



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Střední odborná škola a Střední odborné učiliště, Horky nad Jizerou 35

Operační program: Cesta k modernímu vzdělávání

PODNIKÁNÍ V CESTOVNÍM RUCHU

Fiktivní firma

**Ing. Anna Říhová, JUDr. František Čančík, Bc. Jitka Majkútová, Dis,
Eva Rychtaříková, Bronislava Vítová**

Horky nad Jizerou, 2011

Tento projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky
Reg. č. projektu: CZ.1.07/1.1.06/01.0011

Obsah

1	Úvod	3
1.1	Základní informace	4
1.1.1	Název a sídlo podnikání	5
1.1.2	Jméno podnikatele a název	6
1.1.3	Předmět podnikání	7
1.1.4	Odpovědný zástupce, poradce podnikatele	8
2	Zahájení podnikatelské činnosti v oblasti cestovního ruchu	9
2.1	Založení vybrané formy podnikání – obecně (nutné kroky a náležitosti)	9
2.2	Volba vhodné právní formy, posouzení kritérií, podnikatelský záměr	12
3	Předmět podnikání	18
3.1	Pohled na zákazníky	18
3.1.1	Účastníci cestovního ruchu	18
3.2	Konkurence	19
3.1.	Rozhodnutí o nabytí provozovny	20
3.2.	Dispoziční řešení a vybavenost provozovny	20
3.2.2.	Lokalizace provozovny	20
3.2.3.	Bezpečnostní a protipožární vybavení cestovní kanceláře a cestovní agentury	21
4	Technické údaje a propočty	22
4.1	Pořizovací náklady	22
4.2	Účetnictví - Celkové mzdové náklady	24
4.3	Celková potřeba kapitálu	28
4.3.1	Vlastní zdroje kapitálu	32
4.3.2	Cizí zdroje kapitálu	32
4.4	Návratnost	33
4.4.1	Měsíční náklady a tržby	34
4.4.2	Měsíční zisk (ztráta)	34
4.4.3	Návratnost vložených investic	35
5	Závěr	38
5.1	Další plánovaný rozvoj provozovny	38
5.1.1	Na základě předpokládaného hospodářského výsledku z kapitoly 4 tohoto pracovního sešitu vypracujte plán dalšího rozvoje provozovny (spolupráce se strategickým partnerem, rozšíření působnosti, nabídka nových produktů atd.). Postupujte podle vybraných kroků marketingového rozboru	38

5.2	Dlouhodobé cíle	39
5.2.1	Marketing a management musí plnit z dlouhodobého hlediska tyto úkoly:	39
5.2.2	Využití dotací z fondů EU na rozvoj CR.....	39
ZDROJE	40

1 ÚVOD

Podnikání v oblasti cestovního ruchu upravuje celá řada obecně závazných právních předpisů publikovaných ve Sbírce zákonů ČR. Listina základních práv a svobod, která je součástí ústavního pořádku ČR, zaručuje každému, kromě jiného, právo podnikat a provozovat jinou hospodářskou činnost. Přitom platí zásada: „ Každý může činit, co není zákonem zakázáno, a nikdo nesmí být nucen činit, co zákon neukládá.“

Základními právními předpisy pro oblast cestovního ruchu (dále také „CR“) jsou:

- zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání, v platném znění (živnostenský zákon)
- zákon č. 513/1991 Sb. obchodní zákoník, v platném znění
- zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, v platném znění.

Další právní předpisy, upravující tuto problematiku, jsou: ekonomické, finanční, občanskoprávní, pracovně právní, pojišťovací, zdravotní, sociální atd.

CVIČENÍ

1.

Vyhledejte platné znění:

- a) živnostenského zákona
- b) obchodního zákoníku
- c) zákona č. 159/1999 Sb.

2.

Z vyhledaných zákonů vypište ta ustanovení (čísla paragrafů), týkající se podnikání v CR :

- a) živnostenský zákon: _____
- b) obchodní zákoník: _____
- c) zák. č. 159/1999 Sb.: _____

1.1 Základní informace

Podnikání v oblasti cestovního ruchu je možné buď formou založení živnosti (podle živnostenského zákona) nebo založením právnické osoby (podle obchodního zákoníku). Obsahová náplň podnikání v ČR je definována v zákoně č. 159/1999 Sb.

CVIČENÍ

1.

Uveďte všeobecné a zvláštní podmínky požadované pro zahájení podnikání.

- a) všeobecné: _____
- b) zvláštní: _____

2.

Podnikání v oblasti ČR lze realizovat ve formě:

- a) živnosti ohlašovací/volné (uveďte její název): _____
- b) živnosti koncesované (uveďte její název): _____

3.

Právní formu založení **cestovní agentury** upravuje tento právní předpis: _____

a to především v těchto ustanoveních: _____

4.

Právní formu založení **cestovní kanceláře** upravuje tento právní předpis: _____

a to především v těchto ustanoveních: _____

1.1.1 Název a sídlo podnikání

Všem podnikatelům zákon ukládá označit své sídlo nebo místo podnikání a zvolit si pro ně nezaměnitelný název. Obchodní firma je název, pod kterým je podnikatel zapsán do obchodního rejstříku.

