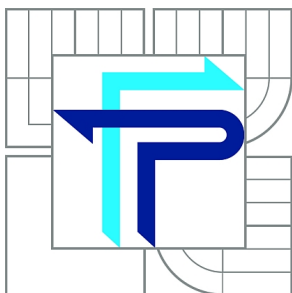




VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ

BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

PODNIKATELSKÝ PLÁN - VÝSTAVBA SPORTOVNÍHO ZAŘÍZENÍ

BUSINESS PLAN - CONSTRUCTION OF SPORTS FACILITIES

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

MICHAL TERŠL

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

Ing. TAMARA MAZLOVÁ, Ph.D.

BRNO 2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Teršl Michal

Ekonomika a procesní management (6208R161)

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

Podnikatelský plán - výstavba sportovního zařízení

v anglickém jazyce:

Business Plan - Construction of Sports Facilities

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Cíle bakalářské práce
Teoretická část
Analytická část
Návrhová část
Závěr
Literatura
Přílohy

Seznam odborné literatury:

- FOTR, J. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- KONEČNÝ, M. Podniková ekonomika. 6. vyd. Brno : Akademické nakladatelství CERM, 2007. 184 s. ISBN 978-80-214-3465-3.
- KORÁB, V. a M. MIHALISKO. Založení a řízení společnosti. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2005. 260 s. ISBN 978-80-251-0592-X.
- KORÁB, V., J. PETERKA a M. REŽŇÁKOVÁ. Podnikatelský plán. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2007. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.
- SRPOVÁ, J., V. ŘEHOŘ a kol. Základy podnikání. Praha, Grada Publishing, 2010, 427s. ISBN 978-80-247-3339-5.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Tamara Mazlová, Ph.D.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2012/2013.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 28.05.2013

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá vypracováním projektu sloužícímu ke zhodnocení sportovního zařízení s označením Zip-Line. Tento projekt má sloužit jako podklad k co možná nejobjektivnějšímu posouzení celé atrakce jak z hlediska ekonomických aspektů, tak i z hlediska realizovatelnosti celého projektu.

Abstract

This bachelor's thesis is engaged in to make out a projekt for managing new adrenaline attraction called Zip-Line. This projekt is made as a document for the most objective evaluation of economical aspects and the question of feasibility.

Klíčová slova

Podnikatelský záměr, projekt, SWOT analýza, finanční analýza, kapacita, studie zájmu.

Key words

Business plan, project, SWOT analysis, financial analysis, capacity, study of interest.

Bibliografická citace

TERŠL, Michal. *Podnikatelský plán – výstavba sportovního zařízení*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, Fakulta podnikatelská, 2013. 79 s. Vedoucí bakalářské práce: Ing. Tamara Mazlová, Ph.D.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval jsem ji samostatně pod vedením Ing. Tamary Mazlové, Ph.D. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 22. května 2013

..... Podpis

Poděkování

Tímto bych rád poděkoval své vedoucí bakalářské práce Ing. Tamaře Mazlové, Ph.D. za čas, který mi věnovala, za její rady a zodpovědné vedení mé práce.

Obsah

Úvod	11
1. Cíle bakalářské práce	12
1.1. Cíle	12
1.2. Metodika práce	12
2. Teoretická část	13
2.1. Podnikání	13
2.2. Podnikatel	13
2.3. Definice podnikatelského záměru	14
2.4. Význam podnikatelského záměru	15
2.4.1. K vnitřní potřebě podniku	15
2.4.2. K vnější potřebě, pro mimopodnikové účely	15
2.4.3. Proč tedy psát podnikatelský plán	15
2.5. Struktura podnikatelského záměru	16
2.5.1. Titulní strana:	18
2.5.2. Exekutivní souhrn	18
2.5.3. Analýza trhu	18
2.5.4. Popis podniku	19
2.5.5. Výrobní plán	19
2.5.6. Marketingový plán	19
2.5.7. Organizační plán	19
2.5.8. Hodnocení rizik	20
2.5.9. Finanční plán	20
2.5.10. Přílohy (podpůrná dokumentace)	20
2.6. Neúspěch podnikatelského záměru	21
2.7. Studie proveditelnosti	22
2.8. Délka podnikatelského plánu	22

2.9.	Kroky k sestavení úspěšného plánu.....	23
3.	Analytická část.....	25
3.1.	Popis zařízení.....	25
3.2.	Historie Zip-Linu.....	26
3.3.	Podmínky realizace	26
3.4.	Analýza konkurence	26
3.4.1.	Konkurence v ČR	26
3.4.2.	Konkurence v Evropě	27
3.4.3.	Konkurence ve světě	28
3.5.	Cílový segment.....	28
4.	Návrhová část.....	30
4.1.	Výběr lokality.....	30
4.1.1.	Charakter oblasti a důvody k jejímu zvolení pomocí SWOT analýzy.....	31
4.1.2.	Popis konkrétního místa	35
4.1.3.	Návštěvnost Pusteven.....	40
4.2.	Kapacita atrakce	41
4.2.1.	Počet lan.....	42
4.2.2.	Počasí	42
4.2.3.	Doba sjezdu	45
4.2.4.	Rezerva	46
4.2.5.	Otevírací doba	46
4.3.	Studie Zájmu	49
4.4.	Finanční Analýza.....	51
4.4.1.	Výnosy	52
4.4.2.	Ochota platit	53
4.4.3.	Náklady.....	55
4.4.4.	Rozdělení variant a jejich zisk	59
4.4.5.	Celkové zhodnocení a finanční ukazatele	63
4.5.	Realizace.....	64

