VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA PODNIKATELSKÁ
FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT

ÚSTAV MANAGEMENTU
INSTITUTE OF MANAGEMENT

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR-ZALOŽENÍ LANOVÉHO CENTRA
BUSINESS PLAN-ESTABLISHMENT OF ROPE CENTER

DIPLOMOVÁ PRÁCE
MASTER'S THESIS

AUTOR PRÁCE Bc. Marek Vostřel
AUTHOR

VEDOUCÍ PRÁCE Ing. Jaroslav Rompotl
SUPERVISOR

BRNO 2016

Vysoké učení technické v Brně
Fakulta podnikatelská

Akademický rok: 2015/2016
Ústav managementu

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Vostřel Marek, Bc.

Řízení a ekonomika podniku (6208T097)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává diplomovou práci s názvem:

Podnikatelský záměr-založení lanového centra

v anglickém jazyce:

Business Plan-Establishment of Rope Center

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Vymezení problému a cíle práce
Teoretická východiska práce
Analýza problému a současné situace
Vlastní návrhy řešení, přínos návrhů řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Podle § 60 zákona č. 121/2000 Sb. (autorský zákon) v platném znění, je tato práce "Školním dílem". Využití této práce se řídí právním režimem autorského zákona. Citace povoluje Fakulta podnikatelská Vysokého učení technického v Brně.

Seznam odborné literatury:

FOTR, J. a I. SOUČEK, Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vydání Praha: Grada Publishing, 2007, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
KEŘKOVSKÝ, M. a O. VYKYPĚL, Strategické řízení. Teorie pro praxi. 2. vydání Praha: C. H. Beck, 2006, 206 s. ISBN 80-7179-453-8.
KORÁB, V., J. PETERKA, a M. REŽŇÁKOVÁ, Podnikatelský plán. Brno: Computer Press, 2007, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
STRUCK, U., Přesvědčivý podnikatelský plán. 1. vydání Praha: Management Press, 1992, 120 s. ISBN 80-85603-12-8.
VALACH, J. a kol. Finanční řízení a rozhodování podniku. 1. vyd. Praha: Ekopres, 1997, 247 s. ISBN 80 901991-6-X.

Vedoucí diplomové práce: Ing. Jaroslav Rompotl

Termín odevzdání diplomové práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2015/2016.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA Ředitel ústavu	doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D. Děkan fakulty

V Brně, dne 29.2.2016

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá návrhem podnikatelského záměru na vybudování lanového parku v Pardubickém kraji, konkrétně v Litomyšli. Obsahem práce jsou v úvodu teoretická východiska. Další analytická část se zabývá analýzou okolí podniku. Závěrečná část poté popisuje návrhy realizace projektu lanového parku a jeho předpokládané vyhlídky do budoucna.

Abstract

This diploma thesis describes the business plan to build a rope park in the Pardubice region, specifically in Litomyšl. The content of the work is at the beginning the theoretical background. Further analysis section analyzes the company environment. The final section then describes the proposals of project of the rope park and its anticipated future prospects.

Klíčová slova

Podnikatelský plán, SLEPTE analýza, SWOT analýza, Porterův model konkurenčních sil, analýza trhu, lanový park

Key words

Business plan, SLEPTE analysis, SWOT analysis, Porter's model of competitive forces, market analysis, rope park

Bibliografická citace diplomové práce:

VOSTŘEL, M. *Podnikatelský záměr-založení lanového centra.* Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2016. 98 s. Vedoucí diplomové práce Ing. Jaroslav Rompotl.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená diplomová práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušil autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 26. května 2016 ……

Marek Vostřel

Poděkování

Tímto bych rád poděkoval vedoucímu své diplomové práce Ing. Jaroslavu Rompotlovi, za jeho odborné vedení, cenné rady a připomínky při zpracovávání této práce.

Obsah

ÚVOD **10**

VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE **11**

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE **13**

1.1 Základní pojmy 13
1.1.1 Podnikání 13
1.1.2 Podnikatel 13
1.1.3 Podnik 13

1.2 Malé a střední podniky 14

1.3 Právní formy podnikání 15

1.4 Podnikatelský plán 18
1.4.1 Struktura podnikatelského plánu 18
1.4.2 Titulní strana 19
1.4.3 Exekutivní souhrn 19
1.4.4 Analýza trhu 19
1.4.5 Popis podniku 22
1.4.6 Výrobní/obchodní plán 23
1.4.7 Marketingový plán 23
1.4.8 Organizační plán 23
1.4.9 Finanční plán 24
1.4.10 Hodnocení rizik 25
1.4.11 Přílohy 25

1.5 Harmonogram realizace 25

2 ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE **27**

2.1 Způsoby umístění lanových/lezeckých překážek 27
2.1.1 Lanové centrum 28
2.1.2 Lanový park 29
2.1.3 Dětské lanové centrum/park 29
2.1.4 Lezecká věž 29
2.1.5 Vnitřní lanové dráhy 30
2.1.6 Umělé lezecké stěny 30
2.1.7 Dočasné (mobilní) lanové dráhy 30

2.2 SLEPT analýza 31
2.2.1 Sociální faktory 31
2.2.2 Legislativní faktory 32
2.2.3 Ekonomické faktory 33
2.2.4 Politické faktory 34
2.2.5 Technologické faktory 34
2.2.6 Ekologické faktory 35

2.3 Porterův model konkurenčních sil 35
2.3.1 Stávající konkurence 35

2.3.2 Potenciální vstup nových konkurentů na trh ... 42
2.3.3 Vyjednávací síla odběratelů ... 43
2.3.4 Vyjednávací síla dodavatelů ... 43
2.3.5 Substituty ... 44

2.4 Dotazníkové šetření ... 45

2.5 SWOT analýza ... 54

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ, PŘÍNOS NÁVRHŮ ŘEŠENÍ ... 56

3.1 Popis podniku ... 56
3.1.1 Název ... 57
3.1.2 Právní forma ... 57
3.1.3 Lokalizace sídla firmy a lanového parku ... 58
3.1.4 Otevírací doba ... 61

3.2 Volba vhodné strategie ... 62
3.2.1 Zvyšování povědomí o firmě ... 62
3.2.2 Oslovení cílových skupin zákazníků ... 62
3.2.3 Partnerské vztahy s jinými firmami ... 63
3.2.4 Rozšíření lanového parku ... 63
3.2.5 Vytváření nových programů ... 64

3.3 Marketingový plán ... 64
3.3.1 Produkt ... 64
3.3.2 Cena ... 68
3.3.3 Distribuce ... 69
3.3.4 Propagace ... 69

3.4 Organizační plán ... 71

3.5 Finanční plán ... 73
3.5.1 Financování ... 73
3.5.2 Zakládací a pořizovací výdaje ... 74
3.5.3 Náklady na marketing ... 77
3.5.4 Provozní náklady ... 78
3.5.5 Cash flow ... 80

3.6 Hodnocení rizik ... 81

3.7 Harmonogram realizace projektu ... 85

ZÁVĚR ... 88

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY ... 90

SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ ... 96

SEZNAM PŘÍLOH ... 98

PŘÍLOHY ... I

ÚVOD

Diplomová práce se zabývá vypracováním podnikatelského záměru v oblasti sportovních a rekreačních aktivit. Konkrétním záměrem je vybudování lanového parku v městě Litomyšli. Tento podnikatelský záměr byl vybrán z důvodu zjištěné mezery na trhu v Pardubickém kraji, která tvoří vhodnou příležitost pro vytvoření této práce, a která by mohla pomoci autorovi uskutečnit podnikatelské ambice v podobě založení a provozu vlastního podniku.

Následný text se zabývá detailním rozpracováním toho podnikatelského záměru, který stojí na prvotní analýze daného tržního prostředí pomocí vybraných metod a z ní vyplývajících konkrétních návrhů jak tento podnikatelský záměr realizovat.

Vypracování podnikatelského plánu je pro zjištění všech okolností, které vybudování a provoz lanového parku přináší, zcela nezbytné. Tvoří nejen prvotní analýzu a návrhy řešení spojené s počátkem podnikání, ale slouží také jako dokument umožňující danou podnikatelskou činnost efektivně a úspěšně provozovat i v budoucnu.

VYMEZENÍ PROBLÉMU A CÍLE PRÁCE

Vymezení problému

V dnešní uspěchané době se mnoho lidí snaží nalézt nějaké nevšední rozptýlení, které by je vytrhlo z každodenního stereotypního života. Vhodným způsobem je vyhledávání činností, které navodí adrenalinový zážitek a pomůžou tak zažít pocity, se kterými se většina lidí v běžném životě moc často nesetkává. Adrenalin z pohybu ve výšce je přesně tímto druhem aktivity. V kombinaci s bezpečnostními prvky, které zajišťují vysokou úroveň bezpečnosti, mohou lidé zažít tyto pocity beze strachu ze zranění.

Mimo snahu nalézt nevšední rozptýlení je také vhodné vzít v potaz trend posledních let, kterým se stává zdravý životní styl. Většina lidí žije v téměř neustálém pracovním stresu a napětí, které jim neumožňují se uvolnit a dokázat ve chvílích volna klidně relaxovat. S tím je také spojen „nedostatek času“, který je doprovázen potřebou všechny možné denní aktivity co nejvíce uspěchat a stihnout jich tak co nejvíce. Díky tomu mnoho lidí konzumuje nezdravá jídla, která jim však, z jejich pohledu svou snadnou přípravou, šetří čas. Právě uvědomění si těchto závažných nedostatků životního stylu většiny obyvatelstva vede mnohé ke snaze zaměřit se alespoň z části na zmíněné zdravý životní styl. Ten je jako takový spojen spolu s kvalitní stravou a zdravou životosprávou také s pohybem. Sport je nejvhodnější formou pohybu a zde se dostáváme k lanovému parku, který právě tento druh sportovní aktivity chce veřejnosti nabídnout.

Ať už se jedná o snahu zažít nevšední adrenalinový zážitek nebo o jednu z aktivit uskutečněných v rámci zdravého životního stylu, je lanový park tím správným místem, kde tyto potřeby uspokojit. Uvědomění si těchto faktů a zaznamenaná mezera na trhu v Pardubickém kraji vytvořily vhodnou příležitost pro vypracování tohoto podnikatelského záměru, který by umožnil realizovat projekt na výstavbu a provoz právě lanového parku.

Cíle práce

Cílem této diplomové práce je vypracování podnikatelského záměru na založení podniku provozujícího lanový park. Práce se v úvodu opírá o rešerši teoretických východisek, na jejichž základě je popsána praktická část práce zabývající se analýzou okolí podniku a následnými návrhy realizace samotného projektu. Teoretická východiska jsou zpracována s ohledem na potřeby navazujících částí práce, pro jejichž vypracování jsou tyto znalosti nezbytné. Potřebnými znalostmi jsou v tomto případě znalost podstaty podnikání, orientace v možných právních formách podnikání a také struktura a podstata podnikatelského plánu.

Analytická část práce se zabývá konkrétně analýzou trhu a analýzou okolí podniku a to prostřednictvím dostupných zdrojů a vlastním výzkumem provedeným formou dotazníkového šetření na potencionálních zákaznících. Potřebné oblasti jsou analyzovány s ohledem na využitelnost v následující návrhové části práce.

Návrhová část si poté klade za cíl popsat způsob realizace samotné podnikatelské činnosti včetně marketingového, organizačního a finančního plánu. Práce také obsahuje předpokládaný budoucí vývoj podnikatelské činnosti pro období několika let.

Diplomová práce má také za cíl prezentovat podnikatelský záměr pro možné předložení tohoto projektu příslušným orgánům města Litomyšle, které by na základě učiněných návrhů následně rozhodly o vhodnosti poskytnutí pronájmu pozemku pro realizaci projektu. Dále se také práce může považovat za možný budoucí dokument, vhodný pro předložení potencionálním investorům.

1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRÁCE

1.1 Základní pojmy

1.1.1 Podnikání

V 20. století bylo uskutečněno několik vědeckých výzkumů, usilujících o určení vlivu personálních a sociologických aspektů na podnikatelskou činnost, pro účely lepšího způsobu definování podnikání. Na způsob, jak definovat význam *podnikání,* existuje celá řada názorů, které se mohou lišit např. zohledňování různých hledisek podnikatelské činnosti [1].

Z pohledu ekonomického se podnikání považuje za činnost, která prostřednictvím inovací a změn využívá výrobní faktory z důvodu zvyšování jejich hodnoty. Jedná se tedy o dynamický proces vytvářející přidanou hodnotu. Na základě psychologických hledisek je možné podnikání vnímat jako činnost, která je motivována snahou něčeho dosáhnout, něco získat nebo si pouze něco splnit. Stejně tak je možné na podnikání nahlížet ze sociologického hlediska, které popisuje podnikání jako jednání, jehož cílem je, pomocí efektivnějšího využívání zdrojů, vytváření pracovních míst a příležitostí, které přinesou všem zúčastněným blahobyt. Od 20. století jsou definice podnikání rozšířeny o pohled na podnikání z hlediska inovací [1].

1.1.2 Podnikatel

Nový občanský zákoník platný od 1. 1. 2014, který nahradil ten starý z roku 1964, definuje podnikatele v §420 zákona č. 89/2012 Sb. následujícím způsobem: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele*“ [2].

1.1.3 Podnik

Podnik je dalším základním pojmem, který je vhodné definovat v souvislosti s podnikatelským záměrem. I zde se setkáváme s celou řadou možných intepretací

tohoto pojmu, v závislosti na různých hlediscích. Jako nejobecnější chápání podniku je možné z pohledu subjektu, který uskutečňuje přeměnu vstupů na výstupy. Dalším možným pohledem na podnik je, jako na ekonomicky a právně samostatný subjekt, který existuje za účelem podnikání a s ekonomickou samostatností vstupuje do právních vztahů s jinými účastníky trhu. Z těchto právních vztahů pro podnik plynou práva i povinnosti [3].

Zákon definuje podnik jako: „*Obchodní závod (dále jen "závod") je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu*“ [4].

1.2 Malé a střední podniky

Malé a střední podniky často fungují jako indikátor vlastnických poměrů. Jsou to právě malé a střední podniky, na základě jejichž koncentrace a úrovně lze posuzovat lokální úroveň rozvoje města. Je tomu tak především z toho důvodu, že efekt plynoucí z činnosti malých a středních podniků většinou zůstává v daném regionu. Tyto podniky totiž ovlivňují zaměstnanost a ekonomickou aktivitu daného regionu. Jako možné výhody malých a středních podniků lze uvést:

- **flexibilita** – schopnost přizpůsobit se situaci na trhu,
- **jednoduchá organizační struktura** – z toho plynoucí osobní vztah k zaměstnancům,
- **vztah k zákazníkovi** – často osobní,
- **administrativa** – není rozsáhlá,
- **nižší provozní náklady** – energie a suroviny nejsou spotřebovávány v takovém množství [3].

Nevýhodami pak jsou:

- **negativní vnímání podnikatelů ze strany veřejnosti**,
- **omezené zdroje financování** – náročnější podmínky pro získání např. úvěru,
- **nedostačující vzdělávací systém**,

- **nižší úroveň inovační aktivity** – především z důvodu nákladnosti,
- **vysoký stupeň byrokracie** [3].

Definice velikosti malých a středních podniků se často velmi liší, ale Agentura pro podporu podnikání a investic CzechInvest definuje velikost malých a středních podniků následovně:

Tabulka č. 1: Rozdělení podniků podle velikost

Velikost podniku	počet zaměstnanců	roční obrat (nebo =>)	bilanční suma rozvahy za rok (nebo <=)
Středně velký podnik	< 250	< 50 mil. EUR	< 43 mil. EUR
Malý podnik	< 50	< 10 mil. EUR	< 10 mil. EUR
Mikropodnik	< 10	< 2 mil. EUR	< 2 mil. EUR

(Zdroj: vlastní zpracování dle [5])

1.3 Právní formy podnikání

Volba právní formy podnikání je jedním z klíčových momentů při zahajování nové podnikatelské činnosti. Je zapotřebí vzít v úvahu několik faktorů, které ovlivní budoucí vývoj podniku, a na jejichž základě musí být zvolena taková právní forma podnikání, které bude nejvhodnější. Právě špatná volba právní formy podnikání je často překážkou podnikatelů, kterou sice mohou napravit změnou této právní formy, ale za možné velké organizační a nákladové náročnosti [6].

Volbu právní formy podnikání ovlivňují především tyto faktory – výše startovního kapitálu, daňové zatížení, kontrola nad firmou, náklady při zakládání, manažerské schopnosti a možné následnictví ve firmě. Prvním krokem při rozhodování je nutnost zvolit si, zda podnikatelská činnost bude prováděna z pozice fyzické nebo právnické osoby [6].

<u>Živnost (OSVČ)</u>

Živnost je právní formou podnikání, kde živnostník vystupuje sám za sebe jako fyzická osoba. Pro zřízení živnosti je zapotřebí vyřízení zejména tzv. živnostenského

listu, případně přihlášení se k živnostenskému úřadu jako zemědělec. Živnostník vystupuje v právních vztazích pod svým jménem a především ručí za svou podnikatelskou činnost celým svým majetkem. Podmínky získání živnostenského oprávnění dělí živnosti na dvě skupiny:

- **Živnost ohlašovací** – vznik živnostenského oprávnění nevzniká souhlasem nebo rozhodnutím živnostenského úřadu, ale pouze podáním písemného ohlášení. Splňuje-li žadatel všechny podmínky předepsané zákonem, je mu vydáno živnostenské oprávnění. Podmínky, které musí žadatel splňovat, dále dělí ohlašovací živnosti na živnosti *řemeslné, volné a vázané*.
- **Koncesované živnosti** – pro udělení živnostenského oprávnění k vykonávání koncesované živnosti je nutné udělení povolení státem tzv. koncese. Mezi živnosti vyžadující udělení koncese patří ty oblasti, kde hrozí újma na zdraví, majetku nebo veřejných zájmech. Udělení koncese tedy může být z patřičných důvodů odmítnuto [7].

Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)

Pro založení jsou potřeba minimálně dvě osoby, maximální počet není určen. Tyto osoby ručí za podnikatelskou činnost celým svým majetkem a to společně a nerozdílně. Minimální hodnota základního kapitálu není dána. Zisk i ztráta se mezi společníky dělí rovným dílem [6].

Komanditní společnost (k. s.)

Minimální počet společníků pro založení jsou dva – jeden komplementář a jeden komanditista, může jich však být víc. Komanditista musí vložit minimální základní vklad 5 000 Kč a ručí do výše nesplaceného vkladu. Komplementář nemá stanovenou minimální výši základního vkladu, ale ručí celým svým majetkem. Zisk je rozdělen podle společenské smlouvy mezi společnost a komplementáře, jinak na polovinu. Zisk připadající společnosti, se po zdanění dělí opět podle společenské smlouvy mezi komanditisty [6].

Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)

Tento typ právní formy podnikání může založit jedna nebo více osob (fyzická i právnická), která se tak stává společníkem. Společník ručí za činnost podniku do výše svého nesplaceného vkladu. Hodnota minimálního vkladu každého společníka je stanovena na 1 Kč, ale může být i vyšší. Vklad může být uskutečněn i nepeněžní formou, např. výrobním zařízením. Společnost ručí celým svým majetkem. Statutárním orgánem společnosti je jednatel, který se zabývá obchodním vedením. Jednatel může podle nového občanského zákoníku ručit celým svým majetkem, pokud bude prokázáno, že nejednal s péčí řádného hospodáře a úpadku mohl zabránit. Nejvyšším orgánem společnosti s ručením omezeným je valná hromada. Členy valné hromady jsou všichni společníci, kteří rozhodují o řízení společnosti formou hlasování, kde každý společník má 1 hlas za každou 1 Kč svého vkladu do společnosti [8].

Akciová společnost (a. s.)

Tento typ právní formy podnikání vyniká především svou kapitálovou a administrativní náročností. Z tohoto důvodu není často zřizován malými a středními podniky. Akciovou společnost může založit jedna osoba (pouze pokud se jedná o právnickou osobu) nebo více osob. Při založení společnosti je základní kapitál rozdělen na určitý počet akcií, kterým je přiřazena jmenovitá hodnota, za kterou jsou nabízeny. Základní kapitál akciové společnosti musí být alespoň 2 mil. Kč v případě, kdy se nejedná o veřejnou nabídku akcií. V případě veřejné nabídky akcií musí být základní kapitál v minimální výši 20 mil. Kč. Společnost ručí celým svým majetkem, ale akcionáři (společníci) ničím neručí. Nejvyšším orgánem akciové společnosti je valná hromada, která volí představenstvo (statutární orgán) [9].

Družstvo

Družstvo je možné založit minimálně 5 fyzickými osobami nebo 2 právnickými osobami. Účelem založení družstva je podnikání nebo zajišťování hospodářských, sociálních nebo dalších potřeb jeho členů. Členové družstva neručí ničím, ale družstvo samotné ručí celým svým majetkem [8].

1.4 Podnikatelský plán

Jedná se o písemný dokument zpracovaný podnikatelem. Jeho smyslem je popsání všech vnitřních i vnějších faktorů, které mají vliv na zahájení podnikatelské činnosti nebo na již existující podnik. Jedním z jeho základních rysů je, že vytyčuje budoucí plány. Účely, sestavení podnikatelského plánu, jsou interní i externí. Interní účely vychází z využití podnikatelského plánu jako nástroje plánování, rozhodování, kontroly, atd. Účely externího využití souvisejí především s externími subjekty, které vstupují do vzájemného vztahu s podnikem. Na základě podnikatelského plánu tyto subjekty analyzují schopnosti firmy dosahovat slibovaných výsledků. Prostřednictvím kvalitně zpracovaného podnikatelského plánu se tak podnik může dostat k dodatečným finančním prostředkům z řad investorů [9].

1.4.1 Struktura podnikatelského plánu

V materiálech zabývajících se zpracováním podnikatelského plánu je možné nalézt celou řadu možných interpretací, jak by podnikatelský plán měl vypadat. Pravdou však je, že podoba podnikatelského plánu má především vycházet z konkrétních požadavků projektu, a proto je vhodnější zvolit individuální přístup. Je však možné identifikovat několik klíčových bodů, které by měl každý podnikatelský plán obsahovat:

- titulní strana,
- exekutivní souhrn,
- analýza trhu,
- popis podniku,
- výrobní/obchodní plán,
- marketingový plán,
- organizační plán,
- finanční plán,
- hodnocení rizik,
- přílohy [10].

1.4.2 Titulní strana

Titulní strany by měla obsahovat název zakládaného podniku, pokud již existuje, tak i jeho logo, název podnikatelského záměru, jméno autora a dále jména klíčových osob pro uskutečnění podnikatelského záměru a jména zakladatelů. Součástí by také mělo být datum založení podniku [11].

1.4.3 Exekutivní souhrn

Tato část dokumentu podnikatelského plánu by neměla být vnímána jako úvod. Jedná se o souhrnný popis veškeré zbývající části podnikatelského plánu. Jeho cílem je vyvolat např. v investorovi zájem, který ho povzbudí k dalšímu zkoumání vypracovaného projektu. Přestože se vyskytuje na začátku, je vypracováván až na samém závěru, kdy jsou všechny skutečnosti již zpracovány [11].

1.4.4 Analýza trhu

Podnik prakticky nikdy není v tržním prostředí osamocenou entitou. V jeho okolí jsou faktory a subjekty, které na něho působí a pro úspěšné provozování podnikatelské činnosti je nutné je znát. Téměř každá firma se na trhu střetává se svou konkurencí a vzniká tak konkurenční boj. Je tedy vysoce žádoucí tuto konkurenci dobře znát a vědět jaké jsou její silné a slabé stránky. Není účelné provádět analýzu konkurence napříč celým trhem, ale zaměřit se opravdu na ty konkurenty, kteří svou aktivitou působí na naše zákazníky [9].

<u>Analýza vnějšího okolí podniku (SLEPTE)</u>

Analýza vnějšího okolí podniku nebo také analýza makroprostředí je důležitá pro zjištění změn a trendů z externího okolí podniku, které mohou mít na činnosti podniku podstatný vliv. Jejich včasná identifikace je klíčová zejména pro schopnost uskutečnit možná protiopatření, která by zabránila jejich značnému dopadu. Pro účely zhodnocení vnějšího okolí podniku se nejčastěji používá tzv. SLEPT(E) analýza. Jednotlivá písmena této zkratky identifikují externí faktory, kterými jsou – sociální, legislativní,

ekonomické, politické, technologické a případně ekologické. Příklady jednotlivých faktorů jsou uvedeny v následujícím výčtu [12].

Sociální faktory:

- demografické faktory (věková struktura obyvatelstva, pohlaví, velikost rodiny, stárnutí obyvatelstva, atd.),
- vzdělání,
- rozdělení příjmů,
- míra zaměstnanosti/nezaměstnanosti,
- životní úroveň,
- kulturní faktory [12].

Legislativní faktory:

- platné i plánované zákony a vyhlášky,
- státní regulace,
- regulace importu a exportu,
- ochrana životního prostředí [13].

Ekonomické faktory:

- HDP, ekonomický růst;
- monetární politika (úrokové sazby),
- vládní výdaje,
- politika nezaměstnanosti (minimální mzda),
- zdanění (vliv na příjem spotřebitelů),
- inflace [12].