Firmou fyzické osoby musí být vždy jméno a příjmení. Firma fyzické osoby může obsahovat dodatek odlišující osobu podnikatele nebo druh podnikání.

Firmou obchodní společnosti nebo družstva a dalších právnických osob, které vznikají zápisem do obchodního rejstříku, je název, pod kterým jsou zapsány v obchodním rejstříku.

CVIČENÍ

1.

Označte, která tvrzení jsou správná:

- Živností je:
- a) činnost lékařů, advokátů, farmaceutů
 - b) soustavná činnost provozovaná samostatně
 - c) činnost provozovaná vlastním jménem a na vlastní odpovědnost

Účelem živnosti je/není dosažení zisku.

2.

Doplňte své konkrétní údaje o místě budoucího podnikání:

- a) název obce/její části: _____
- b) název ulice: _____ čp./or.č. _____
- c) PSČ: _____

3.

Uveďte provozovnu nebo provozovny, ve kterých budete provozování živnosti zahajovat bezprostředně po vzniku živnostenského oprávnění: _____

4.

Označte, která tvrzení jsou správná:

- a) firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele
- b) firma může být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele
- c) firma smí působit klamavě
- d) firma nesmí působit klamavě

1.1.2 Jméno podnikatele a název

Živnostenský zákon stanoví, že podnikatel je povinen viditelně označit obchodní firmou, popřípadě názvem, nebo jménem a příjmením a identifikačním číslem objekt, v němž má místo podnikání, liší-li se od bydliště, sídlo.

Obchodní zákoník pak stanoví, že firma nesmí být zaměnitelná s firmou jiného podnikatele a nesmí působit klamavě.

CVIČENÍ

1.

Z webových stránek Ministerstva průmyslu a obchodu ČR www.mpo.cz v části podpora podnikání nebo rádce pro podnikatele, stáhněte a vytiskněte Jednotný registrační formulář (JRF) pro fyzickou osobu včetně Pokynů k tomuto formuláři.

2.

Doplňte do JRF vlastní údaje, a to v části A, body 01 až 05.

3.

Doplňte do JRF údaje v částech B, C, D, E, F, G, H.

1.1.3 Předmět podnikání

Fyzická nebo právnická osoba, která hodlá provozovat živnost, je povinna vymezit předmět podnikání, uvedený v JRF s dostatečnou určitostí a jednoznačností, a to v souladu s názvem oboru činnosti dle příloh k živnostenskému zákonu.

CVIČENÍ

1.

Provozování cestovní agentury a průvodcovská činnost v oblasti cestovního ruchu jsou dle živnostenského zákona živnostmi ohlašovací – volnou.

Uveďte, co je předmětem činnosti cestovní agentury:

2.

Provozování cestovní kanceláře je dle živnostenského zákona koncesovanou živností.

Z přílohy č. 3 k živnostenskému zákonu vypište uvedené požadavky týkající se cestovní kanceláře:

3.

V JRF vyplňte údaje v části A, body 05 až 06.

1.1.4 Odpovědný zástupce, poradce podnikatele

Podnikatel může provozovat živnost prostřednictvím odpovědného zástupce. Odpovědný zástupce je fyzická osoba ustanovená podnikatelem, která odpovídá za řádný provoz živnosti a za dodržování živnostenskoprávních předpisů a je k podnikateli ve smluvním vztahu. Nikdo nemůže být ustanoven do funkce odpovědného zástupce pro více než čtyři podnikatele.

CVIČENÍ

1.

Označte, které tvrzení je správné.

Odpovědný zástupce:

- a) musí splňovat všeobecné i zvláštní podmínky provozování živnosti
- b) nemusí splňovat žádné zákonem stanovené podmínky, postačí, že je právně způsobilý

2.

Označte, které tvrzení je správné.

Odpovědného zástupce je povinen ustanovit:

- a) podnikatel, který je fyzickou osobou a nesplňuje zvláštní podmínky provozování živnosti
- b) podnikatel, který je právnickou osobou, pro živnosti vyžadující splnění zvláštních podmínek provozování živnosti.

3.

Jakou lhůtu stanoví živnostenský zákon pro oznámení ustanovení odpovědného zástupce příslušnému Živnostenskému úřadu? _____ dní.

4.

V JRF vyplňte údaje v části A, body 07 až 11.

5.

Z webových stránek Ministerstva průmyslu a obchodu ČR www.mpo.cz v části podpora podnikání nebo rádce pro podnikatele stáhněte a vytiskněte formuláře: Příloha – odpovědný zástupce a Prohlášení odpovědného zástupce. Oba dokumenty vyplňte konkrétními údaji.

6.

Podnikatel má možnost zvolit si odborného poradce pro jakoukoli činnost. Pro jaké obory při podnikání v cestovním ruchu si zvolíte odborné/ho poradce (uvedte)? _____

2 ZAHÁJENÍ PODNIKATELSKÉ ČINNOSTI V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

Fyzická či právnická osoba může podnikat v oblasti cestovního ruchu ve formě:

- a) cestovní agentury
- b) cestovní kanceláře.