4.5.1.	Způsob provedení	64
4.5.2.	Povolení.....	67
4.5.3.	Investoři	68
4.5.4.	Současný stav	70
Závěr.....		72
Literatura		73
4.6.	Seznam obrázků.....	76
4.7.	Seznam tabulek.....	77
4.8.	Seznam grafů	78
Přílohy		79

Úvod

Tématem mé bakalářské práce je zhodnocení realizace nové adrenalinové atrakce. O tuto atrakci jsem se zajímal již v minulosti, a proto pro mě byla volba tématu bakalářské práce jednoduchá.

Sportovní atrakce jako takové fungují v ČR již řadu let, některé úspěšně, jiné méně a některé fungují tak dobře, že se stávají zdrojem finanční nezávislosti jejich majitelů.

Ve většině případů je základním rozdílem mezi úspěšnými a neúspěšnými atrakcemi právě důkladně provedený podnikatelský plán. Cílem mého projektu je tedy vytvoření podkladů, na jejichž základě by bylo možné oslovit investora, a které by sloužily k objasnění otázek týkajících se realizace atrakce.

1. Cíle bakalářské práce

1.1.Cíle

Hlavním cílem mé bakalářské práce je vypracování projektu, na jehož základě se bude moci potenciální investor rozhodnout o výstavbě nové atrakce.

Tento hlavní cíl bude dokumentovat výsledky dílčích cílů, kterými mimo jiné jsou: jednotlivé analýzy, zpracování pravděpodobného vývoje z hlediska nákladů a výnosů, zpracování pravděpodobné návštěvnosti dané lokality, zjištění nezbytných povolení k realizaci stavby, finanční analýza a další.

1.2.Metodika práce

V teoretické části se zaměřím především na definici, význam a strukturu podnikatelského záměru. Teoretickou část vypracuju s použitím doporučené literatury a internetových zdrojů, v analytické a návrhové části uplatním dovednosti s modernějšími nástroji pro jednotlivé dílčí cíle vedoucí ke splnění cíle hlavního.

2. Teoretická část

V této části práce se zaměřím na definování podnikání, podnikatele, podnikatelského záměru, dále pak na jeho význam jak pro podnikatele, tak pro ostatní subjekty, a na závěr popíšu jednotlivé části, které by měl podnikatelský plán splňovat.

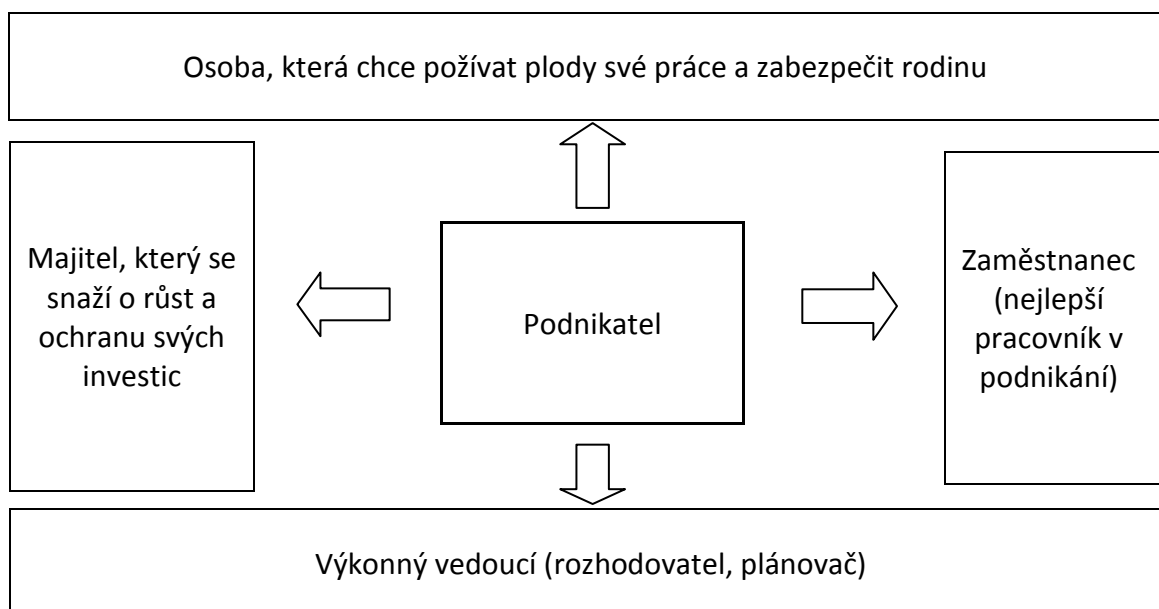
2.1. Podnikání

Dle definice v obchodním zákoníku se podnikáním rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku.

