30 rokov* – spravidla sa rozhodujú sami a sú čiastočne finančne nezávislí

Stanovenie hranice detských cien v CR je veľmi diferencované a väčšinou sa pohybuje v rozmedzí od 3 do 16 rokov. Za mládež sa považujú jedinci do 26 rokov. Tí majú možnosť využívať v CR rôzne zľavy a výhody.

2.3 Charakteristické rysy CR pre deti a mládež

Mladí ľudia preferujú služby pre jednotlivcov a príležitostne sa zúčastňujú skupinových zájazdov. So zvyšujúcim sa vekom a rastom finančnej nezávislosti rastie aj podiel individuálnej turistiky mladých.

V prípade skupinovej turistiky preferuje komunita mladých ľudí zájazdy bohaté a programové a animačné služby. Medzi skupinové zájazdy detí patria detské tábory, výlety, školy v prírode a podobne. Zájazdy s nižším štandardom poskytovaných služieb sú sprevádzané nízkymi cenami.

Programovo sú uprednostňované formy zábavy blízke mladým ľuďom:

- netradičné športy – squash, lacros, skateboarding
- dobrodružné športy – paragliding, rafting, horolezectvo
- hudobné a kultúrne aktivity – hudobné festivaly, netradičné divadlo
- meditačné aktivity
- tvorivé činnosti
- hry

Dôležitým prvkom mládežníckej turistiky je potreba kontaktov s rovnako sociálne, vekovo a záujmovo orientovanými skupinami ľudí. Vyšší podiel medzi mladými cestovateľmi majú vysokoškoláci. Mládež má v priebehu kalendárneho roka viac voľného času ako dospelí a cenovými zľavami a atraktívnou programovou ponukou dochádza k zaplňovaniu nevyťažovaných kapacít v mimosezóne.

(Drobná, 2010, strana 132-134)

3 ANIMÁCIA

Z hľadiska cestovného ruchu sa animáciou rozumie oživenie, resp. aktívne využívanie voľného času alebo organizovanie a vykonávanie rozličných aktivít. Ide o aktivity, ktoré majú pre zážitky človeka stále väčší význam, pretože vychádzajú z jeho prirodzenej potreby po oddychu, zábave a rozptýlení vo voľnom čase. Animáciu je možné definovať aj ako stimul pre telo, stimul pre myseľ a hľadanie sociálnej aktivity.

Animácia je aktuálna pre jednotlivé zariadenia alebo strediská cestovného ruchu. Ako súčasť svojho produktu ju môže ponúkať dodávateľ služieb, hlavne ubytovacie zariadenie, ktoré má podmienky na jej zabezpečenie. Animácia môže byť aj súčasťou produktu sprostredkovateľov a organizátorov služieb cestovného ruchu, hlavne cestovných kancelárií.

Čas	Animačná aktivita	Miesto konania
10.00	Maľovanie tričiek	Ateliér
10.00	Strečing	Miesto pri vstupe na pláž
10.15	Lukostreľba	Športový areál pri pláži
10.30	Stolný tenis	Terasa
10.45	Plážový volejbal	Pláž
11.00	Petanque	Pláž
11.15	Tradičná grécka kuchyňa	Bar pri bazéne
11.30	Vodná gymnastika	Bazén
12.15	Koktejlová hra	Bar pri bazéne
15.15	Výroba priveskov	Ateliér
15.15	Kurz windsurfingu	Pláž
15.30	Turnaj dňa – biliard	Bar pri bazéne
15.30	Vodné pólo	Bazén
16.00	Šípky	Športový areál pri pláži
16.00	Turnaj v kartách	Lobby bar
16.15	Hudobný kvíz	Bar pri bazéne
16.30	Basketbal	Športový areál pri pláži
16.30	Výučba samby	Terasa
17.30	Futbal	Športový areál pri pláži
18.00	Aerobik	Fit areál

Tabuľka 1 Príklad denného programu klubovej animácie

3.1 Ciele animácie

Základným východiskom pre plánovanie animačných aktivít sú motívy účasti na cestovnom ruchu s cieľom uspokojiť určité potreby. Takými potrebami môžu byť potreby pohybu a športu, spoločenskej komunikácie a zábavy, tvorivej sebarealizácie, ďalšieho vzdelávania, poznávania, dobrodružstva, odpočinku, uvoľnenia a podobne.

Prvotným cieľom animácie je obohatenie voľného času počas dovolenky. Ako ďalšie ciele animácie možno označiť aj:

- povzbudenie vlastnej aktivity
- rozšírenie kontaktov
- zintenzívnenie komunikácie
- obohatenie dovolenkových dojmov
- intenzifikácia zážitkov
- zábava
- radosť a odpočinok
- uspokojenie požiadaviek

(Orieška, 2011, strana 30-31)

3.2 Personálne zabezpečenie

K základným podmienkam zabezpečenia animácie patrí kvalitný personál. Vo všeobecnosti je ľudský faktor najdôležitejším predpokladom úspešnosti pri produkcii výkonov v cestovnom ruchu, pretože služby sa väčšinou produkujú v priamom styku s hosťom.

Organizátor animačnej aktivity v stredisku CR môže využiť služby vlastného animátora/animátorov alebo animátora/animátorov zamestnaných v ubytovacích zariadeniach, ak si pritom dodávateľským spôsobom zaobstaráva aj priestory.

Hlavné úlohy animátora sa týkajú prípravy, organizácie a realizácie animačných programov, ktoré sa ponúkajú. Animátori sa špecializujú podľa povolania, ktoré vykonávajú, napríklad na športové a pohybové aktivity, hudbu, tanec, výtvarné umenie, starostlivosť o deti a podobne. Práca animátora si preto vyžaduje náležité odborné vzdelanie. Interne alebo externe by mali profesiu animátora vykonávať len od prírody talentovaní, dobre vzdelaní, telesne a duševne trénovaní a pozitívne orientovaní ľudia.

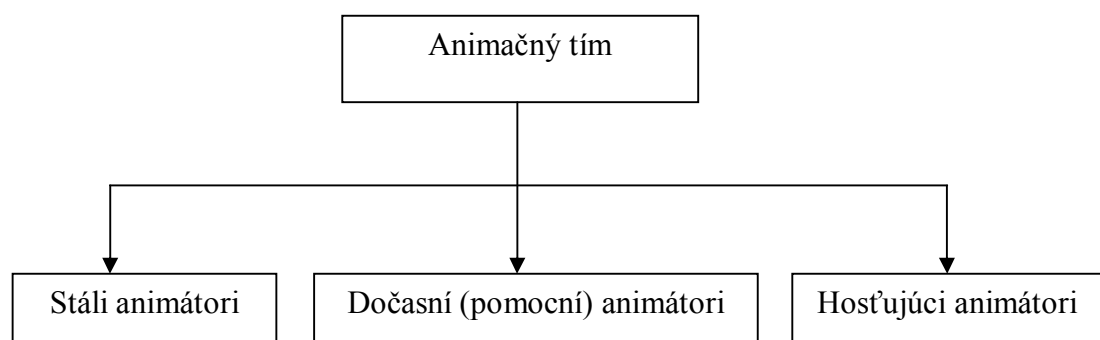
(Orieška, 2011, strana 39-41)

Animátor musí splňať odborné predpoklady a disponovať vlastnosťami, schopnosťami, poznatkami a skúsenosťami potrebnými pre vykonávanie tohto povolania. Úspešný animátor by podľa Orišky mal mať tieto vlastnosti:

- je priateľský
- srdečný
- úprimný
- trpezlivý
- pohotový
- presný
- čestný
- statočný
- ochotný pomôcť
- spoľahlivý
- hodnoverný
- plný fantázie
- sympatický
- upravený
- vie sa vyjadrovať
- je diskretný
- vyrovnaný
- má schopnosť adekvátne odhadnúť situáciu, ako aj vlastnú pozíciu
- má príjemný hlas
- verbálne vyjadrovacie schopnosti
- manuálne alebo remeselné zručnosti
- schopnosť vydržať fyzickú aj psychickú záťaž

(Oriška, 2011, strana 39-41)

Animačný tím tvoria zvyčajne 3 skupiny animátorov - stáli animátori, dočasní (pomocní) animátori, hosťujúci animátori.



Obrázok 4 Zloženie animačného tímu

Stáli animátori pracujú počas celej sezóny, čo v praxi môže znamenať 4-12 mesiacov počas roka, v závislosti od dĺžky hlavnej sezóny v hoteli alebo stredisku CR.

Dočasní (pomocní) animátori pracujú v hoteli alebo stredisku CR prevažne počas prázdninových mesiacov (4-10 týždňov).

Hosťujúcimi animátormi sú krátkodobo pôsobiaci zamestnanci, prevažne hudobný umelci alebo profesionálni športovci, ktorí sú súčasťou animačného tímu len 1-2 týždne.

3.3 Spôsob výberu animátora

Väčšina na Slovensku pôsobiacich CK, ktoré sa zaoberajú tematikou detí a detskej animácie využíva na získanie nových členov do animačných rád školiace víkendové podujatia. Tieto víkendové školenia sa zameriavajú na bližšie zistenie fyzických a psychických vlastností a kladov jednotlivých záujemcov o prácu animátora.

K úspešnému získaniu statusu animátora v tej, ktorej CK je potrebných zopár krokov. Prvým je logicky prihlásenie sa na školenie formou prihlasovacieho formuláru. S týmto je spojený aj druhý krok – uhradenie registračného poplatku, ktorý bude pokrývať náklady spojené so školením – náklady na ubytovanie a stravu.

Na samotnom školení je záujemca oboznámený s fungovaním CK a jej pobytov (školy v prírode a detské letné tábory). Celé školenie je vedené prevažne skupinou už v CK pracujúcich skúsených animátorov, ktorí majú bohaté skúsenosti s animáciou, ako aj s rôznymi neľahkými situáciami, ktoré môžu nastať pri práci s deťmi. Počas školiaceho víkendu si potenciálny animátor vyskúša rôzne situácie a animačné aktivity (hry, súťaže, divadielka a mnohé iné) ako z pohľadu dieťaťa, tak z pohľadu svojich starších a skúsenejších kolegov. Neraz je konfrontovaný s modelovými situáciami, či záludnými otázkami, aby bola pozorovaná jeho reakčná schopnosť.

Celý proces školenia na báze Assessment centra býva ukončený samohodnotením účastníkov, kedy každý zo zúčastnených určí niekoho z „kolegov nováčikov“ ako najideálnejšieho kandidáta na prácu v animačnom kolektíve. Svoje hodnotenie vyjadria aj vedúci. Následne sú účastníci zaradení do databázy animátorov danej CK, odkiaľ personalisti CK nominujú animačný tím, podľa vhodnosti na jednotlivé pobyty.