Politické faktory:

- aktuální politická situace (preference vládních stran),
- stabilita vlády,
- podpora zahraničního obchodu,

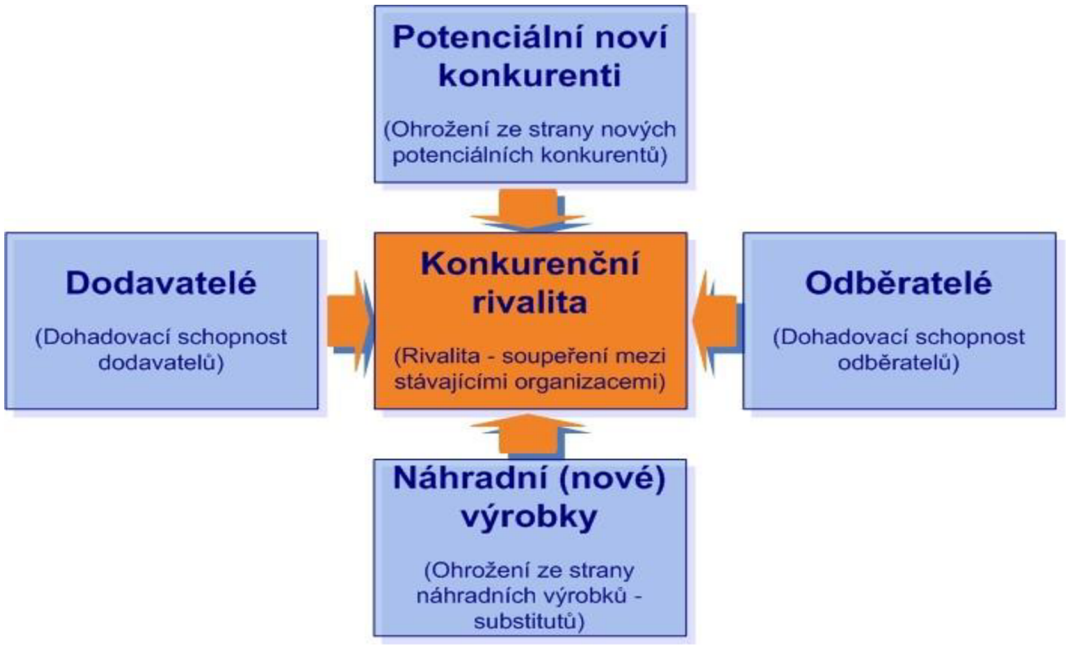
- postoj ke korupci [13].

Technologické faktory:

- vládní výdaje na výzkum,
- vývoj nových technologií,
- vliv změn informačních technologií,
- spotřeba energie a výdaje na energii,
- internet [12].

Analýza oborového okolí podniku (Porterova analýza konkurenčních sil)

Analýza oborového okolí podniku nebo také analýza mikroprostředí je pro podnik důležitá pro identifikaci vlivů, které v daném oboru působí a ovlivňují podnikatelskou činnost. Na činnosti podniku nemá vliv pouze chování konkurence, ale také chování odběratelů a dodavatelů. Současně s tím je potřeba vzít do úvahy také vliv substitutů a možnost příchodu nového konkurenta na trh. Působení všech těchto faktorů přehledně zobrazuje následující schéma [14].



Obrázek č. 1: Porterův model konkurenčních sil
[15]

SWOT analýza

Jedná se o analýzu interních faktorů – silných stránek (**S**trenghts) a slabých stránek (**W**easknesses) a analýzu externích faktorů – příležitostí (**O**pportunities) a hrozeb (**T**hreats). Zjištěné faktory, ovlivňující chod podniku se poté většinou uspořádávají do tzv. SWOT matice, kde v prvním sloupku jsou silné stránky a příležitosti a v druhém sloupku jsou analogicky slabé stránky a hrozby. Za silné stránky jsou brány faktory, které způsobují silnou pozici na trhu. Slabé stránky tvoří opak silných stránek a jedná se o faktory, ve kterých má podnik nedostatky a měl by je pokud možno zlepšit. Příležitosti jsou tvořeny těmi oblastmi, které by měl podnik do budoucna rozvíjet pro posílení svého postavení na trhu. Hrozby nakonec představují nežádoucí situace, které by mohly nastat a měly by značný vliv na úpadek podniku. SWOT analýza by ideálně měla být sestavována jako poslední analýza v pořadí a měla by jako východiska pro učiněné závěry používat zjištění z předchozích analýz [12].

1.4.5 Popis podniku

V rámci podnikatelského plánu je nutné uvést základní informace o podniku, bez ohledu na to, zda se jedná o podnik již existující, který se již nějakou dobu vyskytuje na trhu nebo o podnik, který se bude teprve zakládat. K těmto účelům slouží tato část podnikatelského plánu. Pokud se jedná o již existující podnik, pak se zde uvádí konkrétní údaje o podnikatelském subjektu, jakými jsou např. datum a místo vzniku, místo působení, zakládající členové podniku a pokrok, který podnik učinil od jeho založení [16].

V případě ještě neuskutečněného podnikatelského záměru by zde měla být popsána právní forma podnikání, důvody pro její výběr a konkrétní druh živnosti, který podnik bude provozovat. Dále by měla být popsána lokalizace podnikatelské činnosti, konkrétně sídlo podniku a také umístění provozovny, v případě, že se nachází na jiném místě. Vhodné je také uvést časový horizont, ve kterém budoucí podnik zahájí svojí činnost [16].

1.4.6 Výrobní/obchodní plán

V této části projektu by měl být rozebrán výrobní proces plánované podnikatelské činnosti. Současně by se zde měl vyskytovat popis subdodavatelů, popřípadě informace o dříve uzavřených dodavatelských smlouvách. Ta část výroby, kterou zajišťuje sám podnikatel, by zde měla být podrobně popsána a uvedeny by zde měly být i stroje a zařízení, které tuto výrobu uskutečňují. V případě, kdy se nejedná o podnik výrobní, ale o podnik obchodní, bude tato část pojmenována *obchodní plán*. Klíčové informace v případě obchodního plánu jsou informace o nákupu zboží a služeb a zajištění vhodných skladovacích prostor pro toto zboží. U služeb se zde popisuje konkrétní proces poskytování služeb [10].

1.4.7 Marketingový plán

Marketingový plán by měl sloužit jako podklad pro možné zhodnocení toho, čím se podnik hodlá na trhu prosadit a jak osloví a přiláká zákazníky. Pro popis jednotlivých složek marketingového plánu se většinou používá tzv. marketingový mix 4P. Ten v sobě zahrnuje standardně čtyři prvky – produkt (**P**roduct), cenu (**P**rice), distribuci/umístění (**P**lace) a marketingovou komunikaci, respektive propagaci (**P**romotion). Produkt by měl být popsán především z hlediska hodnoty, kterou přináší zákazníkovi a hlediska odlišení od konkurence. Cena je stanoven na základě konkurenčních cen na trhu tak, aby odpovídala vlastnostem zboží/služby. Distribucí je myšleno způsob dopravy zboží/služby zákazníkovi, ať už se jedná o osobní prodej v prodejně nebo o internetový prodej. Marketingová komunikace respektive propagace pak má popisovat způsob komunikace se zákazníkem a definovat komunikační kanály, který podnik bude zákazníka kontaktovat. Na základě popisu těchto čtyř složek podniku se určí vhodná strategie do budoucna, aplikovatelná právě v souvislosti s těmito čtyřmi prvky [14].

1.4.8 Organizační plán

V podnikání je nutné přesně vymezit vlastnická práva nově zřizovaného podnikatelského subjektu. Nejen k těmto účelům slouží organizační plán podniku. Pokud se jedná o obchodní společnost, pak by tato část podnikatelské plánu měla

obsahovat popis jednotlivých manažerských funkcí a jejich obsazení konkrétními osobami. Spolu s tím by měly být na základě právní formy podnikání uvedeny informace o jednotlivých obchodních podílech konkrétních osob. Důležité je zmínit i ostatní klíčové vedoucí pracovníky podniku, zmínit jejich vzdělání, schopnosti a praktické zkušenosti z praxe. Společně s výčtem jednotlivých klíčových osobností vedení je nutné určit a delegovat odpovědnosti a pravomoce jednotlivých vedoucích pracovníků. Pokud je to možné, je vhodné i graficky znázornit organizační strukturu podniku [10].

1.4.9 Finanční plán

Hlavní funkcí finančního plánu je přenesení závěrů předchozích částí do finančního vyjádření, pomocí kterého podnikatel může zvážit realizovatelnost podnikatelského plánu. Finanční plán také rozhoduje o způsobu financování, způsobu investování a především o hospodaření s finančními prostředky. Využívá systém podnikového plánování na základě kritérií výnosnosti a rizika. Současně slouží jako kontrolní systém, který podnikatele varuje ještě před samotným vznikem pravděpodobné nepříznivé finanční situace [17].

V úvodu finančního plánu je vhodné uvést zdroje financování podnikatelské projektu, z kterých musí být patrné, že projekt neskončí již v počátcích na nedostatečné finanční prostředky. U cizích zdrojů financování by měla být popsána jejich výše, na jakou dobu jsou poskytovány, za jak dlouho budou splaceny a také podmínky, za kterých nám jsou poskytnuty [9].

Hlavními otázkami, na které by měl podnikatelský plán poskytnout odpovědi, nejen ve vztahu ke zdrojům financování podnikatelské činnosti, jsou [10]:

1) Jaké množství finančních prostředků budeme potřebovat během zahájení podnikání?

2) Jaké množství finančních prostředků bude procházet podnikem v jednotlivých časových úsecích (cash flow)?

3) Jaký bude stav podnikového majetku a zdrojů jeho krytí na začátku a konci prvního roku?

4) Jaké budou příjmy majitelů (společníků)?

5) Jakým způsobem a z jakých zdrojů bude podnikání financováno?

Bod zvratu

Součástí finanční plánu také může být bod zvratu, který se však někdy uvádí jako samostatná kapitola podnikatelského plánu. Jedná se o určení objemu výroby/poskytovaných služeb, při kterém podnikatelský subjekt dosahuje stejných hodnot tržeb a nákladů. Každá další vyprodukovaný výrobek nebo poskytnutá služba poté znamená pro podniku zisk [9].

1.4.10 Hodnocení rizik

Součástí podnikání je i nutnost počítat s riziky z toho vyplývajícími. Obecně se dá říci, že čím větší jsou naše podnikatelské ambice, tím do většího rizika se musíme pustit. Riziko by se obecně dalo popsat jako nebezpečí odchylky hospodářského výsledku od předpokládaných hodnot. Tyto odchylky jsou hodnoceny z dvou různých pohledů – zda se jedná o odchylku žádoucí/nežádoucí a také jak veliká tato odchylka od předpokládaných hodnot je. Hlavním posláním hodnocení rizik v podniku je identifikovat tato rizika, zhodnotit závažnost rizika a navrhnout vhodná opatření, která by tato rizika snížila nebo zcela odstranila [18].

1.4.11 Přílohy

Přílohy se vyskytují na konci celého podnikatelského plánu. Jejich rozsah není dán. Vždy záleží na daném projektu a např. počtu potřebných doložitelných dokumentů. Pokud by měl být rozsah příloh extrémně rozsáhlý, pak je možné ho nahradit seznamem jednotlivých jeho částí a zmínit, že každá příloha je dostupná externě [11].

1.5 Harmonogram realizace

Prvním krokem je určení si všech aktivit, které musí v souvislosti s realizací daného projektu uskutečnit a jejich časovou náročnost. V situaci, kdy jsou již známy všechny

aktivity spojené se zahájením podnikatelské činnosti, je velmi vhodné sestavit časový harmonogram realizace těchto činností. Jedná se o realizační projektový plán, který tvoří přehled všech souvisejících činností, jejich začátky a konce a také jejich chronologickou posloupnost v čase. Jako vhodná volba pro grafické znázornění těchto vazeb a časové posloupnosti se jeví především úsečkový diagram (Ganttův diagram). Prostřednictvím úseček je možné přehledně zobrazit, kdy mají jaké činnosti podnikatelského plánu začít, jak dlouho mají trvat, jak jdou za sebou a také kdy mají být ukončeny. Sestavení tohoto harmonogramu poté slouží při samotné realizaci projektu a je užitečným pomocníkem při plánování jednotlivých kroků realizace podnikatelského záměru [11].

2 ANALÝZA PROBLÉMU A SOUČASNÉ SITUACE

Tato analytická část práce se bude zabývat především zhodnocením trhu, na který se firma Lanový park Litomyšl, s. r. o. snaží prorazit. Jedná se o trh služeb, konkrétně sportovních aktivit, mezi které přírodní lanové centrum bezesporu patří. Pro přiblížení problematiky sportovních zařízení tohoto druhu budou v úvodu této části také popsány různé typy obdobně zaměřených zařízení, které lze na území České republiky nalézt.

Lokalita přírodního lanového centra v Litomyšli v Pardubickém kraji byla zvolena především z hlediska mezery na trhu plynoucí z výrazné absence takovýchto zařízení v tomto kraji. Pro ověření tohoto tvrzení bude v této části práce analyzován lokální trh s podobnými zařízeními ve zvoleném kraji. Analýza bude provedena prostřednictvím zvolených metod - okolí firmy bude analyzováno prostřednictvím SLEPTE analýzy, konkurence v nejbližším okolí pomocí Porterova modelu konkurenčních sil, zkušenosti a preference potencionálních zákazníků budou zkoumány formou dotazníkového šetření a také silné/slabé stránky a příležitosti/hrozby budou podrobeny analýze a to za pomoci SWOT analýzy.

Jedním z hlavních cílů podnikání by mělo být především uspokojování potřeb zákazníka, a proto je velmi důležitým aspektem při rozhodování o podnikatelské činnosti zjistit jaké potřeby a přání zákazníci na daném trhu mají a zda vůbec o tuto službu projevují zájem. Ke zjištění této skutečnosti bude proveden vlastní výzkum formou dotazníkového šetření u cílových zákazníků v plánované lokalitě. Dotazníkové šetření bude vyhodnocováno na základě dat získaných formou elektronického dotazníku i osobním dotazováním potencionálních zákazníků. Získaná data pomohou k analýze zájmu o takovýto druh sportovního zařízení, zkušeností zákazníků, preferencí zákazníků, atd.

2.1 Způsoby umístění lanových/lezeckých překážek

Existuje celá řada míst, kam je možné přijít zažít trochu toho adrenalinu z pohybu ve výšce nad zemí. Tato střediska jsou vyhledávána jako vhodná kombinace sportovní aktivity a adrenalinového zážitku, který plyne především ze zmíněného pohybu v jisté

výšce. Součástí středisek může být celá škála lanových a lezeckých překážek v různých výškách, s různým druhem jištění nebo s odlišnou obtížností, atd., které můžou být situovány venku i uvnitř. Právě přiblížením různých druhů těchto překážek jsou věnovány následující řádky.

2.1.1 Lanové centrum

Jedná se o systém lanových překážek umístěných mezi dřevěnými sloupy, které jsou ukotveny v zemi. Právě ukotvení v zemi umožňuje výstavbu těchto center téměř kdekoliv, kde je vhodné podloží. Překážky se mohou nacházet v různých výškách a to od necelého 1 metru do 15 metrů. Právě na základě výškového umístění překážek může být lanové centrum zaměřeno na nízké lanové překážky, vysoké lanové překážky nebo kombinaci obou variant [19].

Důležitým faktorem je také systém jištění, které je v lanovém centru používáno. Zde existuje několik možností možnosti:

- **sebejistící systém** - Tento systém je založený na jištění pomocí lana upevněného na kladce či karabině, která se pohybuje nad lezcem po celou dobu pohybu mezi překážkami a zabraňuje tak pádu bez nutnosti asistence jiné osoby.

- **systém vzájemného jištění** - U tohoto jištění potřebuje lezec druhou osobu, která jistí jeho postup po překážkách ze země. Obě osoby jsou propojeny jistícím lanem a osoba na zemi tak brání pádu osobě překonávající překážky a v případě pádu nebo překonání překážky/dráhy, spouští lezce bezpečně na zem. Důležitým předpokladem pro tento systém jištění je vzájemná důvěra a oboustranná komunikace obou zúčastněných osob.

- **kombinovaný systém** - Lze také nalézt lanová centra, která kombinují oba druhy jištění, např. v závislosti na typu překážkového okruhu.

- **spotting -** Při tomto způsobu jištění, který se používá především u nízkých překážek, je lezec jištěn z každé strany minimálně jednou osobou, která má

za úkol při pádu lezce zachytit, případně výrazně zpomalit pád a snížit tak pravděpodobnost úrazu.

- **systém jištění sítěmi -** Poslední způsobem jištění při překonávání lanových překážek je jištění sítěmi, které jsou umístěny pod danou překážkou a tlumí případný pád lezce [19].

2.1.2 Lanový park

Lanový park se od lanového centra liší umístěním překážek. Překážky nejsou upevněny mezi dřevěnými sloupy, ale mezi stromy. Lanový park tak přináší návštěvníkům jedinečnou možnost propojení sportovní adrenalinové aktivity a pohybu v přírodě pod korunami stromů. Omezení lanového parku plynou především z možností výstavby. Na rozdíl od lanového centra, které je možné postavit téměř kdekoliv, je rozmístění všech překážek v lanovém parku závislé na pozici jednotlivých stromů, jejichž umístění se musí celý projekt lanového parku přizpůsobit [19].

Nevýhodu plynoucí z nutnosti respektování rozmístění stromů je možné částečně vynahradit pozitivy, jaký jsou zmíněný pohyb v přírodě, ochrana před vlivy počasí pod korunami stromů, výrazně nižší náklady při využití stromů, atd. [19].

2.1.3 Dětské lanové centrum/park

Dětská verze lanového centra/parku je určena pro děti od 3 do 12 let. Konstrukce těchto překážek je možné upevnit jak na dřevěné sloupy, tak na stromy a jejich umístění v nízkých výškách umožňuje toto upevnění provést pod vysokými lanovými překážkami, čímž vzniká možnost širšího využití daného prostoru. Tento druh překážek bývá většinou doprovázen systémem jištění založeným na sebejištění nebo na jistících sítích [19].

2.1.4 Lezecká věž

Lezecká věž je specifická mnohoúčelovým využitím. Může být jak dominantou lanového centra, tak zcela samostatnou stavbou v místech se značným turistickým ruchem. Stavby tohoto druhu mohou disponovat jedním, ale i více patry. Její variabilita

spočívá především ve značném množství využití. Může plnit funkci středního bodu lanového centra, ze kterého se rozbíhají jednotlivé překážky; základnu pro různé skoky nebo lanovky, dále lezeckou stěnu nebo jinou formu vertikálních překážek, ale lze ji také využít jako rozhlednu v místech, kde to povaha terénu umožňuje. Vhodné využití lezecká věž také našla jako reklamní plocha k pronájmu [20].

2.1.5 Vnitřní lanové dráhy

Lanové dráhy je možné mimo venkovního řešení také umístit do vnitřních prostor různých hal. Překážky jsou v tomto případě ukotveny na nosnou betonovou či železnou konstrukci. Výhodou těchto zařízení je především možnost celoročního provozu bez vlivů počasí. Může se také jednat o mobilní halové dráhy, které jsou popsány dále [19].

2.1.6 Umělé lezecké stěny

Jelikož lze lezení po lezeckých stěnách zařadit i mezi sportovní disciplíny, je možné tyto stěny často nalézt i mimo prostory lezeckých parků a center, kde bývají velmi často umístěny jako součást lezecké věže. Jejich obvyklým umístěním jsou také různé sportovní haly a areály nebo hotelová či zábavní střediska.

Lezecké stěny můžeme rozdělit na tzv. boulderingové stěny, který jsou specifické výškou do 4 metrů, technicky složitými trasami a absencí jištění (padá se do měkkého) a na vysoké lezecké stěny, které jsou vyšší než 4 metry, disponují různými stupni složitosti a je u nich nutné jištění druhou osobou [21].

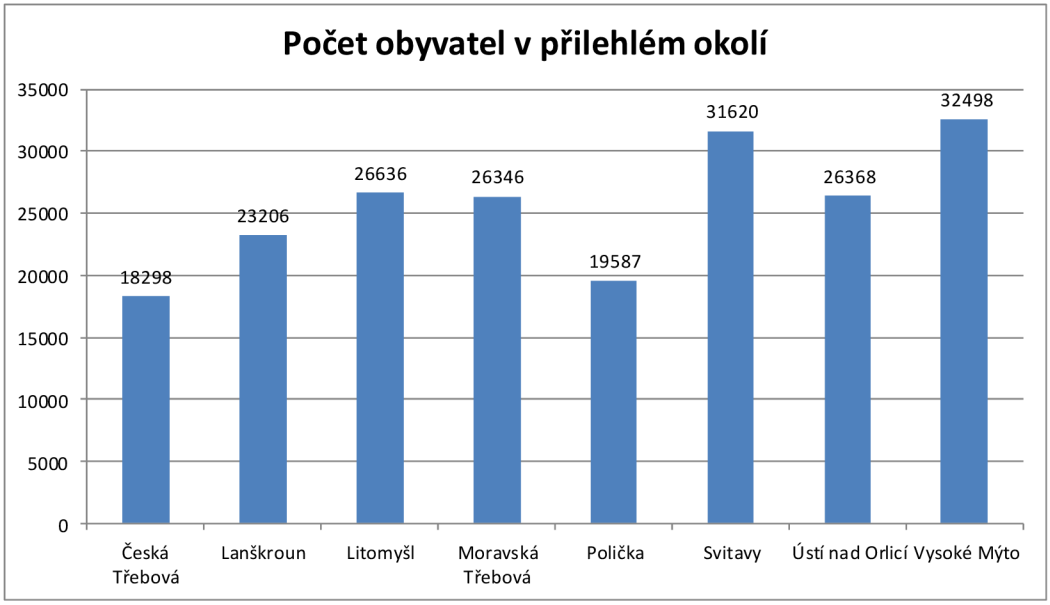
2.1.7 Dočasné (mobilní) lanové dráhy

Tento druh lanových drah je většinou budován dočasně, např. v rámci kulturní či sportovní akce. Je specifický poměrně snadnou instalací a možností opětovného rozebrání a složení na jiném místě. Důležitou podmínkou pro ukotvení takové lanové dráhy a jistícího systému je možnost ukotvení na dostatečně pevnou a odolnou konstrukci, jakou může být ocelový nosník hal nebo bytelný strom [19].

2.2 SLEPT analýza

2.2.1 Sociální faktory

Umístění lanového centra v srdci Pardubického kraje je rozhodnutím plynoucím z absence takovéhoto zařízení v blízkém okolí. Následující tabulka zobrazuje počet obyvatel v jednotlivých správních obvodech obcí s rozšířenou působností k 1. 1. 2016, jejichž obyvatelé by byli v dosahu lanového parku a mohli by být potencionálními zákazníky. Samozřejmě, že tato čísla výrazně ovlivňují různé faktory, jakými jsou zdravotní způsobilost, věk, zájem o tento typ aktivit, vzdálenost k jinému lanovému centru nebo parku, finanční prostředky, atd.



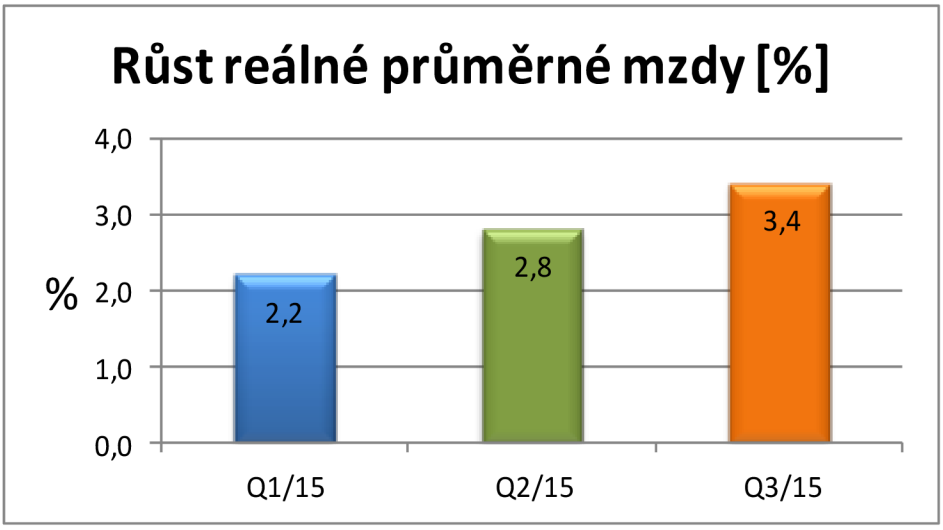
Graf č. 1: Počet obyvatel v přilehlém okolí
(Zdroj: vlastní zpracování dle [22])

Nejvýznamnější věkovou skupinou návštěvníků lanového parku jsou lidé ve věku 16 - 35 let. Při rozdělení této věkové skupiny na 16 - 25 let a 26 - 35 let bylo dle statických údajů Pardubického kraje zjištěno, že ve věku 16 - 25 let je 11,21 % obyvatel a ve věku 26 - 35 let je 13,74 % obyvatel [22].

V závislosti na věkové struktuře obyvatelstva je také nutné vzít v úvahu základní školy, které jsou také významným potencionálním zákazníkem lanových parků. Právě základní školy velmi často pořádají výlety do lanových parků a center. Byl zjištěn

výskyt 52 základních škol s devíti třídami v okolí a průměrný počet žáků jedné třídy je 19 [22].

Právě finanční prostředky mají vždy výrazný vliv na zájem obyvatelstva o služby tohoto typu. Dá se tedy říci, že v době krize by se návštěvnost zákazníků v takovýchto zařízeních výrazně snížila. Následující tabulka zobrazuje, že růst reálné průměrné mzdy v meziročním srovnání měl v posledním evidovaném období, kterým je 3. čtvrtletí roku 2015, hodnotu 3,4%. Tato skutečnost ukazuje na růst mezd, a tudíž se dá předpokládat, že životní úroveň obyvatelstva by se měla lehce zvyšovat. Zájem o tento typ služeb by se tedy z finančních důvodů neměl ze strany zákazníků snižovat, naopak by mohl lehce růst.



Graf č. 2: Růst průměrné reálné mzdy
(Zdroj: vlastní zpracování dle [22])

Dalším sociálním faktorem, který může ovlivnit zájem o lanové centrum je působení kulturních vlivů. V poslední době se dá pozorovat nárůst zájmu o zdravý a aktivní životní styl. Ten samozřejmě klade důraz na sportovní aktivitu a pohyb na čerstvém vzduchu. Lanové centrum tyto podmínky splňuje a tento kulturní trend současnosti je tedy možné označit za pozitivní ve vztahu k návštěvnosti těchto zařízení.