Právnická osoba může být založena jako:

- veřejná obchodní společnost (v.o.s.)
- komanditní společnost (k. s.)
- společnost s ručením omezeným (s.r.o.)
- akciová společnost (a.s.)
- družstvo.

2.1 Založení vybrané formy podnikání – obecně (nutné kroky a náležitosti)

Kdo se chce stát podnikatelem v jakémkoli oboru, musí především zvážit své schopnosti a možnosti a ujasnit si v jaké konkrétní činnosti chce podnikat a co v jejím rámci hodlá provozovat. Nestačí jen mít zájem podnikat, ale je potřebné mít odborné znalosti a dovednosti. V následujícím cvičení jsou uvedeny základní kroky, které by měl dodržet začínající podnikatel.

CVIČENÍ

1.

Seznamte se se základními právními předpisy. Uvedte názvy základních právních předpisů pro oblast podnikání v cestovním ruchu:

2.

Z příloh k živnostenskému zákonu vyberte živnost(i), kterou(é) chcete provozovat:

3.

Zjistěte, zda pro vybrané podnikání splňujete podmínky:

- a) všeobecné: _____
- b) zvláštní: _____

4.

V přílohách k živnostenskému zákonu najdete obsahové náplně vybraných živností a uveďte je:

5.

Pokud nesplňujete u vybraných živností zvláštní podmínky, ustanovte odpovědného zástupce.

Odpovědný zástupce musí splňovat: _____

Prohlášení odpovědného zástupce obsahuje: _____

6.

Zvolte si sídlo nebo místo podnikání a obchodní jméno.

Místem podnikání může být: _____

7.

Uveďte, které formuláře pro ohlášení živnosti nebo žádosti o koncesi musíte vyplnit:

8.

Vyplněný JRF předáte v Centrálním registračním místě (CRM).

Kde se nachází CRM, kterému předáte JRF: _____

9.

Které instituce obdrží od CRM informaci, že zahájíte podnikání:

10.

U ohlašovací živnosti můžete podnikat od: _____

U koncesované živnosti můžete podnikat od: _____

11.

Dokladem o oprávněnosti živnostenského podnikání je (označte):

- a) u ohlašovací živnosti – výpis ze živnostenského rejstříku
- b) u koncesované živnosti – koncesní listina

12.

Určete správné pořadí jednotlivých úkonů pro ohlášení živnosti/ žádosti o koncesi:

- _____ přihláška k daňové registraci na FÚ
- _____ ověření bezúhonnosti z Rejstříku trestů
- _____ vyplnění Jednotného registračního formuláře
- _____ oznámení o zahájení samostatné výdělečné činnosti na OSSZ
- _____ předání vyplněného JRF na CRM
- _____ přihláška k důchodovému a nemocenskému pojištění OSVČ
- _____ nahlášení volného pracovního místa na Úřad práce
- _____ oznámení pojištěnce o zahájení (ukončení) SVČ

2.2 Volba vhodné právní formy, posouzení kritérií, podnikatelský záměr

Nejčastějšími formami podnikání v oblasti cestovního ruchu je provozování:

- a) **cestovní agentury**, na základě ohlášení volné živnosti
- b) **cestovní kanceláře**, na základě koncese.

Žadatel o koncesní listinu na provozování cestovní kanceláře ke své žádosti připojí, mimo náležitostí stanovených živnostenským zákonem, podnikatelský záměr, ve kterém uvede bližší údaje o své činnosti, a to:

- a) ve kterých oblastech CR bude podnikat
- b) zda součástí zájezdu bude i doprava
- c) předpokládaný počet zákazníků.

CVIČENÍ

1.

Z platného znění zákona č. 159/1999 Sb. vypište, co může cestovní kancelář v rámci své živnosti uskutečňovat:

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____

2.

Z platného znění zákona č. 159/1999 Sb. vypište, co může cestovní agentura v rámci své živnosti uskutečňovat:

- a) _____
- b) _____
- c) _____
- d) _____
- e) _____
- f) _____

3.

Žadatel o vydání koncesní listiny k provozování CK přikládá k žádosti tyto doklady (označte které):

- průkaz totožnost
- výpis z Rejstříku trestů (není nezbytné – úřad si může vyžádat sám)
- potvrzení o tom, že nemá na svém osobním účtu evidovány daňové nedoplatky (není nezbytné – úřad si může vyžádat sám)

- potvrzení o tom, že nemá nedoplatky na platbách pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti (není nezbytné – úřad si může vyžádat sám)
- doklad o zaplacení správního poplatku za vydání koncesní listiny (2 000,- Kč)
- doklad o odborné způsobilosti (např. VŠ vzdělání, praxe v oboru apod.)
- smlouva s pojišťovnou
- podnikatelský záměr
- prohlášení o datu zahájení činnosti
- prohlášení o nezrušení živnostenského oprávnění na provoz cestovní kanceláře, či cestovní agentury v posledních 5 letech.

4.

Zpracujte svůj podnikatelský záměr do níže uvedeného formuláře.