3.3.1 Podmienky pre animátora

Animátor v škole v prírode:

- maturant alebo vysokoškolák
- minimálny vek je nad 18 rokov
- správny prístup k deťom
- vysoká schopnosť motivácie detí k aktivite a angažovaniu sa
- tímový hráč
- otvorenosť pre spoluprácu
- bezkonfliktnosť
- aktívny prístup
- účasť na osobnom pohovore

Oddielový vedúci (animátor v letnom tábore):

- maturant alebo vysokoškolák
- minimálny vek je nad 18 rokov, optimálny vek je nad 21 rokov
- dostatočná skúsenosť v práci s deťmi a mládežou v príslušnom veku, v závislosti od cieľovej skupiny daného tábora
- správny prístup k deťom a mládeži
- pri animácii mladežníckych oddielov zvládanie problematických situácií a prešľapov zo strany teenagerov a schopnosť ich adekvátne riešiť
- tímový hráč
- otvorenosť pre spoluprácu
- bezkonfliktnosť
- aktívny prístup
- účasť na víkendovom školení pre animátorov

3.4 Materiálne zabezpečenie

Materiálne zabezpečenie animačných aktivít predpokladá existenciu vhodných a kapacitne postačujúcich priestorov a obstaranie potrebných pomôcok na vykonávanie konkrétnych animačných aktivít v exteriéri alebo interiéri.

Priestory v exteriéri majú obmedzenú využiteľnosť vplyvom počasia a ročných období. Výhodou interiérových priestorov je neobmedzená využiteľnosť bez ohľadu na poveternostné vplyvy alebo sezónu. V strediskách CR sa po dohovore s vlastníkom alebo prevádzkovateľom môžu využívať priestory patriace jednotlivým ubytovacím zariadeniam, napríklad stravovacie alebo iné prenajímané priestory.

Niektoré animačné aktivity, predovšetkým pri realizácii detských táborov, vyžadujú materiály nevyhnutné na ich vykonávanie. Najnáročnejšími sú tvorivé aktivity, vzdelávanie, poznávanie a objavovanie. Vyžadujú rôznorodé pomôcky, napríklad na vykonávanie ručných prác alebo zabezpečenie prenájmu audiovizuálnej techniky, pokiaľ ňou nedisponuje zariadenie poskytujúce prenajímaný priestor.

(Orieška, 2011, strana 42)

3.5 Animačné aktivity

- pohybové a športové
- spoločenské a zábavné
- tvorivé
- vzdelávacie a poznávacie
- dobrodružné
- meditatívne

3.6 Animácia pre deti a mládež

Animačné aktivity pre deti a mládež sú na jednej strane podobné s odbormi animácie pre dospelých, na druhej strane vyžadujú a majú svoje osobitosti. Často sa zdá ich organizovanie jednoduché a zabúda sa, že ponuka programov počas prázdnin musí byť iná ako v predškolských a školských zariadeniach, pretože postavenie detí a mládeže v spoločnosti nie je ani jednoduché, ani ľahké.

Prázdniny sú v porovnaní s bežnými dňami výnimočné, pretože umožňujú učiť sa niečo nové, rozvíjať sa. Školské požiadavky, neustále hodnotenie výkonov, konkurenčný tlak a ďalšie problémy odpadajú, strácajú sa pocity strachu. Nové prostredie budí zvedavosť, chuť objavovať, podnecuje k novým aktivitám a tvorivosti. Na vykonávanie aktivít je aktuálna dobrovoľnosť a nie povinnosť. Mnohé samozrejmé skúsenosti dospelých sú pre deti nové, pretože ich ešte neprežili. Takými zážitkami môžu byť chodenie naboso po tráve, zodpovedať za niečo a podobne. Deti sa musia identifikovať s mnohým, dovedy neobvyklým. Pred novými situáciami sú blokované, preto potrebujú porozumenie animátora. Úloha detského animátora a jeho činnosť má svoje mnohé osobitosti. Skúsenosť potvrdzuje, že inscenovanie veľkolepých zážitkov len animátorom zoslabuje alebo obmedzuje vlastnú iniciatívu detí a naopak, nepripravenosť žiadneho programu animátorom a očakávanie len vlastnej iniciatívy a činnosti detí prináša zase nudu, apatiu, nezáujem a zvýšenú agresivitu detí. Detský animátor sa preto musí naučiť plánovať program spoločne s deťmi. Žiadny program je práve tak veľkou chybou, ako príliš bohatý program. Záujmu sa tešia hlavne programy zamerané na tvorivú činnosť detí, umožňujúce získať nové skúsenosti, uznanie v skupine, dobrodružné. Podujatia pre deti a mladistvých by mali zodpovedať ich veku a predpokladaným záujmom. Deťom je vhodné vyčleniť akúsi herňu, najlepšie v blízkosti reštaurácie (jedálne), v ktorej si môžu rodičia najmä po večeri posediať a deti sa môžu

hrať. V herni sú pre deti žiaduce spoločenské hry, televízor, ktorý slúži na sledovanie detských televíznych programov, ale aj detských vzdelávacích a zábavných programov.

Mládežnícky program pre vekovú skupinu 12 až 16 ročných sa musí výrazne odlišovať od detského programu ako aj programu pre dospelých. Pubertálny vek vedie na jednej strane k úplnému odmietaniu detského programu, na druhej strane však aj „konzervatívne“ spôsoby myslenia rodičov alebo dospelých. Juniori žijú a chcú svoj „vlastný svet“, mimo spoločnosť dospelých, ale aj malých detí. Chcú sa odlišovať, provokujú a odmietajú okolie, snažia sa imponovať, robiť niečo bez rodičov, robiť niečo nové (aj zakázané), získavať skúsenosti. Preto je potrebné osloviť ich vhodným mládežníckym programom, v ktorom je možné nájsť napríklad počúvanie hudby, diskotéky, večierky, športové podujatia, dobrodružné výlety a mnohé ďalšie, avšak vždy určené len tejto vekovej skupine.

(Orieška, 2011, strana 49-50)

4 METÓDY ANALÝZY POUŽITÉ V PRÁCI

4.1 Ukazovatele rentability

Ukazovatele rentability komplexne informujú o úspešnosti podnikateľskej činnosti. V čítateľi sa vždy nachádza **čistý zisk** alebo jeho modifikácia.

Z pomeru čistého zisku a vloženého kapitálu môžeme určiť efektívnosť jeho využívania. Podľa toho aký kapitál použijeme delíme ukazovatele na **rentabilitu tržieb, aktív (ROA)** a **vlastného kapitálu (ROE)**.

Rentabilita tržieb je ukazovateľ, ktorý udáva aký veľký zisk dosiahne spoločnosť z jednej koruny tržieb.

$$\text{Rentabilita tržieb} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{celková tržba}} \times 100 \quad (v \%)$$

Rentabilita aktív nás informuje o efektívnosti využívania kapitálu, bez ohľadu na jeho zdroj financovania. Hodnota tohto ukazovateľa by mala preyšovať náklady spojené s jeho vlastnením.

$$\text{Rentabilita aktív} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{celkové aktíva}} \times 100 \quad (v \%)$$

Rentabilita vlastného kapitálu vypovedá o efektívnosti využívania vlastného kapitálu. Výšku tohto ukazovateľa významne ovplyvňuje miera použitia cudzieho kapitálu.

$$\text{Rentabilita vlastného kapitálu} = \frac{\text{čistý zisk}}{\text{vlastný kapitál}} \times 100 \quad (v \%)$$

(Sedláček, 2010)

4.2 Ukazovatele likvidity

Pri likvidite 1. stupňa sa za prostriedky použiteľné na úhradu krátkodobých záväzkov považuje len hotovosť a krátkodobé cenné papiere (KCP), ktoré sú veľmi ľahko speňažiteľné. Pri tomto stupni likvidity nie je potrebné, aby krátkodobé záväzky boli plne kryté, pretože ich splatnosť bude nastávať postupne počas roka.

$$\text{Likvidita 1. stupňa} = \frac{\text{Hotovosť} + \text{KCP}}{\text{Krátkodobé záväzky}}$$

Likvidita 2. stupňa zahŕňa okrem hotovosti a KCP aj krátkodobé pohľadávky. Hodnota tohto ukazovateľa by sa mala pohybovať blízko hodnoty 1.

$$\text{Likvidita 2. stupňa} = \frac{\text{Hotovosť} + \text{KCP} + \text{krátkodobé pohľadávky}}{\text{Krátkodobé záväzky}}$$

Likvidita 3. stupňa alebo tiež bežná likvidita uvažuje s možnosťou použitia všetkých krátkodobých aktív na úhradu svojich krátkodobých záväzkov. Speňažiť všetky krátkodobé aktíva však väčšinou nie je možné, ak chce spoločnosť pokračovať v transformačnom procese. Potrebuje zachovať istú minimálnu výšku zásob a pohľadávok. Preto hodnota tohto ukazovateľa by sa mala pohybovať v intervale 1,5 až 2,5. Každý investor by mal spozorovať, ak hodnota tohto ukazovateľa poklesne pod hodnotu 1. V takom prípade spoločnosť financuje časť dlhodobých aktív krátkodobými záväzkami a to je porušenie zlatého bilančného pravidla.

$$\text{Likvidita 3. stupňa} = \frac{\text{Krátkodobé aktíva}}{\text{Krátkodobé záväzky}}$$

(Sedláček, 2010)

Ukazovateľ **Čistý prevádzkový kapitál** patrí medzi absolútne rozdielové ukazovatele likvidity. Vypovedá o sume speňaženého majetku, ktorý má podnik k dispozícii na zabezpečenie plynulej prevádzky. Samozrejme po prípadnom speňažení krátkodobých pohľadávok a zásob.

$$\text{ČPK} = (\text{peniaze} + \text{pohľadávky} + \text{zásoby}) - \text{krátkodobé záväzky}$$

(Dominanta)

4.3 Ukazovatele zadlženosti

Ukazovatele zadlženosti môžeme rozdeliť do troch skupín. Prvá skupina hodnotí mieru zadlženosti spoločnosti. Medzi najpoužívanejšie ukazovatele môžeme zaradiť **koeficient samofinancovania**, ktorý udáva koľko percent z aktív je pokrytých z vlastných zdrojov. Podobnú informáciu nám poskytne aj ukazovateľ **zadlženosti celkových aktív**, ktorý je vlastne doplnujúcim ukazovateľom štruktúry ku koeficientu samofinancovania. Tento ukazovateľ nás informuje aké percento z celkových aktív tvoria cudzie zdroje. Súčet percentuálnych hodnôt koeficientu samofinancovania a ukazovateľa zadlženosti celkových aktív je 100%. Prevrátením hodnoty koeficientu samofinancovania dostávame ďalší ukazovateľ nazývaný **finančná páka**.