2.2.2 Legislativní faktory

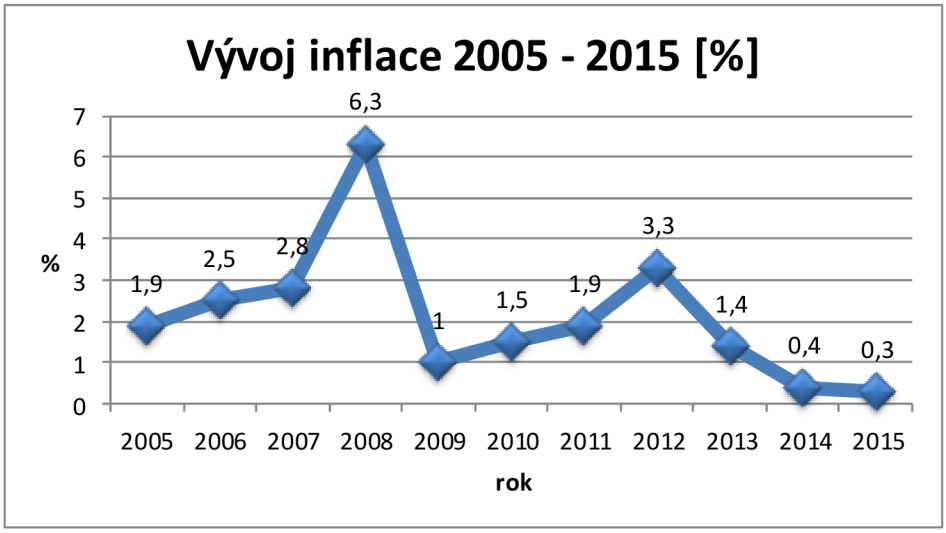
Podnikání je vždy ovlivňováno celou řadou zákonů a právních úprav, které mohou být příslušnými orgány kdykoliv změněny. Zásadní vliv na provoz lanového centra by

měla právní úprava podmínek pro provozování této živnosti jako např. nutná praxe provozovatele. V takovém případě by podnikání muselo být přerušeno do vyřešení situace.

Každého zaměstnavatele se samozřejmě týkají zákonná ustanovení související s pracovními podmínkami, které je zaměstnavatel nucen splnit. Změna těchto podmínek stejně jako změna minimální možné mzdy by pro provoz mohla představovat problémy. Ne však nutně, neboť se nepředpokládá vyplácení mzdy na hranici minimální možné mzdy žádnému ze zaměstnanců.

2.2.3 Ekonomické faktory

Za významný ekonomický faktor se dá považovat vývoj inflace, tedy cenové hladiny. Při výraznějším nárůstu inflace vlivem špatné monetární či fiskální politiky by se pravděpodobně snížila životní úroveň obyvatelstva a zájem o volnočasové aktivity tohoto typu by klesl.



Graf č. 3: Vývoj inflace 2005 - 2015
(Zdroj: vlastní zpracování dle [22])

Pokud se v budoucnosti bude podnikání dařit, logický krokem bude snaha o rozšíření lanového parku. K tomuto kroku budou zapotřebí značných finančních prostředků. Možným způsobem financování rozšíření lanového centra budou finanční prostředky získané od investora (jiné fyzické či právnické osoby) nebo formou úvěru od bankovních institucí. Při rozhodování o formě získání finanční prostředků by velmi

důležitou roli hrál vývoj úrokové sazby podnikatelského úvěru, která má zásadní vliv na „cenu“ úvěru.

2.2.4 Politické faktory

Za hlavního hybatele politickou scénou a s tím souvisejícími zákony lze vždy označit politickou stranu, která je právě u moci. Bohužel v České republice se tato situace velmi často mění a s odlišností názorů „pravice“ a „levice“ se také často mění legislativa. Tato skutečnost pro podniky představuje velmi nepříjemné obtíže, protože obzvláště finanční plánování se za těchto podmínek stává nanejvýš obtížným.

Politický vliv však často sahá i za hranice republiky a ovlivňuje politické vztahy s jinými státy a tím i obchod s nimi.

2.2.5 Technologické faktory

Lanové centrum nelze označit za druh podnikatelské činnosti, která by byla zásadně ovlivňována technologickým vývojem. Technologický vývoj však ovlivňuje vše kolem nás a lze tedy nalézt i aspekty tohoto podnikání, které podléhají vlivu technologií.

Jedním ze způsobů jak můžou nové objevy na poli vědy ovlivnit lanové centrum, jsou nátěrové prostředky na ochranu dřeva před škůdci, plísněmi a vlivy počasí. Takto je možné prodloužit jejích životnost a snížit náklady na údržbu.

Dalším aspektem, který je ovlivňován stupněm technologického pokroku, je veškeré jistící vybavení, které díky neustálému používání podlého postupem času opotřebení. Zvýšení kvality materiálů přileb nebo postrojů tak může mít zásadní vliv na jejich životnost a bezpečnost, kterou poskytují.

Za konkrétní příklad vlivu technologického vývoje na lanové centrum lze uvést tzv. chytré jištění - Smart Belay. „*Chytré jištění zajistí vzájemnou komunikaci dvou karabin mezi sebou prostřednictvím odsedávek tak, že pokud je jedna karabina zavřená, nelze ji otevřít, dokud je otevřena druhá karabina. Teprve pokud je druhá karabina bezpečně zavřená, je možné první karabinu otevřít. V praxi tak nemůže dojít k situaci, že účastník otevře obě karabiny najednou a zůstane tak bez zajištění ve výšce. Karabiny jsou*

speciálně konstruované pro lanová centra a některé systémy mají v sobě integrovány i kladky a je možné je využít i pro všechny druhy přejezdů“ [23].

2.2.6 Ekologické faktory

V souvislosti s vybudováním lanového parku v lesích Litomyšle je nutné brát veliké ohledy na životní prostředí. Pokud příslušné orgány města - Odbor životního prostředí a Odbor městských lesů, neshledají navrhovaný projekt v souladu se zachováním životního prostředí v dané lokalitě, neumožní pronájem pozemku a realizace nebude dále možná. V případě realizace musí být úklid areálu součástí ukončení provozu každého dne, kdy je lanový park otevřený.

2.3 Porterův model konkurenčních sil

2.3.1 Stávající konkurence

Lanové centrum Hlinsko

Toto lanové centrum funguje od 1. 5. 2013, bylo však postaveno za podpory Ministerstva pro místní rozvoj už v roce 2012. Lanové centrum v Hlinsku se snaží odlišit od konkurence především svojí orientací na ty nejmenší z nás, pro které je centrum z velké části určeno. Snaha přilákat zákazníky je směřována zejména na děti, které samozřejmě vždy dorazí v doprovodu někoho staršího, zejména rodičů [24].

Lanové centrum Hlinsko nabízí tři různé trasy lanových překážek:

- **dětský lanáček** - Tato trasa je určena pro ty nejmenší děti ve věku od 4 do 10 let. Pro zajištění dostatečné bezpečnosti jsou v celé délce lanových překážek umístěny záchytné sítě, které tlumí pád a umožňují se ihned na překážku vrátit v kterékoliv její části. Trasa je zakončená 50 metrů dlouho dětskou lanovkou.
- **středně obtížná trasa** - Je určena pro děti od 7 do 13 let. Překážky se nachází do maximální výšky 1 metru a není zde žádný způsob jištění. Některé překážky je nutné překonat ve spolupráci více osob.

- **nejobtížnější trasa** - Poslední trasa je určena především pro dospělé a děti od 13 let. Lezci se pohybují ve výšce od 3 do 5 metrů nad zemí. Před vstupem na trasu je nutné projít školením od instruktora a to především z nutnosti jištění při zdolávání překážek [24].

Ceník

Dětský lanáček	60 Kč / 0,5 hodina
Dětský lanáček	90 Kč / 1 hodina
Děti do 12 let (střední trasa)	120 Kč / 1 hodina
Dospělí	150 Kč / 1 hodina

Silné stránky:

- možnost ubytování v areálu, kde se nachází lanové centrum,
- orientace na děti.

Slabé stránky:

- poměrně nízké překážky nepřinášející takový adrenalin pro starší návštěvníky (v porovnání s konkurencí),
- webové stránky jsou až amatérsky provedené a poskytují minimum informací,
- kromě telefonního čísla není na webových stránkách žádný kontakt, ani adresa lanového centra,
- na webových stránkách není uvedena ani otevírací doba.

Lanový park Podhůra

Lanový park Podhůra je situovaný v oblasti Chrudimských lesů. Firma Městské lesy Chrudim, s. r. o. přeměnila část lesní plochy o rozloze 454,25 ha na oblast pro zvýšenou rekreační aktivitu a dala tak možnost vzniku Lanového parku Podhůra.

Lanový park se člení na dětský lanový park pro děti od 3 do 10 let a park pro děti starší 12 let s výškou nad 150 cm (ve věku 10-12 s výškou nad 145 cm pouze

za asistence odpovědné osoby). Dětský lanový park nabízí 8 překážek ve výšce 0,5 - 2 metry a 10 metrů dlouho lanovku. Lanový park pro starší pak nabízí celkovou délku téměř 250 metrů. Obsahuje 21 překážek, které se nachází v korunách stromů ve výšce 3 - 10 metrů nad zemí. Výhodou oproti dětskému lanovému parku je také možnost výběru ze dvou překážkových okruhů - modrého pro začátečníky (pouze lehčí překážky) a červeného pro odvážnější a zdatnější lezce (obsahuje všechny překážky [25].

Ceník

Děti do 12 let	80 Kč / okruh

	modrý okruh	**červený okruh**
Dospělí	230 Kč / okruh	260 Kč / okruh
Děti, studenti	190 Kč / okruh	220 Kč / okruh

Silné stránky:

- přehledné webové stránky,
- mapa polohy lanového parku,
- online rezervační systém,
- dva okruhy překážek podle obtížnosti,
- výška překážek až 10 metrů nad zemí,
- rozhledna Bára hned vedle lanového parku.

Slabé stránky:

- otevírací doba (pouze 6 měsíců a z toho 2 jenom o víkendech a svátcích),
- poloha mimo Chrudim - 4,5km od centra.

<u>Lanové centrum Pardubice</u>

Vznik tohoto centra se datuje od jara 2010 a rozkládá se na pozemku o rozloze 4 300 m^2. V areálu je možné se občerstvit a je zde i sociální zázemí. Lanové centrum

Pardubice je také členem sítě lanových center Proud, které má svoje pobočky po celé republice.

Pro děti je zde lanáček fungující na systému jištění pomocí sítí ihned pod překážkami i po stranách. Nachází se 1,5 metru nad zemí a nabízí 11 překážek se skluzavkou na konci. Je určen pro děti od 3 do 12 let s hmotností do 100 kg. Děti od 2 let mohou pouze s pod přímým dohledem rodičů.

Atrakcí pro starší jsou vysoké překážky. Jedná se o trasu skládající se z 11 překážek, přičemž při velkém okruhu jsou dvě překážky zdolávány 2x (celkem má tedy velký okruh 13 překážek). Překážky se nachází ve výšce 9,5 metru nad zemí. Způsob ukončení trasy překážek si návštěvník volí sám z možností - 70 metrů dlouhá lanovka, skokem z obří houpačky (tzv. Big swing) nebo obyčejně sleze po žebříku. Ve středu této sestavy se také nachází vysoký sloup, na který se vyleze ze země a z něhož je možné provést jeden z tarzaních skoků - na hrazdu, pytel, síť nebo míč. Tyto překážky jsou určené pro osoby starší 10 let s minimální výškou 120 cm a do maximální váhy 120 kg.

Lanové centrum Pardubice nabízí však i jiné atrakce jakými jsou 4 trampolíny pro děti, 4 bungee trampolíny, dětský nafukovací hrad nebo dětské pískoviště [26].

Ceník

Děti (lanáček)	60 Kč / 2 hodiny
Vysoké překážky:	
Malý okruh (5 překážek)	150 Kč / 1,5 hodiny
Velký okruh (11 překážek)	250 Kč / 2,5 hodiny

Silné stránky:

- zázemí krajského města,
- možnost posezení a občerstvení,
- překážky ve výšce 9,5 metru,
- kvalitní webové stránky,

- online rezervační systém,
- pořádání příměstských táborů pro děti,
- množství atrakcí,
- možnost zapůjčení in-line bruslí,
- nová boulderingová a lezecká stěna,
- přilehlé koupaliště a areál vodních sportů.

Slabé stránky:

- pouze 11 vysokých překážek.

Lanový park Spiders center

Spiders center je lanový park nacházející se v lesích Orlických hor. Poblíž parku jsou lyžařské sjezdovky patřící Ski centru Říčky. Lanový park se rozkládá na lesní ploše o rozloze 3 500 m^2 a nabízí více než 80 lanových překážek ve výšce až 16 metrů nad zemí. Celý lanový park je rozdělen do 9 okruhů. 5 okruhů je převážně lezeckých a 4 jsou zaměřeny na sjezdy po lanovkách. Jediným omezujícím faktorem je nutná výška nad 140 cm. Pro menší děti je zde připraven juniorský okruh (s nutností výšky od 110 cm a doporučovanou maximální výškou do 150 cm), a pro ty nejmenší děti od 3 let pak i minipark. V centru miniparku je možnost posezení a občerstvení jak pro návštěvníky miniparku, tak i pro kolemjdoucí turisty [27].

Ceník

OKRUH	OBTÍŽNOST	PŘEKÁŽKY		skup. 4	skup. 10	skup. 15	skup. 25
			1 - 3 osoby	4 os. a více	10 os. a více	15 os. a více	25 os. a více
ŽLUTÝ	lehčí trasa	17 x (cca 0,5 h)	200 Kč	180 Kč	170 Kč	160 Kč	150 Kč
ZELENÝ	středně těžká trasa	22 x (cca 3/4 h)	250 Kč	230 Kč	220 Kč	210 Kč	200 Kč
MODRÝ	středně těžká trasa	29 x (cca 1 h)	300 Kč	270 Kč	250 Kč	230 Kč	210 Kč
ČERVENÝ	náročná trasa	36 x (cca 1,5 h)	350 Kč	320 Kč	300 Kč	280 Kč	260 Kč
ČERNÝ	náročná trasa	45 x (cca 2 h)	450 Kč	400 Kč	380 Kč	360 Kč	340 Kč
RŮŽOVÝ	zaměřeno na sjezdy	15 x (cca 3/4 h)	200 Kč	180 Kč	170 Kč	160 Kč	150 Kč
ORANŽOVÝ	zaměřeno na sjezdy	22 x (cca 1 h)	300 Kč	270 Kč	250 Kč	230 Kč	210 Kč
FIALOVÝ	zaměřeno na sjezdy	31 x (cca 1,5 h)	400 Kč	360 Kč	340 Kč	320 Kč	300 Kč
ŠEDÝ	zaměřeno na sjezdy	10 x (cca 0,5 h)	200 Kč	180 Kč	170 Kč	160 Kč	150 Kč
MINÍK	průběžné jištění	16 x	150 Kč	OPAKOVANÝ OKRUH			70 Kč
JUNIOR	lehčí trasa	13 x	150 Kč	OPAKOVANÝ OKRUH			70 Kč

Obrázek č. 2: Ceník - Spiders center
[27]

Silné stránky:

- počet lanových překážek/okruhů,
- rozloha lanového parku,
- možnost posezení a občerstvení,
- lanovkové okruhy,
- absence věkového omezení pro běžné okruhy,
- prostředí Orlických hor.

Slabé stránky:

- lokalita (zákazníci pouze z řad turistů nebo cestující za účel návštěvy parku),
- vyšší ceny,
- málo informací na webových stránkách.

Lanové centrum Proud Olomouc

Olomoucké lanové centrum je specifické především tím, že nabízí programy založené pouze na lezení za pomoci vzájemného jištění a to až ve výšce 12 metrů. Není tak možné lanové centrum navštívit jako jednotlivec a je tedy vždy nutné přijít v počtu 2 a více osob. Nabízený program je v tomto lanovém centru skutečně velmi obsáhlý a

dělí se na programy pro veřejnost, programy pro školy a neziskové organizace a na programy pro firmy. Programy pro veřejnost obsahují - lezení bez objednávky, lanáč (základní program pro 4 a více osob), jednodenní dětské campy, příměstský tábor v češtině/angličtině, narozeninový program nebo privat program pro (1 - 3 osoby). Programy pro školy a neziskové organizace jsou - Battlefield (program pro 6ti členné týmy základních skol s tématikou 2. světové války), program pro školy na výletech, programy pro 1. stupeň základních škol (Ostrov trosečníka Selkirka a Bystroočkova detektivní kancelář), lanáč + laser game, lanáč + rafting, lanáč + koloběžky, lanáč + bowling, lanáček pro děti + zoo a adaptační programy „Nastartujte se“ pro rozvoj spolupráce a komunikace skupin. Poslední skupinou programů jsou pak firemní programy - firemní program na míru, pronájem celého areálu a program experience pro běžné lezení. Za zmínku také stojí možnost zakoupení dárkového poukazu v základní podobě v hodnotě 200, 500 nebo 1 000 Kč [28].

Ceník

Děti (nízké překážky + lezecká stěna)	60 Kč / osoba
Vysoké překážky:	
Malý okruh (6 překážek)	165 Kč / osoba (jedno projití)
Velký okruh (12 překážek)	210 Kč / osoba (jedno projití)

Silné stránky:

- opravdu velmi bohatá škála nabízených programů,
- příměstské tábory v češtině i angličtině,
- dárkové poukazy,
- lanové překážky až ve výšce 12 metrů.

Slabé stránky:

- nutnost vzájemného jištění (2 a více osob).

2.3.2 Potenciální vstup nových konkurentů na trh

Lanová centra a parky se málo kdy vyskytují ve vzájemné blízkosti mimo frekventovaná turistická střediska. Důvod je zřejmý, pokud nové středisko nemá jistotu, že svým zázemím, nabídkou a počtem překážek nebo cenami překoná již zavedené lanové centrum/park v dané oblasti, pak je šance na úspěch nového zařízení velmi mizivá, neboť nemá zákazníkům co nového nabídnout.

Tato skutečnost má však i druhou stránku. Vznikne-li v blízkosti již postaveného lanového centra/parku jiné podobné středisko, jehož provozovatel disponuje kapitálem, který mu umožní velikostí a kvalitou předčit již existujícího konkurenta, pak vzniká veliká šance, že postupem času nové středisko přetáhne většinu zákazníků toho starého, které bude muset ukončit svou činnost. Pokud by se tedy v okolí námi budovaného lanového centra objevila větší konkurence, znamenalo by to vážně problémy.

Možným protiopatřením, které by zabránilo fluktuaci zákazníků ke konkurenci, je vybudování lanového parku v blízkosti oblasti s turistickými či sportovními aktivitami. Na takovéto místo přichází často mnoho zákazníků právě z důvodu možnosti navštívit více turisticky či sportovně atraktivních míst najednou. Proto lanový park postavený v blízkosti zříceniny, vodácky oblíbeného kempu nebo sportovního areálu, má vysokou šanci uspět i proti nedalekému většímu lanovému centru, které nemůže ve svém okolí nabídnout podobné aktivity.

Vybudování lanového parku v takto atraktivní lokalitě je cílem této práce, neboť tvoří možnost vzniku velké konkurenční výhody po celou dobu provozu lanového parku.

Jako příklad možného nepředvídatelného vzniku konkurence lze uvést nově vzniklý lanový park ve Svitavách. Město Svitavy se rozhodlo vybudovat nedaleko sportovní haly lanový park. Ten je vybudován z městského rozpočtu a za přispění grantem od Pardubického kraje ve výši 75 tis. Kč z celkové částky okolo 250 tis. Kč. Nově vzniklý lanový park ve Svitavách však nepovažuji za výraznou konkurenci, neboť, jak již napovídá částka vybudování, jedná se o poměrně malý projekt. Hlavní diferenciací mého projektu a lanového parku ve Svitavách je skutečnost, že Svitavský lanový park

bude disponovat překážkami pouze do výšky 60 cm, pro zvýšení bezpečnosti a především pro samoobslužné účely. Park tedy bude veřejně otevřený a nebude disponovat žádným personálem [29].

2.3.3 Vyjednávací síla odběratelů

Lanová centra a parky se ve většině případů velmi liší svou velikostí, počtem a druhy překážek, výškou překážek, počtem překážkových tras, zázemím, atd. Všechny tyto faktory velmi ovlivňují atraktivitu pro zákazníky a současně s tím i cenu. Protože se jedná o značnou diferenciaci nabízených služeb a je téměř nemožné najít dvě obdobná zařízení, je velmi obtížné říci, jaký vliv má cena tohoto typu služby na zájem ze strany zákazníků.

Lanová centra/parky nacházející se v odlehlejších oblastech, kde fluktuace zákazníků je mnohem nižší, jsou poměrně citlivá na výši ceny. Obzvláště v případě, kdy např. ve stejném kraji funguje podobné zařízení, které se liší pouze přístupnější polohou nebo způsobem dopravy. V takové situaci je vyjednávací síla odběratelů k odlehlému zařízení vysoká, a aby bylo možné je přetáhnout od lépe dostupné konkurence, je nutné konkurovat právě cenou.

Vyjednávací sílu odběratelů lze z pohledu výběru mezi jednotlivými lanovými parky brát jako velmi obtížně hodnotitelnou, v případě kdy porovnáváme zákazníky, kteří mají o lanová centra/parky skutečný zájem. Pokud se ale zaměříme pouze na jeden konkrétní lanový park a na celou škálu potencionálních zákazníků, pak se dá vyjednávací síla odběratelů považovat za velmi vysokou. V případě, kdy se zákazníkům nebudou líbit nabízené služby nebo jim budou připadat ceny natolik vysoké, že je nebudou ochotni platit, pak se lanový park dostává do velmi nepříjemné situace a musí provést patřičné kroky pro zkvalitnění služeb nebo snížení cen.

2.3.4 Vyjednávací síla dodavatelů

Lanová centra/parky nepatří mezi zařízení, která by disponovala nutností neustálého zásobování. Nakupované vybavení by mělo být natolik kvalitní, aby vydrželo několik let, a výrobců existuje celá řada a je tak možné si vybírat. Prodejci tohoto vybavení tak

nijak výrazně nemají možnost určovat výši cen lezeckého vybavení na trhu. Navíc, jak již bylo zmíněno, vybavení má dlouho životnost, a proto rozhodně nepatří mezi položky, které by se každoročně nějak výrazně podílely na nákladech firmy.

Přítomnost občerstvení nutí provozovatele tyto bufety zásobovat, ale potraviny prodávané v takovémto druhu zařízení nabízejí možnost výběru z obrovské škály dodavatelů a jejich vyjednávací síla je proto velmi nízká.

V případě výstavby lanových center a parků stojí na trhu za zmínku 5 firem. Protože je těchto firem poměrně málo, nemohou si dovolit příliš velkou odlišnost v cenách.

2.3.5 Substituty

V případě lanových center/parků lze za vzdálený substitut považovat jakoukoliv turisticky či sportovně atraktivní aktivitu v blízkém okolí, neboť jak návštěva lanového centra/parku, tak např. prohlídka zámku nepatří mezi aktivity, které by většina lidí provozovala pravidelně. Záleží tedy vždy na osobních preferencích zákazníků. V ideálním případě mohou obě uvedené činnosti dokonce vzájemně lákat větší množství návštěvníků.

Definici blízkého substitutu mají pak pravděpodobně nejblíže lezecké stěny, ať již umělé nebo přírodní. Právě lezecké stěny také nabízejí jistou formu adrenalinu z pohybu ve výškách, která by se dala považovat za jeden z hlavních faktorů, který láká návštěvníky do lanových center/parků. Přítomnost lezeckých stěn v okolí, může tedy znamenat jisté konkurenční ohrožení. Ve městě Litomyšli se však žádná lezecká stěna nenachází a ohrožení firmy ze strany tohoto substitutu je tedy v bezprostřední blízkosti nulové. Lezecké stěny se však objevují v okolních městech a to konkrétně v České Třebové a Svitavách.

Z pohledu malých dětí se za substitut dá považovat prakticky jakékoliv dětské hřiště ve městě. Jedno takové v Litomyšli právě vzniká v povodí řeky Loučné. Prostředí lanového parku umístěného v lese a nevšedních lanových překážek, které děti mohou zdolávat, však považuji za důvody, proč by většina dětí raději navštívila lanový park než obyčejné dětské hřiště.

U firem by se za jistý druh substitutu dala označit jakákoliv kolektivní sportovní činnost, kde je nutná spolupráce. Zaměření se na konkrétní teambuildingové programy a adrenalinový zážitek z lanového parku však dle mého názoru opět staví lanový park do čela těchto aktivit.

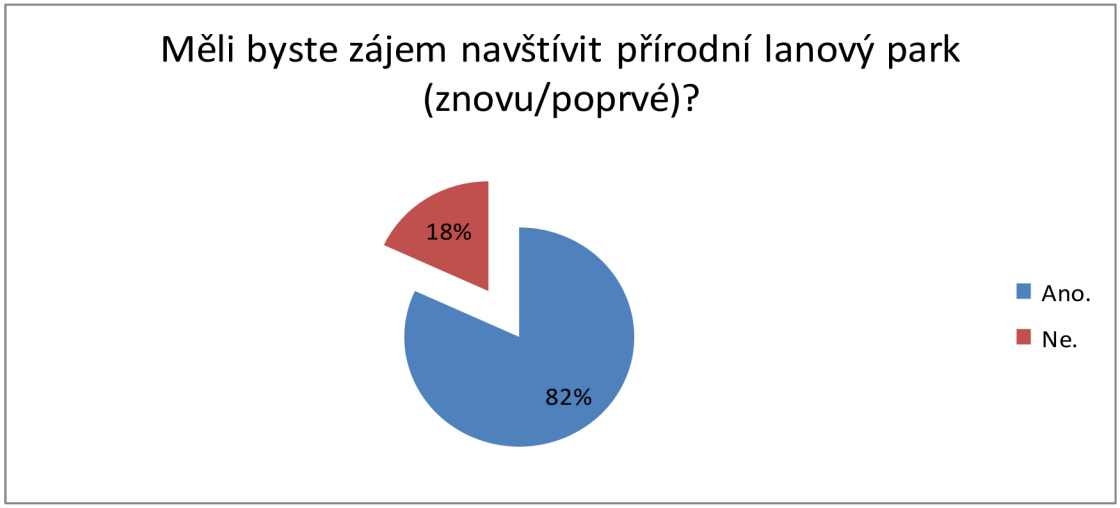
Vliv substitutů se tedy dle mého názoru dá považovat za poměrně mizivý a to především díky jedinečnosti zážitku, který lanové centrum/park poskytuje.

