

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní

Využití navigačních technologií v prostředí cestovní kanceláře
David Benák

Bakalářská práce

2019

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **David Benák**
Osobní číslo: **E17217**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management podniku: Management malých a středních podniků**
Téma práce: **Využití navigačních technologií v prostředí cestovní kanceláře**
Zadávající katedra: **Ústav podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je na konkrétním příkladu navrhnout vhodné způsoby zapojení navigačních technologií do práce cestovní kanceláře. Na základě realizovaného příkladu budou identifikovány přínosy využití navigačních technologií pro danou firmu.

Osnova:

- Charakteristika navigačních technologií.
- Prostředí cestovní kanceláře.
- Příklady zapojení navigačních technologií v práci cestovní kanceláře.
- Zhodnocení přínosů zavedení navigačních technologií v práci cestovní kanceláře.

Rozsah pracovní zprávy: **35 stran**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- KOČMANOVÁ, A. Ekonomické řízení podniku. Praha: Linde Praha, 2013. 358 s. Monografie (Linde). ISBN 978-80-7201-932-8.
LONGLEY, P., A. Geographic information systems and science. Chichester, 2001. 560 s. ISBN 978-0470721445.
HOJGR, R., STANKOVIČ, J. GPS: praktická uživatelská příručka. Brno: Computer Press, 2007. 221 s. ISBN 978-80-251-1734-7.
POMPUROVÁ, K. Řízení provozu cestovních kanceláří. Praha: Idea servis, 2013. 191 s. ISBN 978-80-85970-80-7.
PALATKOVÁ, M. Management cestovních kanceláří a agentur. Praha: Grada, 2013. 224 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
RAPANT, P. Družicové polohové systémy. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita, 2002. 220 s. ISBN 80-248-0124-8.
STEINER, I., ČERNÝ, J. GPS od A do Z. 3., aktualiz. vyd. Praha: eNAV, 2004. 220 s. ISBN 80-239-3314-0.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Pavel Sedlák, Ph.D.**
Ústav systémového inženýrství a informatiky

Datum zadání bakalářské práce: **2. září 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2020**

L.S.

doc. Ing. Romana Provozníková, Ph.D.
děkanka

doc. Ing. Marcela Kožená, Ph.D.
vedoucí ústavu

V Pardubicích dne 2. září 2019

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb. To, č. na další řádek, o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 27. 5. 2020

David Benák

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych rád poděkoval Mgr. Pavlu Sedlákovi, Ph.D. za všechny rady a připomínky, kterými mi pomohl při zpracování bakalářské práce.

ANOTACE

Bakalářská práce navrhuje vhodné způsoby zapojení navigačních technologií v práci cestovní kanceláře. Na konkrétních příkladech uvádí zavedení navigace do prostředí fiktivního podniku, přínosy pro podnik a na závěr je uvedeno doporučení pro cestovní kancelář.

KLÍČOVÁ SLOVA

Navigační technologie, GPS, cestovní kancelář, náklady

TITLE

Use of navigation technologies into selected company

ANNOTATION

This thesis suggests ways use of navigation technologies into a travel agency. This thesis shows how fictive company can use these technologies at specific examples and shows what benefits it gives to company. Recommendation for travel agency is at the end of thesis.

KEYWORDS

Navigation technologies, GPS, travel agency, costs

OBSAH

Úvod	12
1 Navigační technologie	13
1.1 Historie navigačních technologií	13
1.2 Fungování GPS	13
1.3 Segmenty systému GPS.....	14
1.4 Základní metody určování polohy z GPS.....	15
1.5 Typy GPS přijímačů.....	16
1.6 Internetové mapy.....	18
2 Prostředí cestovní kanceláře.....	19
2.1 Cestovní kancelář.....	19
2.2 Zájezdová činnost.....	19
2.3 Turismus (cestovní ruch).....	19
2.4 Historický vývoj cestovních kanceláří	20
2.5 Legislativa pro podnikání cestovních kanceláří.....	21
2.6 Nové techniky pro podnikání cestovních kanceláří	21
3 Analýza podniku	22
3.1 PEST analýza	22
3.2 Strukturální analýza konkurenčního prostředí (Porterova analýza pěti sil)	22
3.3 Analýza vnitřního prostředí podniku.....	23
3.4 SWOT analýza	23
4 Ekonomika podniku	25
4.1 Rozvaha	25
4.2 Výkaz zisku a ztrát	28
5 Příklady cestovních kanceláří	30
5.1 Bilyana (Česká republika)	30
5.2 Cestovní kancelář B&K tour.....	31
6 Cestovní kancelář BenakTour, s. r. o.....	32
6.1 BenakTour, s. r. o.....	32

6.2	PEST analýza podniku BenakTour, s. r. o.....	32
6.3	Porterova analýza pěti sil podniku BenakTour, s. r. o.	36
6.4	Analýza vnitřního prostředí podniku BenakTour, s. r. o.....	38
6.5	SWOT analýza BenakTour, s. r. o.	40
7	Zaváděné technologie.....	43
7.1	Golfové hodinky s GPS.....	43
7.2	Turistické GPS zařízení.....	44
7.3	Automobilová navigace.....	45
7.4	Internetové mapy.....	46
8	Příklady zavedení technologií.....	47
8.1	Plánování trasy.....	48
8.2	Půjčení GPS.....	55
	Závěr	58
	Použitá literatura.....	60
	Přílohy.....	64

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Počet obyvatel ČR.....	35
Obrázek 2: Golfové GPS hodinky	43
Obrázek 3: Turistické GPS zařízení.....	44
Obrázek 4: Automobilová GPS navigace.....	45
Obrázek 5: Hradec Králové – Vídeň (s dálnicí)	49
Obrázek 6: Hradec Králové – Vídeň (bez dálnice).....	51
Obrázek 7: Hradec Králové – Golf Club Lignano (s dálnicí)	52
Obrázek 8: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (bez dálnice).....	54

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: SWOT analýza	23
Tabulka 2: Rozvaha	25
Tabulka 3: Výkaz zisku a ztráty	28
Tabulka 4: Míra inflace v ČR.....	33
Tabulka 5: Nezaměstnanost v ČR.....	34
Tabulka 6: Kurz eura vůči české koruně.....	34
Tabulka 7: Průměrná mzda v ČR.....	35
Tabulka 8: SWOT analýza BenakTour, s. r. o.....	40
Tabulka 9: Výpočet nákladů Hradec Králové – Vídeň (s dálnicí).....	50
Tabulka 10: Výpočet nákladů Hradec Králové – Vídeň (bez dálnice)	51
Tabulka 11: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (s dálnicí).....	53
Tabulka 12: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (bez dálnice)	55
Tabulka 16: Výpočet doby splacení navigačních technologií.....	56

SEZNAM ZKRATEK

GLONASS	Ruský globální družicový polohový systém
GNSS	Globální družicový polohový systém
GPS	Globální polohový systém
Sb.	Sbírka zákonů
s. r. o.	Společnost s ručením omezeným

ÚVOD

V dnešní době si většina lidí nedokáže představit život bez navigačních technologií. To se týká také řady podniků, které tyto technologie využívají pro zlepšení svých služeb nebo pro snížení nákladů, například na dopravu. Na trhu cestovních kanceláří se vyskytuje silná konkurence a využití moderních technologií může být možnost, jak získat výhodu nad konkurencí.

Cílem této práce je na konkrétních příkladech navrhnout vhodné způsoby zapojení navigačních technologií do prostředí cestovní kanceláře. Na základě realizovaných příkladů jsou určeny přínosy využití těchto technologií pro fiktivní podnik.

V první části jsou popsány různé navigační technologie, a jak fungují. Dále je rozebrána podnikatelská činnost cestovních kanceláří, jejich historie a nutná legislativa, která se k této činnosti pojí. Pro analýzu podniku jsou v teoretické části popsány PEST analýza, strukturální analýza konkurenčního prostředí a analýza vnitřního prostředí podniku. Z těchto třech analýz poté vychází SWOT analýza, která posuzuje silné a slabé stránky podniku, příležitosti a hrozby. Následně je v práci teoreticky rozebrána rozvaha a výkaz zisku a ztrát. Poslední jsou popsány reálné podniky, které slouží jako podklad pro fiktivní společnost.

V druhé části práce je popsána fiktivní společnost BenakTour, s. r. o. Pro tento podnik jsou zpracovány všechny analýzy, které jsou rozebrány v předchozích kapitolách práce, jako je například SWOT analýza. Dále jsou použity navigační technologie, a to při plánování tras do Vídně na vánoční trhy a do Golf Clubu Lignano. U každého zájezdu jsou uvedeny dvě možné trasy, na kterých jsou porovnávány náklady na pohonné hmoty, na dálniční poplatky nebo náklady na mzdy řidičů či jejich ubytování. Také je porovnáno, která z tras je časově komfortnější pro klienty cestovní kanceláře. V poslední části je uvedeno, po jak dlouhé době se vybrané navigační technologie zhodnotí a jak tyto přístroje ztraktivní poskytované služby, které cestovní kancelář BenakTour, s. r. o. nabízí.

1 NAVIGAČNÍ TECHNOLOGIE

GPS (Global positioning systém) je globální polohový systém, kterým lze určit polohu objektu kdekoli na zemi. Polohou se rozumí určení zeměpisných souřadnic. (Hojgr, Stankovič, 2007)

1.1 Historie navigačních technologií

Od doby, kdy se člověk začal přemisťovat a stěhovat na větší vzdálenosti, začal mít potřebu určovat svou polohu, a to s postupem času stále přesněji. V dávných dobách se lidé pohybovali podle vlastních zkušeností, například okolo místa svého bydliště nebo podle vyznačených bodů v krajině. Dalším krokem bylo využívání slunce nebo hvězd. Až poté lidé vynalezli magnetický kompas, který slouží k určování světových stran. V dopravě, a to zejména dopravě námořní, přestala znalost směrové orientace dostačovat. Člověk potřeboval znát svoji aktuální přibližnou polohu, a to kvůli určení dalšího pohybu nebo pro kontrolu, jestli je na správné trase. To byly důvody pro rozvoj navigace. (Rapant, 2002)

V počátcích navigace lidé využívali body na zemském povrchu nebo hvězdy a planety, tuto metodu však zdokonalili o úhlová měření k těmto bodům. Později, s vývojem rádiových vysílačů se začali budovat navigační systémy založené na vysílání a příjmu rádiových signálů. V začátcích rádiových vysílačů byly vysílače rozmisťovány na zemském povrchu a později s nástupem „kosmického věku“, se začaly přesouvat do blízkého vesmíru ve formě družic. V několika generacích tak vznikly družicové navigační systémy, které se vyvinuly do dnešní podoby globálních systémů s názvem GPS z anglického Global Positioning Systems. (Hojgr, Stankovič, 2007)

1.2 Fungování GPS

Systém GPS funguje podle (Steiner, Černý, 2006) díky družicím, které obíhají okolo zeměkoule, konkrétně ve výšce přibližně 20 000 kilometrů. Systém je založen na výpočtu vzdáleností mezi uživatelem na Zemi a družicemi na oběžných drahách. V současné době je aktivně využíváno 24 družic. To znamená, že nad jakýmkoliv místem na Zemi je možnost příjmu z maximálně dvanácti družic. Ostatní jsou ve stejnou dobu nad protilehlou stranou Země. Pro výpočet polohy je nutno zpracovat signál minimálně ze tří družic. Pro výpočet včetně výšky, tedy ve třírozměrném prostoru, je potřeba signál z minimálně čtyř družic. Navigačních systémů je více, například Galileo, který je popsán níže. Řada států se snaží vyvíjet vlastní, aby nebyly závislé jen na původním americkém systému.

Galileo

Další možností v našich zeměpisných šířkách je systém Galileo, to je evropský globální navigační družicový systém (GNSS), který poskytuje vylepšené informace o poloze a čase s významnými pozitivními důsledky pro mnoho evropských služeb a uživatelů. Galileo je navržen, aby byl kompatibilní s většinou existujících a plánovaných GNSS a byl interoperabilní se systémy GPS a GLONASS. Proto je také umístěn tak, aby vylepšil pokrytí, které je v tuto chvíli k dispozici.

Před spuštěním tohoto družicového systému museli evropští uživatelé spoléhat na necivilní americké GPS nebo na ruské GLONASS. S tímto programem tak mají evropští občané novou, spolehlivou alternativu, která je na rozdíl od výše zmíněných pod civilní kontrolou. (European Global Navigation Satellite Systems Agency, 2019)

1.3 Segmenty systému GPS

Systém GPS je tvořen třemi základními segmenty. Uživatelským, kosmickým a řídicím. (Steiner, Černý, 2006)

Uživatelský segment

Uživatelský segment je podle (Steiner, Černý, 2006) tvořen různými typy GPS přijímačů, ty zpracovávají informace z družic. Přijímače pracují pouze jednosměrně, tedy informace jdou pouze od družic k uživatelskému přijímači. Jedná se o pasivní GPS přijímač. Různé druhy přijímačů jsou uvedeny v další části práce.

Kosmický segment

V současné době je podle (Bezpalec, 2015) k dispozici 24 družic, které obíhají okolo zeměkoule ve výšce 20 000 km. Pohybují se rychlostí 3,8 km/h s oběžnou dobou 11 hodin 58 minut, což je polovina siderického dne. Družice se pohybují po přesně definovaných a určených oběžných drahách. Rozmístění družic na oběžných drahách je asymetrické, to znamená že družice jsou v různých vzdálenostech od sebe.

Řídicí segment

Řídicí segment, který je zároveň i kontrolním segmentem, je tvořen podle (Steiner, Černý, 2006) pozemními stanicemi. Ty plní úlohy, jako je monitorování signálů družic kosmického segmentu, vyhodnocování chování družic, manévry družic či řízení družic.

Proto jsou vybudovány tyto typy stanic:

- Monitorovací stanice – Monitorují signály vysílané družicemi kosmického segmentu a přenášejí je do řídicích stanic.
- Hlavní řídicí stanice – Je zpravidla jedna (zároveň jedna záložní), zpracovává signály z monitorovacích stanic, provádí modelování chování kosmického segmentu.
- Stanice pro komunikaci s družicemi – Zpravidla jsou totožné s monitorovacími stanicemi. Slouží k přenášení nově určených parametrů oběžných drah a korekčních parametrů atomových hodin umístěných na družicích a také slouží k jejich ovládání.

1.4 Základní metody určování polohy z GPS

Kódové měření

Kódové měření podle (Hojgr, Stankovič, 2007) vychází z určování vzdáleností mezi přijímačem a družicemi. Obvykle se k tomu používají takzvané dálkoměrné kódy vysílané jednotlivými družicemi. Přijímač funguje tak, že ve vstupním signálu přicházejícím z antény identifikuje dálkoměrný kód příslušné družice, zjistí čas odeslání a přijetí jedné sekvence kódu a ze zjištěného časového rozdílu určí vzdálenost mezi přijímačem a družicí.

Fázové měření

Fázová měření fungují na principu využití nosné vlny signálů vysílaných družicemi. Pokud se sečte počet úplných vln signálů, které se uskutečnily na cestě mezi družicí a přijímačem, a jejichž délka je známá, je pak již jednoduché určit zbylý kousek neúplné vlny podle stavu její amplitudy – přeneseně řečeno podle výchylky signálu a jeho intenzity. Fázové měření je v porovnání s kódovým měřením o hodně přesnější, především pak při použití více nosných vln. (Hojgr, Stankovič, 2007)

Dopplerovské měření

Dopplerovské měření je podle (Hojgr, Stankovič, 2007) založeno na fyzikálním principu tohoto jevu. Dopplerův jev charakterizuje změnu frekvence a vlnové délky přijímaného signálu na rozdíl od vysílaného signálu, jestliže se přijímač nebo vysílač pohybuje. Jedna z nejobvyklejších ukázek Dopplerova jevu je přeměna výšky tónu, vydávaných sirénou, například na dopravním prostředku, který projíždí kolem pozorovatele.

1.5 Typy GPS přijímačů

Dělení GPS přijímačů je celá řada, jednou z možností je dělení podle jejich využití. (Steiner, Černý, 2006)

Turistické

Nejrozšířenějšími GPS přijímači jsou turistické. Je to logické, protože v outdoorovém prostředí to usnadňuje orientaci. Velký důraz se klade na velikost a hmotnost. Důležité je, aby přístroj byl lehký, ideálně do 200 gramů, a malý ale do té míry, aby byl dostatečně velký a přehledný. Dále je důležitá výdrž baterie, aby vydržela alespoň 15 hodin.

Přístroje se dělají nemapové, mapové a mapové s routingem. Všechny přístroje v tomto typu mají stejnou přesnost na určení polohy. U některých přístrojů je vestavěný barometrický výškoměr, se kterým zpřesňuje výškové měření. (Steiner, Černý, 2006)

Turistické přístroje se v posledních letech nevyžívají tolik jako dříve, a to z důvodu, že uživatel má možnost elektronických map v mobilu. I přes to turistické navigace stále najdou své využití.

Námořní

U námořních přístrojů je dle (Steiner, Černý, 2006) kladen důraz na poskytnutí podrobných navigačních údajů. Tvoří speciální skupinu GPS přijímačů, které jsou konstruovány tak, aby mohly být využity pro vedení a navigaci lodí na moři. Jsou také známé pod názvem „Námořní plottery“.

Existují dvě varianty GPS přijímačů tohoto typu. Samostatné mapové plottery a sdružené přístroje se sonarem. Sdružené přístroje mohou na displeji vedle mapy zobrazovat i průběh dna pod lodí, kde se právě loď nachází.