2.2. Podnikatel

Podnikatelem je:

- a) osoba zapsaná v obchodním rejstříku,*
- b) osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění,*
- c) osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění podle zvláštních předpisů,*
- d) osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu.*



Obr. 1: Funkce podnikatele
(Zdroj: Koráb, 2007, s. 27)

2.3. Definice podnikatelského záměru

„Podnikatelský plán je písemný materiál zpracovaný podnikatelem, popisující všechny klíčové vnější i vnitřní faktory související se založením i chodem podniku“ (Hisrich, 1996, 501s).

Podle Vojtěcha Korába (2007) je podnikatelský plán dokument, který slouží jak majiteli firmy, tak ostatním externím subjektům. Z hlediska podnikatele je jeho význam hlavně v kontrolní oblasti, kde podnikatel může sledovat naplňování svých podnikatelských aktivit (Koráb, 2007).

Udo Wupperfeld (2003) říká, že podnikatelský plán je pouze koncept podniku v písemné podobě, který obsahuje mj.:

- Cíle a strategie podniku
- Podnikatelský záměr a jeho přednosti
- Vymezení trhu, cílových skupin a konkurentů
- Další kroky budování podniku
- Plánování obrátu, hospodářského výsledku a financování

Dále tvrdí, že samotný záměr nestačí. Nestačí ani jeho správné načasování či provedení, ale že všechny tyto tři věci musí být v souladu k dosažení úspěchu (Wupperfeld, 2003).

záměr + správné načasování + správné provedení = úspěch
--

Obr. 2: Atributy podnikatelského záměru vedoucí k úspěchu
(Zdroj: Wupperfeld, 2003, s. 12)

2.4. Význam podnikatelského záměru

Jak bylo zmíněno v předchozí části u definice podnikatelského plánu, jeho přínos je nejen pro externí subjekty, ale i pro podnikatele samotného.

Podnikatelský plán je většinou podnikateli chápán jako obtěžující záležitost. Považují ho pouze za nástroj ke shánění externích zdrojů financování podniku. Nicméně podnikatelský plán je i nástrojem pro podnikatele samotného. Obecně se tedy dá říct, že podnikatelský plán slouží dvěma základním účelům:

2.4.1. K vnitřní potřebě podniku

Podnikatelský plán umožňuje podnikateli porovnat realitu se svými plány. Dále identifikovat jak moc se liší, v čem se liší a hlavně poskytují zpětnou vazbu podnikateli na otázku „proč“. Podnikatelský plán pomáhá plánovat příjmy a výdaje, což mu umožňuje lépe odhadnout jeho Cash Flow. Pokud podnik postupuje podle plánu, dá se odhadnout, kdy bude třeba zahájit jednotlivé změny k dosažení dalších cílů v podnikatelském plánu. Naopak pokud se podniku nedaří, podnikatelský plán upozorní, že se situace musí řešit, aby byl podnik schopný dostát svým závazkům.

2.4.2. K vnější potřebě, pro mimopodnikové účely

Hlavním mimopodnikovým účelem podnikatelského plánu je být nástrojem k získání externích finančních zdrojů. Předními poskytovateli těchto zdrojů jsou banky a investoři, kteří jsou velmi skeptičtí, pokud jde o šance zakládaných podniků na úspěch. Tito poskytovatelé musejí se svými prostředky zacházet velmi svědomitě a uvážlivě, a proto prověřují žadatele o kapitál velmi podrobně. K tomu aby mohla tato kontrola bonity potenciálního dlužníka proběhnout, co nejdůležitěji se předkládá podnikatelský plán. Pokud je tedy podnikatelský plán nejdůležitějším podkladem k získání finančních zdrojů, mělo by jeho důkladné vypracování mít nejvyšší prioritu. (Koráb, 2007)

2.4.3. Proč tedy psát podnikatelský plán

-prakticky všichni externí uživatelé – příznivci i oponenti – existenci plánu očekávají či přímo vyžadují

-plán je indikací serióznosti podnikatelského záměru

- plán zjednodušuje a usnadňuje jakoukoliv komunikaci týkající se přípravy a realizace jím zachyceného podnikatelského záměru
- plán je nezbytnou dokumentací pro investory a pro jejich externí hodnocení záměru a je tedy podmínkou nutnou pro získání peněžních prostředků
- plán je potřebnou dokumentací pro jakékoliv efektivní konzultace
- plán pomáhá „přilákat“ a získat správné lidi a institucionální podpory (dotace)
- plánování je aktivním učícím se prostředkem (Koráb,2007,72s)

2.5.Struktura podnikatelského záměru

„V České republice se lze často setkat s negativními názory na kvalitu a úroveň zpracování podnikatelských plánů. Podnikatelé mnohdy vůbec neuvažují o tom, co potřebuje investor, nebo banka, a zamýšlejí se pouze nad tím, co potřebují oni sami.“(Koráb, 2007, 35 s.)