2.4 Dotazníkové šetření

Pro účely zpracování podnikatelského plánu bylo provedeno dotazníkové šetření, jehož cílem bylo zjistit zkušenosti, preference a zájem o lanové parky/centra z řad široké veřejnosti. Dotazníkové šetření bylo prováděno od 6. 4. 2017 do 18. 5. 2017. Přičemž v první fázi byla data získávána pouze ústní formou a od 13. 5. 2017 byl vytvořen i elektronický dotazník. Data získaná ústní formou byla zanesena do tohoto elektronického dotazníku pro účely efektivního zpracování získaných informací. Z celkového počtu 142 osob, které se podařilo oslovit, bylo zcela vyplněno 127 dotazníků. Návratnost dotazníku tedy činí 89,3 %.

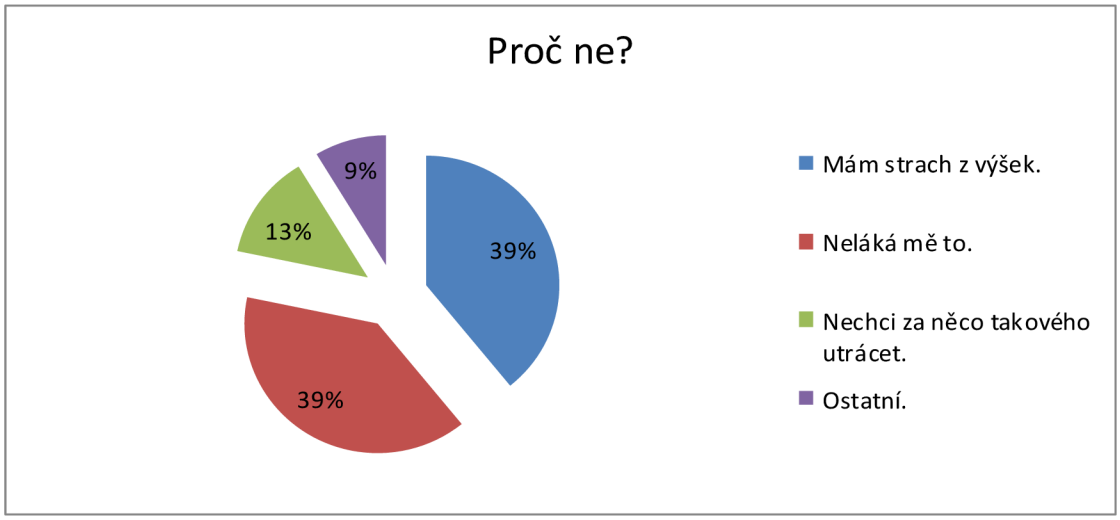
Graf č. 4: Otázka č. 1
(Zdroj: vlastní zpracování)

První otázka je spíš informativní a vyplývá z ní, že celých 65 % dotázaných již někdy navštívilo lanový park nebo lanové centrum. Mají tedy konkrétní zkušenost s tímto druhem sportovní aktivity.



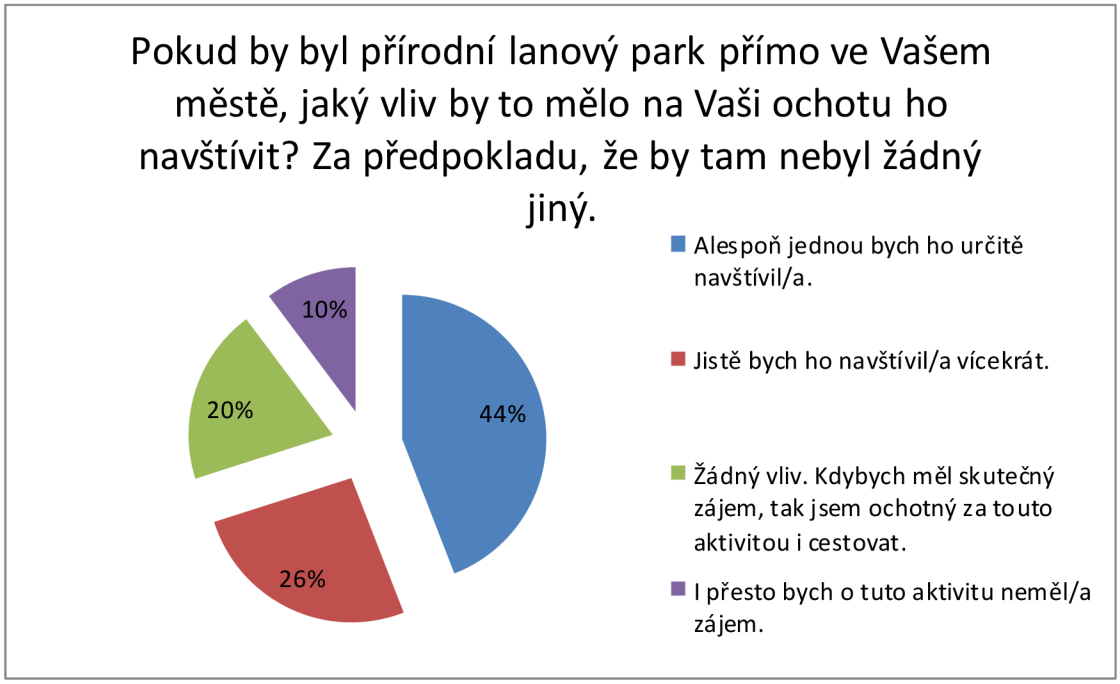
Graf č. 5: Otázka č. 2
(Zdroj: vlastní zpracování)

Bez ohledu na to, zda již navštívili lanové centrum/park odpovědělo 82 % dotázaných, že by mělo zájem tento druh zařízení navštívit. Zjištěná hodnota je velmi uspokojivá pro potřeby této práce a významně podporuje prvotní úvahu, že o tento druh sportovní aktivity je mezi širokou veřejností opravu veliký zájem. Podnikatelský záměr na vybudování lanového parku je tedy opodstatněný zájmem veřejnosti.



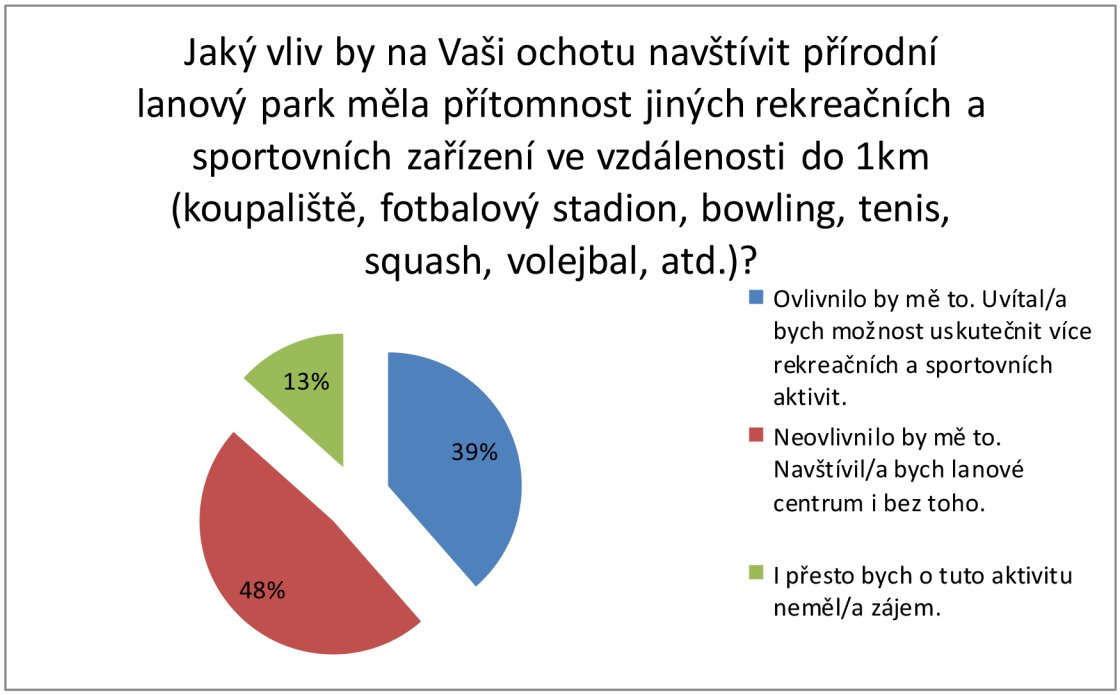
Graf č. 6: Otázka č. 3
(Zdroj: vlastní zpracování)

U dotázaných, kteří v předchozí otázce odpověděli, že by neměli zájem (18 %) byly zjišťovány důvody proč tomu tak je. V největší míře převládá názor, že lidé mají strach z výšky (39 %) nebo je tento druh sportovní aktivity nepřijde zajímavý (39 %). Finanční důvody byly pak zmíněny v 13 % případů. Finanční důvody i nezájem o tuto aktivitu jsou považovány za důvody, které se v průběhu času mohou změnit a i z těchto dotázaných se mohou stát budoucí potencionální zákazníci lanového parku.



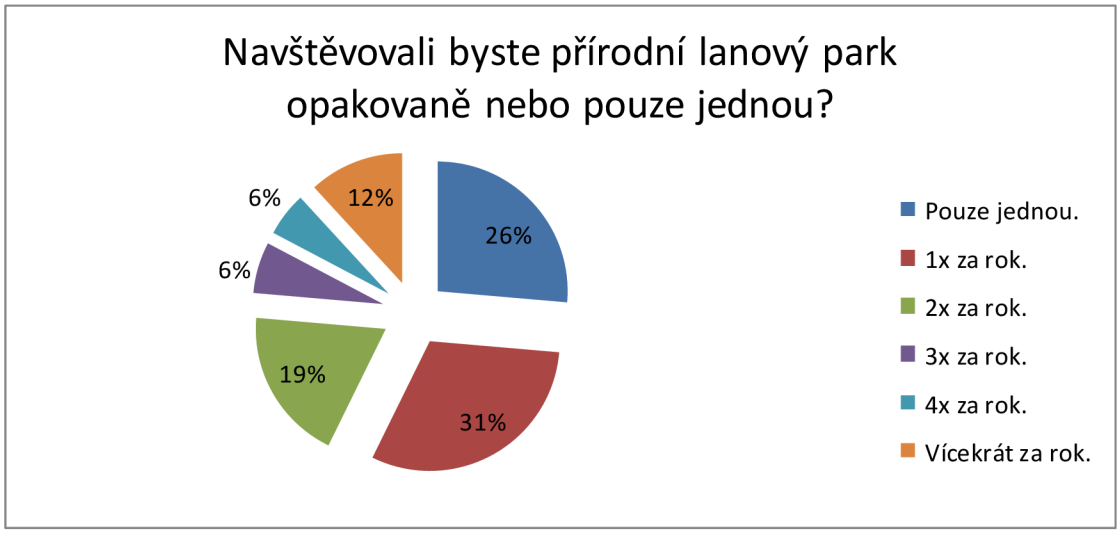
Graf č. 7: Otázka č. 4
(Zdroj: vlastní zpracování)

Čtvrtá otázka měla za cíl zjistit vliv vzdálenosti lanového parku na ochotu veřejnosti toto zařízení navštívit. V 70 % případů by přítomnost lanového parku v blízkosti bydliště měla vliv na ochotu lanový park navštívit. 26 % z celkového počtu dotázaných by přitom rádo navštívilo lanový park vícekrát. U 10 % dotázaných by je ani tato skutečnost nepřesvědčila k návštěvě lanového parku. Zbývajících 20 % dotázaných uvedlo, že vzdálenost pro ně není rozhodujícím faktorem a jsou ochotni za touto aktivitou i cestovat. Lze tedy konstatovat, že z 82 % dotázaných, kteří by měli zájem lanový park navštívit, by 20 % bylo ochotno i cestovat.



Graf č. 8: Otázka č. 5
(Zdroj: vlastní zpracování)

Poloha lanového parku je plánována v oblasti s velkým počtem jiných sportovních nebo rekreačních zařízení. Další otázka tedy měla za úkol zjistit, zda by přítomnost těchto zařízení povzbudila potencionální zákazníky v návštěvě lanového parku. V 39 % tomu tak opravu bylo a přítomnost těchto zařízení by vliv na návštěvnost měla. Pro 48 % dotázaných by to nehrálo roli a 13 % by ani tak nezměnilo názor na svůj nezájem o lanový park. Více jak 1/3 dotázaných by to ovlivnilo a to považuji za přiměřené procento, aby se potvrdila myšlenka výstavby lanového parku v okolí těchto zařízení.

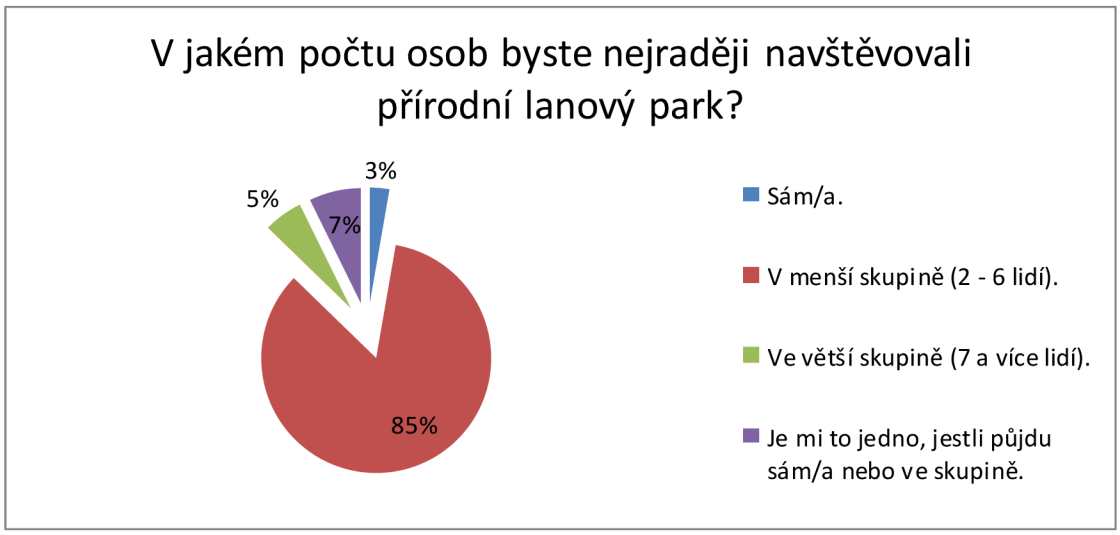


Graf č. 9: Otázka č. 6
(Zdroj: vlastní zpracování)

Dalším cílem bylo zjistit, zda potencionální návštěvníci shledávají lanový park natolik atraktivním, že by o tuto adrenalinovou činnost měli zájem opakovaně. U 26 % dotázaných by byl jejich zájem pouze jednorázový a pravděpodobně by lanový park navštívili pouze jednou. Zbývajících 74 % by park navštívilo opakovaně a celkového počtu dotázaných by jich 43 % navštívilo park vícekrát než jednou za rok. V 12 % případů je tato aktivita pro zájemce natolik atraktivní, že by měli zájem navštívit lanový park 5x a vícekrát za rok. Právě tato skupina vytváří možnost prodeje permanentek.

Graf č. 10: Otázka č. 7
(Zdroj: vlastní zpracování)

Tato otázka zjišťovala vliv permanentek se slevou na vstupy na zájem ze strany veřejnosti. Pro 40 % dotázaných by to žádný vliv nemělo. Dá se tedy předpokládat, že by park nenavštívili za rok tolikrát, aby se jim podobná investice vyplatila. Pro 24 % je však tato nabídka atraktivní a rozhodně by ji využili. Zbývajících 36 % by o tom alespoň uvažovalo. Dá se tedy předpokládat, že v případě možnosti zakoupení permanentky by 1/3 zájemců navštívila vícekrát za rok.

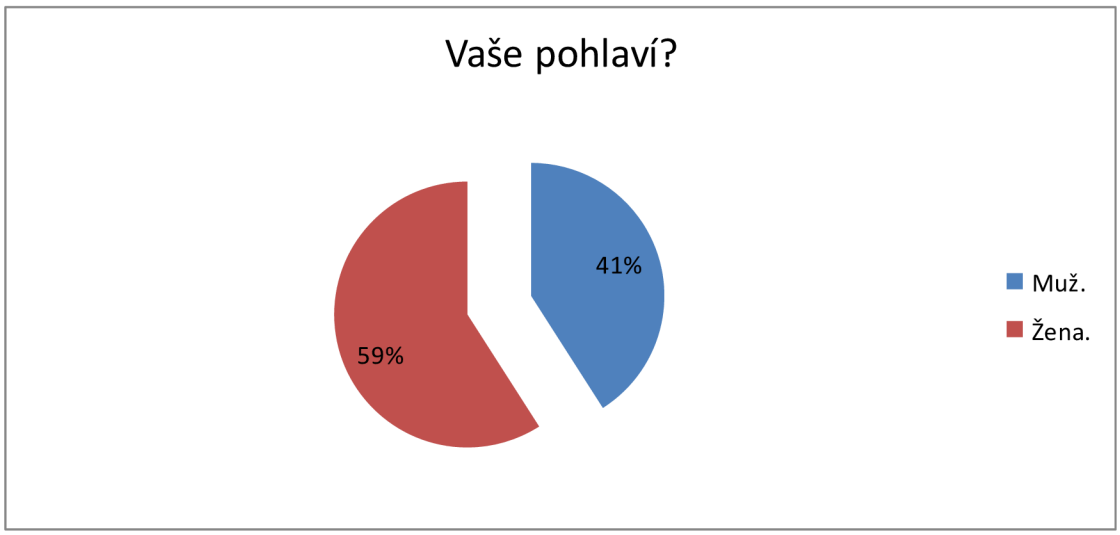


Graf č. 11: Otázka č. 8
(Zdroj: vlastní zpracování)

Cílem této otázky bylo zjistit, v jakém počtu lidí by návštěvníci nejraději lanový park navštěvovali. Hlavním důvodem této otázky bylo však určit potřebu vytváření různých programů pro větší skupiny návštěvníků. Celých 85 % dotázaných by park chtělo navštěvovat v malé skupině o 2 až 6 lidech. Takto malá skupiny se nedá považovat za cílovou skupinu různých programů, které jsou většinou pro 10 a více osob.

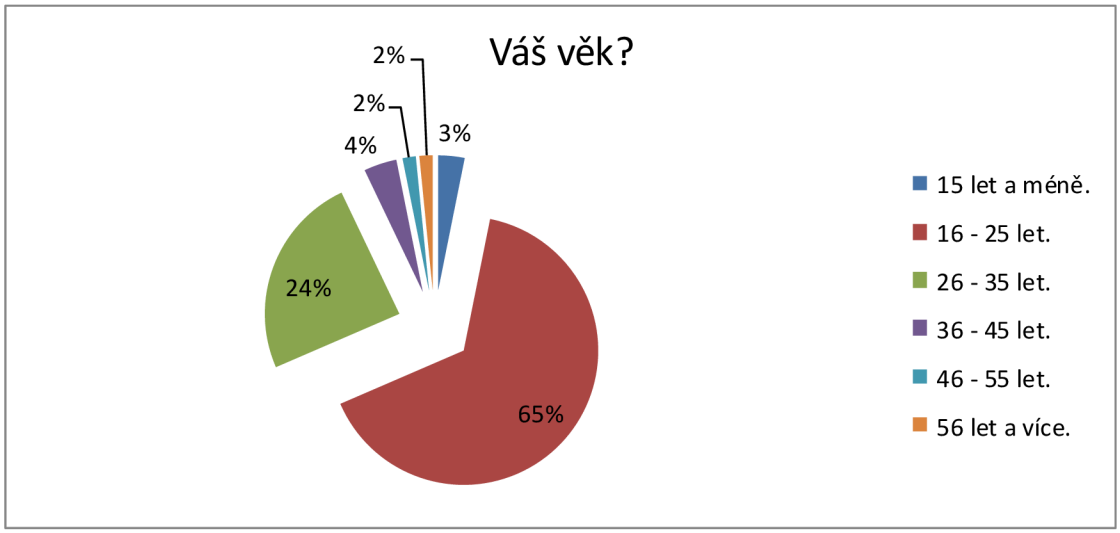
Graf č. 12: Otázka č. 9
(Zdroj: vlastní zpracování)

Na základě dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 37 % dotázaných by určitě využilo možnost občerstvení v areálu lanového parku. Dalších 49% by ho pravděpodobně také využilo a pouhých 14 % by ho pravděpodobně nevyužilo. Žádný z dotázaných neodpověděl, že by o občerstvení neměl zájem. Rozhodnutí vybudovat občerstvení v areálu lanového parku je teda opodstatněné.



Graf č. 13: Otázka č. 10
(Zdroj: vlastní zpracování)

Tato otázka měla pouze rozčlenit dotazované podle pohlaví.



Graf č. 14: Otázka č. 11
(Zdroj: vlastní zpracování)

Z poslední otázky vyplývá, že dotazníkového šetření se účastnili převážně lidé ve věku 16 - 25 let (65 %), jedná se tedy hlavně o žáky středních a vysokých škol. Další nejpočetnější skupinou byli lidé ve věku 26 - 35 let (24 %). Právě tyto věkové skupiny jsou považovány za nejvýznamnější cílové skupiny. Další významnou cílovou skupinou jsou pak děti. Dotazníkové šetření jejich zájmu o lanová centra by však bylo velmi náročné, neboť by bylo nutné zjišťovat nejen zájem děti, ale také ochotu rodičů za něco takového utrácet.

Aplikace výsledků dotazníkového šetření

Z následující tabulky je zřejmé jakým způsobem byl zjištěn počet 12 466 potencionálních zákazníků v okolí města Litomyšle. Vezeme-li v úvahu vzdálenost, finanční stránku, neochotu cestovat tak daleko a další proměnné, pak pro účely této práce budeme uvažovat raději pesimistickou variantu, kdy by lanový park navštívilo 10 % z těchto potencionálních zákazníků, tedy okolo 1 250 zákazníků v prvním roce. Aplikací získaných dat o počtu plánovaných opakovaných návštěv opět uvažuje raději s pesimistickou variantou, kdy z těchto 1 250 zákazníků by alespoň jednou přišla znovu necelá 1/3. Dostáváme se tedy na hodnotu okolo 1550 návštěv v prvním roce z řad lidí ve věku 16 - 36 let.

Tabulka č. 2: Potencionální zákazníci 16 - 35 let

Pardubický kraj (okolní správní obvody obcí mimo Litomyšle):	
vypočtený podíl obyvatel 16 - 25 let	**11,21%**
suma celkového počtu obyvatel bez Litomyšle	211122
suma obyvatel cílové věkové skupiny	23667
kolik % má zájem o lanový park podle dotazníku	83,13%
kolik % má zájem i cestovat podle dotazníku	16,87%
suma potencionálních zákazníků	**3319**
Litomyšl:	
suma celkového počtu obyvatel obecního celku Litomyšle	10000
suma obyvatel cílové věkové skupiny	1121
suma potencionálních zákazníků se zájmem	**932**
Pardubický kraj (okolní správní obvody obcí mimo Litomyšle):	
vypočtený podíl obyvatel 26 - 35 let	**13,74%**
suma celkového počtu obyvatel bez Litomyšle	211122
suma obyvatel cílové věkové skupiny	29008
kolik % má zájem o lanový park podle dotazníku	83,87%
kolik % má zájem i cestovat podle dotazníku	29,03%
suma potencionálních zákazníků	**7063**
Litomyšl:	
suma celkového počtu obyvatel obecního celku Litomyšle	10000
suma obyvatel cílové věkové skupiny	1374
suma potencionálních zákazníků se zájmem	**1152**
CELKEM	**12466**

(Zdroj: vlastní zpracování dle [22])

Jak již bylo zmíněno v analýze sociálních faktorů, v blízkosti Litomyšle se nachází 52 základních škol, které přicházejí v úvahu jako potencionální zákazníci, neboť právě základní školy velmi často pořádají výlety do lanových parků. Pro zjednodušení byl učiněn předpoklad, že každý z těchto základních škol má 2 třídy, které by o lanový park měly zájem a každá z nich má průměrně 17 žáků. Pokud budeme opět raději pesimističtí, tak můžeme předpokládat, že se nám podaří přilákat v prvním roce 25 % základních škol, které navštíví lanový park.

Z řad dětí, pro které je určen Junior Park se odhaduje návštěvnost okolo 500 dětí v prvním roce podnikání a to zejména díky opakovanému zájmu ze strany dětí a blízkému koupališti, které s rodiči navštěvují.

U firem je učiněn pesimistický předpoklad zájmu pouze 4 firem, které si zamluví areál parku v průměru na 4 hodiny.

2.5 SWOT analýza

Silné stránky:

- Jediný lanový park v okruhu více jak 40 km,
- Přítomnost okolních rekreačních a sportovních zařízení (koupaliště, hokejový stadion, fotbalový stadion, tenis, squash, volejbal, fotbalgolf, bike park),
- Blízká zastávka MHD,
- Přilehlá ubytovací zařízení - autokemp, ubytovna pedagogické školy,
- Lesní prostředí pod korunami stromů vhodné i ve velmi teplém počasí,
- Zájem veřejnosti o adrenalinové sportovní aktivity,
- Lanové překážky pro děti,
- Vhodné pro školní výlety,
- Teambuildingové aktivity pro firmy.

Slabé stránky:

- Zásadní vliv počasí,
- Pronajatý pozemek,
- Velikost města,
- Poloha na kraji města.

Příležitosti:

- Možnost vybudování dalších lezeckých překážek,
- Budování partnerských vztahů s okolními rekreačními a sportovními zařízeními,
- Dotace na výstavbu od města, kraje nebo Ministerstva pro místní rozvoj,
- Pořádání sportovních událostí.