Letecké

V leteckých GPS přijímačích lze nalézt základní informace o letištích, zakázaných prostorech, prostorech s omezeným leteckým prostorem, hlásné body a tak podobně. Přijímač například upozorní, když se dostanete do blízkosti prostoru s omezeným letovým provozem, kde by se mělo dávat více pozor nebo se ohlásit. (Steiner, Černý, 2006)

Vojenské

Dostupných informací o vojenských modelech GPS přijímačů je málo a s vysokou pravděpodobností se nikdy s těmito modely nesekáme. Základním rozdílem mezi civilním a vojenským přijímačem

by měla být možnost vojenského přijímače zpracovávat i zakódované informace, a díky tomu fungovat i v oblastech s válečnými konflikty, kde může dojít k omezení funkčnosti civilních GPS přijímačů. (Steiner, Černý, 2006)

Automobilové

Automobilové GPS přijímače jsou konstruovány tak, aby byly schopné navádět automobil buď po nejkratší, nebo po nejrychlejší trase k určenému cíli. V tomto odvětví jsou k dispozici přenosné, anebo vestavěné GPS přijímače. V dnešní době mohou být automobilové navigace součástí rádia auta či mohou být součástí palubního počítače (displeje). (Steiner, Černý, 2006)

Mobilní telefony s GPS

Jednou z nejlepších funkcí mobilního telefonu podle (Hildenbrand, 2017) je způsob, jakým dokáže určit, danou polohu, kde se zrovna nachází. V současné době je v podstatě v každém telefonu GPS přijímač. Je využíván v mnoha aplikacích od těch, které pomáhají změřit délku a rychlost běhu (Run Tracker), až po aplikace pro komunikaci, kterou je například Messenger. V této aplikaci může uživatel například sdílet svou aktuální polohu.

GPS přijímač se v mobilním telefonu asi nejvíce využívá k navigaci uživatele k předem určenému cíli. V tomto případě se mobilní telefon začne chovat například jako automobilová navigace. Využívají se k tomu aplikace jako Waze nebo Google Maps.

Hodinky s GPS

Za dobu vývoje GPS systému se přijímače objevily v různých podobách a aplikacích. Miniaturizace již umožnila zabudovat GPS přijímač i do náramkových hodinek či vytvořit náramkový GPS přijímač. První výrobce těchto hodinek a náramků byla firma Casio. První zabudovaný GPS přijímač do hodinek, konkrétně sportovních hodinek, přišel na trh v roce 2001.

Smartwatch (Chytré hodinky)

Chytré hodinky dle (TechTerms, 2017) jsou digitální hodinky, které kromě měření času poskytují mnoho dalších funkcí. Mezi příklady patří sledování srdeční frekvence, sledování činnosti a poskytování připomenutí po celý den. Stejně jako chytrý telefon mají inteligentní hodinky dotykový displej, který umožňuje provádět akce klepnutím nebo přejetím prstem po obrazovce. Pokud chytré hodinky obsahují GPS přijímač, který obsahují v podstatě všechny, mohou pak zaznamenávat podobné informace a hodnoty, například při sportovní aktivitě.

1.6 Internetové mapy

Podle (Longley, 2011) jsou papírové mapy dlouhodobě efektivní způsob navigace, ale internetové mapy nabízí nové možnosti využití. U internetových map se uživatel může setkat s pojmem webové mapování, tím je myšlen proces, navrhování, implementace a také zveřejnění map na webu. Podle (Wikipedia, 2020) je použití webu jako prostředníka pro zveřejňování map, největším pokrokem v kartografii a otevírá značné množství nových příležitostí, jako jsou mapy v reálném čase, levnější šíření, častější a levnější aktualizace a podobně. Zatímco první webové mapy byly původně pouze statické, a to z důvodu technických omezení, dnešní mapy tohoto typu, jsou plně interaktivní a mohou integrovat více medií.

Největší výhodou webových map je hlavně zobrazování map z databáze prakticky v reálném čase. Dalším benefitem je to, že se mapy nemusí tisknout.

Funkcemi internetových map jsou například zobrazení hledaného místa na Zemi, zobrazení dopravní situace na mapě v reálném čase, zobrazení umístění vozidel hromadné dopravy.

Příklady aplikací jsou: Google maps, Mapy.cz nebo Mapy.idnes.cz

2 PROSTŘEDÍ CESTOVNÍ KANCELÁŘE

2.1 Cestovní kancelář

Cestovní kancelář podle (Palatková, 2013) je podnikatel, který na základě koncese je kompetentní poskytovat a prodávat zájezdy, a to podle zákona 111/2018 Sb. o některých podmínkách v oblasti cestovního ruchu. Je možno se však setkat i s jinými definicemi konceptu cestovní kanceláře, ty ale nevycházejí exaktně z české legislativy. Pojem cestovní kancelář tak, jak je vymezen v České republice, odpovídá globálně používanému označení *tour operator*. Cestovní kancelář je zároveň ze své koncese oprávněna vykonávat i činnosti cestovní agentury. Hlavními činnostmi cestovní kanceláře jsou zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb spojených s cestovním ruchem.

2.2 Zájezdová činnost

Definice pojmu zájezd se podle (Palatková, 2013) v průběhu času měnila, a to od původní definice, jako pro jakoukoliv organizovanou cestu až po dnešní označení, které je užíváno v evropském prostoru. Ta zní: zájezd je ve smyslu zákona předem sestavená kombinace alespoň dvou a více služeb, je-li prodáván nebo nabízen k prodeji za souhrnnou cenu a služba je nabízena po čas delší než 24 hodin nebo když obsahuje ubytování přes noc.

Ke kombinaci služeb za účelem tvorby zájezdu patří:

- Doprava
- Ubytování
- Jiné služby cestovního ruchu, které nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu, nebo jejichž cena tvoří alespoň 20% souhrnné ceny zájezdu.
- Původně byly tyto sestavené kombinace nabízeny pouze ve formě katalogů nebo jiných propagačních materiálů pro předem neznámého zákazníka. Až později rozhodnutím Evropského soudního dvora došlo k rozšíření výkladu i na kombinace sestavené na základě zákaznickovi objednávky. Jedná se o takzvané *forfaity*.

2.3 Turismus (cestovní ruch)

Turismus neboli cestovní ruch je činnost osoby, která cestuje dočasně do místa mimo její bydliště, a to na dobu kratší, než je určeno zákonem. Současně je její hlavní účel jiný než vykonávání výdělečné činnosti v místě své cesty. Čas pobytu mimo své obvyklé bydliště je v tuzemském turismu do šesti

měsíců, v mezinárodním turismu je to do jednoho roku. Jako mezinárodní turismus se označuje to, když člověk překročí hranice národního státu. Světový turismus je všechen turismus po celém světě, při němž dochází k překračování hranic. Jedná se tedy o souhrn všeho příjezdového a výjezdového turismu všech států světa. (Palatková, 2011)

2.4 Historický vývoj cestovních kanceláří

V této kapitole je uveden vývoj cestovních kanceláří, a to jak v České republice, tak i ve světě. Je uveden úplný počátek, který je spojen s osobou Thomase Cooka, nebo počátek v České republice, který je spojen především se společností Čedok.

Historický vývoj cestovních kanceláří ve světě

Jako první náznaky činnosti cestovních kanceláří může být bráno prodávání dostavníkových lístků, a to již v 17. a 18. století. Samotná historie činnosti cestovních kanceláří dosahuje až do roku 1841 a váže se s osobou Thomase Cooka, který tehdy z důvodu spíše sociální motivace než motivace ekonomické, uspořádal jednodenní zájezd po železnici z Leicesteru do Loughborough pro přibližně 500 cestujících.

V následujících třech letech postupně uspořádal zájezdy a výlety mezi Leicesterem, Birminghamem, Derby a Nottinghamem. K roku 1845 založil cestovní kancelář. Thomas Cook se tímto stal průkopníkem v podnikání cestovních kanceláří. Do roku 1850 uspořádal zájezdy do Walesu, Skotska a Irska. (Palatková, 2013)

Historický vývoj cestovních kanceláří v České republice

Evoluce cestovních kanceláří v České republice začala takřka o 80 let později. V roce 1920 byla smlouvou mezi československou bankou Bohemia a Zemským cizineckým svazem založena Československá cestovní a dopravní kancelář s filiálkami v Praze, Brně, Karlových Varech a Františkových Lázních, jako protiváha zahraničního Wagon-Lits a Cook. Ústředním výnosem této společnosti byl prodej železničních lístků do uhelných dolů a prodej lodních lístků vystěhovalcům do Ameriky. (Palatková, 2013)

2.5 Legislativa pro podnikání cestovních kanceláří

Podnikání v oblasti cestovních kanceláří upravuje celá řada zákonů. Zvláštním zákonem upravující podnikání cestovních kanceláří je zákon č. 111/2018 Sb., který je aktualizovaným nástupcem zákona č. 159/1999 Sb. Podle tohoto zákona je cestovní kancelář definována jako subjekt, který je na základě své koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy.

Cestovní kancelář podle (Palatková, 2013, s. 25) tedy může, dle své koncese, vykonávat tyto činnosti:

- „nabízet a prodávat zájezdy;
- nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu;
- organizovat kombinace služeb cestovního ruchu, nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři (například zájezd za sportem a podobně);
- zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby, jako jsou například dopravci, pořadatelé kulturních, společenských a sportovních akcí a podobně;
- zprostředkovávat prodej zájezdů pro jinou cestovní kancelář – v takovémto případě musí být cestovní smlouva uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkován“

2.6 Nové techniky pro podnikání cestovních kanceláří

Cílem každého podniku je ziskovost, zvyšování podílu na trhu a neustálý rozvoj. Proto, aby těchto cílů dosáhl, musí držet krok v rozvoji s konkurencí, předvídat nové trendy v oblasti svého podnikání, a také se snažit odhadnout budoucí vývoj, díky němuž může připravit dobrý strategický plán, který je základem pro strategické řízení podniku. Tyto parametry mohou pomoci získat konkurenční výhodu nad ostatními podniky.

Podle (Pompurová, 2013) jsou ovlivňovány vnějšími a vnitřními činiteli. K vnějším patří technický pokrok v dopravě a v informačních technologiích. Proto se tato práce zaměřuje na zavedení navigačních technologií do prostředí cestovní kanceláře.

3 ANALÝZA PODNIKU

V této kapitole jsou popsány metody, kterými bakalářská práce zkoumá fiktivní podnik. Jedná se o analýzy makroprostředí, mikroprostředí a vnitřního prostředí podniku.

3.1 PEST analýza

Název této analýzy je tvořen počátečními písmeny zkoumaných faktorů vnějšího prostředí podniku. Jedná se o analýzu makroprostředí a také o analýzu poznání minulého vývoje. Zároveň je to analýza, která se snaží o předvídání a analyzování budoucích vlivů na podnik v těchto čtyřech oblastech. (Košťan, Šuler, 2002)

- Politicko-legislativní – Zkoumá případně možný dopad politických a legislativních vlivů.
- Ekonomické – Zkoumá dopad ekonomických vlivů dané ekonomiky, ve které podnik působí.
- Sociální – Zkoumá působení sociálních vlivů na podnikání společnosti, součástí jsou i kulturní vlivy.
- Technologické – Zkoumá vlivy stávajících, nových, nebo možných budoucích technologií.

3.2 Strukturální analýza konkurenčního prostředí (Porterova analýza pěti sil)

V jiné literatuře (Grasseová a kolektiv, 2012) se tato metoda často pojmenovává i jako Porterova analýza pěti sil. Takto pojmenovaná je, protože ji vynalezl Harvardský profesor Michael Porter. Jedná se prakticky o analýzu mikroprostředí a zároveň je to jedna z analýz, která se využívá při zkoumání odvětví. Podle (Košťan, Šuler, 2002) Porter zastává myšlenku, že zisk, dosahovaný v odvětví, je ovlivňován právě silami, které jsou uvedeny níže. Podnik by se měl snažit ovlivňovat těchto pět sil strategickými pohyby a posilovat tak pozici podniku v odvětví.

- Síla konkurence v odvětví – Jak stávající konkurence může ovlivnit cenu nebo množství prodeje.
- Hrozba vstupu nových účastníků do odvětví – Možnost vstupu nové konkurence, jak může ovlivnit cenu produktu či služeb, jaké jsou bariéry vstupu do odvětví.
- Síla dodavatelů – Schopnost dodavatelů ovlivnit cenu, kolik je možných dodavatelů a podobně.
- Síla odběratelů – Schopnost odběratelů ovlivnit cenu a výše poptávky po produktu nebo službě.
- Hrozba substitutů – Možnost nových substitutů daných výrobků či služeb, které podnik nabízí, a to, jak to ovlivní cenu nebo prodávané množství.

3.3 Analýza vnitřního prostředí podniku

Podle (Košťan, Šuler, 2002) se jedná o analýzu uvnitř podniku, konkrétně podnikových zdrojů. Jsou hodnoceny čtyři základní skupinky zdrojů organizace. Pro podnik jsou to faktory, které může nejjednodušším způsobem ovlivnit.

- Hmotné zdroje – stroje, zařízení, zásoby...
- Lidské zdroje – počet zaměstnanců, rozmístění, zručnost...
- Financí zdroje – Vlastní kapitál, hotovost, cizí kapitál...
- Nehmotné zdroje – loajalita zaměstnanců, know-how, informace, obchodní značka, kontakty...

3.4 SWOT analýza

Tato analýza zkoumá silné a slabé stránky podniku, což je vnitřní prostředí podniku, a také příležitosti a ohrožení, které jsou součástí vnějšího prostředí podniku. Tato analýza je užitečným nástrojem, který rekapituluje a zkoumá předchozí analýzy. (Košťan, Šuler, 2002)

SWOT jsou začáteční písmena anglických názvů jednotlivých kvadrantů v této analýze.

S – Strengths (silné stránky)

W – Weakness (slabé stránky)

O – Opportunities (příležitosti)

T – Threats (hrozby)

Tabulka 1: SWOT analýza

	Pozitivní	Negativní
Vnitřní prostředí	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Vnější prostředí	Příležitosti (O)	Hrozny (T)

Zdroj: Vlastní zpracování

Vnější prostředí (příležitosti a hrozby)

Zkoumá makroekonomické a mikroekonomické prostředí podniku. Tato část analýzy vychází z PEST analýzy a Portetovy analýzy pěti sil. Sledují se zde změny a nové trendy, které se dějí v okolí podniku. Příležitosti, které vzniknou tímto zkoumáním, by měl podnik využít a zároveň hrozby se snažit zažehnat a reagovat na ně. (Kotler, Keller, 2013)

Vnitřní prostředí (silné a slabé stránky)

Pro každou společnost je důležité najít nové příležitosti, ale nejdůležitější je tyto příležitosti využít. Proto musí podnik zhodnotit své silné a slabé stránky. Tato část vychází z vnitřní analýzy podniku a z analýzy podnikových zdrojů. Jedná se zhodnocení vnitřního prostředí společnosti. Silných stránek by se měl podnik snažit využít a na slabé stránky by se měl snažit reagovat a negovat je. (Kotler, Keller, 2013)

4 EKONOMIKA PODNIKU

V této části práce je teoreticky popsána rozvaha a výkaz zisku a ztráty podniku.

4.1 Rozvaha

Základem ekonomického řízení podniku a jeho ekonomiky je přehled kapitálu a zdrojů jeho krytí. K tomu slouží rozvaha, která dává přehled o stavu aktiv (kapitál) a pasiv (zdroje krytí). Rozvaha je sestavována vždy k určitému datu neboli k rozvahovému dni. Pasiva neboli zdroje krytí udávají, z čeho byly aktiva (kapitál) pořízena. Rozvaha je spolu s výkazem zisků a ztrát jedním z výkazů účetní závěrky. (Kožená, 2007)

V rozvaze musí platit:

$$\text{AKTIVA} = \text{PASIVA} + \text{ZISK} \text{ nebo } \text{AKTIVA} + \text{ZTRÁTA} = \text{PASIVA}$$

Balanční rovnice:

$$\text{AKTIVA CELKEM} = \text{PASIVA CELKEM}$$

Schéma struktury rozvahy:

Tabulka 2: Rozvaha

Aktiva	Pasiva
Stálá aktiva	Vlastní kapitál
Oběžná aktiva	Cizí zdroje
Ostatní aktiva	Ostatní pasiva

Zdroj: Vlastní zpracování podle Kocmanová, 2013

Aktiva

Stálá aktiva

Dlouhodobý nehmotný majetek – Tento majetek má dobu životnosti delší než jeden rok a pořizovací cena musí být vyšší než 60 000 Kč. Konkrétním příkladem jsou například patenty, goodwill, ocenitelná práva, licence.

Dlouhodobý hmotný majetek – Tento majetek má také dobu životnosti delší než jeden rok a postupně se opotřebovává (stroje, výrobní zařízení, budovy), opotřebování se vyjadřuje odpisy. Dále je hmotný majetek, který se neznehodnocuje (drahé kovy, pozemky, umělecká díla). Jeho pořizovací cena musí být vyšší než 40 000 Kč.

Dlouhodobý finanční majetek – Finanční majetek je v podniku déle než jeden rok a pořizovací cena musí být vyšší než 40 000 Kč. Příkladem tohoto majetku jsou cenné papíry a majetkové podíly, půjčky a úvěry s dobou splatnosti delší než jeden rok.

Oběžná aktiva

Zásoby – Zásobami jsou materiály, suroviny, zásoby vlastní výroby, zboží, zvířata.

Pohledávky – V oběžných aktivech jsou pouze krátkodobé pohledávky to znamená, že mají splatnost do jednoho roku. Pohledávky mohou být za odběrateli, k zaměstnancům, státu, nebo vůči finančním orgánům a institucím sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění atp.

Peněžní prostředky – Tato oběžná aktiva jsou hodnotní peníze, peněžní prostředky na bankovních účtech, ceniny, šeky.

Krátkodobý finanční majetek – S tímto finančním majetkem se obchoduje, jsou to obchodovatelné cenné papíry (majetkové a dlužné cenné papíry).

Ostatní aktiva

Jsou to přechodná aktiva, konkrétně náklady příštích období, příjmy příštích období, dohadné účty aktivní. (Kocmanová, 2013)

Pasiva

Vlastní kapitál

Základní kapitál – Jsou to vklady společníků do podniku. Můžou být peněžité, ale i nepeněžité (auto, stroje)

Kapitálové fondy – Fondy může podnik vytvářet dvěma způsoby, ze zákona nebo dobrovolně. Podle toho, z jakého zdroje je fond vytvořen, se dělí na fondy vytvořené emisním ážiem, dotacemi nebo fondy ze zisku.

Výsledek hospodaření – Je to zisk nebo ztráta neboli je to rozdíl mezi tím, co podnik za určité období získal a co musel vynaložit.

Cizí zdroje

Rezervy – Podnik může vytvářet rezervy, ty může použít na krytí ztrát nebo za jiným účelem. Můžou být tvořeny rezervy ze zákona (zákonné rezervy) nebo ostatní.

Dlouhodobé závazky – Splatnost dlouhodobého závazku je delší než jeden rok. Tento závazek může vzniknout například při dlouhodobém financování cizím subjektem.