Podnikatelský záměr

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

1 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 (právnícká osoba) či bydliště, resp. místo podnikání (fyzická osoba)	
Odpovědný zástupce (jméno, příjmení)	
IČ, DIČ	
Číslo telefonu/fax	

E-mail	
Právní forma (viz Příloha č. 1)	
Statutární orgán - jednatelé	

2 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

3 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
Tématická turistika	ano/ne
Lovecká turistika	ano/ne
Pracovní cesty	ano/ne

1) Uvedte 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 kanceláří

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
Přepravní služby	ano/ne
Provizní prodej	ano/ne
Průvodcovské služby	ano/ne
Prodej suvenýrů, turistických průvodců, map	ano/ne
Informační služby pro turisty	ano/ne
Jiné ³⁾	ano/ne

3) Uved'te: _____

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

3 PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

3.1 Pohled na zákazníky

Protože se podnik nikdy nemůže prosadit na všech trzích a vyrábět všechny výrobky, pro všechny zákazníky a zákaznické skupiny, musí se rozhodnout:

1. kterou potřebu bude uspokojovat - **vybrat si trh**
2. čí potřebu bude uspokojovat - **vybrat si zákazníka**

Trh si podnik vybírá vstupem do odvětví. Tím si samozřejmě vybírá i ostatní partnerka trhu (dodavatele, konkurenty, distributory, veřejnost). Rozhodujícím partnerem je především zákazník. Zákazníky dělíme do čtyř skupin (spotřebitele, výrobce, obchodníky, stát). Dalším důležitým rozhodnutím bude, které z těchto skupin zákazníků bude oslovovat. V případě, že se podnik snaží o hlubší poznání poznávání a jejich další třídění, provádí segmentaci trhu.

Podnik může provést segmentaci pomocí popisu hlavních proměnných, které jsou: geografická segmentace, demografická segmentace, psychografická segmentace, segmentace podle chování, časová segmentace.

Cvičení

- 1) Vysvětlíte pojem segmentace.
- 2) V jakém případě podnik provádí segmentaci?
- 3) Blíže specifikujte tyto hlavní proměnné – geografická segmentace, demografická segmentace, časová segmentace.
- 4) Zákazníky dělíme do:
 - a) 3 skupin
 - b) 4 skupin
 - c) 5 skupin

3.1.1 Účastníci cestovního ruchu

Účastník je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivaci pro cestu není výdělečná činnost.

3.1.1.1 Typy osobností a jak s nimi jednat

Určení a uvědomění si typu osobnosti, se kterou jednáme, je základní dovedností každého dobrého prodejce nebo jiné osoby, která při vykonávání své profese jedná s lidmi. Znalost protějšku umožní prodejci odhadnout jeho přání a tužby, jeho motivaci a také jeho reakce.

Sociolog Cohen dělí zákazníky na čtyři základní typy, které uvádí Čertík.

Organizovaný masový turista – turista, který si kupuje dovolenou jakou balíček služeb, volí některou populární destinaci, většinou jede společně se skupinou přátel a často tráví většinu dovolené v hotelu nebo jeho bezprostředním okolí

Individuální masový turista – člověk, který si kupuje volnější balíček umožňující větší svobodu pohybu, např. letecký zájezd kombinovaný s použitím pronajatého automobilu

Turista – průzkumník (objevitel) – plánuje si své cesty sám, záměrně se vyhýbá kontaktům s jinými turisty a pokouší se seznamovat s místními obyvateli. Nicméně chce přitom mít určitou úroveň komfortu.

Turista – tulák – chce se stát součástí místní komunity, i když dočasně. Tento turista nemá žádný předem připravený itinerář a snaží se distancovat od jakékoli formy cestovního ruchu.

Vybudování kvalitního vztahu se zákazníkem je dlouhodobý proces, který je závislý na mnoha faktorech. Pro vybudování vztahů se zákazníky se úspěšně využívají různé věrnostní programy.

Cvičení

1. Na jakých základních faktorech závisí vybudování kvalitního vztahu se zákazníkem?
2. Jmenujte některé věrnostní programy, které se využívají pro úspěšně vybudovaný vztah se zákazníkem.
3. Jmenujte typy osobnosti podle psychologických charakteristik a stručně je popište. Po té si sami zkuste určit váš typ osobnosti.
4. Které tvrzení je správné?
 - a) Účastník cestovního ruchu je každá osoba, která se přestěhuje mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost.
 - b) Účastník cestovního ruchu je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu, přičemž motivací pro cestu není výdělečná činnost.
 - c) Účastník cestovního ruchu je každá osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého běžného pobytu.

3.2 Konkurence

V dnešní době již existuje nespočetné množství cestovních kanceláří a cestovních agentur, které si navzájem konkurují. Proto pro nově začínající cestovní kanceláře i cestovní agentury je těžké se na tomto trhu uchytil. Člověk, který se rozhodne podnikat v tomto oboru, by si měl nejdříve zmapovat svou konkurenci, zjistit jaké služby nabízejí, pro koho jsou určeny a jak se pohybují její ceny.

Cvičení

1. Co je to konkurence?
2. Zmapujte trh cestovních kanceláří v Mladé Boleslavi. Kolik si jich zde nachází? Napište jejich názvy.
3. Myslíte si, že by se v Mladé Boleslavi uchytila nová cestovní kancelář? Jaké služby navíc by měla poskytovat, aby k sobě přilákala více budoucích klientů?