Hrozby:

- Vandalismus,
- Neuzavření nebo předčasné vypovězení nájemní smlouvy ze strany města,

- Poškození nosných stromů - paraziti, plísně, škůdci,
- Vybudování rozsáhlejšího lanového parku v blízkém okolí,
- Neposkytnutí úvěru,
- Dlouhodobě špatné počasí,
- Nezájem ze strany veřejnosti,
- Ztráta personálu mezi sezónami.

3 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ, PŘÍNOS NÁVRHŮ ŘEŠENÍ

Tato část práce se zabývá návrhem realizace výstavby a provozu lanového parku v centru Pardubického kraje. V První části bude popsán samotný vznikající podnik. Při výběru lokalizace lanového parku je kladen důraz na vhodnost lokality, jak z konkurenčního hlediska, tak z hlediska atraktivity pro potencionální zákazníky - oblast vyhledávaná pro možnost rekreačního a sportovního vyžití.

Návrhy v této části se z velké části zabývají podrobným marketingovým plánem, který bude mít za úkol uspokojit zjištěné potřeby zákazníků a nabídnout jim takový druh služeb, který ocení a budou pravidelně vyhledávat.

Celý návrh výstavby a provozu projektu lanového centra bude doplněn o podrobný finanční a organizační plán, zohledňující veškeré aspekty ovlivňující provoz této podnikatelské činnosti.

Vyhotovení projektu na výstavbu lanového parku je velmi nákladná záležitost. Cena vypracování studie, pořízení projektové dokumentace a vizualizace u podobných projektů se pohybuje v řádech desetitisíců korun. Pro účely vypracování této diplomové práce je tedy použit projekt skutečně vybudovaného lanového parku a to konkrétně Přírodního lanového centra sv. Linhart v Karlových Varech. Konkrétní položky částečně převzaté z tohoto projektu jsou především projekt trasy lanového parku, ceny vybudování lanového parku a časový harmonogram.

3.1 Popis podniku

Lanový park v Litomyšli vzniká za účelem naplnění mezery na trhu, která byla v této oblasti zjištěna. Na základě dotazníkového šetření uskutečněného pro analýzu tržního potenciálu byla potvrzena domněnka zakladatele, že zájem o tento druh sportovních aktivit je poměrně vysoký a dává tak prostor možnému vzniku tohoto projektu.

3.1.1 Název

Jako nejvhodnější název firmy byl zvolen - **Lanový park Litomyšl, s. r. o.** Jednoduchost názvu je zvolena hned z několika důvodů. Podle osobní zkušenosti zakladatele mají často potencionální zákazníci problém vyhledávat na internetu lanová centra/parky, která mají nějaký „zvláštní typ názvu“, který se snaží být nějakým způsobem originální a zaujmout. Nový zákazník, který si pak není přesně jistý tímto názvem nebo konkrétní lokalitou hledaného střediska, může mít značné obtíže hledané lanové centrum/park nalézt. Dalším z důvodů, proč byl zvolen tento název, je také poměrně omezený rozsah slovních výrazů a spojení nebo anglicismů, které v nových zákaznících evokují vazbu k tomuto druhu sportovní aktivity. Většina možných názvů je navíc již použita konkurencí (Tarzania, Monkeyland, Spiders center, Opičárna, atd.) Pokud tedy někde v rychlosti zahlédnou reklamu upozorňující na tento typ názvů, nemusí být vůbec schopni si dát tyto souvislosti dohromady a pochopit, že se jedná o lanové centrum/park.

3.1.2 Právní forma

Při rozhodování o volbě nejvhodnější právní formy přicházely do úvahy dvě možnosti - osoba samostatně výdělečně činná (tzv. OSVČ) nebo společnost s ručením omezeným (s. r. o.). Pro účely vybudování lanového parku byla zvolena druhá možnost, tedy společnost s ručením omezeným a to hned z několika důvodů.

Prvním z důvodů je způsob ručení u tohoto druhu právní formy. Zakladatel ručí pouze do výše svého nesplaceného vkladu a neručí tedy jako u OSVČ celým svým majetkem. V případě uskutečnění tohoto projektu bych se sám stal jednatelem firmy, a tudíž bych se mne současně týkala výjimka plynoucí z § 68 zákona o obchodních korporacích předpisu č. 90/2012 sbírky. Tento paragraf říká, že v případě, kdy jednatel společnosti nejedná jménem firmy s péčí řádného hospodáře, pak v případě úpadku firmy ručí také svým majetkem. Snaha o založení nové firmy je však bez pochyb spojena s ochotou tomuto závazku zcela dostát [30].

Velmi podstatným faktorem založení společnosti s ručením omezeným je hledisko důvěryhodnosti. Právnická osoba má zajisté lepší vyjednávací pozici než samostatná

fyzická osoba a statut právnické osoby jí v očích mnoha lidí staví do pozice důvěryhodnějšího subjektu.

Právní forma společnosti s ručením omezeným také nabízí možnost převodu nebo prodeje společnosti v případě, kdy setrvání firmy v rukou dosavadního majitele nebude z jeho pohledu nadále považováno za žádoucí.

Větší stupeň důvěryhodnosti plynoucí z pozice právnické osoby také zajisté zvyšuje potenciál uzavření partnerských vztahů s jinými firmami. Zvyšuje se tak šance navázání vzájemně prospěšných marketingových vztahů poskytujících možnost vyššího stupně propagace nabízených služeb, stejně jako šance získání nových investorů nebo společníků.

Společnost s ručením omezením dále umožňuje společníkům předat pravomoci řízení firmy jiným osobám. Na rozdíl od OSVČ, kde není možné tímto způsobem delegovat kompetence a odpovědnosti na jiné osoby.

Posledním z uvažovaných výhod založení společnosti s ručením omezeným je schopnost právnické osoby budovat své obchodní jméno na trhu a zvyšovat tak v čase hodnotu společnosti a povědomí o ní v řadách široké veřejnosti.

Jako druh živnosti jsou zvoleny - pohostinská činnost (živnost ohlašovací řemeslná, odpovědný zástupce - Jan Vostrčil) a také výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 (živnost ohlašovací volná).

3.1.3 Lokalizace sídla firmy a lanového parku

Sídlo

Podnikatelská činnost lanového parku nevyžaduje sídlo v podobě budovy nebo pronajaté kanceláře přímo v místě působiště. Z tohoto důvodu bylo za sídlo firmy zvoleno bydliště zakladatele firmy na adrese - Komenského náměstí XXXX, 570 01 Litomyšl. Kontaktní údaje na majitele a jednatele v jedné osobě budou přímo na místě lanového parku. Vzdálenost 5 minut automobilem od bydliště jednatele umožňuje

poměrně vysoký stupeň flexibility v případě nutnosti např. nečekané objednávky na poslední chvíli nebo v případě osobní schůzky v místě areálu lanového parku.

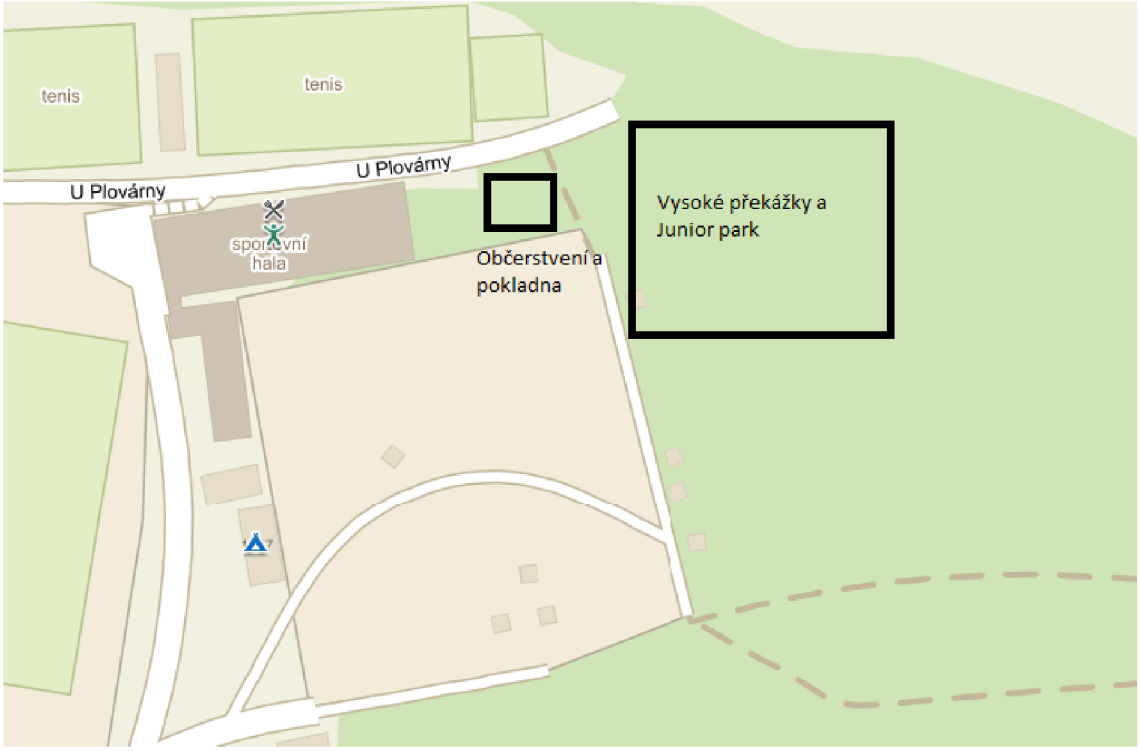
Areál lanového parku

Za nejvhodnější polohu pro realizaci tohoto projektu byla vybrána lokalita lesů a přilehlého okolí v oblasti tzv. Černé hory na kraji města Litomyšle, která sousedí s Autokempem Primátor a Sportcentrem Litomyšl (viz. mapa). Jedná se o městskou oblast nejvíce navštěvovanou za účelem sportovního nebo rekreačního vyžití, kde se na jenom místě vyskytuje mnoho rekreačních a sportovních zařízení. Jakými jsou například:

- koupaliště,
- hokejový stadion,
- fotbalový stadion,
- tenisové kurty,
- squash,
- fotbalgolf,
- volejbal,
- badminton,
- bike park,
- atd.

Přítomnost těchto sportovních a rekreačních zařízení je pro umístění lanového parku velmi výhodná, neboť je zde vysoká koncentrace návštěvníků vyhledávajících sportovní aktivity, jakými lanový park zajisté je. Ve vzdálenosti do 500m je také veliké parkoviště pro desítky automobilů u zimního stadionu a vedle něho obdobně veliké parkoviště před koupalištěm.

Lanový park je pak situován v krajní části převážně listnatého lesa, ve kterém se nachází několik turistických pěšinek, pro rekreační účely. Občerstvení a pokladna lanového parku se budou nacházet na okraji tohoto lesa tak, aby nezasahovaly do přirozeného prostředí lesa a nezvyšovala se tak šance jeho znečištění nedbalými zákazníky lanového parku.



Obrázek č. 3: Areál lanového parku
(Zdroj: vlastní zpracování)

Lesní oblast lanového parku i přilehlá travnatá plocha pro občerstvení a pokladnu se nachází na pozemcích, které jsou ve vlastnictví města Litomyšle (konkrétně se jedná o obec - Litomyšl, katastrální území - Litomyšl, parcelní číslo 964, 961/3 a 961/4). Cílem této práce je tedy vypracovat projekt, který by bylo možné předložit příslušným orgánům města Litomyšle, které by posoudily, zda zásah do přírodního prostředí bude akceptovatelný a umožnily by tak pronájem těchto pozemků pro realizaci projektu. Plocha pronajímaného pozemku by byla 5 000 m^2. Volba pronájmu pozemků od města byla zvolena především kvůli výborné poloze, která byla již několikrát zmíněna [31, 32, 33].

Umístění lanového parku v lesích patřících městu není nic výjimečného. Za lanové parky, které jsou obdobně umístěny na lesních pozemcích přilehlého města, je možné zmínit např. Lanový park Podhůra u Chrudimy, Lanový park Hradec Králové nebo Přírodní lanové centrum sv. Linhart u Karlových Varů [34, 35, 36].

3.1.4 Otevírací doba

U většiny lanových center/parků je otevírací doba velmi podobná. Počasí vhodné pro lezení je většinou od dubna do října. Duben a květen se začíná oteplovat a hezké dny nejsou ještě tak obvyklé, proto bylo pro tyto měsíce rozhodnuto, že otevřeno bude pouze o víkendech a svátcích od 13:00 do 18:00. Očekává se zájem návštěvníků především o víkendech, kdy chtějí využít zlepšující se počasí a začínají se pomalu věnovat letním aktivitám tohoto druhu. Červen je první letní měsíc a počasí začíná být příznivé, proto od tohoto měsíce bude lanový park otevřen i ve všední dny od 13:00 do 18:00 a o víkendech se otevírací doba prodlouží již od 10:00 do 19:00. V měsících květnu a červnu se počítá především s vysokou návštěvností ze strany škol. Červenec a srpen jsou měsíce, které jsou pro každý lanový park nejdůležitější, protože studenti mají letní prázdniny a návštěvnost lanových center/parků se velmi zvyšuje. Proto v těchto měsících bude otevírací doba ve všední dny od 13:00 do 19:00 a o víkendech a svátcích od 10:00 do 19:00. Září a říjen by se z hlediska počasí daly přirovnat k dubnu a květnu, proto otevírací doba v tyto měsíce bude obdobně pouze o víkendech od 13:00 do 18:00.

Tabulka č. 3: Otevírací doba

Měsíc	Den	Hodina
duben, květen	všední dny	na objednávku
	víkendy a svátky	13:00 - 18:00
červen	všední dny	13:00 - 18:00
	víkendy a svátky	10:00 - 19:00
červenec, srpen	všední dny	13:00 - 19:00
	víkendy a svátky	10:00 - 19:00
září, říjen	všední dny	na objednávku
	víkendy a svátky	13:00 - 18:00

(Zdroj: vlastní zpracování)

Mimo otevírací dobu je možný vstup do lanového parku po předchozí domluvě v počtu min. 3 osob. Počet 3 osob byl zvolen z důvodu, aby se přítomnost instruktora v parku vůbec vyplatila.

Lanový park si vyhrazuje možnost za nepříznivého počasí park kdykoliv uzavřít. Lezení za deště, námrazy nebo silného větru je velmi nebezpečné a v rámci zachování maximální bezpečnosti návštěvníků, nebude za těchto okolností nikomu umožněn vstup

na lanové překážky. Aktuální informace o možné změně otevírací doby bude vždy možné nalézt na webových stránkách parku.

Zahájení činnosti Lanového parku Litomyšl je plánováno na sobotu 6. 5. 2017 (viz. kapitola *3.7 Harmonogram realizace projektu*).

3.2 Volba vhodné strategie

3.2.1 Zvyšování povědomí o firmě

Velmi zásadním krokem, jak nastartovat a udržet v chodu kvalitní podnikání, je zajisté získávání klientely. Podstatným cílem firmy tedy bude snaha neustále oslovovat nové potencionální zákazníky lanového parku. Naplňování tohoto cíle se firma bude snažit dosahovat podílením se na kulturních a sportovních akcích města, umístěním reklamy do místního deníku, ale i deníků v okolních městech; vylepováním reklamních plakátů lákajících zákazníky na pořádané akce a snahou rozšiřovat řady partnerských firem.

3.2.2 Oslovení cílových skupin zákazníků

Firma Lanový park Litomyšl, s. r. o. bude aktivně vyvíjet snahu získávat nové zákazníky zejména výše zmíněnými prostředky. Hlavní snaha bude pak zaměřena na zejména na cílovou skupinu potencionálních zákazníků.

Za cílovou skupinu, která tvoří velmi podstatnou část klientely lanových center/parků je možné označit děti navštěvující první stupně základních škol, tedy děti ve věku 6 až 11 let. Na základě strukturovaného rozhovoru s majitelem Lanového centra Pardubice Petrem Ministrem jsou to právě děti, které tvoří významnou část klientely lanových center parků. Cílem firmy tedy bude aktivně oslovovat základní školy a školky v městě Litomyšli a blízkém okolí, stejně jako přilákat děti v doprovodu rodičů [37].

Další cílovou skupinou jsou pak děti druhého stupně základních škol nebo prvního stupně víceletých gymnázií, tedy ve věku 12 až 16 let. Je velmi časté, že právě druhé stupně základních škol pravidelně pořádají výlety do lanových center/parků a v městě

Litomyšli tomu není jinak. Jasným cílem pro získání této cílové skupiny je tedy vytvoření stálé klientely v podobě všech tří základních škol v Litomyšli a následně i okolí a nabídnutí výhodných akcí pro školní výlety.

Za třetí cílovou skupinu lze označit studenty středních a vysokých škol a lidi do věku okolo 35 let. Tito zákazníci navštěvují lanová centra/parky s přáteli především z vlastní iniciativy. Oslovení těchto zákazníků už není tak snadné jako v předchozích případech, kdy komunikace probíhala se vzdělávacími institucemi, ale je nutná značná úroveň veřejné propagace.

Poslední cílovou skupinou jsou pak firmy. Lanová centra/parky jsou výborným místem pro utužování firemního kolektivu, ať už zábavně stráveným společným časem nebo formou konkrétních teambuildingových programů. Cílem firmy je vytvoření programů lákajících zájem firem o tento druh aktivity. Vliv na získání tohoto druhu zákazníků budou zajisté mít skupinové slevy, které za tímto účelem firma bude poskytovat.

3.2.3 Partnerské vztahy s jinými firmami

Strategicky významným cílem zajisté bude snaha vytvořit partnerské vztahy s firmami v Litomyšli. Prvním krokem bude během prvního roku iniciativa směřující k uzavření partnerských vztahů s přilehlými rekreačními a sportovními zařízeními, zejména pak s litomyšlským koupalištěm, které je v letních měsících velmi navštěvované. V druhém kroku bude spolupráce nabídnuta nejnavštěvovanějším podnikům v Litomyšli (restaurace U Medvěda, Club U Kolji, kavárna a cukrárna Chocco Caffé a další). Forma spolupráce by měla mít především podobu vzájemné propagace, ať už na webových stránkách těchto zařízení nebo přímo v místě jejich působení v podobě poutačů.

3.2.4 Rozšíření lanového parku

V počátcích podnikání bude snaha firmy orientována především na návratnost vložené investice. V období 5 let však bude za cíl rozšíření lanového parku

prostřednictvím prodloužení lezecké dráhy o 5 až 10 nových lanových překážek (v závislosti na disponibilních finančních prostředcích).

3.2.5 Vytváření nových programů

Pro podporu rozvoje aktivit firmy budou v prvních letech podnikání vytvářeny různé programy pro návštěvníky, které rozšíří zážitek z návštěvy lanového parku. Bude se jednat o tematické programy pro děti i teambuildingové programy pro firmy.

3.3 Marketingový plán

3.3.1 Produkt

V dnešní uspěchané době plné stresu a nezdravého stravování si mnoho lidí naštěstí začíná uvědomovat tento negativní trend. Proto v poslední době velmi stoupá zájem lidí o zdravý životní styl, kterým chtějí proti těmto zlozvykům alespoň částečně bojovat. Se zdravým životním stylem je neodmyslitelně spojený sport a celkově jakákoliv činnost umožňující aktivní pohyb. I to je důvodem vypracování tohoto projektu, který nabízí velmi atraktivní kombinaci aktivního pohybu se značnou dávkou adrenalinu.

V prostředí lanového parku se bude nacházet hned několik sportovních aktivit, mezi kterými si budou moci zákazníci vybrat tu, která jim nejvíce vyhovuje. Nabízené aktivity jsou voleny tak, aby uspokojily celou řadu zákazníků s různými preferencemi. Rozdělení zákazníků do cílových skupin bylo provedeno již v kapitole *3.2.2 Oslovení cílových skupin zákazníků*.

<u>Lezecké překážky</u>

Hlavní službou, kterou lanový park bude poskytovat, jsou pochopitelně lanové překážky umístěné mezi stromy. Začátek trasy je na první plošině, na kterou se lezec dostane po žebříku a ze které se dostane na první překážku. Jednotlivé překážky na sebe navazují a plynulý přechod mezi nimi je zprostředkován prostřednictvím dřevěných plošin umístěných po obvodu stromů. Návaznost lanových překážek umístěných ve výšce nad zemí pak vytváří trasu, kterou lezec musí celou překonat, aby se na konci

pomocí lanovky dostal zpět na zem. Sestup zpět na zem je možný pouze na začátku a na konci trasy, přičemž začátek i konec trasy je na různých místech. Pokud by se lezec z nějakého důvodu rozhodl, že nechce trasu dokončit a chce se dostat zpět na zem, může tak učinit pouze za pomoci instruktora, který ho bezpečně spustí za použití lana.

Jednotlivé překážky jsou lezcem zdolávány za použití lezeckého jistícího vybavení, které po celou dobu postupu zajišťuje bezpečnost a bez kterého není vstup na trasu povolen.

Jistící lezecké vybavení se skládá z lezeckých popruhů, které si za pomoci instruktora lezec nasadí a přizpůsobí svým tělesným proporcím ještě před vstupem na samotný žebřík vedoucí k první překážce.

Obrázek č. 4: Horolezecký úvazek
[38]

Další součástí lezeckého jistícího vybavení jsou dvě lana na jedné straně spojená a připevněná na prsou k lezeckým popruhům a na druhém konci zakončená vždy jednou manipulovatelnou karabinou.

Obrázek č. 5: Ferratový set
[39]

Pro zajištění maximální bezpečnosti jsou také součástí lezeckého jistícího vybavení přilby.

Obrázek č. 6: Přilba
[40]

Pohyb po lanových překážkách je jištěn pomocí celého tohoto setu. Manipulovatelné karabiny jsou během lezení vždy upevněny na jistící lano, které je vedeno celou lezeckou trasou. Manipulace s karabinami probíhá tím způsobem, že VŽDY musí být alespoň jedna karabina upevněna na jistící lano. Při přechodu mezi jednotlivými překážkami tedy lezec vždy odjistí první karabinu, kterou upevní na jistící lano druhé překážky a až poté uvolní druhou karabinu, kterou taktéž přemístí na jistící lano druhé překážky. Nikdy tedy nemůže nastat situace, že by lezec nebyl jištěn alespoň jedním jistícím lanem. Tento postup neustálého jištění je součástí instruktáže, kterou musí každý návštěvník před vstupem na lezeckou trasu absolvovat za asistence vyškoleného

instruktora. Instruktáž správného jištění s dalšími pokyny se vždy odehrává na tzv. trenažéru, který imituje přechod mezi lanovými překážkami v bezpečí na zemi.

Pro zajištění bezpečnosti je mimo jištění rozhodnuto i o dalších omezujících podmínkách. Minimální věk pro vstup na lanové překážky je 12 let a minimální přípustná výška je 150 cm. Osoby ve věku 10 až 12 let mohou absolvovat trasu pouze za přímé asistence zákonného zástupce nebo jiné pověřené osoby. Osoby mladší 15 let mohou na lanové překážky pouze se souhlasem zákonného zástupce nebo jiné pověřené osoby starší 18 let. Dalším omezením je přítomnost maximálně jedné osoby na každé lanové překážce a maximální počet 2 osob na jedné plošině mezi překážkami.

Lanový park Litomyšl, s. r. o. bude od začátku disponovat dvěma lezeckými trasami. Hlavní trasa vysokých překážek se bude nacházet ve výšce 8 metrů nad zemí a bude obsahovat 23 lanových překážek umístěných do oválu (viz. *Příloha č. 2*).

Druhou trasou, kterou bude lanový park nabízet, bude Junior Park pro děti od 4 do 9 let. Lezecké překážky této trasy budou ve výšce 1,5 metru nad zemí. Forma jištění nebude obdobná jako v předchozím případě prostřednictvím lezeckého jistícího vybavení, ale bude v podobě ochranných sítí pod všemi lezeckými překážkami junior parku.

Trampolíny

Další sportovní aktivitou, kterou bude lanový park nabízet, bude trampolína, kterou ocení zejména děti. Trampolína bude umístěna na otevřeném prostranství kraje lesa v blízkosti bufetu.

Programy

Vhodným způsobem jak přilákat více nových zákazníků nebo donutit staré pro opětovnou návštěvu jsou různé druhy programů. Pro děti budou vymýšleny tematické programy inspirované např. pohádkami, které budou kombinovat příběh odehrávající se v lese v blízkosti lanového parku a překážky junior parku, které budou vhodně zasazeny do příběhu. Pro firmy budou pořádány teambuildingové programy mající za cíl utužit

firemní kolektiv. Další možnou volbou pro firmy, ale i obecně pro jiné větší skupiny bude možnost pronajmout si celý areál lanového parku.

Občerstvení a pokladna

Lanový park potřebuje pro svůj provoz nějakou formu zázemí, kde bude možné ukládat lezecké vybavení, občerstvit se, a které bude fungovat jako pokladna při placení. Z důvodů finanční náročnosti se v blízké době neuvažuje o výstavbě zděné budovy. Jako vhodná alternativa bylo zvoleno zakoupení zahradního domku, který ke zmiňovaným účelům bude dostačující.

V těchto prostorách a jeho blízkém okolí bude poskytováno návštěvníkům parku občerstvení v podobě párků v rohlíku, piva (Svijany 11 stupňů), malinové limonády, kávy, baget, sladkostí pro děti, atd. V okolních prostorách se bude nacházet také 6 stolů po 2 lavičkách s deštníky, 3 stojany na kola (kapacita jednoho je 5 kol), reproduktory přenášející rádiové stanice, večerní osvětlení a úschovna v podobě uzamykatelných boxů. Při zakoupení vstupu na Vysoké překážky nebo Junior Park bude návštěvníkům zdarma poskytnut klíč k úschovně, pro odložených osobních věcí.