Krátkodobé závazky – Slouží k financování běžného provozu podniku, mají tedy splatnost kratší než jeden rok. Rozlišují se závazky z obchodních vztahů, závazky plynoucí ze směnek, přijaté zálohy atp.

Ostatní pasiva

Jsou to přechodná pasiva, konkrétně výnosy příštích období, výdaje příštích období, dohadné účty pasivní. (Kocmanová, 2013)

4.2 Výkaz zisku a ztrát

Podává přehled o ziskovosti podniku za zvolené časové období. Ziskovost se v účetnictví určuje porovnáním vyprodukovaných výnosů podniku s náklady, které byly při této činnosti vynaloženy. Výsledek (hospodářský výsledek) výkaz zisků a ztrát jde vyjádřit těmito způsoby:

$$\sum \text{Výnosy} > \sum \text{Náklady} = \text{Zisk}$$

$$\sum \text{Náklady} < \sum \text{Výnosy} = \text{Ztráta}$$

Manažer ekonom, který využívá výkazu zisku a ztráty, vychází z výsledků hospodaření (zisk/ztráta). Ten se dělí na výsledek hospodaření před zdaněním zjištěný v účetnictví, který je daný rozdílem součtu veškerých výnosů a součtu veškerých nákladů. Na výsledek hospodaření po zdanění je tento výsledek snížený o daň. (Kocmanová, 2013)

Rozvaha výkazu zisku a ztráty:

Tabulka 3: Výkaz zisku a ztráty

Náklady	Výnosy
Provozní náklady	Provozní výnosy
Finanční náklady	Finanční výnosy
Mimořádné náklady	Mimořádné výnosy
Výsledek hospodaření	

Zdroj: Vlastní zpracování podle Kocmanová, 2013

Náklady

Podle (Kocmanová, 2013) jsou náklady definovány jako účelově vynaložená spotřeba výrobních činitelů. Náklady mohou být ve formě snížení (úbytku, spotřeby) aktiv, ve formě vzniku závazků (zvýšení dluhů) nebo ve formě snížení peněžních prostředků. Náklad je položkou, která patří do výkazu zisku a ztráty.

Provozní náklady – Jsou náklady vynaložené při běžné činnosti podniku. Například spotřebovaný materiál a suroviny, spotřeba energie, opravy, osobní náklady, daně a poplatky nebo odpisy a rezervy.

Finanční náklady – Finanční náklady vznikají při obchodování s cennými papíry nebo podílovými listy na finančním trhu. Nákladem může být například úbytek cenných papírů, placené úroky, kurzové ztráty apod.

Mimořádní náklady – Jsou náklady, které vznikly nečekanou, nahodilou událostí. Jsou jimi manka a škody nebo mimořádné provozní (finanční) náklady.

Výsledek hospodaření – Je to rozdíl mezi výnosy a náklady. Ukazuje hospodářský výsledek podniku a jeho ziskovost. V rozvaze v podstatě dorovnává, aby výnosy a náklady měly stejnou výši.

Výnosy

Provozní výnosy – Jsou výnosy vytvořené běžnou činností. Jsou jimi tržby za vlastní výkony a zboží, tržby za vlastní výrobky, tržby za zboží, tržby z prodeje dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku.

Finanční výnosy – Jsou to výnosy vytvořené operací na finančním trhu. Jako jsou například výnosy z prodeje cenných papírů a podílů, přijaté úroky, kurzové zisky, výnosy z přeceňování cenných papírů.

Mimořádné výnosy – Jsou to výnosy, které vznikly neočekávaně a náhle, nahodilou událostí. Jsou jimi plnění manka a škody, úhrady již odepsaných pohledávek, mimořádné provozní (finanční) výnosy. (Kocmanová, 2013)

5 PŘÍKLADY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ

V této části jsem uvedeny příklady reálných cestovních kanceláří z oboru a slouží jako podklady pro fiktivní cestovní kancelář, která je vytvořena pro samotnou práci. Pro ekonomickou analýzu fiktivní společnosti je využita rozvaha a výkaz zisku a ztráty společnosti B&K tour. Ta jako taková se více podobá uměle vytvořenému podniku BenakTour, s. r. o.

5.1 Bilyana (Česká republika)

Cestovní kancelář Bilyana podle (BILYANA, 2020) funguje od roku 1966. Specializuje se především na golfové zájezdy do tureckého Beleku. Doménou společnosti je vytváření dovolených na míru, a to jak přímo pro golfisty, tak jsou schopni zařídit spoustu zážitků a zajímavých výletů pro negolfisty. Pro své zákazníky nabízejí pobyty v pěti hvězdičkových hotelech, které se nacházejí v golfovém ráji čtrnácti golfových hřišť.

Bilyana zajistí rezervaci letenek, dopravy do hotelu, rezervaci hotelu, zamluvení startovacích časů na golfových hřištích a samozřejmostí je také doprava po všech hřištích v komplexu čtrnácti hřišť.

Cílem společnosti je vysoká kvalita služeb, aby se k nim jejich klienti vraceli a využívali jejich služeb i v budoucnu.

Nabízené služby:

- Hotelové rezervace
- Garantované hrací časy
- Luxusní privátní letištní transfery; letiště – hotel – letiště
- Organizování golfových turnajů a soutěží
- Firemní golfové incentivní zájezdy
- Skupinové golfové zájezdy
- Golfové kurzy s trenérem pro začátečníky
- Letenky
- Výlety
- Průvodcovské služby

Konkrétně se tedy jedná o českou pobočku, která spolupracuje a je zprostředkovatelem velké zahraniční cestovní kanceláře.

5.2 Cestovní kancelář B&K tour

Tato cestovní kancelář se podle (CK B&K TOUR) na trhu pohybuje od roku 1990, to se objevuje i v citátu této kanceláře, který zní: „Spolehlivá dovolená od roku 1990“. Sídlo společnosti se nachází v Hradci Králové na ulici Komenského 249. Při svém podnikání se zaměřuje na pronájem chat v České republice a na Slovenku. Dále pak na dovolené u moře formou pronájmu apartmánů, například v Chorvatsku nebo Itálii. V neposlední řadě na přání klientů je tato cestovní kancelář schopna sestavit a zařídit dovolenou s golfovým zaměřením v různých státech světa. Za necelých 30 let působení na trhu už zajistili dovolenou pro téměř 1 500 000 klientů.

Společnost s patnácti stálými zaměstnanci a čistým obratem za minulý rok, podle výkazu zisku a ztráty, 67 038 000 Kč splňuje podle Evropské unie charakteristiku malého podniku.

6 CESTOVNÍ KANCELÁŘ BENAKTOUR, S. R. O.

V této části práce je popsána fiktivní firma, která je vytvořena pro zavedení navigačních technologií a jejich zhodnocení či ušetření nákladů prostřednictvím těchto technologií. Fiktivní cestovní kancelář vychází z reálných podniků, které jsou popsány v teoretické části. Rozvaha a výkaz zisku a ztráty vychází z účetní závěrky společnosti B&K Tour, protože je to reálná cestovní kancelář, která se nejvíce podobá fiktivní společnosti. O fiktivním podniku je uvedena vnitřní a vnější analýza podniku a z těchto analýz je sestavena SWOT analýza.

6.1 BenakTour, s. r. o.

Cestovní kancelář BenakTour, s. r. o. je malá cestovní kancelář, která sídlí v Hradci Králové. Zaměřuje se na sestavování dovolených na míru pro každého klienta, skupinu klientů či rodin, a to do různých zemí Evropy. Pro své klienty dokáže sestavit, jak aktivní dovolenou spojenou s turismem, výlety či golfem, tak i odpočinkovou, rekreační dovolenou u moře nebo jiném místě. Dále může díky svému minibusu, který vlastní, odvést danou skupinu lidí v rámci sestaveného balíčku, do místa zvolené dovolené.

Cílem společnosti je nabízet různorodou nabídku dovolených s vysokou kvalitou služeb a zvyšovat svůj podíl na trhu cestovních kanceláří.

Nabízené služby:

- Rezervace hotelu, apartmánu, chaty
- Zajištění dopravy autem
- Rezervace letenek
- Transfer z letiště do hotelu
- Výlety, včetně turismu
- Rezervace tee time (startovního času na hřišti)
- Zapůjčení navigační technologie

6.2 PEST analýza podniku BenakTour, s. r. o.

Pest analýza je zhodnocení makroekonomické části podniku, to znamená vnější prostředí podniku, které podnik nemůže ovlivnit.

Politicko-legislativní

V této části je popsáno, jak na podnik působí politický a legislativní faktor. Ze zákonodárského hlediska je pro podnikání v cestovním ruchu nejdůležitějším předpisem zákon č. 111/2018 Sb., který upravuje obecně podnikání v cestovním ruchu. Například udává, jaký je rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou, nebo stanovuje povinnosti, ale i práva, která cestovní kancelář má. Zákon také udává podmínky získání koncese pro provozování cestovní kanceláře. Dalším bodem zákona je povinnost sjednání pojištění cestovní kanceláře proti úpadku, zároveň také udává minimální procentuální limit z ročních plánovaných tržeb z prodeje zájezdů.

Co se týče politického faktoru, tak tato práce je psána v době, kdy se z Čínského města Wu-chan šíří do celého světa nákaza Koronavirem (COVID-19). Toto je zmíněno, protože hrozí uzavření hranic, a to by pro cestovní kancelář, která se zaměřuje na dovolené v zahraničí, mohlo být likvidační. Už v době, kdy je tato práce psána se cestování ve velké míře omezují a ruší se zájezdy. To je pro cestovní kancelář velké riziko. Naštěstí podnik BenakTour nabízí i dovolené v rámci České republiky, tudíž v případě uzavření hranic by nepřišel o všechny příjmy. Dalším nebezpečím je, pokud bude zakázané cestování i v rámci České republiky nebo dokonce dojde k uzavření ubytovacích zařízení. Je to extrémní situace, ale i ta může nastat a pro všechny cestovní kanceláře by to byl obrovský problém.

Ekonomické

V této části je popsáno, jak na podnik působí vlivy ekonomiky, konkrétně míra inflace, nezaměstnanost, kurz eura a průměrná mzda v České republice.

Prvním zkoumaným ekonomickým vlivem, který na podnik působí, je míra inflace. Podle tabulky je zřejmé, že v letech 2015 a 2016 se ekonomika v České republice ještě vzpamatovávala z krize. Od roku 2017 se ale inflace nedoslala meziročně pod 2,1 %, to je dobré pro ekonomiku státu i pro většinu podniků, jedná se o ideální stav inflace. Přívětivá inflace a postupné zvyšování cen statků a služeb je věc, která pomáhá každému ekonomickému subjektu, stejně tak tomu je u podniku BenakTour.

Tabulka 4: Míra inflace v ČR

Rok	2015	2016	2017	2018	2019
Míra inflace (%)	0,3	0,7	2,5	2,1	2,8

Zdroj: Vlastní zpracování podle Míra inflace, ČSÚ

Nezaměstnanost naopak od roku 2017 procentuálně klesá, pro podnik na trhu to znamená pozitiva, ale i negativa. Z pohledu prodeje je to dobré. Čím více lidí má práci, tím více může podnik prodat své produkty a služby, protože více lidí na tyto statky má dostatek financí.

Negativem je, že pokud z podniku odejde některý ze zaměstnanců je o to těžší ho nahradit. Většina lidí, kteří jsou již zaškoleni a odvádí svou práci dobře, už své místo v některém podniku mají.

Tabulka 5: Nezaměstnanost v ČR

Rok	2015	2016	2017	2018	2019
Nezaměstnanost (%)	5	4	2,9	2,2	2

Zdroj: Vlastní zpracování podle Nezaměstnanost, ČSÚ

Kurz eura v posledních letech pomáhá cestovním kancelářím v České republice a stejně tak i zkoumanému podniku, protože euro postupně v posledních pěti letech oslabuje. To znamená, že nákup eura nebo obecně platba v zahraničí je pro klienty cestovní kanceláře levnější.

Tabulka 6: Kurz eura vůči české koruně

Rok	2015	2016	2017	2018	2019
Kurz eura (euro/CZK)	27,28	27,03	26,33	25,643	25,672

Zdroj: Vlastní zpracování podle Historie kurzů, KURZYCZ

Dalším zkoumaným ekonomickým vlivem je průměrná mzda v České republice. Pozitivem pro cestovní kancelář je, že klienti mají více peněz, z toho se dá vyvodit, že by měli více cestovat, protože na to mají více peněžních prostředků.

Negativem pro každý podnik včetně cestovní kanceláře BenakTour je, že i její zaměstnanci mají vyšší mzdy. Pokud by se zaměstnancům mzda nezvýšila, tak se dá očekávat, že odejdou ke konkurenci, nebo odejdou úplně do jiného odvětví.

Tabulka 7: Průměrná mzda v ČR

Rok	2015	2016	2017	2018	2019
Průměrná mzda (Kč)	25 697	26 837	28 704	30 802	32 247

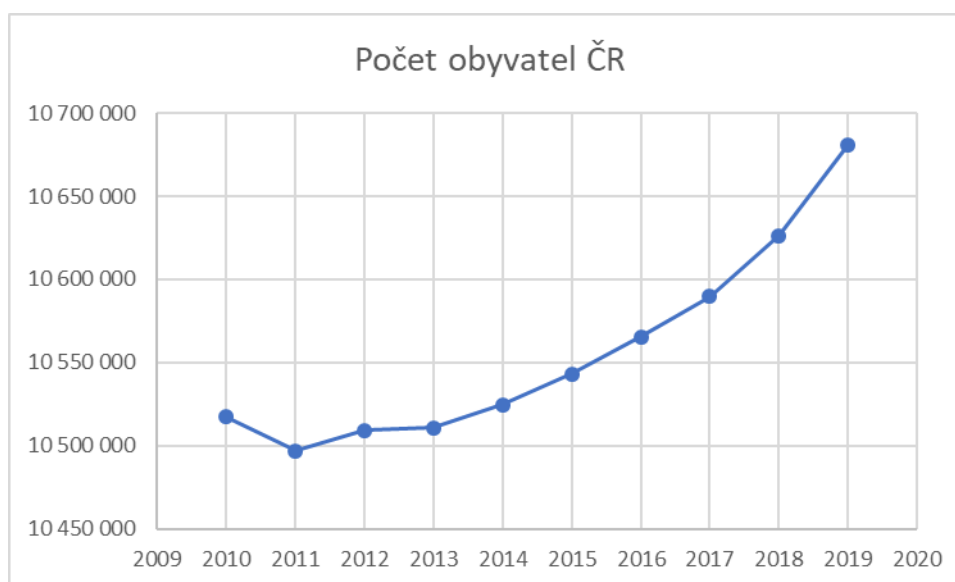
Zdroj: Vlastní zpracování podle Mzdy, ČSÚ

Sledované ekonomické faktory se celkově dají zhodnotit, že v posledních třech letech mají povětšinou pozitivní dopady na fungování podniku BenakTour.

Sociální

Tento faktor vnější analýzy podniku je pro cestovní kancelář důležitý především z pohledu počtu potencialních klientů. Na grafu je vidět, že populace v České republice se pro podnik BenakTour vyvíjí přívětivě. Jediný případ, kdy meziročně došlo k úbytku celkového počtu obyvatel, bylo z roku 2010 na rok 2011. Od tohoto roku už celkový počet obyvatel jenom stoupá. Největší nárůst obyvatel je v posledních třech letech, kdy meziročně stoupl počet obyvatel o 40–60 tisíc obyvatel. V letech před tím to bylo vždy nanejvýš 30 tisíc obyvatel za rok.

Z tohoto pohledu je to velice pozitivní statistika pro zkoumaný podnik, protože s růstem obyvatel, roste potencialní počet klientů, kterým podnik může nabízet své produkty a služby.



Obrázek 1: Počet obyvatel ČR

Zdroj: Vlastní zpracování podle Obyvatelstvo, ČSÚ

Dalším sociálním faktorem, který působí na podnik, je vývoj nových trendů, konkrétně jaký životní styl se zrovna ve světě vyskytuje nejvíc. Obecně se dá konstatovat, že v současné době je trend žít

zdravě, a to co se týče stravování, tak i co se týče pohybu. Z tohoto pohledu je pro cestovní kancelář výhodné nabízet aktivní dovolené. Podnik BenakTour nabízí golfové dovolené a dovolené zaměřené na turismus, takže tento trend je pro něj také pozitivní.

Technologické

V této části PEST analýzy jsou popsány dopady technologického vývoje na cestovní kancelář BenakTour. Tyto vlivy jsou velké, a i přes to, že na technologickém vývoji nestojí celé podnikání cestovních kanceláří, tak ho značně ovlivňuje. Důležité jsou informační systémy na rezervaci a internet obecně. Rezervační systémy urychlují a usnadňují zaměstnancům práci a nemusí si zamluvené termíny psát například ručně na papír. Internet cestovní kancelář využívá jak na komunikaci se zákazníky (odběrateli), tak s ubytovacími subjekty či dopravci (obecně dodavateli). Dále je internet využíván pro reklamu, která ale v případě zkoumaného podniku není moc propracovaná a není vidět.

V rámci praktické části jsou do podniku BenakTour zaváděny navigační technologie. To je místo na trhu cestovních kanceláří, kde zatím nikdo příliš neinovuje. Je to přidaná hodnota pro zákazníky a zatraktivnění služeb, přitom tato drobná investice není pro podnik velká finanční zátěž. Zároveň je zkoumáno ušetření nákladů na dopravu s použitím technologie internetových map a následném zadání trasy do navigační technologie.

6.3 Porterova analýza pěti sil podniku BenakTour, s. r. o.

Porterova analýza pěti sil neboli strukturální analýza konkurenčního prostředí, je zhodnocení mikroprostředí daného podniku. Jedná se o vnější prostředí podniku, které ale podnik může nějakým způsobem ovlivnit. Z důvodu, že se jedná o malou cestovní kancelář pouze s jednou pobočkou, je tato analýza zaměřena především na jeden okres, Hradec Králové.

Konkurence v odvětví

V celé České republice se nacházejí stovky cestovních kanceláří, které mohou podniku BenakTour konkurovat nebo zákonitě musí mít více klientů, protože jsou daleko větší s více zaměstnanci a více pobočkami. Tato analýza se zaměřuje na okres Hradec Králové, v tomto okrese se nachází minimálně 24 cestovních kanceláří. Mezi nimi jsou i společnosti jako Čedok, Fischer nebo Alexadria. Toto jsou pobočky cestovních kanceláří, které nejsou přímou konkurencí zkoumaného podniku, protože se jedná o daleko větší společnosti.