$$\text{Koeficient samofinancovania} = \frac{\text{vlastný kapitál}}{\text{aktíva}} \times 100 \quad (v \%)$$

$$\text{Celková zadlženosť} = \frac{\text{cudzie zdroje}}{\text{aktíva}} \times 100 \quad (v \%)$$

$$\text{Finančná páka} = \frac{\text{aktíva}}{\text{vlastný kapitál}}$$

Za vysokú zadlženosť sa považuje hodnota nad 50%. Druhá skupinu ukazovateľov hodnotí štruktúru zadlženosti a pomáha nám tak pochopiť v akom pomere tvoria dlh krátkodobé a dlhodobé záväzky.

$$\text{Dlhodobá zadlženosť} = \frac{\text{dlhodobé záväzky}}{\text{aktíva}} \times 100 \quad (v \%)$$

$$\text{Krátkodobá zadlženosť} = \frac{\text{krátkodobé záväzky}}{\text{aktíva}} \times 100 \quad (v \%)$$

Okrem miery a štruktúry musíme analyzovať aj schopnosť znášať túto zadlženosť, ktorú hodnotí tretia skupina ukazovateľov. Ukazovateľ **úrokového krytia** hovorí koľko krát je spoločnosť zo zisku pred úrokmi a zdanením (EBIT) pokryť úrokové náklady spoločnosti. Optimálna hodnota tohto ukazovateľa je okolo úrovne 8. Zvýšená opatrnosť sa odporúča pri hodnotách nižších ako 3.

$$\text{Úrokové krytie} = \frac{\text{EBIT}}{\text{úrokové náklady}}$$

(Sedláček, 2010)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 CK BOMBOVO

5.1 Profil spoločnosti

Cestovná kancelária Bombovo funguje na slovenskom trhu už 16. rok. Od roku 1997 sa táto spoločnosť riadi mottom: Všetko najlepšie deťom. Jej cieľom je vytvárať produkty plné zážitkov, zábavy, pohody a smiechu. Využíva pri tom aplikovanú zážitkovú pedagogiku, špecializované animačné programy a individuálny prístup ku zákazníkovi.

Informácie z Obchodného registra Okresného súdu Nitra:

Obchodné meno: **BOMBOVO, cestovná kancelária, s.r.o.**

Sídlo: Za Humnami 35, 949 01 Nitra

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Predmet činnosti:

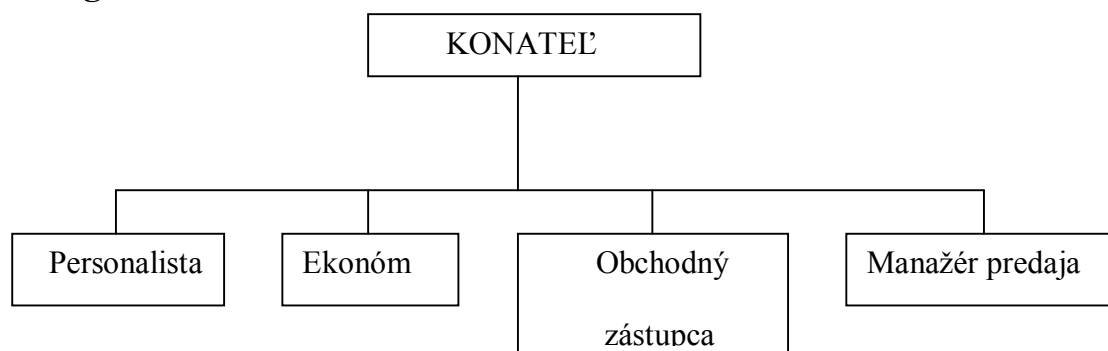
- prevádzkovanie cestovnej kancelárie
- organizovanie športovej a kultúrnej činnosti
- vydavateľská činnosť
- videotvorba
- reklamné činnosti
- kúpa tovaru na účely jeho predaja konečnému spotrebiteľovi (maloobchod) alebo iným prevádzkovateľom živnosti (veľkoobchod)
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti obchodu
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb v rozsahu verejných kultúrnych podujatí
- sprostredkovateľská činnosť v oblasti služieb spojených so správou a prevádzkou nehnuteľností
- činnosť podnikateľských, organizačných a ekonomických poradcov
- vykonávanie mimoškolskej vzdelávacej činnosti
- organizovanie športových, kultúrnych a iných spoločenských podujatí
- prevádzkovanie športových zariadení
- ubytovacie služby v ubytovacích zariadeniach s prevádzkovaním pohostinských činností v týchto zariadeniach

CK Bombovo predstavuje prevažne inomingovú a špecializovanú CK, orientovanú najmä na CR detí a mládeže. V súčasnosti ju tvorí konateľ spoločnosti, štyria stáli zamestnanci a jeden interný brigádnik. Počtom zamestnancov sa radí teda medzi stredne veľké CK. Bombovo využíva vo veľkej miere aj prácu externých zamestnancov – študentov, lektorov, ktorí vykonávajú najmä animačné činnosti na základe uzavretej dohody o brigádnickej činnosti alebo dohody o vykonaní práce. Medzi ďalších externých zamestnancov sa radia aj zdravotníci.

Za celé obdobie svojho fungovania si CK vybuodovala stabilné postavenie na trhu. Nakoľko však CR detí a mládeže, ako jeden zo segmentov CR rýchlo napreduje, vzniklo na Slovensku viacero subjektov, ktoré predstavujú pre CK Bombovo silnú konkurenciu.

(Koščová, 2012, strana 42-43)

5.2 Organizačná štruktúra



Obrázok 5 Organizačná štruktúra CK Bombovo

Konateľ je riadiacim orgánom spoločnosti, ktorý zodpovedá za celý chod CK Bombovo. Jeho náplňou práce je vystupovanie v mene spoločnosti pri obchodno-právnych rokovaníach s obchodnými partnermi a riadenie tímu

Obchodný zástupca spoločnosti CK Bombovo je osoba, ktorá zodpovedá za plnenie legislatívnych nariadení a taktiež komunikuje s obchodnými partnermi v prípade nezrovnalostí, alebo špeciálnych požiadaviek zo strany klienta.

Náplňou práce ekonóma spoločnosti je príjem objednávok a vybavovanie zmlúv na pobyty jednotlivcov, tvorba a evidencie faktúr a spravovanie ekonomických náležitostí spojených s fungovaním CK.

Manažér predaja sa zaoberá komunikáciou so sprostredkovateľskými CK a CA a vybavuje objednávky, ktoré boli touto cestou zrealizované. Zároveň funguje ako oddelenie predaja jedného z rekreačných stredísk, ktoré CK Bombovo využíva.

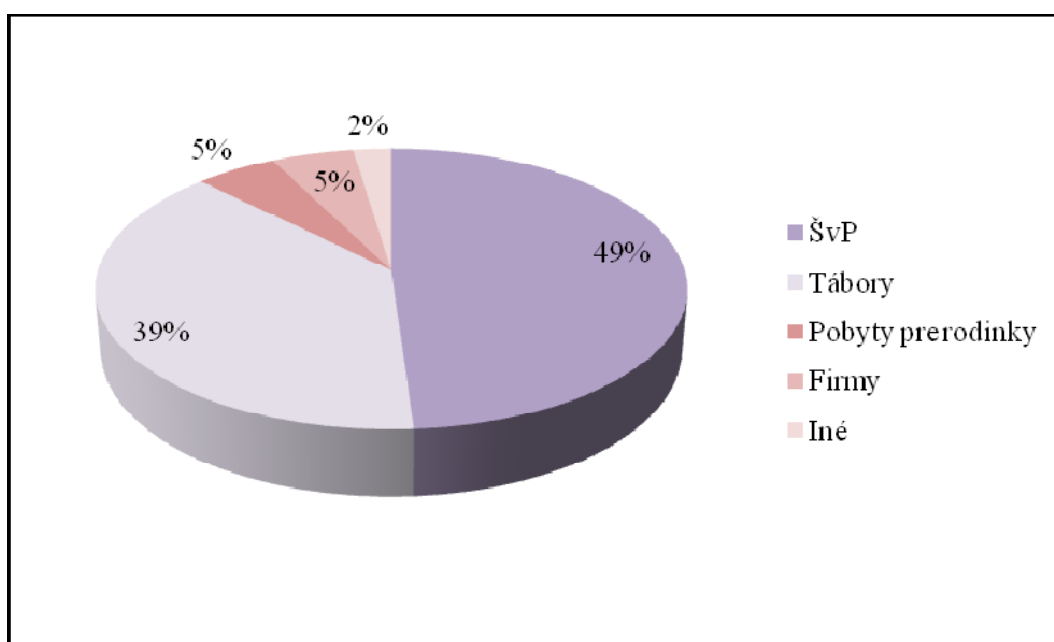
Úlohou personalistu v CK Bombovo je obsadzovanie pozícií animátorov na jednotlivých pobytoch pre deti. Zároveň sa venuje aj spravovaniu FB stránky a komunikácii s klientmi jej prostredníctvom. Čiastočne zastáva aj prácu grafika.

5.3 Portfólio produktov

Aktuálna ponuka produktov CK je diverzifikovaná na:

- letné tábory na Slovensku a v Chorvátsku
- denné letné tábory
- jarné a jesenné školy v prírode s animáciou a bez animácie
- lyžiarske kurzy
- školské výlety
- detské animačné a zábavné programy pre firmy
- víkendové pobyty pre rodinky
- sústredenia pre záujmové klub

Podiel jednotlivých produktov



Obrázok 6 Podiel jednotlivých produktov z celkového objemu predaja

(Koščová, 2012, strana 43-44)

5.4 Ekonomické ukazovatele

Hodnoty použité pre výpočet jednotlivých ukazateľov boli poskytnuté spoločnosťou CK Bombovo. Výkazy poskytnuté neboli, avšak hodnoty pre potreby práce sú skutočnými hodnotami uvedenými v nich.

5.4.1 Ukazovatele rentability

	<i>Rentabilita tržieb</i>	<i>Rentabilita aktív</i>	<i>Rentabilita vlastného kapitálu</i>
2011	0,86%	8,79%	nie je možné vypočítať
2012	-7,55%	-61,60%	nie je možné vypočítať

Tabuľka 2 Ukazovatele rentability

Zhodnotenie

Výsledky výpočtov poukázali na fakt, že jednotlivé ukazovatele rentability vykresľujú CK Bombovo ako nerentabilnú firmu. Hlavným problémom celej situácie sú nepriaznivé výsledky hospodárenia, najmä za rok 2012, kedy CK vykázala stratu vo výške 27 808 €. Rok predtým síce vykázala zisk, ale len vo výške 3 456 €, čo je vzhľadom na veľkosť tržieb zanedbateľné percento. Vplyvom zlých výsledkov hospodárenia a teda celkovou výškou kumulovanej straty, nastala situácia, že celkový vlastný kapitál je záporné číslo a preto rentabilitu vlastného kapitálu nie je možné vypočítať.