3.1. Rozhodnutí o nabytí provozovny

Provozovnu pro své podnikání si osoba může pronajmout nebo koupit. Jakou si zvolí variantu, závisí na její finanční situaci.

Cvičení

1. Zjistěte průměrnou cenu pronájmu nebytových prostor vhodných k provozování cestovní kanceláře v Mladé Boleslavi.
2. Zamyslete se nad výhodami a nevýhodami pronajatého prostoru pro podnikání a provozovny, která je součástí vašeho trvalého bydliště.

3.2. Dispoziční řešení a vybavenost provozovny

Dispoziční řešení bere v úvahu tyto 3 základní prvky – hmotné prostředky, zaměstnance, zákazníky.

Při koncipování dispozičního řešení cestovní kanceláře a cestovní agentury je možno postupovat podle následujících kroků. (Patůš, 1998)

- rozvržení prostoru na hlavní provozní část
- rozdělení provozních částí na jednotlivé prostory včetně komunikací
- stanovení potřebných ploch jednotlivých prostorů a komunikací
- vyřešení optimální návaznosti na prostor
- uspořádání interiéru každé místnosti

Hlavními provozními částmi každé cestovní kanceláře jsou pracovní prostor pro zaměstnance a prostor pro zákazníky. Pracovní část se člení na jednotlivá pracoviště. Na základní pracoviště navazuje pracovní zázemí. V blízkosti vchodu, který se nachází v prostoru pro zákazníky, je obvykle umístěn informační pult.

Provozovna cestovní kanceláře je vybavena: pracovními stoly, kancelářskými pomůckami, panely, technickými prostředky a pracovními pomůckami. Důležitý je výběr podlahové krytiny. Výkon zaměstnanců ovlivňují barvy a barevná úprava pracovního prostředí. Požadovaná intenzita osvětlení je v cestovní kanceláři by měla být 500 luxů.

3.2.2. Lokalizace provozovny

Základními požadavky na umístění provozovny CK, CA jsou frekventované místo, viditelnost lokality a umístění v objektu s dostatečně velkými výlohami.

Výhodou může být i dostatek parkovacích míst v blízkosti provozovny. Umístění provozovny obvykle ovlivňuje její návštěvnost a využívání služeb.

Provozovny se umísťují do centra města, do centra ostatních středisek cestovního ruchu a v obchodních domech a obchodních center.

Cvičení

1. Uveďte výhody a nevýhody provozovny, která je umístěná v centru města.
2. Zaměřte se na cestovní kanceláře v blízkosti vašeho okolí a určete, kde se nacházejí jejich provozovny a zda je jejich umístění pro ně výhodné nebo ne.
3. Je provozovna, která je umístěna v památkově chráněném objektu, nějakým způsobem zvýhodněna d jiných provozoven?

3.2.3. Bezpečnostní a protipožární vybavení cestovní kanceláře a cestovní agentury

Bezpečnost majetku lze zajistit – bezpečnostními mřížemi a roletami, poplašným zařízením, trezory, bezpečnostními kamerami.

Protipožární vybavení cestovní kanceláře je vhodné konzultovat s odborníkem protipožární ochrany.

Cvičení

1. V jaké části provozovny by podle vás měl být umístěn trezor? Kolik zaměstnanců a jací konkrétně by mělo znát bezpečnostní kód trezoru?
2. Zjistěte kolik druhů je hasicích přístrojů. Jaký a kolik kusů byste umístili do provozovny cestovní kanceláře nebo cestovní agentury?
3. Zdůvodněte a charakterizujte bezpečnostní a protipožární vybavení cestovní kanceláře nebo agentury?
4. Jaká osoba poskytne zaměstnancům cestovní kanceláře nebo cestovní agentury školení bezpečnosti? Je toto školení povinné a musí se ho účastnit všichni zaměstnanci provozovny?
5. Vysvětlete význam dispozičního řešení prostorů provozovny cestovní kanceláře nebo cestovní agentury?
6. Navrhněte vybavení interiéru a exteriéru cestovní kanceláře nebo cestovní agentury?
7. Navštivte kteroukoli cestovní kancelář nebo cestovní, agenturu ve svém okolí zhodnoťte její vybavení provozovny. Doporučili byste jí nějaké změny?
8. Jakou barvou byste vymalovali provozovnu cestovní kanceláře nebo agentury?