Přímá konkurence zkoumaného podniku je tedy například cestovní kancelář Skalla CZ, která na trhu cestovního ruchu působí od roku 1996. Tato cestovní kancelář se zaměřuje na letní dovolené v zemích, jako je Itálie a Chorvatsko. Dále nabízí lázeňské a wellness pobyty ve Slovinsku, a to po celý rok.

Další specializací této cestovky jsou zimní lyžařské zájezdy do Italských Dolomit. Wellness pobyty a lyžařské zájezdy jsou něco, co společnost BenakTour ve své nabídce nemá. Tím pádem si tyto dvě cestovní kanceláře konkurují pouze v letních dovolených. Výhoda zkoumaného podniku je v tom, že nabízí své služby do podstatně většího počtu zemí. Toto se projevuje na ročním obratu obou společností, kdy podnik BenakTour má roční obrat přibližně o 55 milionů korun větší.

Nová konkurence

V této části jsou rozebrány především bariéry vstupu do odvětví cestovních kanceláří. Tyto bariéry jsou v tomto odvětví poměrně velké, proto se nové konkurence podnik BenakTour nemusí příliš obávat. Největší bariérou jsou náklady na vznik podniku na počátku podnikání, mezi ty patří nákup nebo pronájem prostoru, kde cestovní kancelář bude působit. Další náklady jsou na nákup všech prostředků, které jsou k tomuto podnikání potřeba jako je vybavení nábytkem, počítači a dalšími věcmi. Dále nová konkurence musí najít zaměstnance, které musí buď zaškolit, anebo je musí převést z jiné cestovní kanceláře, což může znamenat další náklady.

Dále pro podnikání v tomto odvětví musí podnikatel získat koncesovanou živnost. Na získání této živnosti jsou nároky, jako zisk vysokoškolského vzdělání či vyšší odborné vzdělání nebo vystudování střední školy s maturitní zkouškou, a to vše v oboru vzdělání se zaměřením na cestovní ruch.

V neposlední řadě při provozování cestovní kanceláře musí mít podnikatel sjednané pojištění proti úpadku společnosti. To je další bariéra a náklad, který může nové konkurenty odradit od vstupu do odvětví.

Dodavatelé

Mezi dodavatele cestovních kanceláří obecně patří subjekty, které provozují hotely nebo ubytovací zařízení. Dále jsou dodavateli společnosti, které zajišťují dopravu, ať už leteckou, lodní nebo silniční. V tomto směru má podnik BenakTour výhodu, protože vlastní a nabízí služby svého minibusu. Podnik nezaměstnává svého řidiče, toho musí vždy pronajmout, pokud se jedná o dlouhou cestu, tak jsou potřeba i dva řidiči, aby se po určitém čase mohli vystřídat. Zde vzniká také dodavatelský vztah.

Dodavatelská situace v oblasti ubytovacích zařízení je pro zkoumaný podnik přívětivá. S podnikatelskou politikou, kterou se podnik vyznačuje, se nezaměřuje pouze na jedno místo nebo malé množství cílových destinací, ale dokáže zařídit dovolenou prakticky kamkoliv. To je důvod, proč může v cílové destinaci vybírat z většího počtu hotelů nebo ubytovacích zařízení, proto nemá dodavatelská strana tak velkou vyjednávací sílu.

Odběratelé

Síla odběratelů neboli zákazníků u cestovní kanceláře je v podstatě jednoduše vysvětlitelná. Klient má další dvě varianty, může si zakoupit dovolenou u jiné cestovní kanceláře nebo agentury, nebo si dovolenou může sestavit sám, to znamená zajištění dopravy, ubytování, stravování a podobně. V této části analýzy jde tedy o to si uvědomit, co podnik BenakTour musí udělat pro to, aby jeho stávající nebo potencionální klienti ne zvolili tyto dvě další varianty.

Nabízí se varianta spolupráce s ubytovacími zařízeními a dohoda na nižší ceně a stejně tak zajistit levnější dopravu. Toto je stránka snižování nákladů. Druhá a pravděpodobně důležitější strana věci je, že podnik BenakTour by měl nabídnout něco navíc, zážitky nebo aktivity ze kterých si klient může vybrat. Z tohoto důvodu se právě zkoumaný podnik zaměřuje na nabídku aktivit, jako jsou různé zajímavé výlety, sestavení turistické dovolené, nebo dovolenou na golfu. V rámci těchto sestavených dovolených podnik nabízí využití navigačních technologií, které dokáží zvýšit požitek z dovolené.

Vyjednávací síla odběratelů je ale i přes to velká. Cestovní kancelář musí snížit celkové náklady na co nejnižší hodnotu a s inflací zdražovat postupně, protože zákazníci jsou velice citliví na změnu ceny statku, který poptávají. S dnešní informovaností ve spolupráci s internetem si zákazník vždy dokáže najít nějakou jinou variantu. Ať už levnější, méně kvalitní, nebo dražší, s potencionální větší kvalitou.

Substituty

U cestovní kanceláře, jako je BenakTour, která nabízí sestavení dovolených jak v České republice, tak v zahraničí, se dá konstatovat, že substitutem je v podstatě každý zájezd, ať už na chatu v České republice nebo dovolená u moře v Chorvatsku nebo Itálii.

Bohužel hrozba substitutů je poměrně vysoká, protože zákazník může k jinému substitutu přejít prakticky s nulovými náklady. V době internetu si je každý zákazník schopný najít jinou variantu. Důležité pro zkoumaný podnik je, udržet si a snažit se zlepšit kvalitu nabízených služeb. To je cesta, kterou si může získat nové zákazníky, šířením dobrého jména, a zároveň udržet stávající zákazníky, aby produkt podniku BenakTour nevyměnili za substitut jiné organizace.

6.4 Analýza vnitřního prostředí podniku BenakTour, s. r. o.

Tato analýza zkoumá prostředí uvnitř podniku, konkrétně zdroje, ze kterých zkoumaný podnik čerpá pro své podnikání. Jedná se o zhodnocení současného stavu podniku. Tato analýza vychází z rozvahy a výkazu zisku a ztráty (Příloha A) reálné společnosti B&K tour, protože se fiktivnímu podniku nejvíce podobá.

Zkoumané zdroje jsou:

Hmotné zdroje

Společnost BenakTour sídlí na adrese Komenského 249, Hradec Králové. Zde sídlí v budově, kterou vlastní. Hodnota této budovy je 7 325 000 Kč. Dále se mezi hmotné zdroje zahrnuje dva minibusy, které podnik využívá pro dopravu do zvolených lokalit klientů. Hodnota minibusů je, dle výkazu, 3 226 000 Kč a je již plně odepsán. Podnik má také hmotné zdroje v podobě zásob, konkrétně zboží, a to v hodnotě 40 000 Kč, které nabízí svým klientům. Dalším hmotným zdrojem, který je uveden, jsou peněžní prostředky, které jsou v hodnotě 4 567 000 Kč a jsou rozděleny na účtech v bance a na peněžní prostředky v podkladně. Z celkové částky 4 567 000 Kč je v hotovosti v pokladně 56 000 Kč a zbytek je na účtech v bance. Zbývající hmotný majetek tvoří osobní počítače zaměstnanců, kopírka a kancelářské potřeby.

Lidské zdroje

V podniku BenakTour je dlouhodobě zaměstnáno deset pracovníků a v hierarchii podniku jsou nad nimi dva majitelé, kteří ručí za chod firmy a kontrolují práci obchodního ředitele a ekonomicko-provozní ředitelky.

Obchodní ředitel v podstatě zodpovídá za chod celého podniku a navazuje nové spolupráce s obchodními subjekty, se kterými cestovní kancelář posléze spolupracuje při tvorbě dovolených pro klienty.

Ekonomicko-provozní ředitelka zodpovídá za ekonomickou část podniku. Kontroluje také práci obchodního ředitele, zda jsou dohodnuté obchody a spolupráce pro podnik výhodné, nebo jestli se tyto spolupráce musí upravit. Řídí ekonomiku firmy.

Další pozicí, kterou zastává jedna osoba, je účetní. Ta zodpovídá celoročně za účetnictví celého podniku.

Dále je vedoucí rezervací, ta řídí a kontroluje další dva zaměstnance, kteří dělají rezervace. Náplní práce je zajištění rezervací pro klienty, na základě jejich požadavku na sestavený balíček. Rezervují například hotely, letenky, dopravu, zapůjčení auta a podobně.

Další pozicí je prodejce, na tuto pozici jsou v podniku zaměstnávány tři osoby. Jejich náplní práce je prodej dovolených klientů, sestavení dovolené nebo sjednání podmínek. Svoji práci vykonávají na prodejně v budově firmy.

Poslední pozicí je administrátor, který je zodpovědný za úpravu webu a všech věcí, které jsou spojeny s počítačovou technologií podniku.

Finanční zdroje

Cestovní kancelář BenakTour získává finanční prostředky především prodáváním dovolených na míru. Ceny těchto dovolených se hodně liší, protože záleží na cílové destinaci klienta a také na aktivitách, které chce klient dělat. Největší rozdíl je mezi dovolenou s golfovou aktivitou v zahraničí a dovolenou v České republice v malé pronajaté chatce. Nicméně finanční prostředky cestovní kancelář získává díky marži, která u každé dovolené činí 5-8 %.

Nehmotné zdroje

Oproti předchozímu roku, kdy rozvaha vykazovala u nehmotného majetku 660 000 Kč, je tato částka snížena právě o 660 000 Kč na nulu. To znamená, že podnik v tuto chvíli nevlastní žádný dlouhodobý nehmotný majetek. Podle přílohy účetní závěrky se všechen nehmotný majetek, který nemá hodnotu, vyšší než 60 000 Kč účtuje rovnou do spotřeby na účet 518.

Mezi nehmotné zdroje se může také zařadit dobré jméno a tradice podniku. Za necelých 30 let fungování na trhu, a dá se říci úspěšném fungování, má tento podnik vybudované dobré jméno a své stálé zákazníky, kteří se vrací k službám, jež podnik zajišťuje.

6.5 SWOT analýza BenakTour, s. r. o.

Tabulka 8: SWOT analýza BenakTour, s. r. o.

	Silné stránky (S)	Slabé stránky (W)
Vnitřní prostředí	Tradiční podnik Zaškolený, zkušený personál Široká nabídka destinací Vlastní minibus	Slabá reklama Zimní dovolené Náklady na pojištění Neekonomické využívání minibusu
	Příležitosti (O)	Hrozby (T)
Vnější prostředí	Růst počtu obyvatel Ekonomické faktory Nové spolupráce Zapojení navigačních technologií Snížení nákladů	Legislativa Široká nabídka konkurence Nová konkurence Sestavení dovolené bez cestovní kanceláře Nulové náklady při přechodu ke konkurenci Zásah vyšší moci

Zdroj: Vlastní zpracování

Vnitřní prostředí

Silné stránky

Tyto stránky jsou pro podnik klíčové, proto by měly být maximálně využity. Mezi tyto stránky patří tradice podniku, který na trhu působí už necelých třicet let. Za tuto dobu si již vybudoval svoji stálou klientelu, která se ke službám podniku BenakTour vždy ráda vrací. Další silnou stránkou je zkušený a zaškolený personál, který v podniku působí dlouhodobě. Pro podnik jsou zaměstnanci jedním z nej-důležitějších zdrojů. Proto je pro něj důležité, aby při kontaktu se zákazníkem znal všechny potřebné informace a působil správným dojmem.

Podnik BenakTour nabízí širokou nabídku dovolených, konkrétně cílových míst. Toto se dá oproti konkurenci, považovat za výhodu, protože z přímé konkurence nikdo takto širokou nabídku nemá. I přes takto širokou nabídku, si zkoumaný podnik drží vysokou kvalitu svých služeb, to je důvod proč si podobně širokou nabídku může dovolit. Další silnou stránkou je, že analyzovaná cestovní kancelář vlastní minibus, který využívá pro dopravu svých klientů. Minibus může využít rodina, anebo menší skupina lidí. Protože tato služba není využívána ve velkém množství, cestovní kancelář proto nezaměstnává vlastního řidiče, toho si najímá z externí firmy.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky podniku BenakTour patří jeho slabá reklama. Ta je v podstatě nulová a podnik se v podstatě spoléhá jen na dobré jméno, svou tradici a šíření těchto informací skrz své stálé zákazníky. Další slabou stránkou je, že v nabídce podniku se nenachází zimní dovolené na horách. To je ztráta oproti konkurenci, ale nabídka zkoumané cestovní kanceláře je i tak dostatečně široká.

Pojištění proti úpadku je dobré pro zákazníky, protože je chrání právě při úpadku. Pro podnik je to ale velká finanční zátěž, kterou ale musí platit všechny cestovní kanceláře. Další slabou stránkou je neekonomické využívání minibusu, kdy jeho cesta není vždy nákladově tak nízko jak by mohla být. Na tento problém je tato práce zaměřena a ukazuje příklad využití internetových map a jak na nich naplánovat trasu předem a s nižšími náklady.

Vnější prostředí

Příležitosti

Mezi příležitosti cestovní kanceláře patří růst počtu obyvatel. Čím větší je celkový počet obyvatel, tím více má cestovní kancelář potenciálních klientů, kterým může své produkty a služby nabízet a prodávat. Tato práce zkoumá čtyři ekonomické vlivy, které působí na cestovní kancelář a její okolí. Zkoumané jsou míra inflace, nezaměstnanost, kurz eura vůči české koruně a nezaměstnanost. Jak již PEST

analýza ukazuje, tak všechny tyto vlivy v současné době na cestovní kancelář působí většinou pozitivně, a proto by měl podnik BenakTour těchto příležitostí využít ve svůj prospěch.

Další příležitostí je uzavírání nových spoluprací s ubytovacími zařízeními a dohadování výhodnějších podmínek pro obě strany. Ubytovací zařízení mohou nabídnout výhodnější cenu výměnou za přísun zákazníků od podniku Benak Tour. Příležitostí je také zavedení nových technologií, konkrétně navigačních technologií, které podnik může nabízet svým klientům za malý poplatek. Tyto technologie zlepšují klientům zážitek z aktivit, které na dovolených kancelář nabízí. Poslední příležitostí ve SWOT analýze je pro zkoumaný podnik snížení nákladů, tím je především myšlena doprava minibusem. Za využití internetových map se dá naplánovat trasa, která je méně nákladná.

Hrozby

Mezi hrozby podniku BenakTour patří legislativa, která je k provozu cestovní kanceláře velice striktní. Nejdůležitějším zákonem pro podnikání tohoto typu je zákon č. 159/1999 Sb. Ten upravuje obecně podnikání cestovních kanceláří. Mimo jiné informuje i o povinnosti sjednání pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. Další hrozbou je široká nabídka konkurence, a to jak v kraji Hradec Králové, tak i v celé České republice. Podnik BenakTour nemůže konkurovat cestovním kancelářím typu Čedok nebo Fischer, které mají pobočky po celé České republice. Jedná se tedy o nabídku konkurence podobně velkých podniků, jako je například uvedená cestovní kancelář Skalla CZ. Ta nabízí podobné služby a společně s tím i nabídku zimních dovolených, ale oproti zkoumanému podniku má menší nabídku aktivních dovolených, a i cílových destinací. S konkurencí se pojí i vznik nové konkurence. Zde hrozí příliv nové konkurence do odvětví analyzovaného podniku, ale v současné době, jak již je popsáno v Porterově analýze, se se vstupem do odvětví pojí poměrně velké bariéry vstupu do podnikání tohoto typu.

Další hrozbou je, že potenciální zákazník cestovní kanceláře BenakTour, si může složit dovolenou svých představ bez využití služeb cestovní kanceláře. Sám má možnost si zarezervovat ubytování, dopravu, aktivity atd. Další možností pro zákazníka je využití služeb jiného podniku. V současné době s využitím internetu je tento přechod k jinému podniku, a to bez jakýchkoliv nákladů.

Poslední hrozbou z uvedené SWOT analýzy je zásah vyšší moci. Může se jednat jak o nepřízeň počasí, zákaz cestování z důvodu sopečného mraku, zemětřesení v místě dovolené, či jak je uvedeno v PEST analýze šíření viru nebo nemoci, kvůli které se zavírají hranice země, nebo je nařízena karanténa.

7 ZAVÁDĚNÉ TECHNOLOGIE

V této kapitole jsou uvedeny technologie, které jsou zavedeny do prostředí cestovní kanceláře Benak-Tour, s. r. o. Také jsou uvedeni jejich výrobci, provozovatelé, cena nebo specifikace. Navigační technologie jsou zaváděny do prostředí cestovní kanceláře, pro zlepšení služeb pro klienty a také, aby se zjistilo, jaké případné výhody to pro podnik přinese.

7.1 Golfové hodinky s GPS

Golfové hodinky jsou jednou z technologií, které jsou zavedeny do podniku BenakTour. Dá se říci, že jedním z nejrozšířenějších prodejců chytrých golfových hodinek, a to nejen v České republice, ale i ve světě, je společnost Garmin. Z tohoto důvodu se tato práce zaměřuje právě na produkt od zmíněného výrobce. Od hodinek se očekává, že kromě golfových funkcí mají předpoklady i pro jiné aktivity, jako například běh nebo jízda na kole.

Garmin Approach S40 Gray



Obrázek 2: Golfové GPS hodinky

Zdroj: Garmin, 2020

Garmin Approach S40 Gray jsou stylové golfové hodinky, které využívají vestavěný vysoce citelný přijímač GPS. Tato technologie je popsána výše v teoretické části. Díky této technologii hodinky vždy určí aktuální pozici klienta cestovní kanceláře. Hodinky mají ve své databázi více než čtyřicet jedna tisíc světových golfových hřišť. Tato databáze se automaticky aktualizuje a s její pomocí a přijímače GPS hodinky určí hřiště a jamku, na které klient zrovna hraje. U každé jamky jsou k dispozici informace jako náhled greenu, vzdálenost k různým překážkám na všech jamkách.