Člověk využívá k poznávání okolního světa převážně zrak, proto i při sestavování podnikatelského plánu by měl být kladen velký důraz na jeho vizuální stránku. Na trhu kapitálu poptávka vysoce převyšuje nabídku, a proto by se každý podnikatel měl snažit svůj plán nějak odlišit, nikdy však na úkor vlastního obsahu, a dostat se tak do výhody. První dojem je podstatná věc, která může vyřadit podnikatelův plán ještě před podrobným zkoumáním, nicméně obsah a jeho věcná stránka budou vždy důležitější než sebelepší grafika. (Koráb, 2007)

Základní atributy podnikatelského plánu podle Wupperfelda (2003):

- Podnikatelskému plánu by měly rozumět i osoby, které se nevyznají v technice, především obchodníci poskytující kapitál.*
- Je zbytečné uvádět všechny technické detaily.*
- Plán by měl být zaměřen na výklad obchodních příležitostí, konkurenčních výhod, situace na trhu a budoucích úkolů podniku.*

-Soustřed'te se na podstatné věci a úplně, ale stručně objasněte důležité úkoly, příležitosti a rizika.

-Samotný obsah nestačí, je nutné zaujmout i zpracováním podnikatelského plánu.

-Nepřehánějte, poukažte na slabiny a rizika tak, aniž byste investora odradili.

-Aktualizujte a rozvíjejte svůj podnikatelský plán.

-Nepodceňujte prezentaci a vždy prezentujte profesionálním způsobem.

Každý podnikatelský záměr, který slouží ke druhému jmenovanému způsobu využití, tj. k vnější potřebě pro mimopodnikové účely, by se měl řídit tím, jaké informace vyžaduje poskytovatel kapitálu.

V literatuře je uvedeno velké množství struktur podnikatelských plánů. Jeho obsah by měl být pro každý podnik individuální záležitostí právě s ohledem na uživatele, některé atributy by však měl obsahovat každý podnikatelský plán (Koráb, 2007)

Jedná se o:

-Titulní strana

-Analýza trhu

-Popis podniku

-Výrobní plán (Obchodní plán)

-Marketingový plán

-Organizační plán

-Hodnocení rizik

-Finanční plán

-Exekutivní souhrn

-Přílohy (Koráb, 2007)

2.5.1. Titulní strana:

Jedná se o první stranu, která podává stručný obsah podnikatelského záměru, obvykle by na této straně měly být uvedeny skutečnosti, jako:

-název a sídlo společnosti

-jména podnikatelů a spojení na ně (telefon, e-mail)

-popis společnosti a povaha podnikání

-částka financování a její struktura

Titulní strana uvádí jakousi základní koncepci, kterou hodlá podnikatel rozvíjet.

2.5.2. Exekutivní souhrn

Tato část se většinou zpracovává až po dosažení určité fáze podnikatelského plánu. Jejím účelem je motivovat investory a podnítit jejich zájem o daný záměr. Investoři se totiž obvykle rozhodují právě po přečtení exekutivního souhrnu, zdali má cenu se záměru dále věnovat., a proto je tato kapitola jednou z nejdůležitějších.

2.5.3. Analýza trhu

V této části je nutné zohlednit celou řadu faktorů. Patří sem zejména analýza konkurenčního prostředí, v jejímž rámci jsou uvedeni všichni významní konkurenti včetně jejich slabých a silných stránek i možností, jak by mohli negativně ovlivnit tržní úspěch nového podniku. Dále je nutné detailně analyzovat odvětví z hlediska vývojových trendů a historických výsledků, uvést by se měly i předpovědi vydávané odvětvím nebo vládními orgány. A v neposlední řadě je nutné analyzovat zákazníky, na základě segmentace by měl být vytipován cílový trh pro nový podnik.

2.5.4. Popis podniku

V této části podnikatelského plánu by měl být uveden detailní popis nového podniku, a tím zprostředkovat potenciálnímu investorovi představu o velikosti a záběru daného podniku. Klíčovými prvky v této části podnikatelského plánu jsou:

-Výrobky nebo služby

-Umístění a velikost podniku

-Přehled personálu podniku

-Veškeré kancelářské zařízení

-Průprava podnikatele

2.5.5. Výrobní plán

Tuto kapitolu budou vypracovávat pouze výrobní podniky. Pokud nepůjde o výrobní podnik, pak se tato kapitola bude nazývat „obchodní plán“, která by měla obsahovat informace o nákupu zboží a služeb. U výrobního podniku by zde měl být zachycen výrobní proces, včetně popisu jednotlivých dílčích procesů včetně např. subdodávek. Dále by v této části měly být popsány jednotlivé postupy, používané stroje, materiál atd. Rovněž zde musí být odůvodnění, proč byli vybráni jednotliví dodavatelé a proč je pro podnik vhodné vyrábět formou subdodávek apod.

2.5.6. Marketingový plán

Tato část podnikatelského záměru bývá většinou potenciálními investory považována za nejdůležitější. Marketingový plán by měl obsahovat odhady objemu produkce služeb, odhad poptávky, popisovat distribuci a definovat propagaci, ze kterých se dá odvodit rentabilita nového podniku.

2.5.7. Organizační plán

V této části podnikatelského plánu je popsána forma vlastnictví nového podniku (osobní vlastnictví, obchodní společnost...). V případě obchodní společnosti je nutné detailněji

rozevřít informace o managementu a dále potom dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech, atd. Dále je zde shrnuta celá organizace činností uvnitř podniku.