5.4.2 Ukazovatele likvidity

	Likvidita 1. stupňa	Likvidita 2. stupňa	Likvidita 3. stupňa	Čistý pracovní kapitál
2011	0,22	0,37	0,37	-32 575 €
2012	0,36	0,44	0,44	-50 595 €

Tabuľka 3 Ukazovatele likvidity

Zhodnotenie

Výsledky likvidity a čistého pracovného kapitálu ekonomický profil firmy nezlepšili. Takmer všetky výsledky jednotlivých ukazovateľov sú pod optimálnymi hodnotami. Likvidita 1. stupňa ako jediná spĺňa optimum, ktoré je v rozmedzí 0,2 – 0,6. Likvidita 2. stupňa by sa mala pohybovať na úrovni 1- 1,5 a likvidita 3. stupňa by mala dosahovať hodnotu 2-2,5. CK však nespĺňa tieto optimá pre nízke pohľadávky voči odberateľom. Nulový rozdiel medzi likviditami 2. a 3. stupňa je spôsobený 0 v kolónke zásob. Dôvodom je fakt, že služby sú neskladovateľné a teda CK nemá viesť aké zásoby. Čistý pracovný kapitál poukazuje na nesprávne financovanie aktív, kedy sú dlhodobé aktíva financované krátkodobými záväzkami.

5.4.3 Ukazovatele zadlženosti

	<i>Koeficient samofinancovania</i>	<i>Celková zadlženosť</i>	<i>Finančná páka</i>	<i>Dlhodobá zadlženosť</i>	<i>Krátkodobá zadlženosť</i>	<i>Úrokové krytie</i>
2011	-66,56%	166,56%	nie je možné vypočítať	34,54%	132,02%	5,60
2012	-122,88%	222,88%	nie je možné vypočítať	22,59%	200,28%	-12,88

Tabuľka 4 Ukazovatele zadlženosti

Zhodnotenie

Ako najhoršie vyšli ukazovatele zadlženosti, kedy výpočty odhalili, že z cudzích zdrojov je financovaný nielen dlhodobý a krátkodobý majetok, ale sú zo záväzkov financované aj nepriaznivé výsledky hospodárenia. Kumulované straty z výsledkov predchádzajúcich rokov zhoršili bilanciu vlastného kapitálu natoľko, že hodnota koeficientu samofinancovania je záporná a odstrašujúco vysoká. Logicky vyplýva, že keď ak je hodnota vlastného kapitálu záporná, tak celková zadlženosť bude nad 100%, ba v roku 2012 bola dokonca nad 200%. Výsledky finančnej páky nebolo možné vypočítať z už spomínaných záporných čísel na strane vlastného kapitálu. Dlhodobá zadlženosť za rok 2012 voči predchádzajúce-
mu roku klesla, avšak CK Bombovo zvýšilo percento krátkodobej zadlženosti.

5.5 Konkurencia

Na trhu s produktmi pre segment detí nie je CK Bombovo samo. Tento trh je rýchlo sa rozvíjajúci a preto existuje množstvo konkurenčných CK s identickými, alebo obdobnými produktmi pre detského klienta. Pre porovnanie boli vybrané 4 CK, ktoré patria medzi najznámejšie a CK ich považuje za najväčšiu hrozbu.

5.5.1 Slniečko

Informácie z Obchodného registra Okresného súdu Trenčín:

Obchodné meno: **CK Slniečko, spol. s r. o.**

Sídlo: Nábrežná 1636/16, 911 01 Trenčín

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Pôsobenie na trhu: 17 rokov

5.5.2 Wachumba

Informácie z Obchodného registra Okresného súdu Žilina:

Obchodné meno: **WACHUMBA ck, s.r.o.**

Sídlo: Ul. 29. Augusta 637/8, 036 01 Martin

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Pôsobenie na trhu: 4 roky

5.5.3 Cevarm

Informácie z Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I:

Obchodné meno: **CEVARM cestovná kancelária pre deti s.r.o.**

Sídlo: Smrečianska 15, 811 05 Bratislava

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Pôsobenie na trhu: 15 rokov

5.5.4 Twistovo

Informácie z Obchodného registra Okresného súdu Bratislava I:

Obchodné meno: **Twistovo, s.r.o.**

Sídlo: Tomášikova 3/A, 821 01 Bratislava

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

Pôsobenie na trhu: 6 rokov

5.6 Porovnanie s konkurenciou vo vybraných kritériách

V nasledujúcej kapitole bude CK Bombovo porovnané s konkurenciou na základe:

- počtu táborov
- počtu termínov táborov
- počtu pobytov pre deti od 5 do 8 rokov
- ceny pobytov pre deti od 5 do 8 rokov

5.6.1 Počet táborov

CK Bombovo	15
CK Slniečko	21
Wachumba	15
Cervarm	17
Twistovo	5

Tabuľka 5 Počet táborov

Podľa prvého kritéria sa pomyselným „víťazom“ stáva CK Slniečko, ktoré ponúka na svojich webových stránkach 21 rôznych pobytov. Druhý skončil Cervarm s počtom 17 pobytov pre deti a po 15 táborov majú v ponuke CK Bombovo a Wachumba. Dá sa povedať, že nami analyzovaná CK je v ohľade tohto kritéria relatívne vyrovnaným partnerom konkurencii.

5.6.2 Počet termínov táborov

CK Bombovo	58
CK Slniečko	49
Wachumba	24
Cervarm	44
Twistovo	10

Tabuľka 6 Počet termínov táborov

Pri porovnaní CK podľa druhého kritéria vyšlo najlepšie CK Bombovo, ktoré ponúka až 58 rôznych termínov, kedy deti a mládež môžu tráviť svoj čas na ich táboroch. Sekundatmi na trhu sú podľa tohto kritéria CK Slniečko a Cervarm, ktorých počet termínov prekročil hranicu 40. Wachumba a Twistovo v tomto ohľade mierne zaostávajú.

5.6.3 Počet pobytov pre deti od 5 do 8 rokov

CK Bombovo	1 / 4
CK Slniečko	0 / 10
Wachumba	1 / 3
Cervarm	0 / 10
Twistovo	0 / 4

Tabuľka 7 Počet pobytov pre deti od 5 do 8 rokov

V tomto hodnotení sú uvedené dve hodnoty z dôvodu, že v sledovanom vekovom rozpätí majú konkrétne pobyty iba CK Bombovo a Wachumba. Avšak všetky CK poskytujú aj pobyty, ktorých sa môže daná veková skupina zúčastniť, preto boli tieto taktiež spomenuté. Číslo pred lomkou určuje počet táborov v sledovanej kategórii ako má byť projekt, číslo za lomkou určuje celkový počet pobytov, ktorých sa deti danej vekovej kategórie môžu zúčastniť.

5.6.4 Ceny pobytov pre deti od 5 do 8 rokov

CK Bombovo – Maxiherňa to je pre mňa	149 €
CK Slniečko	---
Wachumba – Wačumbáčik	175 €
Cervarm	---
Twistovo	---

Tabuľka 8 Ceny pobytov pre deti od 5 do 8 rokov

Nakoľko ponuku v zadanej vekovej hranici majú len dve CK, tak boli porovnávané ceny len týchto dvoch CK. Cenovo výhodnejšou je „Maxiherňa“ z dielne CK Bombovo.

5.6.5 Celkové zhodnotenie

CK Bombovo pri porovnávaní s konkurenciou potvrdilo svoju pozíciu na trhu. Dokázali, že dokážu konkurovať bohatou ponukou letných pobytov pre deti a sú lídrom v počte termínov, ktoré spolu generujú všetky ponúkané produkty. Pri analýze v kapitole 5.8 budú poskytnuté bližšie informácie ohľadne vekovej kategorizácie.

Vyjadrovať sa k vybranému vekovému segmentu je náročné, nakoľko presnú vekovú hranicu, ktorá bola stanovená, splňujú iba dve z vybraných piatich CK. V tomto ohľade je cenovo prijateľnejšia ponuka CK Bombovo oproti ponuke Wachumby.

5.7 SWOT analýza

<p style="text-align: center;">Silné stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – dlhoročná tradícia – vybudované meno – stabilná pozícia na trhu – kvalita animačného programu – lojalita detí – bohatá databáza klientov – množstvo animátorov – široký výber produktov – prijateľná cena – kvalitná web stránka s online prihláškami – veľký počet partnerských ubytovacích zariadení 	<p style="text-align: center;">Slabé stránky</p> <ul style="list-style-type: none"> – slabá propagácia – zlé výsledky hospodárenia za posledné obdobie – nedostatočná kontrola – sporadické problémy s v spolupráci a niektorými ubytovacími zariadeniami
<p style="text-align: center;">Príležitosti</p> <ul style="list-style-type: none"> – teenagerské tábory – množstvo možností na propagáciu – rozšírenie pôsobnosti do nových lokalít – vytvorenie nových zaujímavých pobytov s netradičným zameraním – nové distribučné kanály 	<p style="text-align: center;">Hrozby</p> <ul style="list-style-type: none"> – rastúci počet konkurenčných CK – neustále zvyšovanie kvality konkurencie – nižšie ceny konkurencie – slabé finančné ohodnotenie animátorov – nedostatok času a energie na vyvíjanie nových projektov – nezáujem detí o letné detské tábory – zhoršujúca sa finančná situácia občanov Slovenska – legislatívne opatrenia

Tabuľka 9 SWOT analýza

5.7.1 Silné stránky

Za hlavné silné stránky sú považované najmä dlhoročná tradícia, keďže CK Bombovo pôsobí na trhu už 16 rokov, vybudované meno a priaznivá pozícia na trhu. Tohto bolo cieľené hlavne kvalitným animačným programom, ktorý zanecháva v deťoch silné zážitky a spomienky. Neraz sa vracajú kvôli dobrým skúsenostiam z predchádzajúcich rokov, alebo animátorom, ktorých si obľúbili. Táto lojalita je hnacím motorom pri tvorbe ďalších táborov. Široká databáza klientov len potvrdzuje, že o pobyty tejto CK je záujem. CK Bombovo sa snaží vyjsť v ústrety aj pre klienta prijateľnou cenou, avšak nie vždy je možné cenu tlačiť nadol. Za veľké pozitívum sa dá pokladať aj databáza animátorov, ktorá v sebe zahŕňa niekoľko desiatok skúsených animátorov a každým rokom sú do nej pridávaný noví, perspektívny ľudia so záujmom o animačnú prácu. Ďalšou zo silných stránok CK Bombovo je aj veľký počet partnerských ubytovacích zariadení, ktoré poskytujú príležitosť spoznať rôzne kúty Slovenska. Vyústením tohto všetkého je kvalitne spracovaná a priebežne aktualizovaná webová stránka, na ktorej si môžu záujemcovia pozrieť všetky potrebné informácie, ako o CK, tak aj o jednotlivých pobytoch, či ubytovacích zariadeniach. Veľkou výhodou tejto stránky je aj online prihláška na detské pobyty.