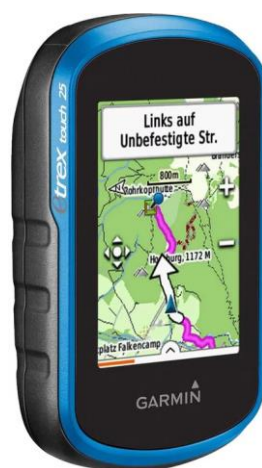
Hodinky se dají kromě golfu využít i na jiné aktivity, jako například pro běh, chůzi či jízdu na kole. Mohou fungovat i jako krokoměr. Díky těmto funkcím se dají hodinky využít mnoha způsoby pro klienty cestovní kanceláře. Proto by mohly být dobrou investicí, jak vylepšit služby cestovní kanceláře. Cena hodinek je 5 990 Kč. (Garmin, 2020)

Tento GPS přijímač nevyužívá navigační systém GLONASS.

7.2 Turistické GPS zařízení

Mezi turistickými GPS navigacemi v České republice bez pochyby vládne, stejně jako u hodinek, společnost Garmin. Bohužel turistické navigace jako takové, začínají být stále méně využívané, kvůli navigačním technologiím v mobilu, který v dnešní době vlastní velké procento lidí. Pro tuto práci byl vybrán produkt, který je mezi uživateli velice oblíbený a plní všechny funkce, jež od něj fiktivní společnost očekává. Navíc z produktů, které mají tyto očekávání, je cenově nejvýhodnější.

Garmin eTrex Touch 25 Europe 46



Obrázek 3: Turistické GPS zařízení

Zdroj: Garmin, CZC.CZ

eTrex Touch 25 od Garmin je malý ruční GPS přijímač. Je vhodný pro turistiku, cyklistiku nebo geocaching. Má zabudovaný velký, barevný a dotykový displej. Předností tohoto zařízení je, že i přes jeho malý celkový rozměr, je stále velmi dobře ovladatelný. Zároveň je i velice odolný a pevný, což se u zařízení tohoto typu hodí.

Zařízení z řady eTrex využívají GPS systém GLONASS. Tento systém je popsán v teoretické části. Příznivci geocachingu mohou přístroj využít při hledání takzvaného cache.

GPS přijímač eTrex Touch je standardně dodáván s podrobnou, turistickou mapou České republiky. Přístroj kromě mapy České republiky obsahuje mapy Topo Active, které zahrnují čtyřicet šest evropských států, to je pro potřeby cestovní kanceláře působící v Evropě dobré. Cena tohoto produktu je podle (CZC.CZ, 2020) 5 450 Kč.

7.3 Automobilová navigace

Mezi automobilovými navigacemi opět najdeme spoustu různých výrobců, kteří nabízejí zařízení podobných atributů a podobné kvality. Pro potřeby této práce, je ale vybrána navigace, která splňuje především požadavky zadání trasy předem, která je určena podle použití internetové mapy. Zároveň musí navigace splňovat požadavek, že sama dokáže upravit trasu při nepředvídatelné změně provozu a najít rychlejší objíždnu trasu.

TOMTOM GO PREMIUM X



Obrázek 4: Automobilová GPS navigace

Zdroj: TOMTOM, 2020

Automobilová navigace TOMTOM go premium X je GPS přijímač, který naviguje uživatele z bodu A do bodu B. Tento přijímač má barevný displej s úhlopříčkou šest palců. Balení obsahuje samotné zařízení, magnetický držák, kterým se přístroj připevní k palubní desce tak, aby na něj řidič viděl, a užívání bylo co nejbezpečnější. Dále obsahuje také USB kabel s duální nabíječkou, díky které se zařízení na dlouhých cestách neustále dobíjí, protože navigace sama o sobě obsahuje baterku, která vydrží přibližně jednu hodinu.

Premium X má zabudovanou Wi-fi přes kterou má toto zařízení možnost doživotně zdarma aktualizovat mapy, které jsou v databázi uloženy. V této databázi jsou uloženy všechny evropské státy, což je pro účely podnikání fiktivní cestovní kanceláře ideální.

Předností této navigace je také ovládání hlasem, které se aktivuje pokynem „Ahoj, TomTome“. Po tomto pokynu je možno zadat nový cíl nebo upravit stávající trasu bez toho, aniž by řidič pouštěl volant. Samozřejmostí je hlasový výstup z přístroje, kterým upozorňuje na změny trasy, při navádění k cíli. Do navigace se dá vložit předem určená trasa z jiného zařízení, to je jeden z požadavků fiktivní společnosti na tento typ navigace. Cena této navigace je podle (TOMTOM, 2020) 11 790 Kč.

7.4 Internetové mapy

Teorie internetových map je popsána v teoretické. Na webu v České republice jsou podle preferencí uživatelů používány dvě stránky s těmito mapami. Jsou jimi Google maps a Mapy.cz, které provozuje internetový portál seznam. Pro tuto práci je vybrána stránka, která splňuje požadavek, možnosti vybrání trasy podle rychlosti, délky nebo zpoplatněných úseků

Mapy.cz

Tyto internetové mapy jsou provozovány a vyvíjeny společností Seznam.cz. Je to internetová a mobilní mapová aplikace. Všechny mapy, které tato aplikace nabízí, pokrývají celé Česko a většina z nich i Slovensko. Některé z map samozřejmě pokrývají celý svět, proto se tato aplikace hodí pro účely této práce.

Mapy.cz nabízejí funkce, mimo jiných i plánování tras autem, veřejnou dopravou, na kole, pěšky, či jinak, a to v mapách turistických, fotografických, dopravních nebo leteckých. V České republice jde o nejpoužívanější webový mapový portál. (Wikipedie, 2020)

Výhodou internetových map Mapy.cz je, že tato služba je poskytována zcela zdarma.

8 PŘÍKLADY ZAVEDENÍ TECHNOLOGIÍ

Navigační technologie, které jsou popsány v části 8. s názvem Zavedení technologií, jsou v této práci implementovány do podniku BenakTour. Pro spočítání nákladů na dopravu je nutné znát legislativu řidičů, a to, jak dlouho můžou podle daného zákona (vyhlášky) řídit, než mají povinnou přestávku. Je zde také uvedena společnost, od které zkoumaný podnik najímá externí řidiče. Dále je uveden minibus a jeho specifika, a hlavně průměrná spotřeba paliva. Kurz eura je 25,672, tento kurz je použit z tabulky č. 6.

Legislativa řidičů

Legislativa řidičů je určena podle nařízení Evropského parlamentu č. 561/2006 o harmonizaci některých předpisů, které se vztahují k silniční dopravě. Toto nařízení udává maximální dobu, po kterou může řidič provádět svou činnost a kdy musí mít přestávky a odpočinky. (EUR-Lex, 2020)

- Doba řízení po dobu jednoho dne nesmí překročit devět hodin a nejvýše dvakrát za týden může být tato doba prodloužena na deset hodin.
- Po čtyřech a půl hodinách vykonávání činnosti řízení musí mít řidič nepřerušovanou přestávku, a to nejméně na dobu čtyřiceti pěti minut.

Dále má podnikatel v oblasti dopravy povinnost, podle zákona podle nařízení č. 561/2006, zajistit záznam o době výkonu řidiče a vozidla. Toto se zaznamenává na takzvaný tachograf.

Podnik BenakTour vlastní dva automobily, které legislativně pod toto nařízení Evropského parlamentu nespadají, ale v rámci bezpečnosti svých klientů, je toto nařízení striktně dodržováno.

Minibus

Podnik BenakTour vlastní minibus Mercedes-Benz Sprinter Tourer. Je to dodávka, která je upravena podle požadavků cestovní kanceláře, aby byla vhodná na přepravu osob. Podle rozložení sedaček se do automobilu vejde až osm osob včetně řidičů. Dodávka má také velký zavazadlový prostor.

Minibus má naftový pohon, výkon motoru je 120 kW. Důležitou informací pro tuto práci je, že automobil má spotřebu nafty 7,8 litru na 100 kilometrů a objem palivové nádrže je 93 litrů. Cena jednoho minibusu je 1 600 645 Kč, a v současné době cestovní kancelář BenakTour vlastní tyto automobily dva. Další výhodou tohoto vozidla je, že se řadí mezi vozidla do 3,5 tun, takže se za jeho provoz nemusí platit mýtné. (Mercedes-Benz, 2020)

Pronájem řidiče

Řidiče podnik BenakTour pronajímá od společnosti SEMPRI CZ s.r.o., která sídlí v Pardubicích. Pronajímají řidiče, kteří mají řidičské oprávnění na nákladní vozidla, tím pádem mohou řídit i vozidlo skupiny B. Pojištění za řidiče platí společnosti, která ho zaměstnává, pronajímatel hradí kromě poplatku za práci ještě stravné.

Společnost uvádí jednotnou cenu za všechny řidiče, ta je 2 000 Kč za den. (SEMPRI CZ s. r. o., 2020)

Cena pohonných hmot a dálniční poplatky

Pro tuto práci je dostačující uvést cenu nafty, protože minibusy, které cestovní kancelář vlastní, mají právě naftové motory.

Cena nafty je v České republice ke dni 8. 3. 2020 podle (KURZYCZ, 2020) je 30,89 Kč za litr a v zahraničí jsou ceny, kromě Švýcarska, podle (Mbenzin, 2020)

- Německo – 30,78 Kč/litr
- Rakousko – 27,32 Kč/litr
- Itálie – 37,40 Kč/litr
- Švýcarsko - 35,90 Kč/litr (eTravel, 2020)

Podle (Česká pošta, 2020) se v České republice u aut do 3,5 tun platí dálniční poplatky, které jsou ve formě dálniční známky. Jsou varianty na jeden týden, měsíc nebo rok. Společnosti BenakTour má zakoupenou známku na jeden rok, v hodnotě 1 500 Kč. V případě výpočtu trasy mimo Českou republiku, je uvedena cena známky, či poplatku za využití zpoplatněných tras dané země přímo u výpočtu.

Stravné řidičů

Podle odstavce pronájem řidiče je podnik BenakTour zodpovědný za platbu stravného řidiči. Pro výpočet v této práci je použita webová stránka (Uctovani.net, 2020). Tato stránka vychází z vyhlášky č. 310/2019 Sb., která je zveřejněna na internetových stránkách ministerstva financí. Sazby jsou zde podle této vyhlášky zveřejněny a aktualizovány.

8.1 Plánování trasy

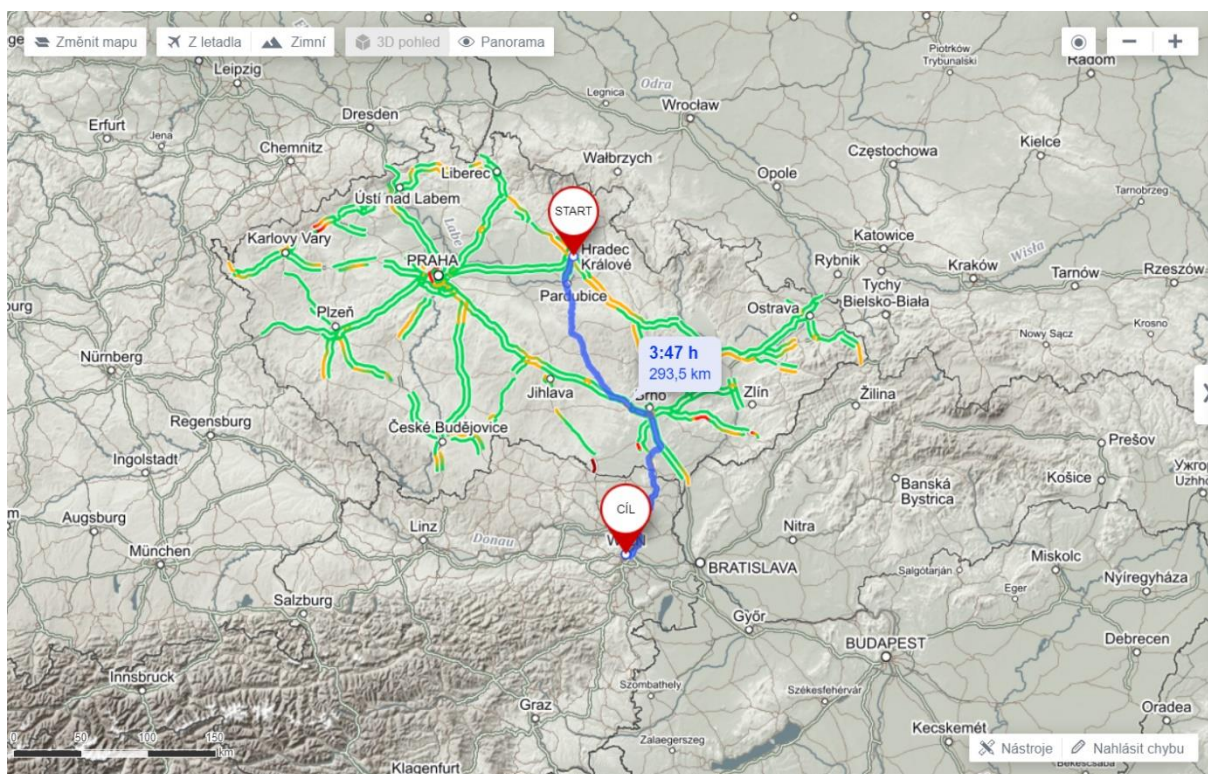
V této části praktické části jsou uvedeny zájezdy, které podnik nabízí a na které propůjčuje své dva minibusy s řidiči. Jedná se vždy o zájezdy maximálně do tří dnů pobytu v dané lokalitě. Jsou uvedeny tři trasy, u každé z nich se jedná o zájezd s jinou aktivitou pro klienty, konkrétně turistický zájezd,

golfový zájezd a jednodenní zájezd do Vídně na vánoční trhy. Daná trasa se před trasou nahraje do automobilové navigace, která je popsána v odstavci 7.3.

U plánování trasy jsou dva cíle. Prvním je snížení nákladů na dopravu a druhým je komfort klientů. Náklady se dají u některých tras snížit, ale trasy jsou pak časově hodně dlouhé a klienty by to mohlo odradit, jde tedy o to najít vyváženou trasu mezi těmito dvěma cíli.

Hradec Králové – Vídeň

V tomto případě se jedná o jednodenní zájezd do Vídně na vánoční trhy. Z pohledu podniku na náklady, na které se tato práce zaměřuje, je výhodné že obě trasy časově vychází, tak že pro splnění legislativy musí podnik pronajmout pouze jednoho řidiče. Obě trasy jsou kratší než čtyři a půl hodiny a čas klientů ve Vídni je stanoven na osm hodin, mezi tím si řidič stihne odpočinout, aby posléze mohl řídit zpět. U této trasy je tedy jediný rozdíl, a to, jestli se vyplatí koupit rakouskou dálniční známku na deset dní anebo je úspornější jet po nezaplatněných silnicích. Cena rakouské desetidenní dálniční známky je 9,40 euro (Dálniční známky, 2020), to je v přepočtu 241,32 Kč.



Obrázek 5: Hradec Králové – Vídeň (s dálnicí)

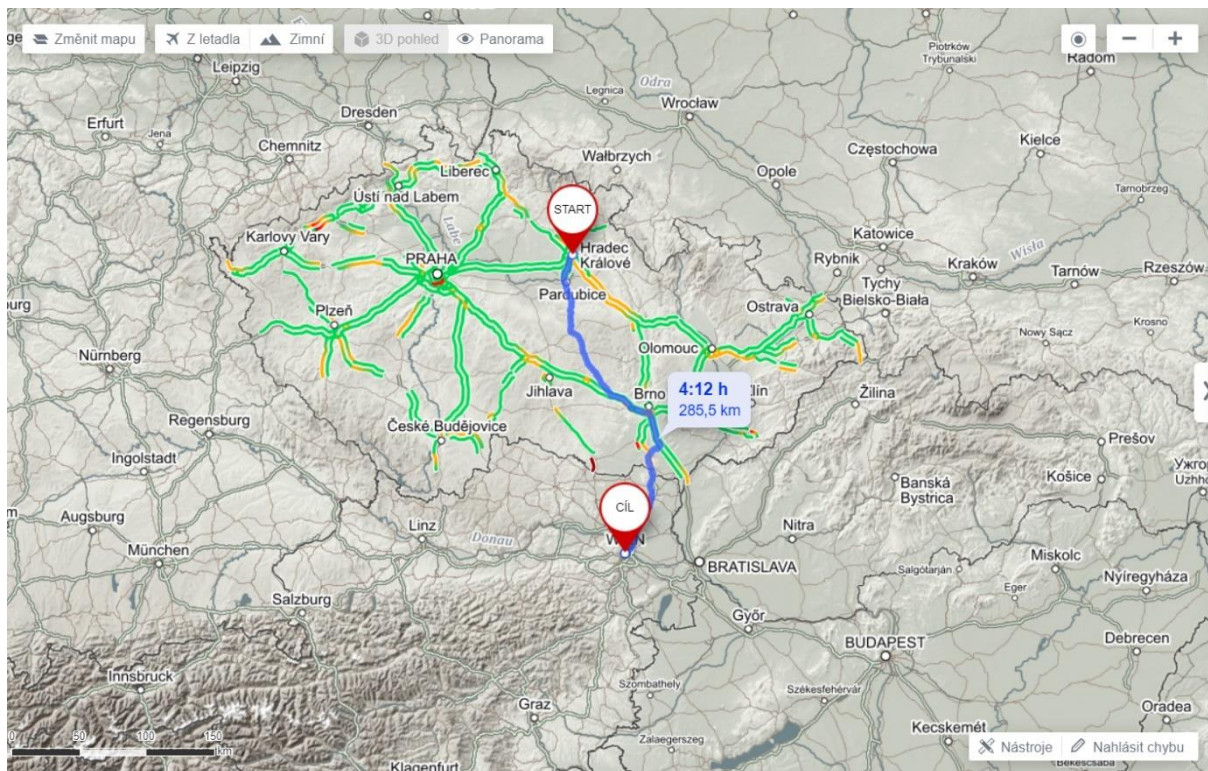
Zdroj: Vytvořeno na Mapy.cz, 2020

Celková spotřeba pohonných hmot, jak je uvedeno v tabulce 9, je na tuto trasu 44,78 litru, a cena nafty je 1 414,33 Kč, díky velkému objemu nádrže není nutné tankovat mimo území České republiky, proto je pro výpočet využita cena nafty pouze na našem území. Dálnice jsou v Rakousku zpoplatněny na deset dní částkou 241,32 Kč. Stravné na jeden den v Rakousku vychází na 45 eur, to je v přepočtu 1 155,24 Kč. A parkování ve Vídni podle (Wien.info, 2020) je 1,10 euro na 30 minut, to při zastavení na 8 hodin vychází na 17,60 euro, to je v přepočtu na české koruny 451,83 Kč.