3.3.2 Cena

Každý lanový park je svým způsobem jedinečný. Už při projektování lezeckých překážek je kladen důraz na originalitu. Lezecké překážky mají pouze omezený počet realizovatelných podob, aby bylo možné je překonat a nebylo k tomu zapotřebí nijak výrazných lezeckých dovedností. Ostatně park má sloužit široké veřejnosti a hodnotou, kterou park návštěvníkům především poskytuje, je euforie z překonání celé adrenalinové trasy ve výškách. Ve většině případů se také v jednotlivých lanových parcích různí počet nabízených tras a jejich obtížnost. Stejně tak tomu je u poskytování lezeckých překážek pro děti. Dalšími proměnnými jsou zázemí lanového parku, vzdálenost od nejbližšího města, možný způsob dopravy, možnost občerstvení na místě, atd. Všechny tyto proměnné dělají téměř každý lanový park jedinečným a od toho se také odvíjí cena. Základní ceny jsou ve většině parků velmi podobné, ale právě zmíněné proměnlivé faktory mají vliv na jejich odlišení od konkurence.

Je vhodné také zmínit, že lanové parky jsou ve většině případů situovány tak, aby se vyhnuly konkurenci v blízkém okolí, a zaměřují se tedy převážně na lokální trh v dané oblasti, kde se tak tento druh poskytovaných služeb stává jedinečným. Vzdálenost konkurence se tak také stává významným faktorem při určování ceny.

Na základě cen konkurence (viz. kapitola *2. 3. 1. Stávající konkurence*) byla výše cen poskytovaných služeb Lanového parku Litomyšl, s. r. o. stanoven podle následující tabulky.

Tabulka č. 4: Ceník služeb

Aktivita	Cena
Vysoké překážky	240 Kč/okruh
Junior park	100 Kč
Trampolína	20 Kč
Více jak 10 osob	200 Kč/okruh
Více jak 20 osob	170 Kč/okruh
Rodinný balíček (1x Vysoké překážky + 1x Junior park)	300 Kč/balíček
Pronájem celého areálu	5000 Kč/hodina

(Zdroj: vlastní zpracování)

3.3.3 Distribuce

Veškeré služby Lanového parku Litomyšl, s. r. o. budou nabízeny přímo v areálu lanového parku. Otevírací doba lanového parku byla již uvedena v kapitole *3. 1. 4. Otevírací doba*. Mimo otevírací dobu mají zákazníci možnost telefonicky nebo prostřednictvím e-mailu/facebooku kontaktovat jednatele firmy a objednat se na konkrétní hodinu. Minimální počet osob pro možnost objednání je však z ekonomických důvodů stanoven na 3 osoby.

3.3.4 Propagace

Propagace firmy je vždy velmi klíčovou složkou zvyšování možného potenciálu. Jinak tomu není ani u lanového parku, a proto bude propagaci firmy věnováno značné úsilí, především pak v počátcích podnikání, kdy bude hlavním cílem zvyšovat povědomí o firmě. Propagace bude probíhat pravidelně především třemi následujícími způsoby, respektive čtyřmi v době před otevřením lanového parku.

Tištěná forma propagace

Měsíc před otevřením lanového parku bude umístěno reklamní sdělení do litomyšlského zpravodaje Lilie, které vycházejí každý měsíc. Bude zde oznámeno slavnostní otevření lanového parku s dostatečným předstihem, aby lidé měli čas se tuto informaci dozvědět a předat ji ideálně dál. Zpravodaj Lilie vychází každý měsíc v počtu 4 750 kusů a je dodáván zdarma do každé domácnosti v Litomyšli i integrovaných obcích (Nedošín, Pohodlí, Nová Ves u Litomyšle, Kornice, Suchá a Pazucha). Rozsah dopadu tohoto zpravodaje je velmi značný a pro lanový park důležitý [42].

Další tištěnou formou propagace bude vylepování letáků poutajících na plánované akce (programy) v areálu lanového parku. Vytištění plakátů a jejich vyvěšení v Litomyšli a přilehlém okolí je považováno za levný způsob jak vstoupit do povědomí obyvatel. Za rok se počítá s vyvěšením 200 kusů plakátů [43].

Internet

V dnešní době je prakticky nemožné snažit se prosadit a získat klientelu a u toho nemít svoji facebookovou stránku. Firma ještě před spuštěním provozu lanového parku zřídí webové stránky a facebookový profil, kde zákazníci vždy budou schopni najít aktuální informace, ať už o chystaných programech nebo o případné změně otevírací doby.

Náklady na založení facebookového profilu jsou prakticky nulové, v případě webových stránek je vyhrazena jednorázová částka 30 000 Kč.

Vhodnou formou lokální propagace je také server *naselitomysl.cz*, který nabízí přehled nejen pořádaných akcí, ale také jednotlivá stravovací, ubytovací, turistická a volnočasová zařízení ve městě Litomyšli.

Propagace v rámci partnerských vztahů

Vzájemná spolupráce firem a propagování svých aktivit navzájem je vždy oboustranně výhodným způsobem propagace. Snahou firmy bude od začátku zahájení

své činnosti navázat partnerské vztahy s přilehlými sportovními a rekreačními zařízeními.

Hlavním objektem zájmu o dlouhodobou spolupráci bude zejména koupaliště Litomyšl. Důvodem je vysoká návštěvnost koupaliště, která by vhodně umístěnou reklamou zajisté přilákala celou řadu nových zákazníků, a lanový park by se dostal do povědomí širší veřejnosti nejen z řad občanů Litomyšle. Návštěvnost koupaliště se průměrně pohybuje okolo 70 000 lidí za sezonu. Potenciál získání nových zákazníků pro lanový park je zde tedy velmi značný, a proto je koupaliště Litomyšl vnímáno jako primární cíl ve snaze uzavřít partnerské vztahy [44].

Rádio

Jako další forma propagace bylo zvoleno rádi Impuls východní Čechy. V prvním měsíci před otevřením lanového parku bude v rádiu Impuls vysílána pozvánka do lanového parku. Bude se jednat o 35s dlouhý audio spot, který bude běžet 1x denně od 9:00 do 12:00 a 2x denně v době od 12:00 do 15:00 a to po dobu 10 pracovních dnů. Konkrétní náklady na tuto propagaci jsou uvedeny ve Finančním plánu.

3.4 Organizační plán

Během otevírací doby se nepředpokládá přítomnost většího množství návštěvníků najednou. Z tohoto důvodu se v areálu lanového parku během běžné otevírací doby budou zdržovat pouze 2 zaměstnanci. Pouze v červnu po objednání a v červenci a srpnu v odpoledních hodinách se pro předpokládanou vyšší návštěvnost budou v parku nacházet 2 instruktoři.

Prvním zaměstnancem bude obsluha bufetu, která kromě prodeje občerstvení zákazníkům bude také zastávat funkci prodeje jednotlivých služeb lanového parku, mezi které patří Vysoké překážky, Junior park a trampolína. V mezičase bude obstarávat správu registrací prostřednictvím webových a facebookových stránek parku. Obsluha bufetu bude taktéž návštěvníkům poskytovat klíč od úschovny věcí.

Druhým zaměstnancem bude instruktor. Instruktor je osobou, která bude vždy během otevírací doby v prostorách parku. Za předpokladu, že návštěvníci nebudou chtít využít areálu parku k jiným než lezeckým aktivitám. V době uzavření lanového parku z důvodu nízkého nebo žádného zájmu o lanový park, který je v měsících - lednu, únoru, březnu, listopadu a prosinci, se očekává zájem ze strany návštěvníků pouze ve velmi výjimečných případech a v malém počtu zájemců. Pokud se však objeví zájem o otevření parku, instruktor bude osobou, která bude zprostředkovávat nejen instruktáž lezců, dohled nad jejich bezpečností, ale také obsluhu bufetu a platbu za poskytnuté služby (budova bude samozřejmě vždy v době instruktáže za těchto okolností uzamčena). Druhý zaměstnanec obstarávající pouze bufet by byl zajištěn pouze v případě většího počtu osob. Náplň práce instruktora začíná převzetím návštěvníků v prostorách pokladny. Skupinka návštěvníků je poté odvedena do nedalekého prostoru, v němž se nachází jistící trenažer. Zde instruktor návštěvníkům pomůže správně obléci a upravit jistící lezeckou výstroj tak, aby byla přizpůsobena jejich tělesným proporcím a mohla bezpečně plnit svou funkci. Jakmile budou lezci oblečení do jistící výstroje, instruktor jim pečlivě vysvětlí způsob jištění, který musí dodržovat, po celou dobu zdolávání lezecké trasy (viz. kapitola *3. 3. 1. Produkt*). Jeden instruktor je schopen dohlížet na 10 - 12 lezců zároveň. V případě většího počtu lezců na lanových překážkách je nutné zajistit druhého instruktora. Je také právě instruktor, v jehož kompetenci je rozhodnutí o uzavření lanového parku z důvodu nepříznivých podmínek pro lezení.

Obě pracovní pozice jsou považovány za časově nenáročné a nezřídka se počítá s prázdným areálem lanového parku. Z tohoto důvodu jsou mzdy stanoveny na 70 Kč/hod čistého u obsluhy občerstvení a na 80 Kč/hod čistého u instruktora lanových překážek. Obě práce jsou vhodné i pro brigádníky.

Já jako jediný společník a zakladatel společnosti budu 100 % vlastníkem společnosti a taktéž jediným jednatelem. Z důvodu oportunitních nákladů a pracovní náplně v lanovém parku já sám nebudu zaměstnancem lanového parku a budu vystupovat pouze jako jednatel společnosti. Má mzda je v prvním roce podnikání stanoven na základě notářsky ověřené smlouvy o výkonu funkce na 8 000 Kč/měsíc čistého a v následujících letech se bude odvíjet od zisku.

3.5 Finanční plán

3.5.1 Financování

Založení lanového parku vyžaduje nemalé finanční prostředky. Zakladatel je schopen poskytnout z vlastních zdrojů 1 125 000 Kč. Pro uskutečnění podnikatelského záměru je však zapotřebí částka 2 470 000 Kč, než podnik začne vykazovat příjmy v měsíci květnu 2017. Pro účely nepředvídatelných situací, a zejména z důvodu nepravidelnosti příjmů, je zamýšleno disponovat dalšími 80 000 Kč. Celková potřebná částka je tedy 2 550 000 Kč. Částka, kterou je nutné financovat z externích zdrojů je v tomto případě 1 425 000 Kč. Z tohoto důvodu bude podnik žádat bankovní instituce o poskytnutí úvěru v patřičné výši.

Pro získání těchto finančních prostředků se jeví jako nejlepší varianta tzv. americká hypotéka. Konkrétním bankovním produktem je bezúčelová americká hypotéka, která je poskytována bez nutnosti udávání účelu hypotéky. Jedná se o produkt bezúčelové americká hypotéka od Fio banky. Dle předběžných kalkulací by banky byla schopná poskytnout úvěr s následujícími specifikacemi:

- Výše úvěru: 1 425 000 Kč
- Poplatek za poskytnutí úvěru: 0 Kč
- Ostatní náklady snižující celkovou výši úvěru: 0 Kč
- Výše anuitní splátky 20 127 Kč
- Úroková sazba: 4,98%
- Délka fixace: 5 let
- Doba splácení: 7 let
- RPSN: 5,10 %
- Celková splacená částka: 1 690 705 Kč

Součástí služeb Fio banky jsou též nulové poplatky za vedení úvěrového účtu i za vedení běžného účtu, což podtrhuje vhodnost této varianty financování.

3.5.2 Zakládací a pořizovací výdaje

Zakládací výdaje

Při zakládání podniku je nutné uhradit poplatky s tím spojené. Výčet poplatků a jejich konkrétních částek, které je nutné uhradit, konkrétně v našem případě zakládání společnosti s ručením omezeným, je zobrazen v tabulce níže.

Tabulka č. 5: Náklady na založení s. r. o.

položka	množství	cena bez DPH	DPH	cena s DPH
Poplatek notáři za zápis do obchodního rejstříku	1	2 700 Kč	0%	2 700 Kč
Živnostenské oprávnění	1	1 000 Kč	0%	1 000 Kč
Sepsání zakladatelské smlouvy	1	40 550 Kč	21%	49 066 Kč
Zápis do obchodního rejstříku	1	1 300 Kč	21%	1 573 Kč
Související dokumenty	1	200 Kč	21%	242 Kč
Výpis z katastru nemovitostí	1	100 Kč	21%	121 Kč
Výpis z rejstříku trestů	1	100 Kč	21%	121 Kč
Ověření podpisů	1	90 Kč	21%	109 Kč
CELKEM				**54 931 Kč**

(Zdroj: vlastní zpracování dle [45, 46])

Pořizovací výdaje

Následující text je rozdělen na dvě části. První část uvádí pořizovací výdaje na stavbu lanových překážek podle konkrétních nákladů. Druhá část pak uvádí ostatní pořizovací náklady spojené s výstavbou a provozem lanového parku. Jak již bylo dříve zmíněno, vyčíslení cen jednotlivých nákladových položek výstavby lanových překážek vychází z reálného návrhu Přírodního lanového centra sv. Linhart u Karlových Varů. Návrh projektu byl vypracován 12. 2. 2013 a na základě písemné komunikace s autorem projektu panem Janem Bezuchou bylo doporučeno navýšení cen o 15% pro zachování reálného výstupu. Výsledné částky povýšené o doporučenou hodnotu zobrazuje následující přehledná tabulka [47, 48].

Tabulka č. 6: Náklady na výstavbu Vysokých překážek a Junior parku

Materiál	počet	cena za kus	cena bez DPH	cena s DPH
Plošinky lanového parku - včetně tlakové impregnace řeziva	33	7 245 Kč	239 085 Kč	289 293 Kč
Lanové překážky dle specifikace v projektu	33	13 860 Kč	457 373 Kč	553 422 Kč
Ochranné sítě	1	36 240 Kč	36 240 Kč	43 850 Kč
Nástup na trasu	1	37 800 Kč	37 800 Kč	45 738 Kč
Instalace - práce				
Instalace překážek	1	239 629 Kč	239 629 Kč	289 951 Kč
Instalace plošinek	1	194 408 Kč	194 408 Kč	235 233 Kč
Instalace jištění	1	57 859 Kč	57 859 Kč	70 010 Kč
Přípravné práce a zkoušky	1	41 659 Kč	41 659 Kč	50 407 Kč
Ostatní				
školení obsluhy	1	24 840 Kč	24 840 Kč	30 056 Kč
certifikace, administrativa, dendrologie	1	71 280 Kč	71 280 Kč	86 249 Kč
doprava materiálu a osob	1	39 072 Kč	39 072 Kč	47 277 Kč
studie lanového parku	1	12 500 Kč	12 500 Kč	15 125 Kč
projektová dokumentace	1	62 000 Kč	62 000 Kč	75 020 Kč
vizualizace	1	8 300 Kč	8 300 Kč	10 043 Kč
CELKEM			**1 522 045 Kč**	**1 841 675 Kč**

(Zdroj: vlastní zpracování dle [47, 48, 49])

Velmi podstatnou finanční položkou při zakládání podniku Lanový park Litomyšl, s. r. o., mimo výdajů spojených se samotnou výstavou lanových překážek, jsou výdaje na pořízení - jistícího lezeckého vybavení, trampolíny, zahradního domku a externího a interního vybavení této stavby.

Tabulka č. 7: Pořizovací výdaje

položka	množství	cena za kus	cena celkem
horolezecký set via ferrata	20	2 789 Kč	55 780 Kč
trampolína	1	6 180 Kč	6 180 Kč
dřevěný stul + lavička	6	2 790 Kč	16 740 Kč
slunečník + podstavec	6	1 248 Kč	7 488 Kč
odpadkový koš	3	379 Kč	1 137 Kč
popelník	8	31 Kč	248 Kč
zahradní dům (+ doprava, montáž)	1	68 934 Kč	68 934 Kč
štěrkový podklad	1	30 000 Kč	30 000 Kč
lednička	1	11 990 Kč	11 990 Kč
stůl	3	1 290 Kč	3 870 Kč
židle	4	999 Kč	3 996 Kč
rychlovarná konvice	1	699 Kč	699 Kč
pokladna	1	21 768 Kč	21 768 Kč
tiskárna	1	2 943 Kč	2 943 Kč
rozvod elektřiny	1	31 000 Kč	31 000 Kč
rozvod vody	1	2 000 Kč	2 000 Kč
zařízení na točení piva	2	15 000 Kč	30 000 Kč
skříň	2	2 300 Kč	4 600 Kč
přímotop	1	861 Kč	861 Kč
kamerový systém	1	11 490 Kč	11 490 Kč
PC + monitor	1	13 180 Kč	13 180 Kč
reproduktor	1	4 798 Kč	4 798 Kč
talíř (3x18ks)	3	599 Kč	1 797 Kč
příbor (2x24ks)	2	459 Kč	918 Kč
trička	5	399 Kč	1 995 Kč
osvětlení	3	1 069 Kč	3 207 Kč
umyvadlo	1	1 485 Kč	1 485 Kč
hotdogovač	1	6 082 Kč	6 082 Kč
regál	2	349 Kč	698 Kč
stojan na kola	4	1 490 Kč	5 960 Kč
cedule	2	1 499 Kč	2 998 Kč
boxová skříň	1	7 012 Kč	7 012 Kč
gril	1	2 990 Kč	2 990 Kč
deka	5	249 Kč	1 245 Kč
rádio	1	1 799 Kč	1 799 Kč
lano	1	2 219 Kč	2 219 Kč
požární hlásič	1	502 Kč	502 Kč
zásobník pitné vody a bojler	1	8 200 Kč	8 200 Kč
mobilní telefon	1	3 200 Kč	3 200 Kč
úklidové pomůcky	1	1 500 Kč	1 500 Kč
mycí a čistící prostředky	3	1 350 Kč	4 050 Kč
wifi modem	1	101 Kč	101 Kč
webové stránky	1	30 000 Kč	30 000 Kč
čerpadlo	1	2 500 Kč	2 500 Kč
CELKEM			**420 160 Kč**

(Zdroj: vlastní zpracování)

3.5.3 Náklady na marketing

Mezi provozní náklady patří i náklady vynakládané na marketing podniku. Začneme proto identifikací právě těchto nákladů. Prvními vynaloženými marketingovými náklady budou náklady na pozvánku do lanového parku v rádiu Impuls východní Čechy. Cena za tuto reklamu je určována na základě několika faktorů, kterými jsou - čas, kdy bude vysílána, cena, která se pro jednotlivé časy liší, dále koeficient v závislosti na délce reklamy a nakonec četnost reklamy.

Tabulka č. 8: Reklama v rádiu Impuls

faktor	1. časové pásmo	2. časové pásmo
čas	9:00 - 12:00	12:00 - 15:00
cena	1 700 Kč	1 400 Kč
koeficient	1,2	1,2
četnost za den	1	2
četnost za měsíc	10	20
cena celkem	**20 400 Kč**	**33 600 Kč**
	54 000 Kč	

(Zdroj: vlastní zpracování dle [50])

Dalším marketingovým nákladem, který bude vynakládán, je investice do litomyšlského zpravodaje Lilie. Náklady na reklamu ve zpravodaji Lilie jsou počítány na základě následujících kritérií:

- Uvedení lanového parku mezi sportovišti - 4 003 Kč/rok = 334 Kč/měsíc,
- Článek o lanovém parku na ½ strany A4 - 4 719 Kč/článek x 2 = 9 438 Kč/rok [42].

Náklady na reklamu v ostatních periodikách v přilehlém okolí byly stanoveny na částku 10 000 Kč/rok. Rozdělení nákladů v roce bude od dubna až do srpna a to konkrétně chronologicky v těchto měsíčních částkách - 1 000 Kč, 2 500 Kč, 2 500 Kč, 2 000 Kč a 2 000 Kč.

Náklady na plakáty v počtu 200 ks plakátů velikosti A2 jsou vyčísleny na 2 621 Kč/rok = 525 Kč/měsíc po dobu 5 měsíců [43].

Poslední uvažovaným marketingovým nákladem je náklad na vytvoření webových stránek v hodnotě 30 000 Kč. Všechny tyto náklady investované do marketingu budou investovány v průběhu prvního roku níže uvedeným způsobem.

Tabulka č. 9: Náklady na marketing

	Impuls	Lilie sportoviště	Lilie článek	Ostatní periodika	Plakáty	Web
Leden	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	30 000 Kč
Únor	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Březen	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Duben	54 000 Kč	334 Kč	0 Kč	1 000 Kč	525 Kč	0 Kč
Květen	0 Kč	334 Kč	4 719 Kč	2 500 Kč	525 Kč	0 Kč
Červen	0 Kč	334 Kč	0 Kč	2 500 Kč	525 Kč	0 Kč
Červenec	0 Kč	334 Kč	4 719 Kč	2 000 Kč	525 Kč	0 Kč
Srpen	0 Kč	334 Kč	0 Kč	2 000 Kč	525 Kč	0 Kč
Září	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Říjen	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Listopad	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
Prosinec	0 Kč	334 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
CELKEM	**54 000 Kč**	**4 008 Kč**	**9 438 Kč**	**10 000 Kč**	**2 625 Kč**	**30 000 Kč**

(Zdroj: vlastní zpracování dle [42, 43, 50])

3.5.4 Provozní náklady

Provozní náklady lanového parku mají velmi proměnlivé tendence. Prakticky každý měsíc se jejich výše mění v závislosti na návštěvnosti parku. Jejich konkrétní předpokládané hodnoty jsou blíže popsány v *Tabulce č. 11 Cash flow 1. roku (2017)*. Následující tabulka proto uvádí pouze jejich aritmetické průměry, které by připadaly na jeden měsíc.

Tabulka č. 10: Celkové provozní náklady

Provozní náklad	četnost	Kč/měsíc	Kč/rok
mzdy	7	35 889 Kč	251 220 Kč
internet	12	549 Kč	6 588 Kč
mobilní tarif	12	549 Kč	6 588 Kč
občerstvení	7	15 052 Kč	105 365 Kč
pojištění	12	2 000 Kč	24 000 Kč
pronájem pozemku	12	1 000 Kč	12 000 Kč
splátka uvěru	12	20 127 Kč	241 524 Kč
marketing	12	2 172 Kč	26 065 Kč
energie	12	858 Kč	10 300 Kč
soc. a zdrav. pojištění	7	12 202 Kč	85 415 Kč
pronájem a údržba mobilních wc	7	2 500 Kč	17 500 Kč
revize parku	1	8 500 Kč	8 500 Kč
CELKEM		**101 398 Kč**	**795 065 Kč**

(Zdroj: vlastní zpracování)

3.5.5 Cash flow

Tabulka č. 11: Cash flow 1. roku (2017)

Cash flow 1. roku podnikání (2017)													
Položka	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec	2017
Příjmy celkem	2 550 000	0	0	27 006	87 795	211 912	180 433	160 433	54 013	10 803	0	0	3 282 394
Tržby	0	0	0	27 006	87 795	211 912	180 433	160 433	54 013	10 803	0	0	732 394
Vklady vlastníků	1 125 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 125 000
Cizí zdroje	1 425 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 425 000
Výdaje celkem	76 058	1 862 802	21 127	511 111	64 507	101 675	131 449	126 730	56 963	49 210	35 379	35 379	3 072 389
mzdy	0	0	0	0	15 500	39 500	55 610	55 610	15 500	14 750	8 000	8 000	212 470
internet	0	0	0	549	549	549	549	549	549	549	549	549	4 941
mobilní tarif	0	0	0	549	549	549	549	549	549	549	549	549	4 941
občerstvení	0	0	0	3 967	7 934	16 662	20 629	20 629	7 934	1 587	0	0	79 342
pojištění	0	0	0	0	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	16 000
pronájem pozemku	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	12 000
splátka uvěru	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	20 127	241 524
marketing	0	0	0	56 159	8 078	3 359	7 578	2 859	334	334	334	334	79 365
energie	0	0	0	100	1 000	2 000	2 000	2 000	1 200	800	100	100	9 300
soc. a zdrav. pojištění	0	0	0	0	5 270	13 430	18 907	18 907	5 270	5 015	2 720	2 720	72 240
pronájem a údržba mobilních wc	0	0	0	0	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	2 500	0	0	15 000
revize parku	0	0	0	8 500	0	0	0	0	0	0	0	0	8 500
zřizovací výdaje	54 931	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	54 931
pořizovací výdaje	0	0	0	420 160	0	0	0	0	0	0	0	0	420 160
výdaje na výstavbu parku	0	1 841 675	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 841 675
Příjmy - výdaje	2 473 942	-1 862 802	-21 127	-484 105	23 288	110 237	48 984	33 703	-2 950	-38 408	-35 379	-35 379	-23 229
Stav peněžních prostředků	2 473 942	611 140	590 013	105 908	129 196	239 433	288 417	322 120	319 170	280 762	245 383	210 005	210 005

(Zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka č. 12: Cash flow za první 3 roky

Položka	Pesimistická varianta			Realistická varianta			Optimistická varianta		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Příjmy celkem	**3 209 155**	**757 736**	**900 432**	**3 282 394**	**841 929**	**1 000 480**	**3 370 281**	**942 960**	**1 120 538**
Tržby	659 155	757 736	900 432	732 394	841 929	1 000 480	820 281	942 960	1 120 538
Vklady vlastníků	1 125 000	0	0	1 125 000	0	0	1 125 000	0	0
Cizí zdroje	1 425 000	0	0	1 425 000	0	0	1 425 000	0	0
Výdaje celkem	**3 064 455**	**784 529**	**803 143**	**2 906 841**	**645 925**	**666 608**	**3 081 910**	**807 709**	**830 874**
mzdy	212 470	251 220	251 220	212 470	251 220	251 220	212 470	251 220	251 220
internet	4 941	6 588	6 588	4 941	6 588	6 588	4 941	6 588	6 588
mobilní tarif	4 941	6 588	6 588	4 941	6 588	6 588	4 941	6 588	6 588
občerstvení	71 408	94 828	113 443	79 342	105 365	126 048	88 863	118 009	141 174
pojištění	16 000	24 000	24 000	16 000	24 000	24 000	16 000	24 000	24 000
pronájem pozemku	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000	12 000
splátka uvěru	241 524	241 524	241 524	241 524	241 524	241 524	241 524	241 524	241 524
marketing	79 365	26 065	26 065	79 365	26 065	26 065	79 365	26 065	26 065
energie	9 300	10 300	10 300	9 300	10 300	10 300	9 300	10 300	10 300
soc. a zdrav. pojištění	72 240	85 415	85 415	72 240	85 415	85 415	72 240	85 415	85 415
pronájem a údržba mobilních wc	15 000	17 500	17 500	15 000	17 500	17 500	15 000	17 500	17 500
revize parku	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500	8 500
zřizovací výdaje	54 931	0	0	54 931	0	0	54 931	0	0
pořizovací výdaje	420 160	0	0	420 160	0	0	420 160	0	0
výdaje na výstavbu parku	1 841 675	0	0	1 841 675	0	0	1 841 675	0	0
Příjmy - výdaje	**-88 534**	**-26 793**	**97 289**	**-23 229**	**46 864**	**184 732**	**55 137**	**135 251**	**289 664**
Stav peněžních prostředků	**144 700**	**117 907**	**215 196**	**210 005**	**256 869**	**441 601**	**288 371**	**423 623**	**713 286**

(Zdroj: vlastní zpracování)

3.6 Hodnocení rizik

Provozování lanového parku je spojeno s jistými riziky. Možná rizika mohou, ale také vůbec nemusí, souviset s danou podnikatelskou činností. Má-li být provoz lanového parku úspěšný a nechceme-li riskovat, musíme umět tato rizika včas předvídat, a pokud je to možné, tak přijmout patřičná opatření, které sníží jejich dopad nebo je úplně eliminují. Veškerá rizika jsou spojena především s nutnými dodatečnými finančními výdaji nebo v nejhorším případě s nutností uzavření lanového parku. Nyní popíšeme možná rizika a navrhneme způsob jejich řešení. Jako možná rizika jsou shledána:

- **Vandalismus** - Lanový park je součástí lesa ve vlastnictví města a tudíž není možné ho oplotit. Z tohoto důvodu vzniká riziko vandalství s cílem poškodit cizí majetek. Lanové překážky budou umístěny v několikametrové výšce, ale jisté části, jakými je např. nástup na trasu, jsou dostupné od země a mohou být poškozeny.
    - **Návrh řešení** - V prostorách mimo les budou nainstalovány kamery a čidla pohybu (rozsvítí se světla), která budou mít za úkol odradit případné vandaly

nebo pomoci při jejich identifikaci. V lese však z praktických i ekologických důvodů a nedostatku světla není možné kamery umístit.