2.5.8. Hodnocení rizik

Před každým novým podnikem vyvstávají určitá rizika. Je důležité, aby podnikatel tato rizika rozpoznal a připravil si účinnou strategii k jejich zvládnutí. Největší rizika mohou plynout z reakce konkurence, ze slabých stránek marketingu, výroby či manažerského týmu nebo technologického pokroku. Pro podnikatele je žádoucí tato rizika analyzovat a připravit alternativní strategie pro případ, že se některé ze jmenovaných rizik projeví. Pro potenciálního investora je tento přístup zárukou toho, že podnikatel si je takových rizik vědom a je připraven jim v případě potřeby čelit.

2.5.9. Finanční plán

Finanční plán tvoří neméně důležitou součást podnikatelského plánu. Určuje objemy investic, které nový podnik potřebuje a ukazuje, nakolik ekonomicky reálný podnikatelský plán jako celek je. Finanční plán se zabývá třemi nejdůležitějšími oblastmi, a to:

- Předpověď příslušných příjmů a výdajů s výhledem alespoň na 3 roky. Jsou zde zahrnuty očekávané tržby a předpokládané náklady.
- Vývoj hotovostních toků (Cash-flow) v příštích alespoň 3 letech.
- Odhad rozvahy (balance), který poskytuje informace o finanční situaci podniku k určitému datu.

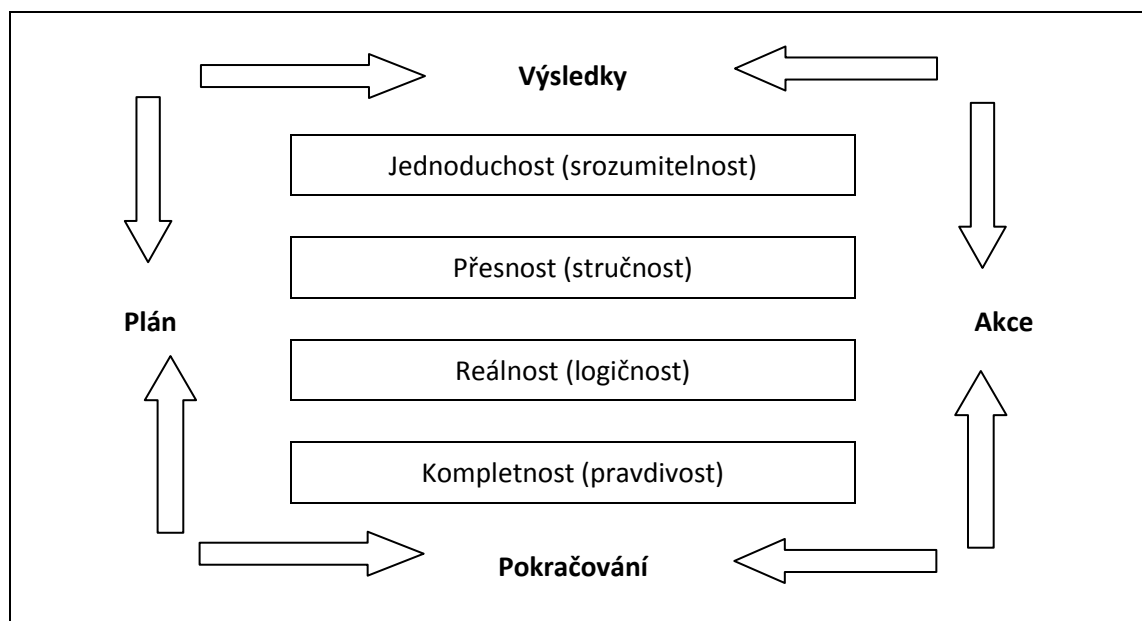
2.5.10. Přílohy (podpůrná dokumentace)

Zde jsou obvykle uvedeny informativní materiály, které není nutné začlenit do samotného textu. Ten by však měl obsahovat odkazy na ně. Příkladem takových informativních materiálů mohou být korespondence se zákazníky, dodavateli, dále potom informace z primárního výzkumu, atd. (Koráb, 2007)

2.6. Neúspěch podnikatelského záměru

K důvodům, které vedou ke zpracování špatného podnikatelského plánu a následnému podnikatelskému neúspěchu, lze přiřadit jednu či více z následujících skutečností:

- Podnikatel si vytyčil nepřiměřené cíle
- Vytyčené cíle nejsou měřitelné
- Podnikatel se nerozhodl, zda se plně věnuje podnikání nebo rodině
- Podnikatel nemá zkušenosti v oblasti plánování podnikání
- Podnikatel nemá smysl pro potenciální ohrožení nebo slabé stránky svého podniku.
- Nebyl zjištěn zájem zákazníků o nabízený výrobek nebo službu. (Koráb, 2008)



Obr. 3: Podnikatelský plán jako součást procesu plánování
(Zdroj: Koráb, 2007, s. 38)

2.7.Studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti (feasibility study) je další možností netradičního uplatnění podnikatelského plánu. V literatuře existuje poměrně velké množství definic studie proveditelnosti. Zde uvedeme tři nejpoužívanější definice.(Koráb, 2007)