Tabulka 9: Výpočet nákladů Hradec Králové – Vídeň (s dálnicí)

Řidič	1 den	2 000 Kč
Pohonné hmoty	587 km	1 414,33 Kč
Dálniční poplatky	Rakousko	241,32 Kč
Stravné řidiče	1 den	1 155,24 Kč
Parkování	8 hodin	451, 83 Kč
Celkem		5 262,72 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 6: Hradec Králové – Vídeň (bez dálnice)

Zdroj: Vytvořeno na Mapy.cz, 2020

U této trasy není prakticky rozdíl v nákladech. Tato trasa je o 16 kilometrů kratší, a tím pádem jsou i menší náklady na pohonné hmoty.

Tabulka 10: Výpočet nákladů Hradec Králové – Vídeň (bez dálnice)

Řidič	1 den	2 000 Kč
Pohonné hmoty	571 km	1 375,78 Kč
Dálniční poplatky		0 Kč
Stravné řidiče	1 den	1 155,24 Kč
Parkování	8 hodin	451,83 Kč
Celkem		4 982,85 Kč

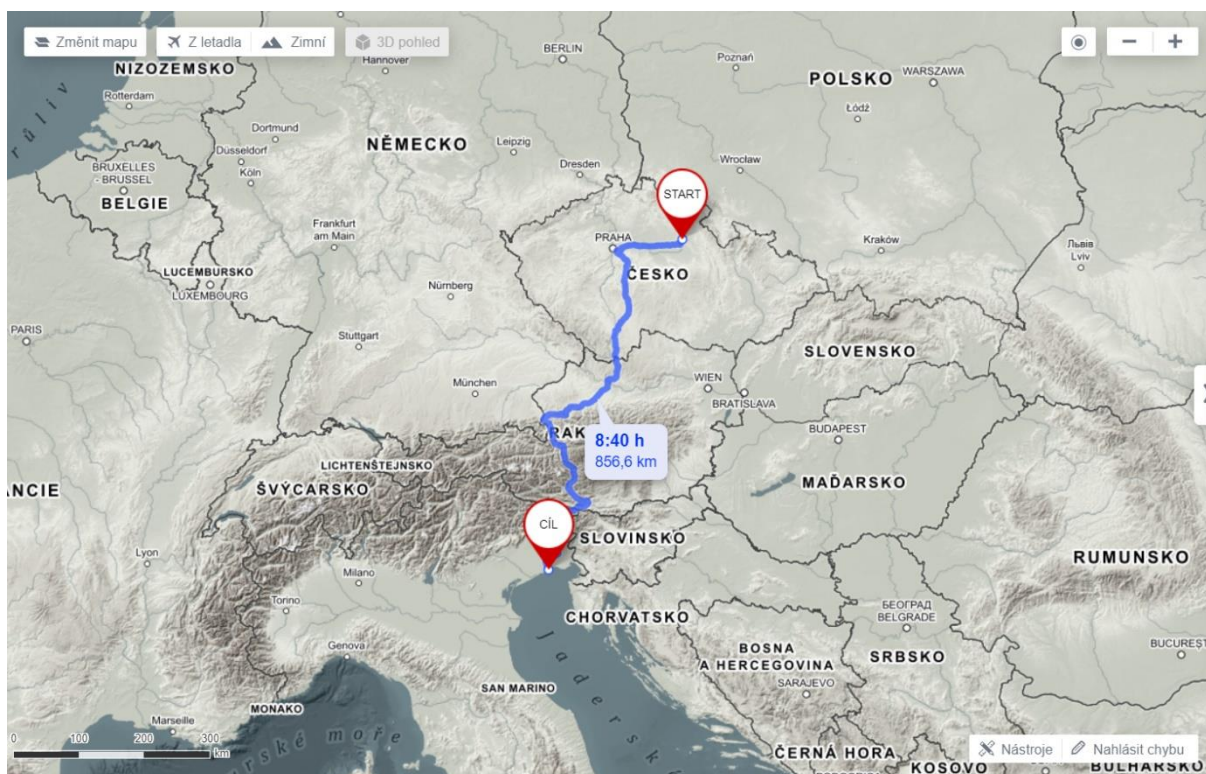
Zdroj: Vlastní zpracování

Zhodnocení: Rozdíl v nákladech je 279,87 Kč, to je díky ušetření za využití nezaplatněných silnic a za kratší trasu, při které se spotřebuje méně nafty. Cestovní kancelář BenakTour využije cestu bez

využití dálnice na území Rakouska, i přes to, že cesta trvá o necelou půl hodinu déle, to ale na komfort cestujících nemá žádný vliv.

Hradec Králové – Gold Club Lignano

V tomto případě se jedná o golfový zájezd na hřiště Golf Club Lignano v Itálii se dvěma hracími dny. Výjezd je v pátek dopoledne, aby se v podvečer dojelo na ubytování, poté dva dny golfu a v neděli večer cesta zpět domů. U této trasy je důležité dobře propočítat, jestli je výhodnější jet po dálnici a využít jednoho řidiče anebo jet po nezaplatněných silnicích a pronajmout dva řidiče.



Obrázek 7: Hradec Králové – Golf Club Lignano (s dálnicí)

Zdroj: Vytvořeno na Mapy.cz, 2020

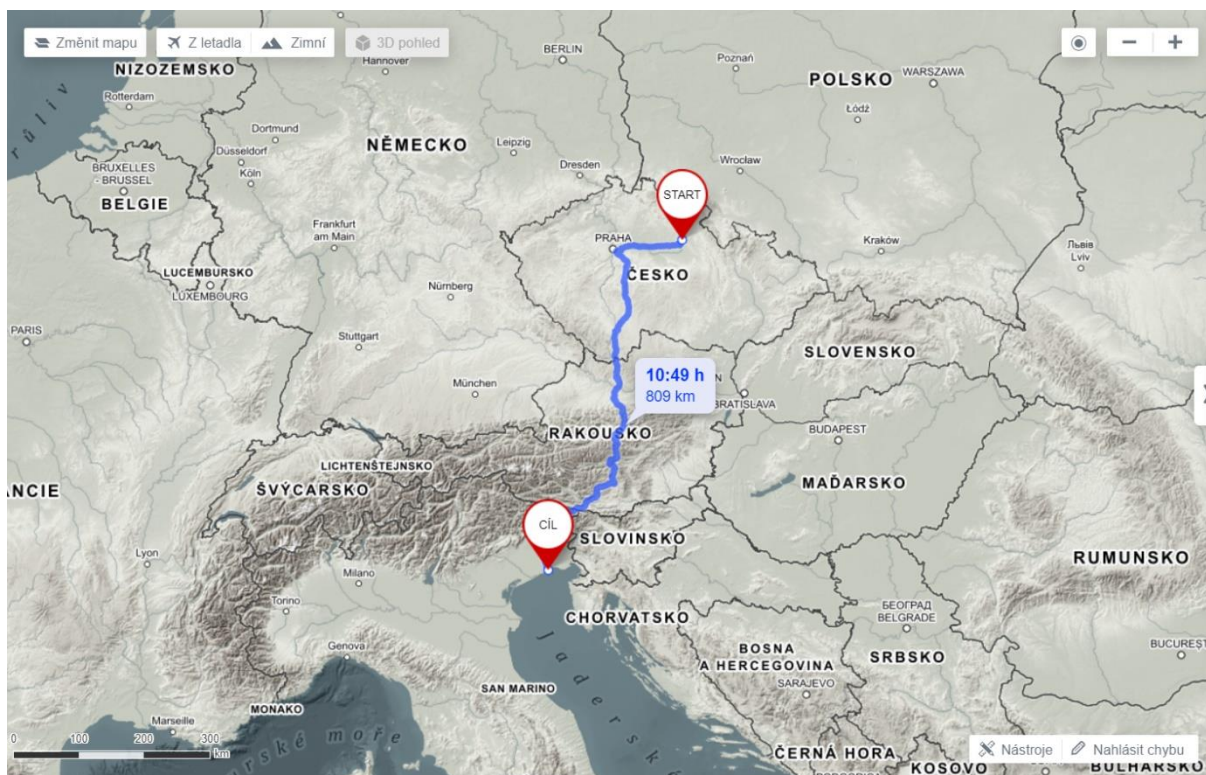
Cena za jednoho řidiče, jak je uvedeno v tabulce 11, je na čtyři dny je 8 000 Kč, bohužel tato trasa časově nevychází do tří dnů a musí být řidiči zaplacen i čtvrtý den. U plánování pohonných hmot je situace složitější, protože podle spotřeby a objemu nádrže by automobil měl být schopen dojet na jedno natankování přibližně 1 150 kilometrů. S tím, že je většinou plně naplněno, proto se bere v úvahu, že dojede 900 kilometrů, tak je počítáno s tím, že prvních 900 kilometrů trasy je za cenu nafty v České republice a zbytek za cenu nafty v Rakousku. Dotankuje se před vjezdem do Itálie a pak znovu při zpáteční cestě opět na území Rakouska, protože v Itálii jsou pohonné hmoty podstatně dražší. Dálniční poplatky v Rakousku, jak již bylo spočteno u předchozí trasy, vychází na 241,32 Kč a za průjezd po zaplatněné silnici v Itálii (Autostrade, 2020) je požadována platba 11,80 €, to je v přepočtu 302,93 Kč, dohromady tedy 544,25 Kč za využití dálnic v těchto zemích. Ubytování klientů se nachází přímo

na hřišti, proto není potřeba je převážet z hotelu na golfové hřiště a zpět. Stravné pro řidiče vychází na 150 €, to je v přepočtu 3 850,80 Kč. Řidič je ubytován v cenově přijatelném hotelu na toto území, v Hotel Stiefel, který leží 8 kilometrů od golfového hřiště. Cena ubytování je podle (Booking, 2020) 2 242 Kč. Parkování je v golfovém resortu a ubytování řidiče zdarma.

Tabulka 11: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (s dálnicí)

Řidič	4 dny	8 000,00 Kč
Pohonné hmoty	1 729,2 km	3 935,47 Kč
Dálniční poplatky	Rakousko, Itálie	544,25 Kč
Stravné řidiče	4 dny	3 850,80 Kč
Ubytování řidiče	2 noci	2 242,00 Kč
Parkování		0 Kč
Celkem		18 572,52 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 8: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (bez dálnice)

Zdroj: Vytvořeno na Mapy.cz, 2020

Největší rozdíl mezi těmito trasami je, že i když je druhá z nich kratší, tak trvá podstatně delší dobu a cestovní kancelář, z tohoto důvodu musí využít dva řidiče. To znamená, že náklady na mzdu řidičů jsou dvojnásobné a stejně tak na stravné. Jediné, v čem je tato trasa úspornější jsou náklady na pohonné hmoty, to ale dostatečně nevyrovná zbytek nákladů. U pohonných hmot je opět prvních 900 kilometrů, počítaných s cenou nafty v České republice a zbytek s cenou nafty v Rakousku, aby se předešlo tankování v Itálii. Ubytování pro dva řidiče ve stejném hotelu stojí podle (Booking, 2020) 3 391 Kč.

Tabulka 12: Výpočet nákladů Hradec Králové – Golf Club Lignano (bez dálnice)

2 řidiči	4 dny	16 000,00 Kč
Pohonné hmoty	1 634 km	3 732,60 Kč
Dálniční poplatky		0 Kč
Stravné řidičů	4 dny	7 701,60 Kč
Ubytování řidičů	2 noci	3 391,00 Kč
Parkování		0 Kč
Celkem		30 825,20 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Zhodnocení: Trasa s využitím dálnice je o 12 252,68 Kč výhodnější, a to především kvůli nákladům na řidiče, protože v druhém případě jsou náklady téměř dvakrát tak vyšší. Cestovní kancelář Benak-Tour využije první trasu i přes poplatky za dálnice. Trasa je nákladově podstatně výhodnější a zaručí komfortnější cestu pro klienty cestovní kanceláře.

8.2 Půjčení GPS

V této kapitole je uvedeno porovnání navigačních technologií, které by cestovní kancelář případně mohla koupit a také jak tyto navigace ztraktivní danou aktivitu.

Porovnání navigačních technologií

V této kapitole je porovnáno, která z navigačních technologií je pro prostředí cestovní kanceláře BenakTour výhodnější, a kterou by měl podnik případně pořídit, pokud by kupoval pouze jeden z těchto přístrojů. Tyto dva přijímače GPS jsou popsány v kapitole 7.1 a 7.2, jsou jimi golfové hodinky s GPS a turistická navigace. Pro tento výpočet je důležité, které z těchto zařízení se dříve zhodnotí a předpoklad, jak často by se v případě koupě využívaly. Obě tyto navigace se dají nahradit jinými technologiemi, například aplikací v mobilu, ale ne všichni klienti mají tuto možnost, tím pádem je to další služba navíc, která dokáže zpříjemnit zážitek z dovolené.

Výpočet je založený na poměru prodaných turistických a golfových dovolených. Když porovnáme tyto dva segmenty, tak se prodávají v poměru 70:30, s tím že 70 je turistických dovolených. Cestovní kancelář plánuje turistickou navigaci půjčovat za 150 Kč na týden a golfové hodinky za 250 Kč na týden (pokud je vypůjčení kratší než týden, platí se celý týden, pokud je delší, než týden počítá se to jako

další týdenní dovolená, tudíž částka se dvojnásobí). Očekává se, že obě tyto navigační technologie se budou využívat u 10 % klientů. Stejně procentuální využití je očekáváno, protože turistické GPS přístroje se sice dají jednodušeji nahradit oproti hodinkám, ale ty jsou zase o 100 korun na týden dražší. Modelovou situací tedy je, že za měsíc se prodá 100 dovolených v těchto dvou segmentech ve výše uvedeném poměru, to znamená 70 turistických a 30 golfových.

Tabulka 13: Výpočet doby splacení navigačních technologií

	Pořizovací Cena	Poměr využití	Využití za měsíc	Měsíční příjem	Doba splacení
Turistická	5 450 Kč	70 %	7 klientů	1 050 Kč/měs.	5,12 měsíců
Golfová	5 990 Kč	30 %	3 klienti	750 Kč/měs.	7,27 měsíců

Zdroj: Vlastní zpracování

Z pohledu doby splacení je výhodnější turistická navigace s GPS, protože plné splacení pořizovací ceny se očekává za 5 měsíců a 5 dní, zatímco u golfových hodinek se to očekává za 7 měsíců a 9 dní. To je o více než dva měsíce rychlejší plné splacení počáteční investice. U takto nízkých pořizovacích cen je také důležité porovnat, jak často se zaváděná technologie bude využívat. Očekáváno je, že turistickou navigaci si za cenu 150 Kč na týden bude chtít vypůjčit 7 klientů za měsíc, zatímco o golfové hodinky za 250 Kč na týden bude zájem pouze od 3 klientů za měsíc.

Doporučení pro cestovní kancelář

Jak doba splacení navigační technologie, tak četnost využití dané navigace ukazuje, že výhodnější pro cestovní kancelář je pořízení turistické navigace. Názorem autora práce je, že by podnik Benak-Tour, pokud bude vybírat pouze jednu z technologií, tak by měl vybrat turistickou navigaci Garmin eTrex Touch 25 Europe 46. Této technologii také nahrává nižší pořizovací cena, která je 5 450 Kč za kus.

Zatraktivnění aktivit

Zkoumají se dvě navigace, které jsou popsány v odstavcích 7.1 a 7.2. Jedná se o GPS zařízení zaměřené na turistické aktivity a na hru na golfovém hřišti. Obě z těchto technologií se dají využít i k jiným činnostem, jako je například běh nebo jízda na kole. Příklady zatraktivnění jsou zaměřeny pouze na činnosti, na které jsou tyto navigace přímo určeny.

Navigace na výletě

Pro navigaci na turistickém výletě mohou klienti BenakTour využít outdoorový GPS přístroj, který je popsán v odstavci 7.2. S touto technologií je snadné se dostat do místa určení, jak ve městě, tak v přírodě. Předem je nastaven cíl a průchozí body, podle kterých se uživatel dostane k určenému cíli. Pro uživatele to znamená, že se ke cíli dostane rychleji a bezpečněji. Zároveň je menší pravděpodobnost, že se klient, někde ztratí. Další výhodou této navigace je, že baterie vydrží podstatně déle než například u mobilního telefonu a mapy jsou také propracovanější a přehlednější.

Navigace na golfovém hřišti

Golfově hodinky s navigací pro využití na golfovém hřišti je specifickou formou navigace, která se nikde jinde využít nedá. Jedná se o to, že hodinky počítají vzdálenost od místa přijímače na začátek, střed nebo konec greenu, to je místo, kde se dohrává jamka. Tyto hodinky jsou jedny z těch lepších, proto umí spočítat vzdálenost i k různým překážkám, které na hřišti jsou, jako je voda, či písčné překážky. Před zahájením jamky si uživatel může prohlédnout celou její trasu, aby věděl, co ho čeká.

Každý golfista, ať začátečník nebo pokročilý, nemá rád situaci, když přijde na nové hřiště, které nezná a neví, kam má hrát. Díky těmto hodinkám, které si zapůjčí od cestovní kanceláře BenakTour bude tyto informace mít, a to v rychlém a jednoduchém podání. Pokud tedy využije tuto službu, je vysoce pravděpodobné, že si hru více užije a místo řešení toho, co a jak je daleko, může čas využít na konverzaci se spoluhráči nebo si vychutnávat okolní přírodu, která kolem golfových hřišť bývá krásná. Zároveň díky těmto hodinkám uživatel zjistí, kolik kroků nebo metrů za danou hru udělal a jak přispěl svému zdraví.

Z osobní zkušenosti autora této bakalářské práce, je technologie navigačních hodinek na golfu hojně využívána, a to především mezi rekreačními golfisty a golfovými nadšenci. Mezi měřicími zařízeními je to bezpochyby nejvyužívanější přístroj.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo na konkrétních příkladech navrhnout vhodné způsoby zapojení navigačních technologií do prostředí cestovní kanceláře. Dle realizovaného příkladu byly identifikovány přínosy využití navigačních technologií pro podnik BenakTour, s. r. o.