- **Neuzavření nájemní smlouvy s městem** - Pokud by město neshledalo předložený projekt jako vyhovující, mohlo by odmítnout pronajmout požadované pozemky. Tato situace by mohla znamenat nutnost upustit od realizace celého podnikatelského záměru, pokud by nebylo možné vyhovět dodatečným požadavkům ze strany města.
    - **Návrh řešení** - Projekt lanových překážek, ale i celý podnikatelský záměr, musí být navržen s maximálním ohledem na životní prostředí a zachování rázu krajiny. Tento trend musí být udržen i v průběhu celého fungování lanového parku, aby se předešlo případnému předčasnému vypovězení smlouvy ze strany města.
- **Poškození nosných stromů** - Nejen vandalismus může poškodit nosné stromy lanových překážek. Paraziti, plísně a škůdci také představují riziko pro zachování bezpečnosti při pohybu v korunách stromů.
    - **Návrh řešení** - Nutná je spolupráce s Odborem městských lesů v Litomyšli, který výskyt těchto organismů monitoruje. V případě nenávratného poškození nosného stromu je nutné přemístění lanové překážky na jiný strom v blízkosti.
- **Konkurence** - Stejně tak jako pro každý podnik, i pro lanový park platí, že výskyt nového a silnějšího konkurenta v okolí, by mohl znamenat významné riziko a mohl vést i k nutnosti ukončení provozu.
    - **Návrh řešení** - Poskytování maximálně kvalitních služeb, které pomohou vybudovat loajální klientelu (programy pro děti a firmy). Postupné rozšiřování lanového parku, které ztíží vybudování většího konkurenčního parku.
- **Neposkytnutí úvěru** - Pokud by banka nebyla ochotna poskytnout zmíněnou bezúčelovou americkou hypotéku, podnik by měl obrovské problémy s financováním lanového parku. V případě, kdy by se tato situace nevyřešila, např. změnou banky, by bylo nutné podnikatelský záměr opustit, změnit jeho rozsah nebo najít jiného investora.

- **Návrh řešení** - Řešením je obdobně jako v případě jednání s městem kvalitní podnikatelský plán, který přesvědčí oslovenou banku o realizovatelnosti a především ziskovosti projektu.

- **Dlouhodobě špatné počasí** - Počasí je pro provoz lanového parku velmi zásadním faktorem. Pokud by nastalo období dlouhých dešťů nebo dlouhodobě nízkých teplot, návštěvnost lanového parku by extrémně klesla nebo by lanový park musel být dokonce z bezpečnostních důvodů uzavřen.
    - **Návrh řešení** - Pokud by bylo možné udržet park otevřený, pak pravděpodobně jediným řešením, kterým by se dalo bojovat s nízkými teplotami, by bylo značné snížení cen.
- **Nezájem ze strany veřejnosti** - Obecným rizikem podnikání je vždy neuspokojení potřeb zákazníků a jejich nezájem o nabízené služby.
    - **Návrh řešení** - Řešení je v tomto případě obdobné jako řešení boje s konkurencí. Je nutné udržovat vysokou kvalitu nabízených služeb a tyto služby v průběhu času rozšiřovat.
- **Absence personálu** - Protože provoz lanového parku je pouze sezónní záležitostí, vzniká riziko, že vyškolení instruktoři nebudou mít zájem v dalším roce opět pracovat v lanovém parku. Např. z důvodu již jiného zaměstnání, které není pouze sezónní.
    - **Návrh řešení** - Důležité je vybírat hlavně lokální zaměstnance, kteří nemají problém s časovou flexibilitou, a nenáročná pracovní doba jim vyhovuje. Udržování rodinného prostředí s blízkými osobními vztahy je také velmi žádané. Při dlouhodobé spolupráci je také vhodné zvýšení platu, které jistě znamená značnou motivaci.

Nyní budou v níže uvedené tabulce kvantifikována zmíněná rizika. Kvantifikace je provedena na základě pravděpodobnosti vzniku riziku, jeho dopadu na podnik a výsledné hodnoty rizika, které představuje. Hodnota rizika je rozdělena do tří intervalů podle závažnosti.

Tabulka č. 13: Hodnota rizika

Kategorie rizika	Hodnota rizika (interval)
malé riziko	<0 - 30)
střední riziko	<30 - 70)
velké riziko	<70 - 100>

(Zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka č. 14: Hodnocení rizika

Popis rizka	Pravděpodobnost <0,1-10>	Dopad <0,1-10>	Hodnota rizika
Vandalismus	4	10	40
Neuzavření nájemní smlouvy s městem	1,5	9,5	14,25
Poškození nosných stromů (paraziti, plísně, škůdci)	1	3	3
Nová konkurence	3	5	15
Neposkytnutí úvěru	1,5	9,5	14,25
Dlouhodobě špatné počasí	2	6	12
Nezájem ze strany veřejnosti	2,5	8	20
Ztráta personálu mezi sezónami	4	8	32

(Zdroj: vlastní zpracování)

Tabulka č. 15: Hodnocení nového rizika

Návrh řešení	Pravděpodobnost <0,1-10>	Dopad <0,1-10>	Nová hodnota rizika
Kamerový systém (indetifikace pachatele)	3	9	27
Kvalitní podnikatelský plán - max. ohled na životní prostředí	0,5	9,5	4,75
Spolupráce s Odborem městských lesů Litomyšl	0,5	2	1
Kvalitní služby, rozšiřování parku	2	4	8
Kvalitní podnikatelský plán	0,5	9,5	4,75
Snížení ceny	2	4	8
Kvalitní služby, rozšiřování parku	1	6	6
Lokální zaměstnanci, rodinné prostředí	2	6	12

(Zdroj: vlastní zpracování)

Jako nejzávažnější riziko se jeví vandalismus, který by měl za následek nutnost dočasného uzavření lanového parku a byl by spojen se značnými náklady na opravy lanových překážek. Dalším závažným rizikem je ztráta personálu mezi sezónami. Pokud bychom se o ní dozvěděli těsně před zahájením nové sezóny, mohlo by to vyvolat až situaci, kdy by bylo nutné park dočasně uzavřít.

Návrhy opatření pravděpodobnost i dopad rizik snižují, ale neeliminují je v plném rozsahu. Po provedení opatření se žádné riziko svou závažností nestává ani středně velkým (hodnota rizika > 30) a lze tedy prohlásit, že podnikatelský plán plní svůj úkol a vzniku rizik se snaží již od počátku předcházet.

3.7 Harmonogram realizace projektu

Níže uvedená tabulka zobrazuje předpokládaný časový horizont pro realizaci otevření lanového parku v Litomyšli. Počátek realizace se spojen se založením společnosti Lanový park Litomyšl, s. r. o. Dalším krokem je kontaktování firmy UniPark s. r. o., která vytvoří návrh projektu výstavby lanových překážek. Tento návrh

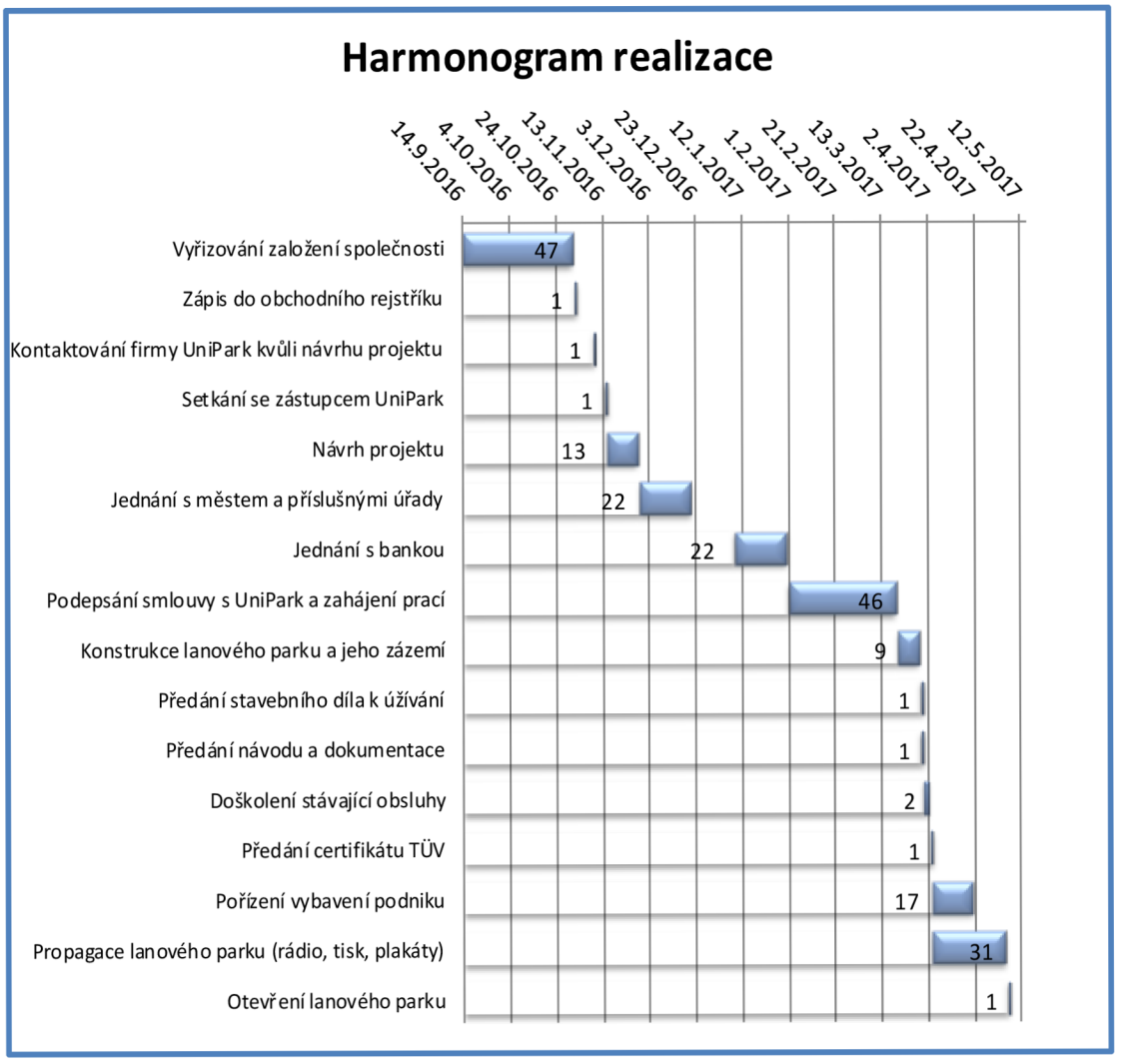
následně bude předložen příslušným orgánům města Litomyšle, které rozhodnou, zda na základě poskytnutého návrhu umožní pronájem požadovaných pozemků. Jednání s bankou je dalším krokem, který předchází samotnému podepsání smlouvy s firmou UniPark s. r. o. o výstavbě. Samotná výstavba lanových překážek i zázemí parku bude zahájena okamžitě po podepsání této smlouvy. Měsíc před plánovaným otevřením parku bude věnován značné marketingové kampani.

Všechny časové údaje v harmonogramu realizace jsou uváděny s patřičnou rezervou pro případ, že by nastaly nepředvídatelné okolnosti, které by otevření parku oddálily. I z tohoto důvodu obsahuje harmonogram realizace pauzu v jednání mezi 21. 12. 2017 a 9. 1. 2017. V této době jsou Vánoce a Silvestr a předpokládá se zdržení všech jednání. V době od 1. 2. 2017 do 31. 3. 2017 bude také probíhat hledání zaměstnanců na pozice obsluhy bufetu a instruktora lanových překážek. Otevření lanového parku je plánováno na sobotu 6. 5. 2017.

Tabulka č. 16: Harmonogram realizace

Činnost	Začátek	Konec	Počet dnů
Vyřizování založení společnosti	14.9.2016	31.10.2016	47
Zápis do obchodního rejstříku	1.11.2016	2.11.2016	1
Kontaktování firmy UniPark kvůli návrhu projektu	9.11.2016	10.11.2016	1
Setkání se zástupcem UniPark	14.11.2016	15.11.2016	1
Návrh projektu	15.11.2016	28.11.2016	13
Jednání s městem a příslušnými úřady	29.11.2016	21.12.2016	22
Jednání s bankou	9.1.2017	31.1.2017	22
Podepsání smlouvy s UniPark a zahájení prací	1.2.2017	19.3.2017	46
Konstrukce lanového parku a jeho zázemí	20.3.2017	29.3.2017	9
Předání stavebního díla k užívání	30.3.2017	31.3.2017	1
Předání návodu a dokumentace	30.3.2017	31.3.2017	1
Doškolení stávající obsluhy	31.3.2017	2.4.2017	2
Předání certifikátu TÜV	3.4.2017	4.4.2017	1
Pořízení vybavení podniku	4.4.2017	21.4.2017	17
Propagace lanového parku (rádio, tisk, plakáty)	4.4.2017	5.5.2017	31
Otevření lanového parku	6.5.2017	7.5.2017	1
CELKEM			**216**

(Zdroj: vlastní zpracování dle [48])



Graf č. 15: Ganttův diagram - harmonogram realizace
(Zdroj: vlastní zpracování dle [48])

ZÁVĚR

Tato diplomová práce si kladla za cíl vytvoření podnikatelského záměru v oblasti výstavby a provozu lanového parku v městě Litomyšli s názvem Lanový park Litomyšl, s. r. o. Toto město bylo vybráno z důvodu mezery na trhu v Pardubickém kraji a z důvodu mého bydliště, díky kterému mám o daném městě podstatné znalosti, které by mi umožnily lépe tento projekt realizovat.

První část práce se zabývala popsáním teoretických východisek, jejichž znalost bylo pro vypracování následujících částí práce nezbytná. Jako klíčové znalosti byly vybrány znalost podnikání jako takového a jeho právní vymezení. Dále bylo vymezeno prostředí malých a středních podniku podle Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest. Jako podstatná byla také určena orientace v existujících právních formách podnikání, z kterých bylo nutné vybrat při zakládání společnosti. Podnikatelský plán, který je podstatou této práce, byl následně teoreticky rozdělen do jednotlivých částí, které byly popsány, pro možnost jejich zpracování v praktické části práce.

Analytická část nejdříve čtenáře uvedla do prostředí lanových parku a lanových center a celkově objasnila problematiku lanových a lezeckých překážek, které tento druh aktivity obnáší. Poté byly provedeny analýzy okolí podniku. Jako první byla zvolena SLEPTE analýza, pomocí které bylo analyzováno obecné okolí podniku s důrazem na analýzu věkové struktury obyvatelstva v přilehlém okolí, kteří by tvořili potencionální zákazníky. Oborové okolí podniku bylo následně analyzováno za použití Porterova modelu konkurenčních sil, kde byly za klíčové faktory zvoleny vliv konkurence (spolu s rizikem vstupu dalšího konkurenta) a vyjednávací síla odběratelů, která je značná. Zájem o tento druh sportovní aktivity byl zjišťován v analytické části práce za použití dotazníkového šetření, které zkoumalo zájem o lanové parky a odpovídalo na otázky, které byly podstatné pro další rozhodovací kroky. Bylo zjištěno, že zájem o lanové parky má celých 82 % dotázaných a úvahy o vybudování lanového parku jsou tedy oprávněné. Všechny získané údaje z analytické části se poté promítly do závěrečné SWOT analýzy.

V návrhové části byl v úvodu popsán podnik. Byl zvolen jeho název Lanový park Litomyšl, s. r. o. který také vyplynul z volby společnosti s ručením omezeným jako

nejvhodnější právní formy podnikání. Součástí popisu podniku bylo také přiblížení lokality lanového parku a sídla podniku v mém místě bydliště jako zakladatele. Otevírací doba byla taktéž blíže popsána a bylo rozhodnuto o nepravidelném provozu od března do října. Dále byly popsány cíle, kterých by chtěl podnik v budoucnu dosáhnout a na jejichž realizaci se bude zaměřovat. Možná nejpodstatnější částí práce byl následující marketingový, organizační a finanční plán. Zde byly popsány nabízené produkty lanového parku v podobě Vysokých překážek a Junior parku a spolu s tím zvolená cenová politika, která se ve finančním plánu promítla do očekávaných hodnot cash flow v letech 2017 až 2019. Finanční plán také popisuje způsob financování, který se dělí na vklad majitele a bezúčelovou americkou hypotéku na 7 let, která zajistí zbývající finanční prostředky. Provozní a marketingové náklady byly taktéž podrobně popsány a vyčísleny. Pro zjištění překážek, které by tento podnikatelský záměr mohly doprovázet, bylo provedeno hodnocení rizik, které prokázalo, že podnikatelský plán se tato rizika již od počátku snaží minimalizovat. Celý projekt výstavby a otevření Lanového parku Litomyšl, s. r. o. byl v závěru shrnut do časového harmonogramu realizace.

Všechny učiněné analýzy a z nich vyplývající závěry, byly provedeny s potřebným vynaložením úsilí, aby jejich vypovídací hodnota odpovídala reálnému využití v praxi. Věřím tedy, že tento podnikatelský záměr má v případě realizace skutečnou šanci uspět na daném trhu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

[1] ZICHOVÁ, J. *Živnostenské podnikání*. 1. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2008. 196 s. ISBN 978-80-7418-001-9.

[2] Zákon č. 89/2012 Sb. §420, občanský zákoník ze dne 3. 2. 2012. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h2d5.aspx

[3] SRPOVÁ, J., V. ŘEHOŘ a kol. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

[4] Zákon č. 89/2012 Sb. §502, občanský zákoník ze dne 3. 2. 2012. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast1h4d2.aspx

[5] CZECHINVEST. Definice malého a středního podnikatele. *czechinvest.org* [online]. ©1994-2016 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: http://www.czechinvest.org/definice-msp

[6] STAŇKOVÁ, A. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. Beck, 2007. 199 s. ISBN 978-80-7179-926-9.

[7] IPODNIKATEL. Právní formy podnikání pro fyzické a právnické osoby. *ipodnikatel.cz* [online]. ©2011-2014 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/pravni-formy-podnikani-pro-fyzicke-a-pravnicke-osoby.html

[8] HAVIT. Společnost s ručením omezeným. *business.center.cz* [online]. ©1998-2016 [cit. 2016-03-05]. Dostupné z: http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/spolecnost-s-rucenim-omezenym/

[9] VEBER, J., J. SRPOVÁ a kol. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 332 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

[10] KORÁB, V., J. PETERKA, M. REŽŇÁKOVÁ. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

[11] SRPOVÁ, J., I. SVOBODOVÁ, P. SKOPAL a T. ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 194 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

[12] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007. 278 s. ISBN 978-80-247-1535-3.

[13] PODNIKÁTOR. Analýza vnějšího okolí podniku (SLEPTE). *podnikator.cz* [online]. ©2012 [cit. 2016-03-10]. Dostupné z: http://www.podnikator.cz/zacatek-podnikani/zalozeni-spolecnosti/n:16645/Analyza-vnejsiho-okoli-podniku-SLEPTE

[14] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing: strategie a trendy*. 2. rozš. vyd. Praha: Grada, 2013. 362 s. ISBN 978-80-247-4670-8.

[15] LA TAUPE, Porterův model konkurenčních sil. *vlastnicesta.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-03-11]. Dostupné z: http://www.vlastnicesta.cz/metody/porteruv-model-konkurencnich-sil-1/

[16] PODPORA ROZVOJE PODNIKÁNÍ, Jak sepsat podnikatelský plán. *napadroku.cz* [online]. ©2012 [cit. 2016-03-12]. Dostupné z: http://www.napadroku.cz/radce/jak-sepsat-podnikatelsky-plan/

[17] VALACH, J. *Finanční řízení podniku*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Ekopress, 1999. 324 s. ISBN 80-86119-21-1.

[18] FOTR, J. *Podnikatelský plán a investiční rozhodování*. 2. přepr. a dopl. vyd. Praha: Grada Publishing, 1999. 214 s. ISBN 80-7169-812-1.

[19] OUTDOOR POINT, Lanová centra a lanové parku. *outdoor-point.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.outdoor-point.cz/lanova-centra-a-parky.php

[20] PROJECT OUTDOOR CONSTRUCTION. Stavba dobrodružných věží. *ropescourses.eu* [online]. ©2009-2016 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.ropescourses.eu/cs_CZ/produkty/stavba-dobrodruznych-vezi/

[21] PEVNINA. Umělé lezecké stěny a věže. *lanovacentra.com* [online]. ©2013 [cit. 2016-01-04]. Dostupné z: http://www.lanovacentra.com/umele-lezecke-steny-a-veze/

[22] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Statistiky. *czso.cz* [online]. ©2015 [cit. 2016-01-05]. Dostupné z: https://www.czso.cz/csu/czso/statistiky

[23] PROJECT OUTDOOR CONSTRUCTION. Jistící systémy. *ropescourses.eu* [online]. ©2009-2016 [cit. 2016-01-05]. Dostupné z: http://www.ropescourses.eu/cs_CZ/o-stavbe-lanoveho-centra/jistici-systemy/

[24] LANOVÉ CENTRUM HLINSKO. O nás. *lanachlinsko.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://www.lanachlinsko.cz/o-nas/

[25] MĚSTSKÉ LESY CHRUDIM. Lanový park Podhůra. *lesychrudim.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://lesychrudim.cz/lanovy-park/lanovy-park-podhura/

[26] LANOVÉ CENTRUM PARDUBICE. Ceník. *lanovecentrum-pardubice.cz* [online]. ©2013 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://www.lanovecentrum-pardubice.cz/

[27] SPIDERS CENTRE. Úvod. *lanovyparkricky.cz* [online]. ©2013 [cit. 2016-01-06]. Dostupné z: http://www.lanovyparkricky.cz/uvod.html

[28] LANOVE CENTRUM. Olomouc. *lanovecentrum.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-01-07]. Dostupné z: http://www.lanovecentrum.cz/cs/olomouc/

[29] VLATAVA-LABE-PRESS. Svitavy budou mít lanový park. *svitavsky.denik.cz* [online]. ©2005-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://svitavsky.denik.cz/zpravy_region/svitavy-budou-mit-lanovy-park-20160428.html

[30] Předpis č. 90/2012 Sb. § 62, Zákon o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ze dne 25. 1. 2012. Dostupné z: http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90#cast1-hlava4-dil1

[31] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Litomyšl, Katastrální území Litomyšl, Parcelní číslo 964. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=ubMLyIwn3Lkcv9yH5P2OvWCle1BJUAC6r47vzAyrkHIMRFUWleh8aoq1dYiKLLma86s5GvrVsLIb5tUYmXK_kT0_VlLlEuxh4wFCK1ti9kmB7ukMJD1xSHh8LJlvwsgqTloc3BcMv4Nl5z07MhXB2mLK4KR8Oq8JlM8kPCb_feU3oDsohA0xlA-qMQp185dB9ozFpSH3XyIS3c4aBLINOtWwwY_Q8y5DAtop3LJKfczU17nUMEz_i0CZu12sTCdUM3o-FOoD2krR0WR_LmGgC62kueew7GcNkp8dUr8LkXc=

[32] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Litomyšl, Katastrální území Litomyšl, Parcelní číslo 961/3. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z:

http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=ePbhhf_BbciSa4iorFIbpiGVjnXX11qJFP909TfsVYAl2N92NYNz87YBTjeFfUq17JbLLQcWdBnNthGVJ7tYqU1UT-9bRyE30afGjL-1gFebU7KjX4NoVjMWqVDFHAxg

[33] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Litomyšl, Katastrální území Litomyšl, Parcelní číslo 961/4. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=6wVpKbZKrIJteAxTSuo87jR0uZLOxfbuWzNKgSIjzYXJj-dj2N7o5XKR83m_epdzxznT8q3dxvd5vBMuKKY-9MwRwbUDSj_2ZKrtCAzrhdDojtbBFsTx50VogXikYB2d

[34] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Chrudim, Katastrální území Chrudim, Parcelní číslo 1592/11. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=yRaOvWVIeDtWCQ15YmcmJ6_uE119XRS7DPTDxXxj224KYTF6hILOPpxZoptHrbgB76xzVQOgzIMvSpso9q1638BAdghiKq5STCqs_yRhaQhghm-Fqk_5uJNNBwOsMllg-082gq-2wd3-m8eB9fr8WQrU4XNvOF7Ns5BF2tImCYoEHvwVGxIP8cO1bV2fqpyCIOImEJQDyiFSEer7WbDH452X5b3NTsAczpIKCGUvABBWWDc-PMrkDGojn7ht8qNfeHRXHBvlm0J2wJjGQJ7CF2WXfW0fhCEug6LNhkwS0qY=

[35] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Hradec Králové, Katastrální území Malšova Lhota, Parcelní číslo 180. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=xtMPVOGMFsRDShlZv2ZaO8wFLYBjQicPC3LCH3qeguYvtDCu2sWK1BXiKabnme-SgkuR6Xy374fb_-omh5K03ql6nNCj3Q5lGr1sp_EpzCOUCh60-C2s8MG-wDiNpKoyMDTKQNjhITOAvbmgKLEB8d4y3PjOqh1gttZXn0H0KEvA9HQVjPfKOjS9nVs4-

yWUYNvNBabd7rGxpkKJtCchDsm3LW8HSPuFwa7AODKfE94NmOjflG4TBvV7b4iiEA0KCRRrmUSfePyfbki9Vl7Cp9f9mef1Mrtw5N4ee9Ozx34=

[36] ČESKÝ ÚŘAD ZEMĚMĚŘIČSKÝ A KATASTRÁLNÍ. Nahlížení do katastru nemovitostí - Obec Karlovy Vary, Katastrální území Karlovy Vary, Parcelní číslo 3355. *nahlizenidokn.cuzk.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: http://nahlizenidokn.cuzk.cz/ZobrazObjekt.aspx?encrypted=VLPVd9QjjRk-Ffd4r6mB1dLj8CtvX9LZZoEmojUt_kwLEj08u84uQ3w4jTEPXRqKWedB1ObePsUEBdk5KA3d9-zzbJsVn6NHIIM6WzFmPP7lDltY1alyGKLL4G0ExElC

[37] MINISTR, P. *Osobní rozhovor*. Lanové centrum Pardubice, Kunětická 225, Pardubice. 12. 5. 2016.