- 1) Studie proveditelnosti- pravděpodobnostní studie-je cesta k určení (determinaci), zda podnikatelská myšlenka je realizovatelná. (zeptejte se:„může toto fungovat a produkovat hodnotu nutného zisku?“)
- 2) Studie proveditelnosti – je detailní průzkum a analýza navrhovaného projektu rozvoje ke zjištění, zda je projekt životaschopný technicky a ekonomicky.
- 3) Studie proveditelnosti – je analýza problému k určení, zda něco může být řešeno efektivně. Operativně (bude to pracovat?), ekonomicky (náklady a přínosy) a technicky (může to být postaveno?) – tyto aspekty jsou součástí studie proveditelnosti. Výsledky studie určují, zda rozhodnutí může být implementováno.(Koráb, 2007, 34s)

Účelem studie je analyzovat záměr z několika hledisek a o výsledcích informovat vrcholový management formou tzv. „zprávy o proveditelnosti“, někdy nazývané jako seznam možností. Funkcí studie je porovnat jednotlivé možnosti z ekonomických a další aspektů a jejím vyhodnocením by měla být zvolena neoptimálnější varianta. Pokud je studie proveditelnosti zpracovávána na určitý projekt, může jejím výsledkem být např. z technického hlediska posouzení samotné realizovatelnosti (výstavby) daného projektu.

2.8.Délka podnikatelského plánu

Je velmi těžké říci, kolik stran má mít podnikatelský plán. Již bylo řečeno v předcházející kapitole, že podle jednotlivých druhů určení podnikatelského plánu jsou některé části plánu více či méně propracovány. V podnikatelských plánech pro speciální určení (studie proveditelnosti) jsou dokonce některé části navíc.

Měření rozsahu podnikatelského plánu počítáním stránek není vhodné. Lepší je zaměřit se na jeho kvalitu s respektováním pravidel jednoduchosti, přesnosti a reálnosti a jeho kompletnosti. Například dvacetistránkový podnikatelský plán s hustým textem a bez

obrázků a grafické úpravy může být mnohem náročnější než 35stránkový podnikatelský plán dobře čtivý, logický a s dobrou grafickou úpravou. Měřte délku podnikatelského plánu jeho čtivostí a výstižným souhrnem.

Dobrý podnikatelský plán by měl čtenáře seznámit s celkovou ideou v jejích hlavních rysech, bez zbytečného vracení v textu, přeskoků z jedné kapitoly do druhé. V jednotlivých druzích podnikatelských plánů se objevují velké rozdíly v celkovém formátu, grafice a ilustracích. Velmi důležitá je propracovanost souhrnů.

Obecně lze konstatovat, že podnikatelský plán by neměl být delší než 5-10 stran. Nicméně propracované podnikatelské plány pro velké podniky mohou mít naopak sto a více stran. Standardní počet stran podnikatelského plánu pro začátek podnikání (start-up) je 20 až 40 stran textu (velmi dobře čitelného) s diagramy, tabulkami a přílohami.

Správná délka podnikatelského plánu závisí na účelu, pro který je připraven.(Koráb, 2007)

2.9.Kroky k sestavení úspěšného plánu

- 1) Vyjasnění si očekávání – co vlastně plánujeme a proč, o jaký plán jde a k čemu bude
- 2) Vymezení si vlastního podnikání – tj. podnikatelských aktivit – v čem podnikáme, v čem případně chceme podnikat
- 3) Zhodnocení a vydefinování současného stavu podnikání, jeho úrovně fungování – základem je interní analýza podniku včetně finanční analýzy
- 4) Zhodnocení externích faktorů fungování podniku, vydefinování tržních podmínek, konkurence a reálné tržní pozice podniku – základem je externí analýza makro- a mikroprostředí podniku
- 5) Definování strategických cílů, klíčových záměrů podniku v konkrétní a měřitelné podobě a případně strukturu dílčích cílů – ideálně SMART cíle
- 6) Navržení a definování proveditelné strategie či strategií pro realizaci a dosažení strategických (klíčových) cílů
- 7) Identifikace rizik (hrozeb), případně i možných příležitostí nezahrnutých v základní strategii (bod6) a vytvoření alternativních strategických scénářů omezujících rizika a využívajících zmíněných příležitostí

- 8) Rozpracování a doladění základní strategie (ideálně i dalších strategických scénářů z bodu 7) do podoby konkrétních funkčních, resp. Útvarových strategií a operačních plánů
- 9) Projekce finančních toků, nákladů a výnosů v kontextu navržené základní strategie a strategických scénářů
- 10) Finalizace plánu a jeho formy adekvátně účelu, schválení „klíčovými hráči“ a příprava na implementaci (projekt)
- 11) Praktické využívání plánu, práce s plánem a v průběhu jeho realizace (včetně jeho komunikování, sdílení, monitoringu vývoje reality, verifikací plánu, revizí a případných úprav plánu a scénářů aj.) (Koráb,2007,96s)

3. Analytická část

Tato část slouží k obecnému popsání služby, její historie, využitelnosti a popisu segmentu, který by mohl danou atrakci využívat.