5.7.2 Slabé stránky

Za slabé stránky možno považovať v prvom rade slabú propagáciu a zlé výsledky hospodárenia z posledných rokov. Tým, že CK Bombovo sídli v Nitre, je známe predovšetkým v okolí Nitry. V ostatných regiónoch Slovenska nie je až tak známym, okrem výnimiek v podobe už existujúcich klientov. Táto situácia je zapríčinená nedostatatočným rozpočtom na reklamu, resp. propagáciu a marketing ako celok. Je možné, že je to dôsledkom zlých výsledkov z posledných rokov, kedy firma vykazuje, aj napriek dobrému menu, lojalite a záujmu o jej pobyty, záporné výsledky hospodárenia. Neraz sa stáva, že sa nenaplní očakávaná kapacita niektorých termínov a v tom prípade náklady prevýšia reálne príjmy. Ďalšie slabé stránky CK Bombovo sú spojené najmä s nedodržiavaním dohodnutých podmienok v prípade niektorých ubytovacích zariadení. Pri dosahovaní vlastných cieľov niekedy prevádzkovatelia ubytovacích zariadení obchádzajú povinnosti, ku ktorým sa zaviazali podpísaním zmluvy s CK Bombovo.

5.7.3 Príležitosti

Najväčšiu príležitosť pre CK Bombovo je vidieť vo vytvorení teenagerskeho tábora, teda pobytu so zameraním na deti vo veku od 13 do 17, prípadne 18 rokov. Malo by sa jednať o aktívny tábor plný akcie, zábavy a dobrodružstva, ktorý dokáže dokonale zaujať nástročného klienta. Príležitosťou môže však byť aj vytvorenie pobytu pre už existujúcu vekovú skupinu, avšak s tým rozdielom, že by šlo o nevšedný pobyt s netradičným zameraním. Kreativite sa medze nekladú. Posilnenie už spomínanej propagácie by mohlo napomôcť k lepšej prezentácii CK. Príležitosť je neúrekom – banery na web stránkach, prezentovanie sa na veľtrhoch, rôznych podujatiach pre deti, reklama na prostriedkoch verejnej dopravy, autobusových zastávkach a podobne. K zlepšeniu súčasnej pozície by mohlo prispieť aj hľadanie a vytváranie nových distribučných kanálov.

5.7.4 Hrozby

V otázke hrozieb hrá najväčšiu úlohu neustále vytváranie nových, menších aj väčších CK so zameraním na deti. Vyším počtom konkurenčných CK vzniká roztrieštenie trhu na viacero častí a to znamená v konečnom dôsledku menej deti pre CK Bombovo. Ak sa k tomu pridá aj nižšia cenová náročnosť konkurencie, prípadne opačne – vyššia kvalita konkurenčnej animácie, vzniká ďalšia nebezpečná hrozba pre CK. Je to podmienené nepríjemným faktom a to zhoršujúcou sa finančnou situáciou slovenských rodín. V dnešnej dobe niektoré rodiny zvažujú, či dať alebo nedat' dieťa na tábor, a preto môže rozdiel 10-20 € pri cene tábora zohrať vážnu úlohu. Iným príkladom hrozby do budúcnosti je nezaujímavosť detí o tábory ako také. V dnešnej dobe elektroniky a počítačových hier časť detí stráca nadšenie zažiť niečo zábavné, dobrodružné, netradičné a volí radšej spoločnosť virtuálnych kamarátov v počítačových hrách, či na internete. Nie príliš pozitívnu správou je aj vysoké vyťaženie zamestnancov CK Bombovo, ktoré môže spôsobiť nedostatok času na flexibilné upravovanie štruktúry táborov, vytváranie nových programových štruktúr a podobne. V neposlednom rade netreba zabúdať ani na slabé platové ohodnotenie animátorskej práce.

5.8 Dopyt po službách CK Bombovo

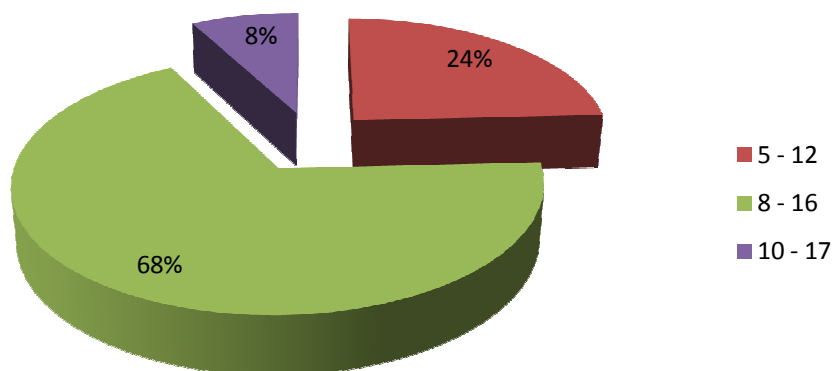
Pre zobrazenie dopytu po službách, so zameraním na zadanú vekovú kategóriu, si rozdělíme ponukovú štruktúru na základe veku:

- 5-8 rokov
- 5-12 rokov
- 8-16 rokov
- 10-17 rokov

V nasledujúcich grafoch bude možno vidieť vývoj dopytu po produktoch na základe rozdelenia zo začiatku kapitoly.

2008

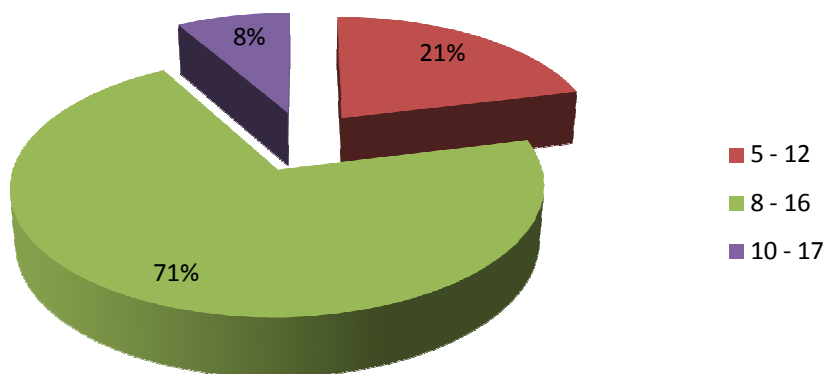
V roku 2008 prevažovala ponuka táborov so zameraním na cieľovú skupinu 8-16 rokov. Širokým rozptylom veku získala táto veková kategória najväčší podiel spomedzi ponúkaných produktov. Podieľalo sa na tomto čísle dohromady 6 produktov pre deti. Druhou najvýraznejšou kategóriou boli deti od 5 do 12 rokov, pre ktoré CK Bombovo poskytovala 2 tábory. Najmenej zaujímavou bola kategória mladých od 10 do 17 rokov.



Graf 1 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2008

2009

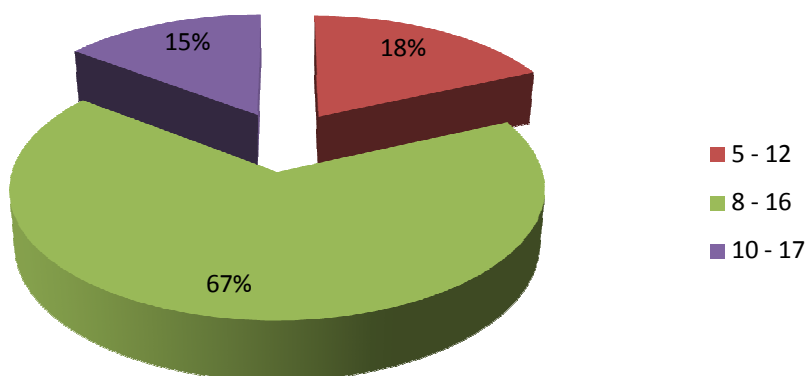
O rok neskôr sa podiel hlavnej skupiny detí (8 – 16 rokov) ešte zvýšil o 3 %. Skupina detí určená sčasti ako „cieľová“ naopak zaznamenala pokles o tieto 3%. Čo bolo dôvodom tejto skutočnosti nevedno presne určiť. Najstaršia skupinka detí si svoj podiel udržala.



Graf 2 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2009

2010

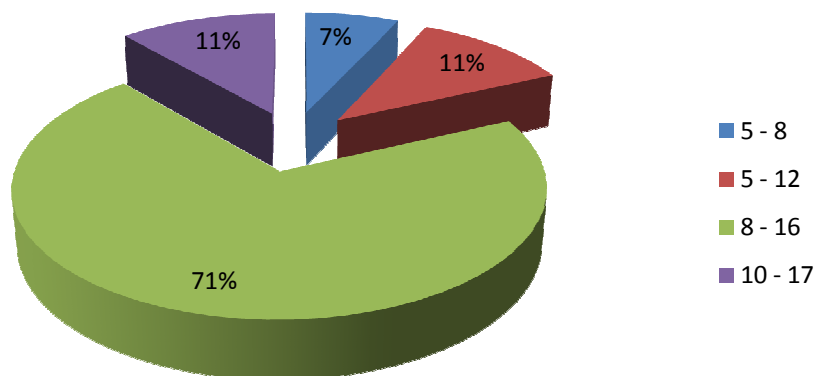
Rok 2010 bol vzostupom pre skupinu 10- až 17-ročných, kedy si pripísali podiel 15% z celkového predaja produktov. Podiel najmladšej vekovej kategórie bol len 18%. Stratila aj majoritná kategória.



Graf 3 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2010

2011

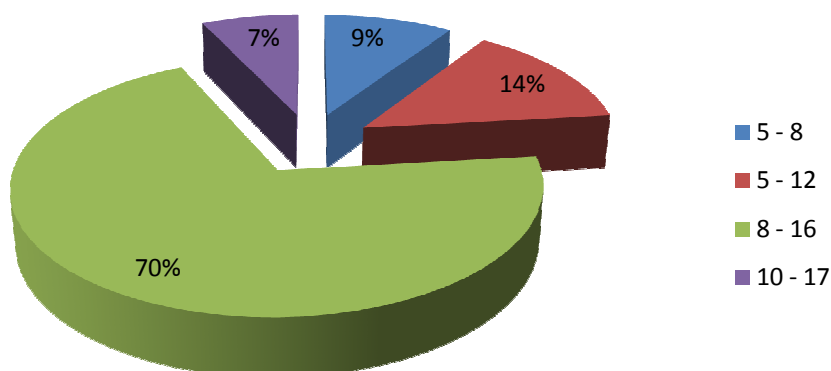
Od roku 2011 vzniká nové delenie detí na základe veku. Vyčlenila sa skupina detí od 5 do 8 rokov, ktorá je cieľovou pre projekt. Hneď na začiatku si z pôvodných 18 % z roku 2010 privlastnila 7 % z predaja produktov. Majoritnou je stále skupina od 8 do 16 rokov.