[38] ECSTORE. Singing rock complete. *ecstore.cz* [online]. ©2011-2016 [cit. 2016-05-13]. Dostupné z: http://www.ecstore.cz/detail/uvazky/singing-rock-complete/

[39] ECSTORE. Singing rock tofana II lock. ecstore.*cz* [online]. ©2011-2016 [cit. 2016-05-13]. Dostupné z: http://www.ecstore.cz/detail/jisteni-a-karabiny/singing-rock-tofana-lock/

[40] ECSTORE. Camp armour. ecstore.*cz* [online]. ©2011-2016 [cit. 2016-05-13]. Dostupné z: http://www.ecstore.cz/detail/prislusenstvi/camp-armour/

[41] ZAHRADNÍ DOMKY. Zahradní domek. *zahradni-domky.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-05-17]. Dostupné z: http://www.zahradni-domky.cz/zahradni-domek-zita-490x300-eko/

[42] MĚSTO LITOMYŠL. Ceník inzerce. *litomysl.cz* [online]. ©2011-2016 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: http://www.litomysl.cz/?lang=cz&co=lilie&akce=cenik

[43] CENÍK TISKU. Plakáty. *cenik-tisku.cz* [online]. ©2010-2016 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: http://www.cenik-tisku.cz/tisk/plakaty

[44] VLATAVA-LABE-PRESS. Koupaliště v regionu zažila jednu z nejhorších sezon. *svitavsky.denik.cz* [online]. ©2005-2016 [cit. 2016-05-18]. Dostupné z: http://pardubicky.denik.cz/podnikani/koupaliste-v-regionu-zazila-jednu-z-52fa.html

[45] MARCELA FIANOVÁ. Agendy. *notarfianova.cz* [online]. ©2011-2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: http://www.notarfianova.cz/agendy/?site=s1e0

[46] WORDPRESS. *notarvezline.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-05-19]. Dostupné z: http://www.notarvezline.cz/wp-content/uploads/2016/01/Not_tarif.pdf

[47] BEZUCHA, J. *E-mailová konverzace - Projekt lanového parku*. 13. 5. 2016.

[48] MAGISTRÁT MĚSTA KARLOVY VARY. Data. *mmkv.cz* [online]. ©2004-2016 [cit. 2016-05-14]. Dostupné z: http://www.mmkv.cz/data/USR_214_DEFAULT/Nabidka_Sv.Linhart.pdf

[49] MANFRED HUCK. Sportovní sítě. *berger-huck.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-05-16]. Dostupné z: http://www.berger-huck.cz/sportovni-site/category/94/

[50] LONDA. Reklama v rádiu Impuls. *impuls.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-05-20]. Dostupné z: http://www.impuls.cz/info/reklama-v-radiu-impuls/

[51] STATUTÁRNÍ MĚSTO ČESKÉ BUDĚJOVICE. Představení projektu. *c-budejovice.cz* [online]. ©2016 [cit. 2016-05-21]. Dostupné z: http://www.c-budejovice.cz/cz/rozvoj-mesta/lanovy-park/stranky/predstaveni-projektu.aspx

SEZNAM TABULEK, OBRÁZKŮ A GRAFŮ

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Rozdělení podniků podle velikost 15
Tabulka č. 2: Potencionální zákazníci 16 - 35 let 53
Tabulka č. 3: Otevírací doba 61
Tabulka č. 4: Ceník služeb 69
Tabulka č. 5: Náklady na založení s. r. o. 74
Tabulka č. 6: Náklady na výstavbu Vysokých překážek a Junior parku 75
Tabulka č. 7: Pořizovací výdaje 76
Tabulka č. 8: Reklama v rádiu Impuls 77
Tabulka č. 9: Náklady na marketing 78
Tabulka č. 10: Celkové provozní náklady 79
Tabulka č. 11: Cash flow 1. roku (2017) 80
Tabulka č. 12: Cash flow za první 3 roky 81
Tabulka č. 13: Hodnota rizika 84
Tabulka č. 14: Hodnocení rizika 84
Tabulka č. 15: Hodnocení nového rizika 85
Tabulka č. 16: Harmonogram realizace 86

Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Porterův model konkurenčních sil 21
Obrázek č. 2: Ceník - Spiders center 40
Obrázek č. 3: Areál lanového parku 60
Obrázek č. 4: Horolezecký úvazek 65
Obrázek č. 5: Ferratový set 66
Obrázek č. 6: Přilba 66

Seznam grafů

Graf č. 1: Počet obyvatel v přilehlém okolí 31
Graf č. 2: Růst průměrné reálné mzdy 32
Graf č. 3: Vývoj inflace 2005 - 2015 33
Graf č. 4: Otázka č. 1 45
Graf č. 5: Otázka č. 2 46
Graf č. 6: Otázka č. 3 46
Graf č. 7: Otázka č. 4 47
Graf č. 8: Otázka č. 5 48
Graf č. 9: Otázka č. 6 49
Graf č. 10: Otázka č. 7 49
Graf č. 11: Otázka č. 8 50
Graf č. 12: Otázka č. 9 51
Graf č. 13: Otázka č. 10 51
Graf č. 14: Otázka č. 11 52
Graf č. 15: Ganttův diagram - harmonogram realizace..... 87

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: Dotazník I
Příloha č. 2: Trasa Vysokých překážek III
Příloha č. 3: Zahradní dům IV
Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztrát (2017 - 2019) IV
Příloha č. 5: Závazné stanovisko V
Příloha č. 6: Závazné stanovisko 2 VI
Příloha č. 7: Smlouva o podnájmu pozemku VII
Příloha č. 8: Smlouva o podnájmu pozemku 2 VIII

PŘÍLOHY

Příloha č. 1: Dotazník (Zdroj: vlastní zpracování)

1) **Navštívili jste již někdy buď lanový park (překážky mezi stromy) nebo lanové centrum (překážky mezi dřevěnými pilíři)?**
   a) Ano.
   b) Ne.
2) **Měli byste zájem navštívit přírodní lanový park (znovu/poprvé)?** *(Pokud Ano, pak přejděte na otázku č. 4.)*
   a) Ano.
   b) Ne.
3) **Proč ne?**
   a) Mám strach z výšek.
   b) Neláká mě to.
   c) Nechci za něco takového utrácet.
   d) Zdravotní důvody.
   e) Jiné: …
4) **Pokud by byl přírodní lanový park přímo ve Vašem městě, jaký vliv by to mělo na Vaši ochotu ho navštívit? Za předpokladu, že by tam nebyl žádný jiný.** *(Pokud je vaše odpověď za „d)“, pak přejděte na otázku č. 10.)*
   a) Alespoň jednou bych ho určitě navštívil/a.
   b) Jistě bych ho navštívil/a vícekrát.
   c) Žádný vliv. Kdybych měl skutečný zájem, tak jsem ochotný za touto aktivitou i cestovat.
   d) I přesto bych o tuto aktivitu neměl/a zájem.
5) **Jaký vliv by na Vaši ochotu navštívit přírodní lanový park měla přítomnost jiných rekreačních a sportovních zařízení ve vzdálenosti do 1 km (koupaliště, fotbalový stadion, bowling, tenis, squash, volejbal, atd.)?** *(Pokud je vaše odpověď za „c)“, pak přejděte na otázku č. 10.)*
   a) Ovlivnilo by mě to. Uvítal/a bych možnost uskutečnit více rekreačních a sportovních aktivit najednou.
   b) Neovlivnilo by mě to. Navštívil/a bych lanové centrum i bez toho.
   c) I přesto bych o tuto aktivitu neměl/a zájem.
6) **Navštěvovali byste přírodní lanový park opakovaně nebo pouze jednou?**
   a) Pouze jednou.
   b) 1x za rok.
   c) 2x za rok.
   d) 3x za rok.
   e) 4x za rok.
   f) Vícekrát za rok.
7) **Ovlivnila by Vaše rozhodování o počtu návštěv možnost zakoupení permanentky se slevou na daný počet návštěv?**

a) Ano.
b) Ne.
c) Možná.

8) V jakém počtu osob byste nejraději navštěvovali přírodní lanový park?

a) Sám/a.
b) V menší skupině (2 - 6 lidí).
c) Ve větší skupině (7 a více lidí).
d) Je mi to jedno, jestli půjdu sám/a nebo ve skupině.

9) Pokud by se v areálu přírodního lanového parku nacházelo rychlé občerstvení, využili byste ho?

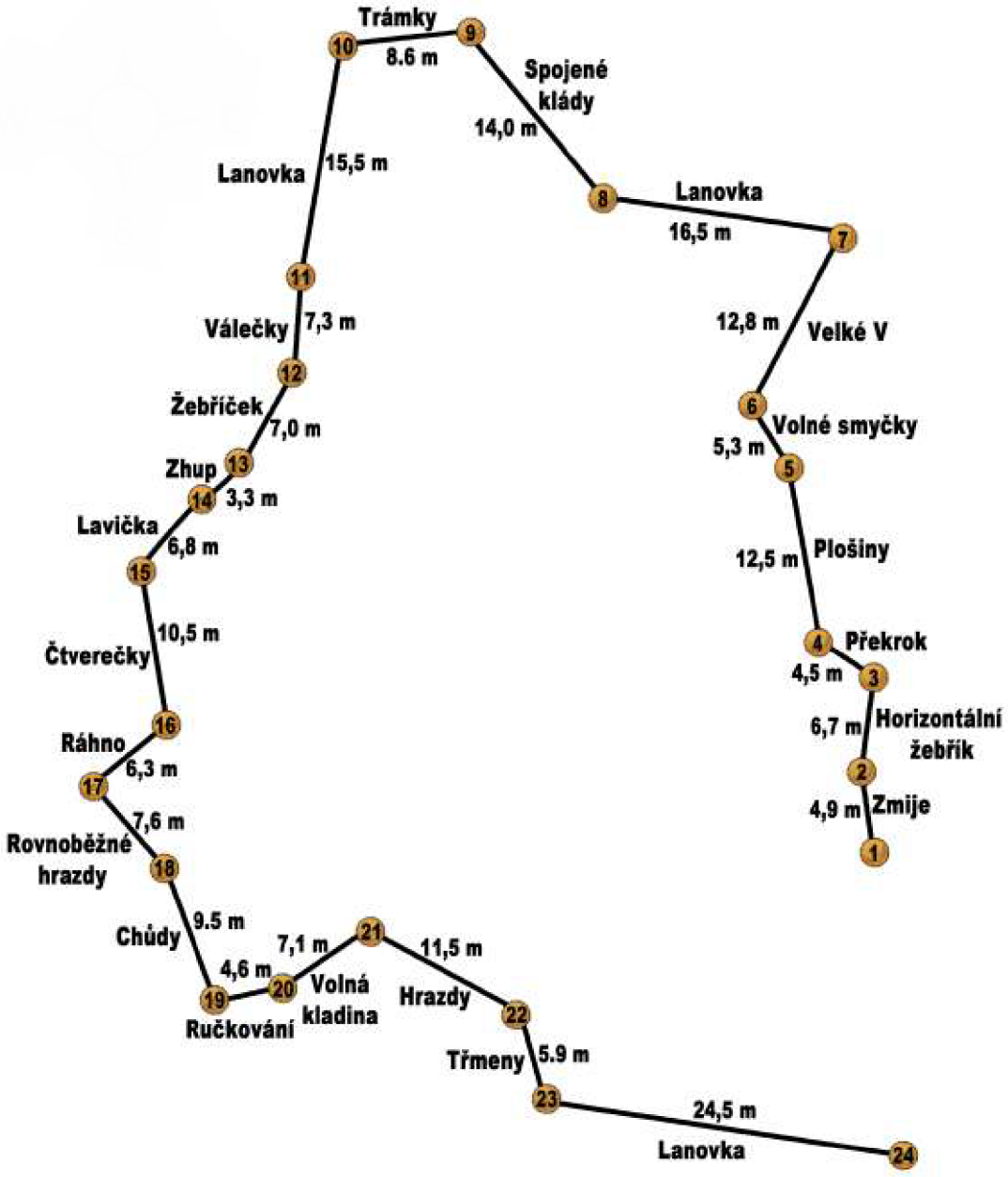
a) Určitě ano.
b) Spíše ano.
c) Spíše ne.
d) Určitě ne.

10) Vaše pohlaví?

a) Muž.
b) Žena.

11) Váš věk?

a) 15 let a méně.
b) 16 - 25 let.
c) 26 - 35 let.
d) 36 - 45 let.
e) 46 - 55 let.
f) 56 let a více.



Příloha č. 2: Trasa Vysokých překážek
[48]

Příloha č. 3: Zahradní dům
[41]

Příloha č. 4: Výkaz zisku a ztrát (2017 - 2019)

Položka	Rok 2017	Rok 2018	Rok 2019
Tržby za prodej zboží a služeb	732 394	841 929	1 000 480
Náklady na prodej zboží a služeb	79 342	105 365	126 048
Energie	9 300	10 300	10 300
Služby	33 382	39 176	39 176
Osobní náklady	284 710	336 635	336 635
- Mzdové náklady	212 470	251 220	251 220
- Náklady na soc. a zdrav. pojištění	72 240	85 415	85 415
Pronájem	12 000	12 000	12 000
Úvěr	241 524	241 524	241 524
Marketing	79 365	26 065	26 065
Odpisy	26 684	64 754	64 754
Ostatní náklady	16 000	24 000	24 000
Provozní výnosy celkem	732 394	841 929	1 000 480
Provozní náklady celkem	782 307	859 819	880 502
Provozní výsledek hospodaření	-49 913	-17 890	119 978
Daň z příjmu za běžnou činnost	0	0	22 610
Výsledek hospodaření za běžnou činnost	-49 913	-17 890	97 368
Výsledek hospodaření za účetní období	**-49 913**	**-17 890**	**97 368**

(Zdroj: vlastní zpracování)

Magistrát města České Budějovice
Odbor ochrany životního prostředí
nám. Přemysla Otakara II, č. 1, 2

Dle rozdělovníku

Magistrát města České Budějovice
Ing. Svatopluk Mika
Odbor ochrany životního prostředí
nám. Přemysla Otakara II. č. 1,2
370 92 České Budějovice

Internet: http://www.c-budejovice.cz

Značka:	Vyřizuje:	Tel.:	E-mail:	Datum:
OŽP/10292/ 2011/Ně	Němcova Zd.	38 6801105	nemcovaz@c.budejovice.cz	3.1. 2012

ZÁVAZNÉ STANOVISKO

O vydání závazného stanoviska k zásahu do významného krajinného lesa dle § 3 zákona

Výrok

Magistrát města České Budějovice, Odbor ochrany životního prostředí jako orgán státní správy podle ustanovení § 64 zák. č. 128/2000 Sb., o obcích, v platném znění, příslušný vydávat závazná stanoviska jako orgán ochrany přírody podle ustanovení § 77 odst. (3) písm. a) zákona ČNR č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, v platném znění (dále jen „zákon") podle ustanovení § 4 odst. 2 zákona, ve smyslu vyhlášky MŽP č. 395/1992 Sb., v platném znění, kterou se provádějí některá ustanovení zákona, rozhodl o žádosti o vydání závazného stanoviska k zásahu do o významného krajinného prvku – les , v souvislosti s výstavbou lanového centra o které požádala firma Progresiv, s.r.o., Lidická 39, 370 01 České Budějovice IČ: 24733351 se souhlasem nájemce pozemku Lesy a rybníky města Č.Budějovic s.r.o. IČ: 25154427, Haškova 4, 370 04 České Budějovice podané dne 28.11.2011

Magistrát města České Budějovice, odbor ochrany životního prostředí, jako orgán ochrany přírody se zásahem do významného krajinného prvku les

SOUHLASÍ

S výstavbou lanového centra v lese Bor na části p.č. 2061/620 v k.ú. České Budějovice 2 za těchto podmínek:

- při výstavbě a provozu lanového centra nesmí dojít k poškození stromů, bezpečnostní řez bude provádět odborná firma zabývající se údržbou dřevin, aby se předešlo k negativnímu zásahu a možného úhynu stromů na kterých je zavěšena konstrukce
- pro zdárný další růst stromů bude vždy při bezpečnostní kontrole provedeno uvolnění šroubení ve vztahu k růstu stromu
- mezi uchycovací trámy a stromy bude vložena ochranná textilie jako u uchycení nosných lan

Příloha č. 5: Závazné stanovisko
[51]

ODŮVODNĚNÍ

Magistrát města České Budějovice, odbor ochrany životního prostředí, jako orgán státní správy podle ustanovení § 66 zák. č. 128/2000 Sb., o obcích, v platném znění, příslušný rozhodovat jako orgán ochrany přírody podle ustanovení § 77 odst. 3 zákona ČNR č. 114/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, v platném znění (dále jen „zákon") ve správním řízení vedeném v souladu s ustanoveními zák. č. 500/2004 Sb. o správním řízení (správní řád) **rozhodl** podle ustanovení § 4 odst. 2, zákona ve smyslu prováděcí vyhlášky ČNR ČR č. 395/1992 Sb., o ochraně přírody a krajiny, v platném znění, o **žádosti** o vydání závazného stanoviska k zásahu do významného krajinného prvku – les (§ 3), kterou podala firma Progresiv, s.r.o. dor. adresa Lidická 39, 370 01 České Budějovice IČ: 24733351 se souhlasem nájemce pozemku 2061//620 v k.ú. České Budějovice 2, Lesy a rybníky města Č.Budějovic s.r.o. IČ: 25154427, Haškova 4, 370 04 České Budějovice, podané dne 28.11.2011. Tímto dnem bylo zahájeno správní řízení. Správnímu orgánu bylo předloženo hodnocení statiky stromů na p.č. 2061/620 v k.ú. České Budějovice 2, zpracované Lukášem Špetlíkem DiS. certifikovaným arboristou a dále technické řešení umístění plošin na stromy zpracované P. Vojtíškem . Dle předložené PD je zvolené řešení za dodržení ve výroku uvedených podmínek pro stromy přijatelné a lze tedy s umístěním lanového centra v lese souhlasit.

Správní orgán posoudil současný stav, seznámil se dostatečně s podklady i místními poměry a na základě zjištěných skutečností, vyjádření účastníků řízení a vzhledem k tomu, že jiný veřejný zájem výrazně nepřevyšuje nad zájmem ochrany přírody rozhodl správní orgán tak, jak je ve výroku uvedeno.

POUČENÍ

Proti tomuto rozhodnutí lze podat odvolání do 15ti dnů ode dne jeho oznámení, ke Krajskému úřadu-Jihočeský kraj, podáním učiněným u odboru ochrany životního prostředí Magistrátu města České Budějovice.

MAGISTRÁT MĚSTA ČESKÉ BUDĚJOVICE odbor ochrany životního prostředí

Ing. Svatopluk M i k a
vedoucí odboru ochrany životního prostředí

Účastníci řízení : (na doručenku):

Lesy a rybníky města Č.Budějovic s.r.o. IČ: 25154427, Haškova 4, 370 04 České Budějovice
Progresiv, s.r.o. dor. adresa Lidická 39, 370 01 České Budějovice IČ: 24733351

Příloha č. 6: Závazné stanovisko 2
[51]

SMLOUVA O PODNÁJMU POZEMKU

č.

uzavřená mezi

1. **Lesy a rybníky města Českých Budějovic s.r.o.**
   ul. Jaroslava Haška 1588/4
   370 04 České Budějovice
   IČ 25154427 DIČ CZ 25154427
   zapsaná v obchodním rejstříku, vedeného Krajským soudem v Českých Budějovicích, oddíl C, vložka 6452
   zastoupené jednatelem Ing. Josefem Schořem
   na straně jedné jako podnajímatel

2. **Progresiv s.r.o.**
   Amforová 1886/42, Stodůlky
   155 00 Praha 13
   IČ 24733351
   zapsaná v obchodním rejstříku vedeného Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 169771
   zastoupená jednatelem Ing. Viktorem Hintnausem
   na straně druhé jako podnájemce

I.
Základní ustanovení

Společnost Lesy a rybníky města Českých Budějovic s.r.o. je nájemcem a uživatelem lesního pozemku par. č. 2061/620 KN v k.ú. České Budějovice 2 o výměře 28993 m^2 na základě nájemní smlouvy č.115/27/02 uzavřené dne 31.5.2002

Společnost Proglesiv s.r.o. hodlá na části uvedeného pozemku zřídit a provozovat lanový park, na základě souhlasných stanovisek odboru ochrany životního prostředí Mm České Budějovice a odboru správy veřejných statků Mm České Budějovice.

II.
Předmět podnájmu

Lesní pozemek na parcele č. 2061/620 KN v k.ú. České Budějovice 2 o výměře 28993 m^2 nacházející se v těsném sousedství sídliště „Máj" v Českých Budějovicích.

Příloha č. 7: Smlouva o podnájmu pozemku
[51]

III.
Podmínky podnájmu

1. Vybudování lanového parku a jeho následný provoz a údržbu zajistí podnájemce-společnost Progresiv s.r.o. na vlastní náklady
2. Podnajatý pozemek nebude trvale oplocen a nebude zde postavena žádná stavba trvalého charakteru na pevných základech
3. Podnájemce nebude vyžadovat kacení lesního porostu, s výjimkou stromů ohrožujících zdraví a bezpečnost návštěvníku lanového parku i ostatních nahodile procházejících osob
4. Podnájemce nebude provádět žádné terénní úpravy pomocí mechanizačních prostředků nebo pomocí ručních prací
5. Podnájemce dodrží podmínky stanovené souhlasným stanoviskem odboru ochrany životního prostředí a odboru správy veřejných statků Mm České Budějovice
6. Přílohou podnájemní smlouvy bude **provozní řád „Lanového parku"**,odsouhlasený odborným lesním hospodářem společnosti Lesy a rybníky města Českých Budějovic s.r.o.

IV.
Platební podmínky

1. Podnájemní smlouva se uzavírá na dobu určitou 10 let
2. Nájemné po dobu 5 let je stanoveno na - **5000,- Kč/rok ,** počínaje šestým rokem bude činit **15000,-Kč/rok.**
3. Částka je splatná k 1.březnu daného roku.

V.
Závěrečná ustanovení

1. Souhlas s uzavřením smlouvy byl dán Radou města České Budějovice dne 23.3.2011 usnesením č. 418/2011
2. Podnájemní smlouva nabývá účinnosti okamžikem podpisu smluvními stranami, jednotlivá ustanovení této podnájemní smlouvy lze měnit nebo doplnit pouze písemným dodatkem na základě dohody obou smluvních stran.
3. Smluvní strany souhlasí, že tato smlouva může být zveřejněna na oficiálních webových stránkách statutárního města České Budějovice, s výjimkou osobních a citlivých údajů uvedených v této smlouvě
4. Smluvní strany prohlašují, že tato smlouva byla uzavřena po vzájemném projednání, dle svobodné vůle, vážně a srozumitelně, nikoliv v tísni a pod nátlakem. To smluvní strany potvrzují svým podpisem.
5. Další případné otázky, které tato smlouva neupravuje se řídí ustanoveními příslušných pravních předpisu, především Občanského zakoníku, část VIII, hlava 7 nájemní smlouva.

V Českých Budějovicích dne: 02-2012

Podnajímatel:

.....
Ing. Josef Schoř-jednatel

LESY A RYBNÍKY MĚSTA ČESKÝCH BUDĚJOVIC s.r.o.
Jaroslava Haška 1588/4
370 04 České Budějovice
DIČ: CZ25154427

Podnájemce:

.....
Ing. Viktor Hintnaus

progresiv s.r.o.
Amforová 1886/42, 155 00 Praha 13 - Stodůlky
IČ: 247 33 351, DIČ: CZ24733351
www.progresiv.cz, info@progresiv.cz

1

Příloha č. 8: Smlouva o podnájmu pozemku 2
[51]