3.1. Popis zařízení

Zip-Line také psáno Zipline je obecné označení, které sjednocuje pojmy jako Aerial Ropeslide, Death Slide, Flying Fox, Zip Wire a další. Všechny tyto pojmy jsou označením stejné atrakce, která se podle jednotlivých názvů liší např. v délce nebo způsobu provedení. Základním principem této atrakce je spouštění lidí po většinou ocelovém laně z horní stanice ke stanici spodní s využitím gravitace (viz. Obr. 4). Zákazníci jsou většinou vybaveni sedáky nebo speciálními postroji, které jsou za pomoci kladky a karabin připnuty k lanu. Jako Zip-Line bývají označovány atrakce s délkou několika málo metrů s malým sklonem určeny spíše dětem na dětských hřištích, ale také profesionální dráhy s délkou několika kilometrů a s maximální možnou rychlostí přesahující 100km/h. Zákazník vyjíždí z horní stanice, která může být podle podmínek součástí terénu nebo může dosahovat výšky i několika desítek metrů nad zemí pro větší sklon. Zákazník je samozřejmě před samotným vyjetím poučen a vybaven helmou, někdy též rukavicemi. Následuje samotná jízda, která je ukončena brzdným systémem na spodní stanici. Zip-Line je možné provozovat celoročně.



Obr. 4: Jízda na Zip-Linu
(Zdroj: Smarie29.blogspot, 2010)

3.2.Historie Zip-Linu

Kdy se začal Zip-Line oficiálně využívat není známo. Má se za to, že již v 18. Století byl Zip-Line využíván v Číně jako způsob dopravy. Například v Austrálii byl Zip-Line využíván jako způsob dopravy jídla, surovin nebo tabáku do špatně přístupných oblastí nebo třeba přes řeku. Dokonce byl využíván australskými vojáky pro přepravu munice a zpráv pro vojáky v předních liniích. Postupem času se začínal Zip-Line využívat i pro komerční účely jako zdroj zábavy. Kolem 20. Století se začínají stavět delší a rychlejší dráhy, aby uspokojily zvyšující se poptávku po této atrakci.(Wikipedie, 2013)

3.3.Podmínky realizace

Stavební společnosti na svých stránkách udávají, že pro realizaci je nutný sklon od 5 do 40°. Samozřejmě, že vše záleží na konkrétních podmínkách, které ovlivňují způsob a vůbec možnost realizace. Jsou to především terén, délka lana, výška věží a sklon. V našich podmínkách je pro realizaci nutné stavební povolení, pro jehož souhlas je nutné vyjádření všech dotčených subjektů. Jednou z posledních podmínek je základní kapitál, který je dán typem, velikostí a provedením atrakce. Obecně se pak jedná o částku přibližně od 2 do 40 milionů.(Ropescourses, ©2003-2013)

3.4.Analýza konkurence

3.4.1. Konkurence v ČR

Na internetu nelze dohledat žádný Zip-Line na území České republiky. Tuto informaci mi potvrdili účastníci veletrhu horských technologií v Říjnu 2012. V České republice není žádná atrakce, která by se dala považovat za Zip-Line v pravém slova smyslu. Jsou zde pouze překážky podobného typu jako součást lanových parků. Délka těchto překážek je pak přibližně do 50m. Jedinou atrakcí, která se nejvíce blížila provedením Zip-Linu byla atrakce v mostech u Jablunkova.“Nejdelší sjezd na laně v ČR – opět další nej... Gorolszus má délku 232 m. Jde o sjezd na visutém laně, které účastník sjezdu sjíždí zavěšen na horolezeckém sedáku po kladce.“. Kvůli neprofesionálnímu provedení zde docházelo k častým zraněním a dráha je nyní zavřená. Hlavním rozdílem mezi

klasickým Zip-Linem v pravém slova smyslu a podobnými službami nabízenými v ČR je délka. Vzdálenost obou věží a terén mezi nimi udává sklon a pnutí lana a následnou rychlost a dobu sjezdu, které naprosto odlišují tuto atrakci od všech podobných atrakcí dostupných na našem trhu.(Skimosty, 2012)

3.4.2. Konkurence v Evropě

Konkurence v Evropě je poněkud početnější. Komerčně využívaných Zip-Linů je v Evropě okolo 60, z toho ale pouze 8 z nich přesahuje délku 800m. Většinou se rovněž jedná o součást lanových parků. Nejbližší konkurenční Zip-Line je Flying Fox XXL v Rakousku, který byl uveden do provozu 16.5.2012. Tato atrakce je dlouhá 1600m s maximální potenciální rychlostí 130km/h. V nejvyšším bodě se lano nachází 140m nad zemí. Cena jedné této jízdy pro dospělou osobu je 79E čili zhruba 2 000Kč.



Obr. 5: Flying fox XXL
(Zdroj: Krone, © 2013)

Další Zip-Liny na území Evropy se nacházejí především v Německu, Rakousku, Švýcarsku, Slovensku, Itálii a Francii.