V první části práce jsou rozebrány všechny nástroje pro zkoumání podniku, které jsou poté prakticky využity v části druhé. Jedním z těchto nástrojů byla SWOT analýza, která určila, že mezi silné stránky podniku patří vlastnictví dvou minibusů, které mohou klienti využívat k dopravě. Naopak slabou stránkou je, že s těmito minibusy nezachází tak ekonomicky, jak by podnik mohl, a že je možnost ušetřit na nákladech za dopravu. Příležitostí je například růst počtu obyvatel, protože čím více obyvatel je, tím více má cestovní kancelář potenciálních zákazníků. Další příležitostí je navázání nových spoluprací s ubytovacími zařízeními a domluva na nižších cenách. Hrozbami je sestavení dovolené bez cestovní kanceláře, protože v době internetu si každý může všechny složky zájezdu zarezervovat sám. Další hrozbou je zásah vyšší moci, ať už je to špatné počasí, kvůli kterému nemůže klient odletět, nebo nemoc šířící se celým světem.

Další část popisuje technologie zavedené do podniku, jako jsou golfové hodinky, turistická navigace a internetové mapy. V rámci zavedení internetových map do podnikání cestovní kanceláře jsou uvedeny dva příklady plánování tras a výpočtu nákladů. První trasa je do Vídně a druhá do Golf Clubu Lignano v Itálii. V obou případech jsou dvě možnosti, a to s využitím dálnic v zahraničí a bez jejich využití. U trasy na vánoční trhy ve Vídni jsou náklady spočteny podobně u obou z možných variant, a zároveň komfort klientů je na podobné úrovni, protože cesta bez využití dálnice je pouze o 25 minut delší. Doporučením pro cestovní kancelář je proto využít trasu bez dálnice, kdy při stejném komfortu klientů cestovní kancelář ušetří 280 korun na nákladech.

U druhé trasy, která je do Golf Clubu Lignano v Itálii, je rozdíl v nákladech na cestu podstatně vyšší, a to 12 253 Kč. Důvodem takto velkého rozdílu je čas jízdy. U trasy bez využití dálnice by cestovní kancelář musela najmout dva řidiče z legislativních důvodů. To by znamenalo dvojnásobné náklady na mzdu, stravné a ubytování. Proto je cestovní kanceláři doporučeno využít trasu s dálničními poplatky.

Práce tedy potvrdila, že v některých případech se dá díky správnému naplánování trasy ušetřit nemalá finanční částka. Především, když trasa trvá okolo devíti hodin, které jsou dány legislativou, jako maximum na jeden den pro jednoho řidiče.

Další kapitola se zabývá zapůjčením turistické navigace a golfových hodinek. Zde bylo zkoumáno, která z uvedených navigací by se v případě koupě více využívala a která má kratší dobu splacení.

V rámci tohoto příkladu bylo cestovní kanceláři doporučeno, pokud by kupovala pouze jedno z uvedených GPS zařízení, zakoupit turistickou navigaci Garmin eTrex Touch 25 Europe 46. Doba splacení je díky nižší pořizovací ceně kratší a lze očekávat, že využití tohoto typu navigace bude podstatně vyšší.

Poslední kapitola se věnuje zatraktivnění nabízených služeb cestovní kanceláře. Tato část ukazuje, jaké benefity tyto zařízení přinesou klientům při dovolené. U turistické navigace je to především jednodušší a rychlejší orientace v místech, kde to klient nezná a zároveň s tím spojená vyšší bezpečnost. Dalším benefitem je, že toto zařízení vydrží výrazně déle nabitě při plném zatížení než například mobilní telefon.

Golfové hodinky zatraktivní službu cestovní kanceláře tím, že především usnadní hru na hřišti, které uživatel nezná. Ze zkušeností autora této bakalářské práce je pro každého golfistu nepříjemné, když je na novém hřišti a neví, kde se co nachází. Tyto hodinky kromě toho, že ukazují vzdálenost do greenu (místo, kde se dohrává jamka), také poskytují informace, kde se nacházejí různé překážky, ať už vodní nebo písečné. Samozřejmostí při využití těchto hodinek je také, že měří vzdálenost, kterou uživatel ušel na hřišti. To může být pro uživatele dobrou motivací a ukazatelem co dělá pro své zdraví.

Tato práce je určena pro malé cestovní kanceláře a nabízí jim možnosti rozvoje jejich podnikání za pomoci investic do navigačních technologií. Z uvedených příkladů bylo zjištěno, že díky internetovým mapám se dá ušetřit značná část nákladů na dopravu a zvýšit atraktivnost cestovní kanceláře v rámci poskytování druhotných služeb jako je půjčování navigací.

POUŽITÁ LITERATURA

- [1] BEZPALEC, Pavel. Puli.cz: Lokalizace a navigace [Online], ©2015, Datum citace: 20. 11. 2019. Dostupné z: <https://publi.cz/books/231/Cover.html>
- [2] BILYANA [online]. Golfturecko.com. Datum citace: 19. 2. 2020. Dostupné z: http://www.golfturecko.com/golf_turecko_bilyana.php
- [3] Booking [online]. Booking.com. Datum citace: 24. 3. 2020. Dostupné z: https://www.booking.com/hotel/it/stiefel.cs.html?aid=309654;label=booking-be-cs-YI0wnYs31xlC0QiKAzo-IBQS80209587532%3Apl%3Aata%3Apl%3Apl22%2C624%2C000%3Aac%3Aap%3Aneg%3Afi%3Atiaud-294080458506%3Akwd-94577815%3Alp1003817%3Ali%3Adec%3Adm%3Aappccp%3DUmFuZG9tSVYkc2Rllyh9YcsZ-Id2vkzI-fTmYhvC5HOg;sid=83f955d6b5c7a32019758ef7fffd7edc;all_sr_blocks=2855906_102288652_0_1_0;checkin=2020-09-11;checkout=2020-09-13;dest_id=-120171;dest_type=city;dist=0;from_beach_key_ufi_sr=1;group_adults=1;group_children=0;hapos=1;highlighted_blocks=2855906_102288652_0_1_0;hpos=1;no_rooms=1;req_adults=1;req_children=0;room1=A;sb_price_type=total;sr_order=price;sr_pri_blocks=2855906_102288652_0_1_0__8200;sreepoch=1585043093;srpvid=a795448af12f00f4;type=total;ucfs=1&#hotelTmpl
- [4] BUSHNELL GOLF [online]. Bushnellgolf.com. Datum citace: 22. 2. 2020. Dostupné z: <https://www.bushnellgolf.com/products/gps/phantom-golf-gps/#features>
- [5] CK B&K TOUR [online]. Bktour.cz. Datum citace: 28. 2. 2020. Dostupné z: <http://www.bktour.cz/o-nas.php>
- [6] CZC.CZ [online]. Czc.cz. Datum citace: 25. 2. 2020. Dostupné z: <https://www.czc.cz/garmin-etrex-touch-25-europe-46/180303/produkt>
- [7] Česká pošta [online]. Ceskaposta.cz. Dostupné z: <https://www.ceskaposta.cz/sluzby/prodej-eshop/dalnicni-znamky-2020>
- [8] Dálniční známky [online]. Dalnicni-znamky.com. Datum citace: 24. 3. 2020. Dostupné z: <https://www.dalnicni-znamky.com/rakousko>
- [9] Dálniční známky [online]. Dalnicni-znamky.com. Datum citace: 24. 3. 2020. Dostupné z: <https://www.dalnicni-znamky.com/svycarsko>

- [10] eTravel [online]. Etravel.cz. Datum citace: 25. 3. 2020. Dostupné z: <https://www.etravel.cz/ceny-phm>
- [11] EUR-Lex [online]. Eur-lex.europa.eu. Datum citace: 9. 3. 2020. Dostupné z: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/cs/TXT/?uri=CELEX%3A32006R0561>
- [12] European Global Navigation Satellite Systems Agency [online]. Prague: European GNSS Agency, Poslední změna 21. 5. 2019 [cit. 15. 2. 2020]. Dostupné z: <https://www.gsa.europa.eu/european-gnss/galileo/galileo-european-global-satellite-based-navigation-system>
- [13] GARMIN [online]. Garmin.cz. Datum citace: 19. 2. 2020. Dostupné z: <https://www.garmin.cz/garmin-approach-s40-gray/79838>
- [14] GOLF PLANET [online]. Golfplanet.cz. Datum citace: 19. 2. 2020. Dostupné z: <http://www.golfplanet.cz/>
- [15] GRASSEOVÁ, Monika, Radek DUBEC a David ŘEHÁK. Analýza podniku v rukou manažera: 33 nejpoužívanějších metod strategického řízení. 2. vyd. Brno: BizBooks, 2012. 328 s. ISBN 9788026500322.
- [16] HILDENBRAND, Jerry. Androidcentral.com: How does GPS work on my phone? [online], ©2018, Datum citace: 16. 12. 2019. Dostupné z: <https://www.androidcentral.com/how-does-gps-work-my-phone>
- [17] HOJGR, Radek a Jan STANKOVIČ. GPS: praktická uživatelská příručka. Brno: Computer Press, 2007. 221 s. ISBN 978-80-251-1734-7.
- [18] KOČMANOVÁ, Alena. Ekonomické řízení podniku. Praha: Linde Praha, 2013. 358 s. Monografie (Linde). ISBN 978-80-7201-932-8.
- [19] KOŠŤAN, Pavol a Oldřich ŠULEŘ. Firemní strategie: plánování a realizace. Praha: Computer Press, 2002. Business books (Computer Press). 136 s. ISBN 80-7226-657-8.
- [20] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. Marketing management. [4. vyd.]. Přeložil Tomáš JUPPA, přeložil Martin MACHEK. Praha: Grada, 2013. 816 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
- [21] KOŽENÁ, Marcela. Manažerská ekonomika: teorie pro praxi. V Praze: C.H. Beck, 2007. C.H. Beck pro praxi. 213 s. ISBN 978-80-7179-673-2.

- [22] KURZYCZ [online]. Kurzy.cz. Datum citace: 1. 2. 2020. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/kurzy-men/kurzy.asp?a=X&mena1=CHF&mena2=CZK&c=1&d=31.01.2020&convert=P%F8eve%EF+m%ECnu>
- [23] KURZYCZ [online]. Kurzy.cz. Datum citace: 9. 3. 2020. Dostupné z: <https://www.kurzy.cz/komodity/benzin-nafta-cena/>
- [24] LONGLEY, Paul. Geographic information systems & science. 3rd ed. Hoboken, NJ: Wiley, c2011. 560 s. ISBN 9780470721445.
- [25] Mbenzin [online]. Mbenzin.cz. Datum citace: 24. 3. 2020 Dostupné z: <https://www.mbenzin.cz/Ceny-benzinu-a-nafty-v-evrope>
- [26] Mercedes-Benz [online]. Mercedes-benz.cz. Datum citace: 9. 3. 2020 Dostupné z: https://voc.i.daimler.com/voc/cz_cs/stage/90773513ZC00002-0#overview
- [27] PALATKOVÁ, Monika. Management cestovních kanceláří a agentur. Praha: Grada, 2013. 224 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
- [28] PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus. Praha: Grada, 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
- [29] POMPUROVÁ, Kristína. Řízení provozu cestovních kanceláří. Praha: Idea servis, 2013. 191 s. ISBN 978-80-85970-80-7.
- [30] RAPANT, Petr. Družicové polohové systémy. Ostrava: Vysoká škola báňská - Technická univerzita, 2002. 220 s. ISBN 80-248-0124-8.
- [31] RYNEŠ, Petr. Cash flow v účetní závěrce: [komentář, příklady]. 3., aktualiz. vyd. Olomouc: ANAG, c2009. Účetnictví (ANAG). 191 s. ISBN 978-80-7263-490-3.
- [32] SEMPRI CZ s. r. o. Dopravni-agentura.cz. Datum citace: 23. 3. 2020 Dostupné z: <https://www.dopravni-agentura.cz/pronajem-ridicu-mkd.html>
- [33] STEINER, Ivo a Jiří ČERNÝ. GPS od A do Z. 4., aktualiz. vyd. Praha: eNav, 2006. 264 s. ISBN 80-239-7516-1.

- [34] TechTerms [online]. USA, Poslední změna 5. 10. 2017. Dostupné z: <https://techterms.com/definition/smartwatch>
- [35] TOMTOM [online]. Tomtom.cz. Datum citace: 28. 2. 2020. Dostupné z: https://www.tomtom.com/cs_cz/drive/car/products/go-premium-x/
- [36] Uctovani.net [online]. Uctovani.net Datum citace: 23. 3. 2020 Dostupné z: <https://www.uctovani.net/kalkulacka-zahranicni-cesty-stravne-kapesne.php>
- [37] VALACH, J. a kol. Finanční řízení a rozhodování podniku. 2. vyd. Praha: Ekopress, 1995. 115 s. ISBN 80-901991-2-7.
- [38] Wien.info [online]. Wien.info/cs. Datum citace: 23. 3. 2020. Dostupné z: <https://www.wien.info/cs/travel-info/to-and-around/parking>
- [39] WIKIPEDIA, The Free Encyclopedia [online]. En.wikipedia.org. Datum citace: 29. 2. 2020. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Web_%20mapping&oldid=351568999#Advantages_of_web_maps
- [40] WIKIPEDIE [online]. Cs.wikipedia.org. Datum citace: 1. 3. 2020. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Mapy.cz#Webov%C3%A1_aplikace

PŘÍLOHY

Příloha A – Rozvaha, Výkaz zisku a ztráty

Příloha B – Minibus

PŘÍLOHA A – ROZVAHA, VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY

Rozvaha a výkaz zisku a ztráty společnosti B&K TOUR za rok 2018.

ROZVAHA										
<p>Výkazy byly jako součást příznání podány přes systém DS</p> <p>dne: 21.5.2019</p> <p>Schránka/DSId: wxcn66u/677652792</p> <p>Stav podání: odesláno/nepotvrzeno</p>	<p style="text-align: right;">Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky</p> <p style="text-align: center;">B&K TOUR</p> <p style="text-align: center;">S.r.o.</p> <hr/> <p style="text-align: right;">Sídlo nebo bydliště účetní jednotky a místo podnikání, liší-li se od bydliště</p> <p style="text-align: center;">Komenského 249 Hradec Králové 500 03</p>									
<p>k. 3 1 . . 1 2 . . 2 0 1 8</p> <p>Od: 1.1.2018 Do: 31.12.2018</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;">IC</td> <td style="width: 10%;">4</td> <td style="width: 10%;">6</td> <td style="width: 10%;">5</td> <td style="width: 10%;">0</td> <td style="width: 10%;">6</td> <td style="width: 10%;">5</td> <td style="width: 10%;">0</td> <td style="width: 10%;">1</td> </tr> </table>	IC	4	6	5	0	6	5	0	1
IC	4	6	5	0	6	5	0	1		

Označ.	AKTIVA	číslo řádku	Brutto	Běžné období	Netto	Minulé období
			+38 083	-15 681	+22 402	Netto (R. 2017) +21 233
A.	Pohledávky za upsány základní kapitál	A.1+A.x				
B.	Stálá aktiva	B.I.+...+B.III.	+29 108	-15 681	+13 427	+15 016
B.I.	Dlouhodobý nehmotný majetek	B.I.1.+...+B.I.x.	+660	-660	+0	+0
B.I.1.	Nehmotné výsledky vývoje	účty 012, (-)072, (-)091AU				
B.I.2.	Ocenitelná práva	B.I.2.1.+B.I.2.2.	+660	-660	+0	+0
B.I.2.1.	Software	účty 013, (-)073, (-)091AU	+660	-660	+0	+0
B.I.2.2.	Ostatní ocenitelná práva	účty 014, (-)074, (-)091AU				
B.I.3.	Goodwill	účty 015, (-)075, (-)091AU				
B.I.4.	Ostatní dlouhodobý nehmotný majetek	účty 019, (-)079, (-)091AU				
B.I.5.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek a nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	B.I.5.1.+B.I.5.2.				
B.I.5.1.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý nehmotný majetek	účty 051, (-)095AU				
B.I.5.2.	Nedokončený dlouhodobý nehmotný majetek	účty 041, (-)093				
B.II.	Dlouhodobý hmotný majetek	B.II.1.+...+B.II.x.	+27 983	-14 566	+13 417	+14 585
B.II.1.	Pozemky a stavby	B.II.1.1.+B.II.1.2.	+20 412	-10 221	+10 191	+12 406
B.II.1.1.	Pozemky	účty 031, (-)092AU	+2 866		+2 866	+2 954
B.II.1.2.	Stavby	účty 021, (-)081, (-)092AU	+17 546	-10 221	+7 325	+9 452
B.II.2.	Hmotné movité věci a jejich soubory	účty 022, (-)082, (-)092AU	+7 571	-4 345	+3 226	+2 179
B.II.3.	Oceňovací rozdíl k nabytému majetku	účty 097, (-)098				
B.II.4.	Ostatní dlouhodobý hmotný majetek	B.II.4.1.+...+B.II.1.3.				
B.II.4.1.	Pěstitelské celky trvalých porostů	účty 025, (-)085, (-)092AU				
B.II.4.2.	Dospělá zvířata a jejich skupiny	účty 026, (-)086, (-)092AU				
B.II.4.3.	Jiný dlouhodobý hmotný majetek	účty 029, 032, (-)089, (-)092AU				
B.II.5.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek a nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	B.II.5.1.+B.II.5.2.				
B.II.5.1.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý hmotný majetek	účty 052, (-)095AU				
B.II.5.2.	Nedokončený dlouhodobý hmotný majetek	účty 042, (-)094				
B.III.	Dlouhodobý finanční majetek	B.III.1.+...+B.III.x.	+465	-455	+10	+431
B.III.1.	Podíly - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 043, 061, (-)096AU	+10		+10	+10
B.III.2.	Zápůjčky a úvěry - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 066, (-)096AU	+455	-455	+0	+421
B.III.3.	Podíly - podstatný vliv	účty 043, 062, (-)096AU				
B.III.4.	Zápůjčky a úvěry - podstatný vliv	účty 067, (-)096AU				
B.III.5.	Ostatní dlouhodobé cenné papíry a podíly	účty 043, 063, 065, (-)096AU				
B.III.6.	Zápůjčky a úvěry - ostatní	účty 068, (-)096AU				
B.III.7.	Ostatní dlouhodobý finanční majetek	B.III.7.1.+B.III.7.2.				
B.III.7.1.	Jiný dlouhodobý finanční majetek	účty 043, 069, (-)096AU				
B.III.7.2.	Poskytnuté zálohy na dlouhodobý finanční majetek	účty 053, (-)095AU				
C.	Oběžná aktiva	C.I.+C.II.+C.III.+C.IV.	+8 318	+0	+8 318	+5 539
C.I.	Zásoby	C.I.1.+...+C.I.x.	+40		+40	+51
C.I.1.	Materiál	účty 111, 112, 119, (-)191				
C.I.2.	Nedokončená výroba a polotovary	účty 121, 122, (-)192, (-)193				
C.I.3.	Výrobky a zboží	C.I.3.1.+C.I.3.2.	+40		+40	+51