Graf 4 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2011

2012

V minulom roku sa podiel najmladšej skupiny detí zvýšil zo 7 % na 9 % a to najmä preto, že túto kategóriu zastupovali až 2 tábory. Neotrasiteľnú pozíciu má stále segment 8 až 16-ročných.



Graf 5 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2012

6 VÝSLEDKY ANALÝZY PRE PROJEKT

Výsledky analýzy potvrdili vhodnosť realizácie projektu v CK Bombovo, kedy:

Ekonomické ukazovatele hoci vyšli negatívne a z pohľadu finančného zdravia nepriaznivo, hodnoty tržieb nasvedčujú, že CK realizuje široké spektrum pobytov a výsledky boli následkom krátkodobých výkyvov na strane naplňania kapacít. Preto môže byť zavedenie nového projektu impulzom k oživeniu zlej ekonomickej situácie v CK Bombovo. Zlepšenie výsledkov hospodárenia výrazne ovplyvní aj ďalšie ukazovatele.

Porovnanie s konkurenciou preukázalo stabilitu pozície na trhu CK so zameraním na segment detí a mládeže. V konkrétnom vekovom segmente (deti od 5 do 8 rokov) je jediným konkurentom Wachumba, ktorá ponúka obdobný pobyt, avšak za výrazne vyššiu cenu. Z tohto dôvodu je potenciál nového projektu preukázateľný.

SWOT analýza zhodnocuje situáciu v CK Bombovo relatívne pozitívne, kedy silné stránky zastupuje celá rada podnikateľsky zaujímavých argumentov. Naopak hlavnou slabinou CK sú zlé hospodárske výsledky za posledné obdobia.

Dopyt po produktoch CK Bombovo naznačuje podiel záujmu pre jednotlivé vekové kategórie pobytov. Tieto čísla sú len relatívne, pretože skladba sortimentu je každý rok odlišná a podielové čísla kolíšu v určitých rozmedziach. Segment detí pre ktorý je projekt navrhovaný si za roky 2011 a 2012 pripísal priaznivé podielové hodnoty. Je predpoklad, že zavedením nového projektu môže toto číslo ešte stúpnuť.

7 PO STOPÁCH DRAKA SMIECHOŤÁKA

7.1 Popis projektu

Zadaním projektu je vytvorenie a implementovanie letného pobytu pre deti v konkrétnej CK. Nasledujúci projekt bude realizovaný v CK Bombovo a názov pobytu znie „Po stopách draka Smiechoťáka“. Ide o pobyt pre deti, ktorý môže byť pre potreby danej CK použitý buď ako škola v prírode, alebo letný tábor. V prípade školy v prírode pôjde o 5-dňový pobyt pre deti MŠ a 1. stupňa ZŠ. Pri realizácii projektu vo forme letného tábora, pôjde o 7-dňový pobyt pre deti vo veku od 5 do 8 rokov.

7.2 Zadávateľ projektu

Obchodné meno: **BOMBOVO, cestovná kancelária, s.r.o.**

Sídlo: Za Humnami 35, 949 01 Nitra

Právna forma: Spoločnosť s ručením obmedzeným

7.3 Ciele projektu

Cieľom projektu je vytvorenie zábavného pobytu pre deti predškolského a ranného školského veku, ktoré majú záujem podieľať sa na bádani a objavovaní tajomstiev zahrnutých v programe. Z ekonomického hľadiska by malo ísť o projekt, ktorý svojou činnosťou bude ziskový a napomôže tak k lepším výsledkom hospodárenia spoločnosti. Snahou projektu bude umiestnenie tohto nového pobytu pre deti do rekreačného strediska na území Slovenska, ktoré ešte nie je zaradené medzi partnerskými strediskami CK Bombovo. Malo by ísť o stredisko, ktoré dokáže poskytnúť nielen ubytovací štandard ale aj možnosti na realizáciu kvalitného animačného programu – spoločenská hala, turistické chodníčky v okolí a podobne.

7.4 Harmonogram projektu

Harmonogram projektu je spracovaný pomocou softvéru MS Project a jeho grafické vyobrazenie je v Prílohe I. Nakoľko sú všetky práce, spojené s projektom, súčasťou pracovnej náplne pracovníkov CK, alebo na to určeného praktikanta, nebudú uvedené mzdové náklady spojené s jednotlivými prácami.

7.5 Fázy projektu

7.5.1 Výber strediska

Prvou a základnou fázou je výber strediska na ktorom by sa daný projekt mohol uskutočniť. Vzhľadom na slabú obsadenosť v oblasti Stredného Považia, bude hlavným cieľom toto územie Slovenska. Nie je to však podmienkou. Vyhľadávanie vhodných stredísk je záležitosťou všetkých pracovníkov CK.

7.5.1.1 Opatová

Rekreačné zariadenie chata Opatová poskytuje ubytovanie v hlavnej chate pri jazere a v chatkách. Ubytovanie v hlavnej chate pri jazere je možné v 4 apartmánoch a 2-3 lôžkových izbách. Izby sú vybavené umývadlom, sociálne zariadenie a sprchy sú na chodbe.

Chatky sú situované v samostatnej časti areálu, kde ponúkajú pohodu a súkromie. Sú vybavené vlastným sociálnym zariadením a sprchovacím kútom.

Cenník ubytovania

Apartmán	30,- €
2 lôžková izba	10,- € / osoba
3 lôžková izba	9,- € / osoba
4 lôžková izba	8,- € / osoba
lôžko na chatke na 1 noc	12,- €

Tabuľka 10 Cenník ubytovania Opatová

Školy v prírode a detské tábory

Školy I. stupeň 11,75 €

Školy II. stupeň 12,- €

(Chata Opatová, 2011)

7.5.1.2 *Gilianka*

Chata sa nachádza v Bolešovskej doline - malebnom prostredí v objatí hôr. Lokalita je súčasťou Bielych Karpát, kde na dosah máme miesta so vzrušujúcim výhľadom na Považie, romantický šum bystriny Plešivice, či majestátne postavenie bráľ Vršatca sa zrúcaninami hradu. Nenáročný terén s množstvom prírodných krás Vám zaručí že si odnesiete nádherné zážitky strávené na Chate Gilianka.

Ubytovanie

Chata je trojpodlažná, murovaná s centrálnym vykurovaním a teplou vodou. Ubytovanie v 2-, 3- a 4- posteľových izbách. Vybavenie izby - WC, sprchový kút, umývadlo. Prístup z chodby, samostatný vstup. Nádherný výhľad na vodnú nádrž a les.

Stravovanie

Závodné stravovanie

Priestory

Jedáleň- veľká sála, kapacita 100 osôb.

Spoločenské miestnosti - nachádzajú sa na 2. a 3. poschodí. Vhodné tiež na školenia alebo pre uzavreté spoločnosti.

Furmanská izba - atraktívna izba zariadená vo vidieckom štýle, vhodná na posedenia s max. počtom 30 ľudí.

Krytá terasa - príjemné posedenie " na vzduchu ", no pršať na Vás nebude.

Denný bar - široký sortiment alko nealko nápojov, v letnej sezóne čapované pivo.

Cenník

Ubytovanie dospelí	11,62 € / lôžko / noc
Ubytovanie deti do 10 rokov	8,3 € / lôžko / noc
plná penzia	10 €
polpenzia	6 €
detská plná penzia	7,3 €
detská polpenzia	4,32 €

Tabuľka 11 Cenník služieb Gilianka

(Chata Gilianka, 2010)

7.5.1.3 Vršatec

Hotel Vršatec ponúka hosťom ubytovanie o kapacite 60 lôžok. Izby sú jednolôžkové, dvojlôžkové a trojlôžkové. K dispozícii je apartmán s kuchynkou a kúpeľnou s masážnou vaňou. Jedna z izieb na prízemí je upravená pre pohyb imobilného hosťa. Pre turistov máme turistické ubytovanie.

K vybaveniu každej izby patrí:

- sprcha / alebo vaňa / WC
- telefón
- pripojenie na internet (podľa želania)
- televízia
- písací stolík
- budík s rádiom

Cenník

Jednoposteľová izba	30,- €
Dvojposteľová izba	40,- €
Turistické ubytovanie	14,-€ / lôžko
Prístelka	14,- €
Apartment	80,- €
Raňajky	2,5,- €
Polpenzia	9,- €
Plná penzia	15,- €

Tabuľka 12 Cenník služieb Vršatec

(Hotel Vršatec, 2013)

7.5.1.4 Lomy

Horský hotel umožňuje ubytovanie v zrekonštruovaných izbách so sociálnym zariadením a možnosťou prístelky, ktoré sa nachádzajú v podkroví alebo v hlavnej časti budovy. K dispozícii je 22 izieb - 14 dvojlôžkových, 6 trojlôžkových, 1 štvorlôžková, 1 šesťlôžková izba. Celková kapacita 56 lôžok (s prístelkami až 90).

V okolí hotela sa nachádza 16 zrubových chatiek. Každá chatka má 2 lôžka v prízemí s možnosťou prístelky, 4 lôžka v podkroví a vlastné sociálne zariadenie. Celková kapacita je 112 lôžok.

V rozsiahlom areáli hotela a chatovej osady situovanom v nádhernej prírode je hosťom k dispozícii vonkajší bazén s rozmermi 15 x 9 x 1,2 m, antukové ihrisko, veľký amfiteáter so zastrešeným pódium a ohnisko.

Svojou polohou umožňuje turistické vychádzky do okolia, kde je možnosť sa napojiť na turistický chodník Ponitrianskej magistrály s výstupom na pohorie Vtáčnik (1346 m) po 3,5 hodinovej túre. Jedným z cieľov vychádzky sa môže stať Agrocentrum Roľan - Veľké Pole - chov koní. Horské cesty umožňujú bohatú cykloturistiku.