4 TECHNICKÉ ÚDAJE A PROPOČTY

4.1 Pořizovací náklady

jsou nezbytnou součástí každého podnikatelského záměru. Počáteční chod cestovní kanceláře ovlivňují prvotní náklady:

Vybavení kanceláře

Název předmětu	Cena
Židle otočná	3 000 Kč
Prodejní pult+kontejnery	7 000 Kč
Skříň plná	6 000 Kč
Křeslo pro klienty	3 400 Kč
Stolek pro klienty	3 100 Kč
Skříň s nikou	6 400 Kč
PC kompletní set s monitorem	25 000 Kč
Tiskárna	12 000 Kč
Software na MS Office	9 900 Kč
Software na RM Systém	16 000 Kč
Software na SAP	18 000 Kč
Kopírka	21 000 Kč
Fax	4 200 Kč
Telefonní přístroj	3 050 Kč
Mobilní přístroj	4 100 Kč
Scanner	3 800 Kč
Světelná tabule - směnárna	10 500 Kč
Lednička	5 800 Kč
Celkem	162 250 Kč

Prostory – DHM nad 40 000 Kč

Vlastní nebytové prostory 3 000 000 Kč

Reklamní nápis 75 000 Kč

Provoz cestovní kanceláře - měsíční náklady (dle přímé spotřeby):

Plyn 5 000 Kč

Energie 3 500 Kč

Vodné, stočné 1 000 Kč

Náklady na spoje: telefon+poštovné 3 800 Kč

Internet 500 Kč

Spotřeba materiálu - režijní materiál 500 Kč

Inzerce 2 000 Kč

Pojištění odpovědnosti 1 000 Kč

Pojištění pro případný úpadek CK 5 000 Kč

Odpisy DHM 3 100 Kč

Úklidové služby 3 000 Kč

Daň z nemovitosti roční

Náklady na zájezdy	1 500 000 Kč
Ostatní služby	700 000 Kč
TRŽBY	
Tržby za zájezdy	1 750 000 Kč
Ostatní	820 000 Kč

4.2 Účetnictví - Celkové mzdové náklady

Schéma výpočtu mzdy zaměstnance a její zaúčtování

Základní mzda (časová, úkolová, smluvní, podílová, smíšená)

+ Pohyblivé složky (Prémie, odměny, podíly na HV, příplatky)

+ Náhrady mezd (mimo nemoc. dávek)

	Účtování: Má dáti / DaI
1)= Hrubá mzda	521/331
2) - Sociální pojištění (6,5% z HM)	331/336
3) - Zdravotní pojištění (4.5% z HM)	331/336
4) – Daň	331/342
5) = Čistá mzda	
+ Náhrada mzdy za nemoc	336/331
- ostatní srážky = (Exekuce, spoření, půjčky atd.)	331/379
6)= Částka k výplatě (na účet zaměstnance, nebo v hotovosti)	331/221(211)
Odvod sociální a zdravotního pojištění zaměstnavatele za zaměstnance	
= Hrubá mzda x 34%	524/336

Doplňující výpočty

Schéma výpočtu daně z příjmu zaměstnance pro rok 2011

Hrubá mzda x koef.1,34 = Superhrubá mzda se zaokrouhlí na celé 100,-Kč nahoru x 15% =

Daň

- slevy na poplatníka

= záloha na daň z příjmu

- daňové zvýhodnění na děti popř. jiné slevy na dani

= Srážka daně

TEST

- 1) Úhradu sociální a zdravotního pojištění za zaměstnance provede:**
 - a) zaměstnanec nebo zaměstnavatel
 - b) zaměstnavatel na základě zmocnění zaměstnance
 - c) vždy zaměstnavatel, je to jeho povinnost

- 2) Zaměstnavatel vyplácí zaměstnanci náhradu mzdy za nemoc:**
 - a) Maximálně po dobu 14 kalendářních dnů
 - b) Maximálně po dobu 21 kalendářních dnů, z toho první 3 dny se neproplácí(= karenční doba)
 - c) Maximálně po dobu 1 roku

- 3) Zaměstnanec po uplatnění daňového zvýhodnění na děti může:**
 - a) mít srážku daně maximálně 0
 - b) mít minusovou daň (= daňový bonus)
 - c) daň musí být větší než 0

1. Příklad na výpočet a zaúčtování mzdy:

Vypočítejte a zaúčtujte mzdu zaměstnankyně cestovní kanceláře za měsíc leden 2011 pokud víte, že odpracovala 160 hodin, mzdový tarif je 70,-Kč za hodinu. Dále obdržela prémie ve výši 10% k základní mzdě a odměnu ve výši 2.000,-Kč. Uplatňuje slevu na dani na sebe a daňové zvýhodnění na své 2 děti. Ze mzdy splácí půjčku ve výši 800,-Kč.

Výpočet:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Vypočítejte potřebu celkových mzdových nákladů za I měsíc zaměstnanců cestovní kanceláře dle údajů uvedených v kapitole 4.1

.....
.....
.....
.....

4.3 Celková potřeba kapitálu

Rozvaha

Rozvaha k 31.12.20..

SA -Dlouhodobý majetek	VZ - Vlastní kapitál
- nehmotný	základní kapitál
- hmotný	výsledek hospodaření
- finanční	fondy
OA -Oběžný majetek	CZ - Cizí kapitál
- zásoby	bankovní úvěry
- peněžní prostředky a ceniny	závazky vůči dodavatelům
- pohledávky	závazky vůči zaměstnancům
AKTIVA CELKEM	PASIVA CELKEM

Rozvaha a její správné sestavení je jednou ze základních předpokladů znalosti účetnictví.