Označ.	A K T I V A	číslo řádku	Běžné účetní období			Minulé období
			Brutto	Korekce	Netto	Netto (Rok 2017)
C.1.3.1.	Výrobky účty 123, (-)194	042				
C.1.3.2.	Zboží účty 131, 132, 139, (-)196	043	+40		+40	+51
C.1.4.	Mladá a ostatní zvířata a jejich skupiny účty 124, (-)195	044				
C.1.5.	Poskytnuté zálohy na zásoby účty 151, 152, 153, (-)197, (-)198, (-)199	045				
C.II.	Pohledávky C.II.1+C.II.2.+C.II.3.	046	+3 711	+0	+3 711	+4 149
C.II.1.	Dlouhodobé pohledávky C.II.1.1+...+C.II.1.x.	047	+1 418		+1 418	+690
C.II.1.1.	Pohledávky z obchodních vztahů účty 311AU, 313AU, 315AU, (-)391AU	048				
C.II.1.2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba účty 351AU, (-)391AU	049				
C.II.1.3.	Pohledávky - podstatný vliv účty 352AU, (-)391AU	050				
C.II.1.4.	Odložená daňová pohledávka účty 481	051				
C.II.1.5.	Pohledávky - ostatní C.II.1.5.1+...+C.II.1.5.4.	052	+1 418		+1 418	+690
C.II.1.5.1.	Pohledávky za společníky účty 354AU, 355AU, 358AU, (-)391AU	053				
C.II.1.5.2.	Dlouhodobé poskytnuté zálohy účty 314AU, (-)391AU	054	+0		+0	+100
C.II.1.5.3.	Dohadné účty aktivní účty 388	055	+482		+482	+590
C.II.1.5.4.	Jiné pohledávky účty 335, 371, 373, 374, 375, 376, 378, (-)391AU	056	+936		+936	+0
C.II.2.	Krátkodobé pohledávky C.II.2.1+...+C.II.2.x.	057	+2 293	+0	+2 293	+3 459
C.II.2.1.	Pohledávky z obchodních vztahů účty 311AU, 313AU, 315AU, (-)391AU	058	+257	+0	+257	+117
C.II.2.2.	Pohledávky - ovládaná nebo ovládající osoba účty 351AU, (-)391AU	059				
C.II.2.3.	Pohledávky - podstatný vliv účty 352AU, (-)391AU	060				
C.II.2.4.	Pohledávky - ostatní C.II.2.4.1+...+C.II.2.4.6.	061	+2 036		+2 036	+3 342
C.II.2.4.1.	Pohledávky za společníky účty 354AU, 355AU, 358AU, (-)391AU	062				
C.II.2.4.2.	Sociální zabezpečení a zdravotní pojištění účty 336, (-)391AU	063				
C.II.2.4.3.	Stát - daňové pohledávky účty 341, 342, 343, 345, (-)391AU	064	+649		+649	+368
C.II.2.4.4.	Krátkodobé poskytnuté zálohy účty 314AU, (-)391AU	065	+693		+693	+677
C.II.2.4.5.	Dohadné účty aktivní účty 388	066				
C.II.2.4.6.	Jiné pohledávky účty 335, 371, 373, 374, 375, 376, 378, (-)391AU	067	+694		+694	+2 297
C.II.3.	Casové rozlišení aktiv C.II.3.1+...+C.II.3.x.	068				
C.II.3.1.	Náklady příštích období účty 381	069				
C.II.3.2.	Komplexní náklady příštích období účty 382	070				
C.II.3.3.	Příjmy příštích období účty 385	071				
C.III.	Krátkodobý finanční majetek C.III.1+...+C.III.x.	072				
C.III.1.	Podíly - ovládaná nebo ovládající osoba účty 254, 259, (-)291AU	073				
C.III.2.	Ostatní krátkodobý finanční majetek účty 251, 253, 256, 257, 259, (-)291AU	074				
C.IV.	Peněžní prostředky C.IV.1+...+C.IV.x.	075	+4 567		+4 567	+1 339
C.IV.1.	Peněžní prostředky v pokladně účty 211, 213, 261	076	+56		+56	+101
C.IV.2.	Peněžní prostředky na účtech účty 221, 261	077	+4 511		+4 511	+1 238
D.	Casové rozlišení aktiv D.1+...+D.x.	078	+657		+657	+678
D.1.	Náklady příštích období účty 381	079	+657		+657	+678
D.2.	Komplexní náklady příštích období účty 382	080				
D.3.	Příjmy příštích období účty 385	081				

Označ.	P A S I V A	číslo řádku	Běžné účetní období	Minulé období
			Netto	Netto (Rok 2017)
	PASIVA CELKEM		+22 402	+21 233
A.	Vlastní kapitál	A.+B.+C.+D. A.I.+A.II.+A.III.+A.IV.+A.V.+A.VI.	+5 919	+4 569
A.I.	Základní kapitál	A.I.1.+...+A.I.x.	+2 600	+2 600
A.I.1.	Základní kapitál	účty 411 nebo 491	+2 600	+2 600
A.I.2.	Vlastní podíly (-)	účty (-)252		
A.I.3.	Změny základního kapitálu	účty (+/-)419		
A.II.	Ažio a kapitálové fondy	A.II.1.+...+A.II.x.	-405	-405
A.II.1.	Ažio	účty 412		
A.II.2.	Kapitálové fondy	A.II.2.1.+...+A.II.2.5.	-405	-405
A.II.2.1.	Ostatní kapitálové fondy	účty 413	+50	+50
A.II.2.2.	Oceňovací rozdíly z přecenění majetku a závazků (+/-)	účty (+/-)414	-455	-455
A.II.2.3.	Oceňovací rozdíly z přecenění při přeměnách obchodních korporací (+/-)	účty (+/-)418		
A.II.2.4.	Rozdíly z přeměn obchodních korporací (+/-)	účty 417		
A.II.2.5.	Rozdíly z ocenění při přeměnách obchodních korporací (+/-)	účty 416		
A.III.	Fondy ze zisku	A.III.1.+...+A.III.x.	+260	+260
A.III.1.	Ostatní rezervní fond	účty 421, 422	+260	+260
A.III.2.	Statutární a ostatní fondy	účty 423, 427		
A.IV.	Výsledek hospodaření minulých let (+/-)	A.IV.1.+...+A.IV.x.	+2 114	+286
A.IV.1.	Nerozdělený zisk nebo neuhrazená ztráta minulých let (+/-)	účty 428, 429	+2 114	+286
A.IV.2.	Jiný výsledek hospodaření minulých let (+/-)	účty 426		
A.V.	Výsledek hospodaření běžného účetního období (+/-)	Aktiva - A.1.-A.II.-A.III.-A.IV.-B.-C.-D.-A.VI.	+1 350	+1 828
A.VI.	Rozhodnuto o zálohové výplatě podílu na zisku (-)	účty 432		
B.+C.	Cizí zdroje	B.+C.	+16 309	+16 540
B.	Rezervy	B.1.+...+B.x.		
B.1.	Rezerva na důchody a podobné závazky	účty 452		
B.2.	Rezerva na daň z příjmů	účty 453		
B.3.	Rezervy podle zvláštních právních předpisů	účty 451		
B.4.	Ostatní rezervy	účty 459		
C.	Závazky	C.1.+C.II.+C.III.	+16 309	+16 540
C.I.	Dlouhodobé závazky	C.I.1.+...+C.I.1.x.	+150	+925
C.I.1.	Vydané dluhopisy	C.I.1.1.+C.I.1.2.		
C.I.1.1.	Vyměnitelné dluhopisy	účty 473		
C.I.1.2.	Ostatní dluhopisy	účty 473		
C.I.2.	Závazky k úvěrovým institucím	účty 461	+150	+585
C.I.3.	Dlouhodobé přijaté zálohy	účty 475		
C.I.4.	Závazky z obchodních vztahů	účty 479		
C.I.5.	Dlouhodobé směnky k úhradě	účty 478		
C.I.6.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 471		
C.I.7.	Závazky - podstatný vliv	účty 472		
C.I.8.	Odložený daňový závazek	účty 481		
C.I.9.	Závazky - ostatní	C.I.9.1.+...+C.I.9.3.	+0	+340
C.I.9.1.	Závazky ke společníkům	účty 364, 365, 366, 367, 368		
C.I.9.2.	Dohadné účty pasivní	účty 389		
C.I.9.3.	Jiné závazky	účty 372, 373, 377, 379, 474, 479	+0	+340
C.II.	Krátkodobé závazky	C.II.1.+...+C.II.x.	+16 159	+15 615

Označ.	PASIVA	číslo řádku	Běžné účetní období	Minulé období
			Netto	Netto (Rok 2017)
C.II.1.	Vydané dluhopisy	C.II.1.1.+C.II.1.2.		
C.II.1.1.	Vyměnitelné dluhopisy	účty 241		
C.II.1.2.	Ostatní dluhopisy	účty 241		
C.II.2.	Závazky k úvěrovým institucím	účty 221, 231, 232	+8 555	+7 719
C.II.3.	Krátkodobé přijaté zálohy	účty 324	+2 348	+3 150
C.II.4.	Závazky z obchodních vztahů	účty 321, 325	+2 417	+2 287
C.II.5.	Krátkodobé směnky k úhradě	účty 322		
C.II.6.	Závazky - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 361		
C.II.7.	Závazky - podstatný vliv	účty 362		
C.II.8.	Závazky ostatní	C.II.8.1.+...+C.II.8.7.	+2 839	+2 459
C.II.8.1.	Závazky ke společníkům	účty 364, 365, 366, 367, 368	+903	+903
C.II.8.2.	Krátkodobé finanční výpomoci	účty 249		
C.II.8.3.	Závazky k zaměstnancům	účty 331, 333	+358	+328
C.II.8.4.	Závazky ze sociálního zabezpečení a zdravotního pojištění	účty 336	+145	+125
C.II.8.5.	Stát - daňové závazky a dotace	účty 341, 342, 343, 345, 346, 347	+434	+414
C.II.8.6.	Dohadné účty pasivní	účty 389	+876	+668
C.II.8.7.	Jiné závazky	účty 372, 373, 377, 379	+123	+21
C.III.	Casové rozlišení pasiv	C.III.1.+...+C.III.x.		
C.III.1.	Výdaje příštích období	účty 383		
C.III.2.	Výnosy příštích období	účty 384		
D.	Casové rozlišení pasiv	D.1.+...+D.x.	+174	+124
D.1.	Výdaje příštích období	účty 383		+4
D.2.	Výnosy příštích období	účty 384	+174	+120

Sestaveno dne: 21.5.2019		Podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou nebo statutárního orgánu účetní jednotky, poznámka: Ing. Bureš Michal
Právní forma společnost s ručením omezeným		

VÝKAZ ZISKU A ZTRATY

Výkazy byly jako součást přiznání podány přes systém DS

dne: 21.5.2019

Schránka/DSId: wxcn66u/677652792

Stav podání: odesláno/nepotvrzeno

k. 3 1 . 1 2 . 2 0 1 8

Od: 1.1.2018 Do: 31.12.2018

IC	4	6	5	0	6	5	0	1
----	---	---	---	---	---	---	---	---

Obchodní firma nebo jiný název účetní jednotky

B&K TOUR

S.r.o.

Sídlo nebo bydliště účetní jednotky

Komenského 249
a místo podnikání, liší-li se od bydliště

Hradec Králové

500 03

		sledovaném	
Označ.	účetní položka	001	002
	Tržby z prodeje výrobků a služeb	+62 576	
II.	Tržby za prodej zboží	+41	
A.	Výkonová spotřeba	+53 708	+61 324
A.1.	Náklady vynaložené na prodané zboží		
A.2.	Spotřeba materiálu a energie	+8 406	+8 745
A.3.	Služby	+45 302	+52 579
B.	Změna stavu zásob vlastní činnosti (+/-)		
C.	Aktivace (-)		
D.	Osobní náklady	+7 568	+8 040
D.1.	Mzdové náklady	+6 145	+6 780
D.2.	Náklady na sociální zabezpečení, zdravotní pojištění a ostatní náklady	+1 423	+1 260
D.2.1.	Náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění	+1 238	+1 103
D.2.2.	Ostatní náklady	+185	+157
E.	Uprava hodnot v provozní oblasti	+1 344	+1 536
E.1.	Upravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	+1 344	+1 536
E.1.1.	Upravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - trvalé	+1 344	+1 536
E.1.2.	Upravy hodnot dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku - dočasné		
E.2.	Upravy hodnot zásob		
E.3.	Upravy hodnot pohledávek		
III.	Ostatní provozní výnosy	+4 411	+561
III.1.	Tržby z prodaného dlouhodobého majetku	+3 870	+4
III.2.	Tržby z prodaného materiálu	+0	+109
III.3.	Jiné provozní výnosy	+541	+448
F.	Ostatní provozní náklady	+2 291	+745
F.1.	Zůstatková cena prodaného dlouhodobého majetku	+1 614	+0
F.2.	Prodaný materiál		
F.3.	Daně a poplatky	+230	+219
F.4.	Rezervy v provozní oblasti a komplexní náklady příštích období		
F.5.	Jiné provozní náklady	+447	+526
*	* Provozní výsledek hospodaření (+/-)	+2 117	+2 659
IV.	Výnosy z dlouhodobého finančního majetku - podíly		
IV.1.	Výnosy z podílů - ovládaná nebo ovládající osoba		
IV.2.	Ostatní výnosy z podílů		
G.	Náklady vynaložené na prodané podíly		
V.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku		
V.1.	Výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku - ovládaná nebo ovládající osoba		
V.2.	Ostatní výnosy z ostatního dlouhodobého finančního majetku		

Označ.	VÝKAZ ZISKU A ZTRÁTY	číslo	Skutečnost v účetním období	
			sledovaném	(Rok 2017)
	Náklady související s ostatním dlouhodobým finančním majetkem	účty 561, 566	038	
VI.	Výnosové úroky a podobné výnosy	VI.1.+...+VI.x.	039	+1
VI.1.	Výnosové úroky a podobné výnosy - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 662, 665	040	
VI.2.	Ostatní výnosové úroky a podobné výnosy	účty 662, 665	041	+1
I.	Upravy hodnot a rezervy ve finanční oblasti	účty 574, 579	042	
J.	Nákladové úroky a podobné náklady	J.1.+...+J.x.	043	+109
J.1.	Nákladové úroky a podobné náklady - ovládaná nebo ovládající osoba	účty 562	044	
J.2.	Ostatní nákladové úroky a podobné náklady	účty 562	045	+109
VII.	Ostatní finanční výnosy	účty 661, 663, 664, 666, 667, 668, 669, 698	046	+9
K.	Ostatní finanční náklady	účty 561, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 598	047	+335
*	Finanční výsledek hospodaření (+/-)	IV.+V.+VI.+VII.-G.-H.-I.-J.-K.	048	-434
**	Výsledek hospodaření před zdaněním (+/-)	.	049	+1 683
L.	Daň z příjmů	L.1.+...+L.x.	050	+333
L.1.	Daň z příjmů splatná	účty 591, 593, 595, 599	051	+333
L.2.	Daň z příjmů odložená (+/-)	účty 592	052	
**	Výsledek hospodaření po zdanění (+/-)	** - L.	053	+1 350
M.	Převod podílu na výsledku hospodaření společníkům (+/-)	účty 596	054	
***	Výsledek hospodaření za účetní období (+/-)	** - M.	055	+1 350
*	Cistý obrát za účetní období = I. + II. + III. + IV. + V. + VI. + VII.	I.+II.+III.+IV.+V.+VI.+VII.	056	+67 038

Sestaveno dne: 21.5.2019 Právní forma společnost s ručením omezeným	Podpisový záznam fyzické osoby, která je účetní jednotkou nebo statutárního orgánu účetní jednotky, poznámka Ing. Bureš Michal

účetní jednotky:

Předmět podnikání:

Činnosti cestovních kanceláří

PŘÍLOHA B – MINIBUS

Mercedes-Benz Sprinter Tourer



Vaše požadované vozidlo (20.03.20)

Sprinter Tourer 316 CDI Dlouhý



Modrá ocelová



Potah sedadel umělá kůže ARTICO, černý

Souhrn

Model	SPRINTER
Výkon motoru	120 kW (163 k)
Motor	316 CDI
Délka vozidla	6,97 m
Výška vozidla	2,63 m
Sedadla (série / max. počet)	8 / 9
Užitečné zatížení	758,0 kg
Celková hmotnost vozidla	3,5 t

Celková cena bez DPH [1]	1 322 847,00 Kč
21% DPH	277 797,87 Kč
Celková cena (včetně DPH) [1]	1 600 644,87 Kč

[1] * cenková cena

Dovozce si vyhrazuje právo na změny cen a výbav včetně technických údajů. O závazném aktuálním stavu se prosím informujte u svého prodejce. Informace na této internetové stránce jsou společností Mercedes-Benz Vans Česká republika poskytovány „jako takové“ a v rozsahu povoleném zákonem, jsou poskytovány bez záruky jakéhokoli druhu, vyjádřené či implicitované, včetně mimo jiné implicitovaných záruk prodejnosti, vhodnosti pro jakýkoli konkrétní účel či pínění. Ačkoliv se má za to, že poskytnuté informace jsou přesné, mohou obsahovat chyby či nepřesnosti.

Váš OnlineCode: M6NQG989

Každý Mercedes je jedinečný a má svůj vlastní unikátní kód, pomocí kterého je možné vaše konkrétní vozidlo vždy identifikovat. Váš OnlineCode je platný 30 dnů. Vždy, když jej použijete, se jeho platnost prodlouží o 30 dnů.

<https://voc.i.daimler.com/voc/onlinecode/M6NQG989>