Cenníky

Hotel (pobytový deň)	dospelí	deti do 12 r.
s plnou penziou	24,00 €	16,00 €
s polpenziou	19,00 €	13,00 €
Chatky (pobytový deň)		
s plnou penziou	21,00 €	14,00 €
s polpenziou	16,00 €	11,00 €
Ubytovanie (lôžko)		
hotel	12,00 €	9,00 €
chatka	9,00 €	7,00 €
(cena za chatku min. 30,00 €)		

Tabuľka 13 Cenník ubytovania Lômy

Stravovanie		
raňajky	3,00 €	2,00 €
obed	5,00 €	3,00 €
večera	4,00 €	2,00 €

Tabuľka 14 Cenník stravovania Lômy

Tábory, sústrezenia	Hotel	Chatky
deti od 3 do 15 r.	15,50 €	13,50 €
deti od 15 do 18 r. a dospelí	17,50 €	15,50 €
Na každých 10 detí 1 pedagogický dozor (učiteľ, tréner, lektor) zdarma		
Deti strava 5 x denne		
Dospelí strava 3 x denne		

Tabuľka 15 Cenník pre tábory a sústrezenia

(Hotel Lomy)

Zhrnutie

Podľa subjektívneho zhodnotenia zo strany CK Bombovo, za najvýhodnejšiu ponuku bolo stanovené rekreačné stredisko Lomy v obci Horná Ves neďaleko Partizánskeho. A to hlavne pre jeho dobré vybavenie - bazén, amfiteáter, ihrisko; ideálnu lokalitu s krásnym okolím a možnosti vyžitia aj mimo areál strediska - množstvo turistických chodníčkov. Svoju úlohu zohrala aj ponuka ubytovania v chatkách, ktoré sú medzi táborníkmi obľúbeným spôsobom ubytovania.

7.5.2 Obchodné podmienky

Druhou fázou je dohodnutie podmienok, za ktorých bude stredisko Lomy poskytovať ubytovacie kapacity pre CK Bombovo, keďže pôjde o dlhodobú spoluprácu. V plánoch CK je využitie strediska počas mesiacov máj a jún na realizáciu projektu formou škôl v prírode a počas letných mesiacov (júl a august) vo forme letného tábora pre deti. Túto fázu má na starosti samotný konateľ spoločnosti, ktorý má najväčšie skúsenosti ohľadne rokovaní o obchodných podmienkach.

Vyjednané podmienky

Poplatok za 1 noc s plnou penziou pre 1 dieťa do 10 rokov	12 €
---	------

Tabuľka 16 Obchodné podmienky

7.5.3 Programová štruktúra



PONDELOK

10:00 – kontrola MTZ

11:00 – príchod detí na stredisko, ubytovanie

12:00 – obed

12:30-14:00 – oboznámenie sa s predstavami učiteliek o animačnom programe

14:00-18:00 – poobedný program

- Príbeh o drakovi Smiechoťákovi
- Rozlosovanie do tímov
- Výroba tímových vlajok - slúžia na označenie bunkru - miesta odkladania vajíčok, pokladov...
- Stavanie tímových bunkrov
- Zábavné hry - priložený zoznam hier, vyber podľa veku, počasia, miest...

18:00 – večera

19:00 – večerný program

- Prvé dračie posedenie
- Diskotéka spojená s hrami: stoličky, sochy, molekuly..., kamoš tanec – zrealizuj jednoduchú choreografiu podľa Tvojich schopností vid' školenie
- Ukázať mapu okolia - slúži na denné objavovanie záhadných značiek na mape, podľa ktorých deti nájdu ...hada, vranu, draka

UTOROK

8:00 – raňajky

9:00-14:00 – príprava na poobedný program

12:00 – obed

14:00-18:00 – poobedný program

- Značka na mape
- Preskúmanie a hľadanie miesta označeného značkou na mape - objavenie hada Darmošľapa, lenivca a jeho odkazu
- Presun hada terénom so zviazanými (zatvorenými) očami - vytvorenie hniezda a uloženie hada
- Zlaňovanie, člnkovanie, rybolov, stopovanie

18:00 – večera

19:00 – večerný program

- Večerné dračie posedenie, vyhodnotenie dňa
- Čítanie Smiešnej pošty, hry so zameraním na smiech a zábavu
- Tajná nočná nákaza lenivosťou - so súhlasom pedagóga pomaľovanie detí počas spánku

STREDA

Prebudenie do lenivosti - deti majú po tvárach čudesné fľaky - nakazili sa lenivosťou od hada Darmošľapa

8:00 – raňajky

9:00-14:00 – príprava na poobedný program

12:00 – obed

14:00-18:00 – poobedný program

- Značka na mape
- Preskúmanie oblasti, kde sa nachádza značka - objavenie Vransy Špindľúrky
- Vrana Špindľúrka zanechá odkaz - liečivý odvar, večer sa deti musia umyť liečivým odvarom a už nebudú leniví

18:00 – večera

19:00 – večerný program

- Večerné dračie posedenie, vyhodnotenie dňa
- Čítanie Smiešnej pošty
- Hry Albi, PS3, Wii, 3D puzzle
- Náramky pomocou bužírok, korálok, figúrky z konárikov

ŠTVRTOK

8:00 – raňajky

9:00-14:00 – príprava na poobedný program

12:00 – obed

14:00-18:00 – poobedný program

- Značka na mape
- Preskúmanie oblasti, kde sa nachádza značka-objavenie odkazu draka Smiechoťáka

18:00 – večera

19:00 – večerný program

- Večerné dračie posedenie
- Vyhodnotenie celého týždňa a odmeňovanie detí
- Čítanie Smiešnej pošty
- Diskotéka

PIATOK

8:00 – raňajky

9:00 – balenie sa

10:00 – odchod detí zo strediska

10:30 – kontrola MTZ na stredisku

7.5.4 Personálna a materiálová náročnosť

So samotnou realizáciou programovej štruktúry projektu súvisia aj určité personálne a materiálne povinnosti, ktoré treba splniť pre plnohodnotný zážitok z animácie. Naplnenie potrieb tejto fázy má na starosti hlavne personalista firmy. On má na starosti zaobstaranie materiálu potrebného na výkon animácia, ako aj samotnú nomináciu animátorov na pobyt.

7.5.4.1 Personálna náročnosť

V oblasti personálnych záležitostí je potrebné určenie adekvátneho počtu animátorov. Toto závisí najmä od počtu detí, ktoré sa majú pobytu zúčastniť. Následne je nevyhnutné nominovanie príslušného počtu animátorov. Z týchto je jeden vždy určený ako vedúci, ktorý je nadsadený nad ostatnými a preberá hlavnú zodpovednosť za program.

Základná matematická rovnica na výpočet počtu animátorov potrebných na uskutočnenie pobytu je pre väčšinu CK jednoduchá:

- *školy v prírode*: počet detí delené 15 sa rovná počet animátorov
- *tábory*: počet detí delené 10 sa rovná počet animátorov

7.5.4.2 Materiálna náročnosť

Pre zabezpečenie projektu sú dôležitými aj materiálne náležitosti, kedy animátor dostáva širší priestor pre animáciu a môže lepšie pripraviť program autentický s témou pobytu.

K realizácii tohto projektu sú nedeliteľnou súčasťou animácie nasledujúce animačné propriety:

- výsledková tabuľa
- tabuľa na pripravenie mapy
- fixky na tabule
- plyšový had Darmošľap
- kostým vrany Špindúrky
- kostým draka Smiechoťáka
- kancelárske papiere
- lepiaca páska
- nožnice
- krabica na poštu
- balenie 100 ks plastových guľičiek
- trúbka na budíček

7.5.5 Kalkulácia nákladov

Jednou z finálnych fáz pred realizáciou projektu je zhotovenie kalkulácie nákladov, ktoré bude nevyhnutné vynaložiť na zabezpečenie všetkých zložiek animácie a záležitostí spojených s ubytovaním a stravou. Túto má na starosti prevažne ekonóm spoločnosti v spolupráci s konateľom.

Náklady na ubytovanie a stravu.....	12 € / osobu / noc
Náklady potrebné na zabezpečenie animácie.....	1,7 € / osobu
Mzdové náklady animátorov.....	10 € / 10 (15) detí / deň
Poistenie proti úpadku.....	0,1 € / osobu / noc

Škola v prírode (kapacita 50 detí)

Náklady na ubytovanie a stravu.....	$12 \text{ €} * 50 * 4 = 2\,400 \text{ €}$
Náklady potrebné na zabezpečenie animácie.....	$1,7 \text{ €} * 50 = 85 \text{ €}$
Mzdové náklady animátorov.....	$10 \text{ €} * 3 * 5 = 150 \text{ €}$
Poistenie proti úpadku.....	$0,1 \text{ €} * 50 * 4 = 20 \text{ €}$
SUMA.....	2 655 €

Letný tábor (kapacita 30 detí)

Náklady na ubytovanie a stravu.....	$12 \text{ €} * 30 * 6 = 2\,160 \text{ €}$
Náklady potrebné na zabezpečenie animácie.....	$2,4 \text{ €} * 30 = 72 \text{ €}$
Mzdové náklady animátorov.....	$10 \text{ €} * 3 * 7 = 210 \text{ €}$
Poistenie proti úpadku.....	$0,1 \text{ €} * 30 * 6 = 18 \text{ €}$
SUMA.....	2 460 €

7.5.6 Kalkulácia ceny

Po vykalkulovaní celkových nákladov spojených s realizáciou projektu, nastáva priestor pre kalkuláciu jednotkových nákladov s vyústením v podobe ceny produktu. Následne ako budeme mať vypočítané ceny jednotlivých foriem projektu, vhodným faktorom je aj zistenie bodu zvratu, inak povedané - zistenie minimálneho počtu detí, potrebného na pokrytie celkových nákladov.

Škola v prírode (kapacita 50 detí)

Náklady na ubytovanie a stravu.....	12 € *4 = 48 €
Náklady potrebné na zabezpečenie animácie.....	1,7 €
Mzdové náklady animátorov.....	150 € / 50 = 3 €
Poistenie proti úpadku.....	0,1 € *4 = 0,4 €
Celkové priame náklady.....	53,1 €
Reklama.....	1,2 €
Materiál.....	1,88 €
Fixné náklady.....	14 €
NÁKLADY CELKOM.....	70,18 €
Marža.....	21,82 €
Predajná cena.....	92 €

Pre presnejšiu interpretáciu vhodnosti zamýšľaného projektu použijeme výpočet bodu zvratu, ktorý určí, aký je minimálny počet detí, ktorý CK Bombovo zabezpečí pokrytie nákladov spojených s realizáciou daného pobytu.