Vždy musí platit, že součet Aktiv = součtu Pasiv

Test

1) Proč cestovní kanceláře sestavují rozvahu

1. aby znali celkovou výši majetku
2. aby znali své zdroje, krytí
3. aby znali složení majetku a zdrojů a jejich výši

2) Co je podmínkou při sestavení rozvahy

1. aby se aktiva rovnala pasivum
2. aby byla vyplněna každá položka v rozvaze
3. součet aktiv musí být vyšší než součet pasiv

3) Které rozvahové položky na straně aktiv naleznete v cestovní kanceláři

1. Zásoby, závazky vůči zaměstnancům, pohledávky
2. Základní kapitál, dlouhodobý hmotný a nehmotný majetek
3. Stálá a oběžná aktiva

1. Příklad na sestavení rozvahy

Sestavte rozvahu z následujících údajů (v tis. Kč):

Dlouhodobý majetek 5.000.000,-Kč, nevyplacené mzdy zaměstnancům 150.000,-Kč, vybavení cestovní kanceláře (SMV) 2.000.000,-Kč, pohledávky za klienty CK 700.000,-Kč, závazky vůči dodavatelům 250.000,-Kč, základní kapitál 20.000.000,-Kč, budova CK 22.000.000,-Kč, peněžní prostředky na účtu u banky 550.000,-Kč, zásoby na skladě 100.000,-Kč.

Rozvaha ke dni.....201.	
Aktiva	Pasiva

2. Sestavte rozvahu z údajů uvedených v kapitole 4.1

Rozvaha ke dni201.	
Aktiva	Pasiva

4.3.1 Vlastní zdroje kapitálu

Financování při zakládání firmy spočívá v získávání peněz od investorů (vlastníků, popř. věřitelů) a jejich vynakládání na **první vybavení podniku dlouhodobým a oběžným majetkem**. Trvá do doby, než firma začne prodávat své služby a dostane za ně zapláceno.

Počáteční vybavení firmy by mělo být financováno z dlouhodobých **vlastních zdrojů** = ze základního kapitálu, který je vytvořen z finančních, či věcných vkladů vlastníků.

4.3.2 Cizí zdroje kapitálu

Potřeba cizího kapitálu vzniká, pokud vlastníci nemají na toto počáteční vybavení dostatek vlastního kapitálu. Potom mohou za určitých podmínek vybavit firmu z cizího kapitálu = **cizích zdrojů** (např. banka poskytne firmě dlouhodobý úvěr). Banka bude požadovat zajištění úvěru majetkem firmy. V dohodnutých lhůtách bude muset firma začít úvěr splácet a platit úroky.

Z toho vyplývá, že financování počátečního majetku při založení firmy z cizích zdrojů je z hlediska udržení budoucí platební schopnosti podniku rizikovější, než financování z vlastních zdrojů.

Podnikatel se musí rozhodnout, zda o úvěr požádá. K tomuto rozhodování podnikateli pomáhají finančně ekonomické analýzy a metody.

Používají se například tyto rozhodovací metody:

1. metoda výnosnosti investic nebo rentability majetku
2. metoda doby návratnosti
3. metoda peněžních toků
4. metoda bodu zvratu

4.4 Návratnost

Tabulka pro výpočet doby návratnosti úvěru

	1	2	3	4	5	6 a dále
+Tržby						
- Náklady						
=Hrubý zisk						
- Úroky						
= Zisk						
- Daň						
= Zisk po zdanění						
+ Odpisy						
= Podnikový efekt						
- Splátky úvěru						
Zůstatek úvěru						
= Volné zdroje						

1. Zjistěte, za jakých podmínek vám banka poskytne úvěr pro podnikání

.....

2. Účastníte se jako majitel firmy výběrového řízení o získání zakázek pro firmu. Jak se na toto jednání připravíte, aby zakázka získala vaše firma?

.....

4.4.1 Měsíční náklady a tržby

Přehled hospodaření firmy

(Výsledovka)

<u>Vstupy</u>	<u>Výstupy</u>
Náklady	Výnosy
Účtová třída 5	Účtová třída 6
= Peněžní vyjádření spotřeby prostředků	= Tržby
(např. materiál, mzdy, ceny ostatních služeb atd.)	(prodej zájezdů, atd.)

4.4.2 Měsíční zisk (ztráta)

Hospodářský výsledek = Výnosy – náklady = zisk nebo ztráta

Z údajů v odd. 4.1.1 a 4.1.2 vypočítejte:

1. Předpokládané měsíční náklady:

.....
.....
.....

2. Předpokládané měsíční výnosy:

.....
.....
.....

3. Předpokládaný hospodářský výsledek:

.....
.....
.....

4.4.3 Návratnost vložených investic

Finanční analýza

je součástí finančního řízení firmy a umožňuje posoudit ekonomickou situaci firmy.

Podklady:

Rozvaha – zachycuje majetek podniku, zdroje krytí

Výsledovka – zachycuje náklady a výnosy = hospodářský výsledek

Cash flow (Tok peněz) – zachycuje příjmy a výdaje peněz v závislosti na hospodářských operacích podniku (přesně zachycuje stav peněžních prostředků na začátku a konci účetního období).

1) Ukazatelé likvidity

Solventnost – schopnost firmy hradit své závazky v okamžiku splatnosti.

Oběžný majetek

Běžná likvidita = Krátkodobé závazky

Okamžitá likvidita = Peněžní prostředky

Krátkodobé závazky

2) Ukazatelé rentability (= ziskovost)

Zisk se poměruje s výší zdrojů, které byly použity k jeho dosažení

Rentabilita celkového kapitálu = zisk

Celková aktiva

Rentabilita vlastního kapitálu = zisk

Vlastní kapitál

3) **Ukazatelé zadluženosti a finanční struktury**

Ukazatel zadluženosti = Dlouhodobé dluhy

Vlastní jmění

4) **Ukazatelé aktivity**

Měří schopnost podniku využívat svého majetku

Doba obratu celkových aktiv = celková aktiva

Tržby

Doba obratu pohledávek = pohledávky

Denní tržby

Úkoly:

1. Ze získaných údajů (viz. rozvaha a hospodářský výsledek) v kapitole 4.2 a 4.3 vypočítejte jednotlivé ukazatele finanční analýzy

.....
.....
.....

2. **Závěry a řešení.** Dle jednotlivých ekonomických ukazatelů posuďte finanční výhodnost pro založení firmy a na základě vlastních poznatků navrhněte konkrétní řešení.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5 ZÁVĚR

5.1 Další plánovaný rozvoj provozovny

5.1.1 Na základě předpokládaného hospodářského výsledku z kapitoly 4 tohoto pracovního sešitu vypracujte plán dalšího rozvoje provozovny (spolupráce se strategickým partnerem, rozšíření působnosti, nabídka nových produktů atd.). Postupujte podle vybraných kroků marketingového rozboru.

Marketingový rozbor

Provádíme:

1. vyhodnocení vnitropodnikového potenciálu firmy
2. analýzu vnějšího prostředí
3. analýzu konkurence

1. Vnitropodnikový potenciál firmy:

- ❖ finanční situace
- ❖ schopnosti podniku
- ❖ zhodnocení vývojových trendů
- ❖ lidské zdroje, motivace zaměstnanců
- ❖ management a organizace práce
- ❖ image a goodwill firmy (pohled na firmu ze strany veřejnosti)

2. Analýza vnějšího prostředí

- ❖ vývoj ekonomiky
- ❖ změny a inovace nabízených produktů
- ❖ zásahy státu a vlády
- ❖ životní prostředí
- ❖ politická situace
- ❖ demografie (změna struktury obyvatelstva, vzdělanost apod.)

3. Analýza konkurence

- ❖ kdo je naše konkurence, tržní podíl, obchodní výsledky
- ❖ kdo může být nová konkurence
- ❖ marketingová strategie konkurence
- ❖ jaké produkty a služby nabízí konkurence
- ❖ jakou má konkurence segmentaci trhu – na jaké zákazníky se zaměřuje

5.2 Dlouhodobé cíle

5.2.1 Marketing a management musí plnit z dlouhodobého hlediska tyto úkoly:

1. získávání katalogů obdobných firem našich i zahraničních
2. získávání obchodních kontaktů, jejich udržování a rozvíjení
3. vedení přehledu o adresách odběratelů
4. vyhledávání a kontaktování nových odběratelů
5. zajištění reklamy firmy v různých reklamních tiskovinách, vydávaných některými našimi i zahraničními firmami
6. získání přehledu o všech firmách, které se zabývají reklamou, zprostředkováním prodeje apod. a o jejich obchodních podmínkách

Vyhledejte informace k bodům 1 a 6 v internetové síti a zvažte případnou budoucí expanzi do zahraničí.

5.2.2 Využití dotací z fondů EU na rozvoj ČR

Program podpory cestovního ruchu je zaměřen zejména na vytváření ekonomických podmínek k iniciaci a podpoře aktivit, které budou systematicky řešit situaci v cestovním ruchu, na zajištění uvolnění skrytého potenciálu v cestovním ruchu, dosažení růstu podílu cestovního ruchu na prosperitě regionů a zvyšování příjmů státních a místních rozpočtů, zvyšování příjmů z cestovního ruchu, získávání nových pracovních příležitostí v regionech, podporu rozvoje zejména malého a středního podnikání a zkvalitnění infrastruktury.

Vyhledejte v internetové síti informace o aktuálních programech podpory ČR z fondů EU a Ministerstva pro místní rozvoj ČR a vyberte projekty, kterých byste se mohli zúčastnit.

ZDROJE

Seznam literatury:

1. Listina základních práv a svobod č. 2/1993 Sb.
2. Zák. č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání v platném znění (živnostenský zákon)
3. Zák. č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník v platném znění
4. Zák. č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu (v platném znění)
5. Globální etický kodex cestovního ruchu (Rezoluce VS OSN ze dne 21. 12. 2001)
6. Oriška J.: Služby v cestovním ruchu, Idea Servis 2010, ISBN 978-85970-68-5

Webové stránky:

1. www.mpo.cz (podpora podnikání)
2. www.mvcr.cz (legislativa - Sbírka zákonů ČR)
3. www.justice.cz/or (obchodní rejstřík)
4. www.rzp.cz (živnostenský rejstřík)
5. www.portal.justice.cz (insolvenční rejstřík)
6. www.ucr.uhk.cr (etické kodexy CR)
7. www.mmr.cz