Bod zvratu

$$BZ = \frac{2655}{92} = 28,86 \sim 29 \text{ detí}$$

Letný tábor (kapacita 30 detí)

Náklady na ubytovanie a stravu.....	12 € *6 = 72 €
Náklady potrebné na zabezpečenie animácie.....	2,4 €
Mzdové náklady animátorov.....	210 € / 30 = 7 €
Poistenie proti úpadku.....	0,1 € *6 =0,6 €
Celkové priame náklady.....	82 €
Reklama.....	1,8 €
Materiál.....	2,82 €
Fixné náklady.....	21 €
NÁKLADY CELKOM.....	107,62 €
Marža.....	41,38 €
Predajná cena.....	149 €

Bod zvratu

$$BZ = \frac{2460}{149} = 16,51 \sim 17 \text{ detí}$$

Podľa výpočtov bolo zistené, že predajné cena pobytov pri realizácii projektu sú - škola v prírode 92 € a letný tábor 149 €. Na pokrytie nákladov vypočítaných v kapitole 6.5.5 „Kalkulácia nákladov“ je dôležité obsadiť školu v prírode aspoň 29 deťmi, čo predstavuje 58% kapacity pobytu a letný detský tábor minimálne 17 deťmi (približne 57% kapacity).

7.5.7 Propagácia

Pri rozhodnutí o zrealizovaní projektu nastáva čas na uvedenie nových pobytov do ponuky a ich následné spropagovanie. Podobne ako všetky už fungujúce produkty, bude aj produkt Po stopách draka Smiechoťáka zaradený do katalógov CK Bombovo. Prvý so zameraním na školské organizácie bude ponúkať školy v prírode pre MŠ a 1. stupeň ZŠ. Zážitková mapa, ako sa katalóg s letnými tábormi volá, bude spolu s ďalšími tábormi informovať o možnosti putovania „Po stopách draka Smiechoťáka“ aj s príslušnými termínmi konania.

Príležitosť stretnúť sa s drakom Smiechoťákom bude uverejnená aj na webovej stránke CK Bombovo, kde je celý zoznam ponúkaných pobytov aj s rozčlenením podľa vekových kategórií. Po kliknutí na odkaz, ktorý záujemcu presmeruje na stránku o drakovi Smiechoťákov, naskytne sa mu krátky scenár, aké aktivity, súťaže a hry si bude môcť užiť počas školy v prírode alebo letného tábora.

ZÁVER

Cestovná kancelária Bombovo predstavuje prevažne incomingovú a špecializovanú CK so zameraním na deti a mládež. Jej sortiment je široký a zahŕňa jarné a jesenné školy v prírode, letné tábory, silvestrovské pobyty, či víkendy pre rodinky. Pozícia tejto CK na trhu je stabilná a patrí medzi lídrov. Toto si zabezpečila najmä kvalitnou animáciou a širokou ponukou produktov pre všetky vekové kategórie detí a mládeže. Aj napriek lojalite klientov, je fungovanie CK Bombovo sprevádzané zlými ekonomickými výsledkami. Tento nepriaznivý fakt by mal napraviť navrhovaný projekt.

Projekt „Po stopách draka Smiechoťáka“ je zameraný pre vekovú kategóriu detí od 5 do 8 rokov. Tento segment trhu je na Slovensku zastúpený ponukou iba 2 CK – CK Bombovo a Wachumba, preto možno predpokladať, že zavedenie projektu posilní pozíciu CK Bombovo minimálne v oblasti detí od 5 do 8 rokov. Projekt môže byť realizovaný ako 5-dňová škola v prírode, ale aj 7-dňový letný tábor. Pobyty budú po výbere strediska prevádzkované v rekreačnom stredisku Hotel Lômy. Podmienky, za akých budú poskytované služby zo strany rekreačného strediska sú uvedené v kapitole „Obchodné podmienky“.

Z ekonomického hľadiska po vykalkulovaní nákladov a ceny sa projekt javí ako ziskový, nakoľko náklady na vytvorenie školy v prírode, s kapacitou 50 detí, sú na úrovni 2.655 €. Predajná cena na jedno dieťa za takýto pobyt činí 92 €. Podľa výpočtov bodu zvratu, na pokrytie nákladov pobytu je potrebných 29 detí. Toto množstvo predstavuje zaplnenie kapacity na 58%.

Pri letnom tábore s kapacitou 30 detí sa suma nákladov „vyšplhala“ na 2.460 €. Cena, za ktorú bude letný tábor predávaný je 149 €. Táto predajná cena určuje, že na návrat nákladov pre CK je potrebných minimálne 17 detí, čo predstavuje necelých 57% celkovej kapacity pobytu.

ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

Knižné zdroje:

- [1] DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 2010, 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
- [2] KOŠČOVÁ, Petra. *Tvorba ponuky cestovních kanceláří s akcentem na děti a mládež*. Nitra, 2012. Diplomová práce. Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre.
- [3] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2011, 140 s. ISBN 978-80-89090-93-8.
- [4] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu*. 1. vyd. Banská Bystrica: DALI-BB pre Slovak-Swiss Tourism, 2011, 150 s. ISBN 978-80-89090-94-5.
- [5] SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2009, 120 s. ISBN 978-80-86723-78-5.

Online zdroje:

- [1] SEDLÁČEK, Peter. Ukazovatele likvidity. *KamInvestovat'sk* [online]. 2010 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.kaminvestovat.sk/akcie/fundamentalna-analyza/45-ukazovatele-likvidity.html>
- [2] SEDLÁČEK, Peter. Ukazovatele rentability. *KamInvestovat'sk* [online]. 2010 [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.kaminvestovat.sk/akcie/fundamentalna-analyza/48-ukazovatele-rentability.html>
- [3] SEDLÁČEK, Peter. Ukazovatele zadlženosti. *QuantaStock* [online]. 2010 [cit. 2013-04-30]. Dostupné z: <http://www.quantastock.com/sk/podpora/vzdelavanie/ukazovatele-zadlzenosti>
- [4] Finančná analýza. *Dominanta* [online]. [cit. 2013-04-27]. Dostupné z: <http://www.dominanta.sk/Fina.htm>
- [5] Ubytovanie. *Hotel Lomy* [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.hotellomy.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=5&Itemid=66

- [6] Okolie. *Hotel Lomy* [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.hotellomy.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=59&Itemid=72
- [7] Cenník. *Hotel Lomy* [online]. [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: http://www.hotellomy.sk/index.php?option=com_content&view=article&id=82&Itemid=93
- [8] Cenník. *Hotel Vršatec* [online]. 2011, 22.4.2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://hotelvrsatec.sk/index.php/sk/preis>
- [9] Ubytovanie. *Hotel Vršatec* [online]. 2011, 22.4.2013 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://hotelvrsatec.sk/index.php/sk/accomodation>
- [10] Chata Gilianka. *Chata Gilianka* [online]. 2010 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://www.chatagilianka.sk/>
- [11] Ubytovanie. Chata Opatová [online]. 2011 [cit. 2013-04-29]. Dostupné z: <http://opatovska-chata.webnode.sk/ubytovanie/>
- [12] Slovensko. Zákon 281/2001 Z.z. o zájazdoch, podmienkach podnikania cestovných kancelárií a cestovných agentúr a o zmene a doplnení Občianskeho zákonníka v znení neskorších predpisov. In: č. 117/2001 strana 3042. 2001. Dostupné z: www.economy.gov.sk/index/open_file.php?ext_dok=119339

ZOZNAM POUŽITÝCH SYMBOLOV A SKRATIEK

CK	cestovná kancelária
CA	cestovná agentúra
CR	cestovný ruch
MŠ	materská škola
ZŠ	základná škola
SŠ	stredná škola
OR SR	Obchodný register Slovenskej republiky
č.	číslo
Z. z.	Zbierka zákonov
KCP	krátkodobé cenné papiere

ZOZNAM OBRÁZKOV

Obrázok 1 Metódy segmentácie trhu CR	16
Obrázok 2 Klasická schéma distribučného systému v CR	18
Obrázok 3 Organizačná štruktúra CK	19
Obrázok 4 Zloženie animačného tímu.....	24
Obrázok 5 Organizačná štruktúra CK Bombovo	34
Obrázok 6 Podiel jednotlivých produktov z celkového objemu predaja.....	35

ZOZNAM TABULIEK

Tabuľka 1 Príklad denného programu klubovej animácie.....	22
Tabuľka 2 Ukazovatele rentability.....	36
Tabuľka 3 Ukazovatele likvidity.....	37
Tabuľka 4 Ukazovatele zadlženosti	38
Tabuľka 5 Počet táborov.....	40
Tabuľka 6 Počet termínov táborov.....	41
Tabuľka 7 Počet pobytov pre deti od 5 do 8 rokov.....	41
Tabuľka 8 Ceny pobytov pre deti od 5 do 8 rokov	42
Tabuľka 9 SWOT analýza	43
Tabuľka 10 Cenník ubytovania Opatová.....	51
Tabuľka 11 Cenník služieb Gilianka.....	52
Tabuľka 12 Cenník služieb Vršatec	53
Tabuľka 13 Cenník ubytovania Lômy.....	54
Tabuľka 14 Cenník stravovania Lômy.....	54
Tabuľka 15 Cenník pre tábory a sústredenia	55
Tabuľka 16 Obchodné podmienky.....	55




ZOZNAM GRAFOV

Graf 1 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2008.....	46
Graf 2 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2009.....	47
Graf 3 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2010.....	47
Graf 4 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2011.....	48
Graf 5 Rozdelenie pobytov podľa veku – rok 2012.....	48

ZOZNAM PRÍLOH

Príloha I: Harmonogram projektu v MS Projecte

PRÍLOHA I: HARMONOGRAM PROJEKTU V MS PROJECTE

ID	Názov úlohy	Dokotrvávanie	Začiatok	Dokončenie	Prechodnica	Názvy zdrojov
1	 Po stopkách draka Smechotvák	143,88 dny	12.12.2012 9:00	1.7.2013 17:00		
2	 Výber stretnutia	30 dny	12.12.2012 9:00	22.1.2013 18:00		Študent Ochranný zástupca Personalista Manažér predaja
3	Ochranné podmienky	1 den	30.1.2013 9:00	30.1.2013 18:00	2FS+5 dny	Konateľ
4	Programová štruktúra	10 dny	31.1.2013 9:00	13.2.2013 18:00	3	Študent Personalista
5	Personálne zabezpečenie	1 den	14.2.2013 9:00	14.2.2013 18:00	4	Personalista
6	Materiálne zabezpečenie	1 den	14.2.2013 9:00	14.2.2013 18:00	4	Manažér predaja Personalista
7	Kalkulácia nákladov	3,33 dny	31.1.2013 9:00	5.2.2013 11:40	3	Konateľ Ekonom Ochranný zástupca
8	Kalkulácia ceny	2 dny	5.2.2013 11:40	7.2.2013 11:40	7	Konateľ Ekonom Ochranný zástupca
9	 Uverejnenie do katalógu	10 dny	14.2.2013 17:00	28.2.2013 17:00	5+8	Personalista
10	Propagácia	87 dny	28.2.2013 17:00	1.7.2013 17:00	9	Personalista Manažér predaja