3.4.3. Konkurence ve světě

Počítaje pouze profesionální komerční Zip-Liny tak se odhaduje, že na světě se těchto atrakcí nachází kolem 300. Z toho 100 je v USA. V USA se Zip-Line velmi oblíbil a jenom za rok 2010 bylo v USA postaveno 24 komerčně využívaných Zip-Line středisek. Dokonce se v USA nachází společnosti, které prodávají know-how formou franchisingu. Dalšími oblastmi s vyšším počtem těchto atrakcí jsou Nový Zéland, Austrálie a Jižní Amerika. Tyto atrakce jsou většinou lokalizovány v turistických oblastech a jejich cena se pohybuje v přepočtu od 800Kč do 2500Kč.(Ziplinerider, © 2009)

3.5. Cílový segment

U konkurenčních Zip-Linů musí zákazník splňovat několik omezujících podmínek, aby vůbec mohl být připuštěn ke sjezdu. Tyto podmínky jsou:

-Věk (věk nemusí být vůbec omezujícím kritériem, neboť nemá dostatečnou vypovídací hodnotu a nijak neovlivňuje ostatní parametry zákazníka. Dříve bývalo toto kritérium uplatňováno i např. v lanových parcích, nyní se klade důraz na jiné atributy jako např. výška zákazníka)

-Výška (další atribut, který musí být splněn u konkurenčních Zip-Linů. Tento atribut bývá pak omezen zespod a to minimální výškou. Záleží na provedení atrakce, ale zákazník nemůže být příliš malý, aby mu mohly být upevněny popruhy a připevněna kladka na ocelové lano)

-Váha (tento parametr je u atrakce nejdůležitějším. Zpravidla bývá omezen jak spodní tak horní hranicí. Spodní hranice se udává kvůli nabrání dostatečné rychlosti, kdy v případě nižší váhy by mohl zákazník zůstat viset před dosažením brzdného systému spodní stanice. Horní hranice je pak stanovena z opačného důvodu. Existují sice i samobrzdicí kladky, které ani při vyšších zatíženích nedovolí překročit určitou rychlost, nicméně bývají patentované a nákladné. Další věcí je omezená nosnost lana. Některé Zip-Liny jsou konstruovány tak, aby byl umožněn sjezd dvou lidí na jednom laně a tudíž toto kritérium také nemusí být směrodatné)

-Zdravotní stav (Zip-Line je adrenalinová atrakce a není vhodná pro lidi trpící jakoukoliv srdeční poruchou, zvýšeným tlakem nebo třeba pro těhotné ženy)

Segmentem, který by z hlediska splnění podmínek atrakce mohl být k jízdě vůbec připuštěn – zdraví muži i ženy ve věku od 6 do 50 let.

4. Návrhová část

V této stěžejní části bude objasněno konkrétní místo realizace, důvody k jeho zvolení zachycené pomocí SWOT analýzy, návštěvnost cílové lokality, výpočet kapacity atrakce a popis studie zájmu.

4.1. Výběr lokality

Výběr lokality patří k nejdůležitějším faktorům pro úspěch. Naší cílovou lokalitou je střední část Moravsko-slezských Beskyd, Pustevny.



Obr. 6: Cílová lokalita
(Zdroj: Fotoslav, 2008)

„Pustevny dostaly své jméno díky poustevníkům, kteří zde pobývali. Lidé, zejména příznivci Pohorské jednoty Radhošť, brzy objevili, v čem spočívá krása tohoto půvabného kraje a začali zde budovat turistické chaty a útulny. Jako jedna z prvních zde byla postavena útulna Maměnka a restaurace Libušín (1894) podle projektu známého architekta Dušana Jurkoviče. Tyto stavby dodnes patří k těm nejcenějším kulturním památkám Beskyd. V roce 1996 získaly statut národní kulturní památky a byly zrekonstruovány do původní podoby podle dobových Jurkovičových plánů, které byly objeveny ve Státním archivu v Bratislavě. Z Pusteven se můžete vydat na horu Radhošť, která se stala symbolem zdejšího kraje. Po cestě směrem k Radhošti potkáte sochu

pohanského boha úrody, pohostinnosti, plodnosti, slunce, války, řemesel a obchodu Radegasta od frenštátského rodáka Albína Poláška. Radhošť (1129 m) je nejvyšším vrcholem radhošťských Beskyd a okresu Nový Jičín. Na jeho vrcholku se nachází sousoší a kaple sv. Cyrila a Metoděje. Stavbu navrhl kroměřížský stavitel a architekt Skibinský ve stylu byzantských staveb, aby tak symbolizoval byzantský původ obou světců. V roce 1897 byl položen základní kámen a už v roce 1898 byla kaple dokončena. Později byla obložena šindelem a k budově byly navíc přistavěny ochozy a zvonice. Výše uvedené sousoší Cyrila a Metoděje bylo postaveno na místě kamenného kříže z roku 1805.“(Skialpin, © 2012).

4.1.1. Charakter oblasti a důvody k jejímu zvolení pomocí SWOT analýzy

Silné stránky:

1)Návštěvnost – pro určení přibližné návštěvnosti jsou různými společnostmi prováděny na zakázku tzv. „studie návštěvnosti“. Tyto studie jsou většinou komerční a konkrétně v Pustevnám se na internetu nedají dohledat. Celková návštěvnost bude blíže objasněna v odstavci návštěvnost.

2)Segment návštěvníků – na rozdíl od ostatních turistických oblastí Moravsko-Slezských Beskyd jsou na Pustevnách ve větší míře zastoupeny věkové skupiny do 20 let a starší 45. Je to dáno charakterem oblasti, která láká turisty nejen na pěší výlety, ale také k poznání historických budov nebo k relaxaci.

3)Dostupnost – věcí, která souvisí s předešlými body, je dostupnost dané lokality. Pustevny se dají navštívit za pomoci téměř všech dopravních prostředků:

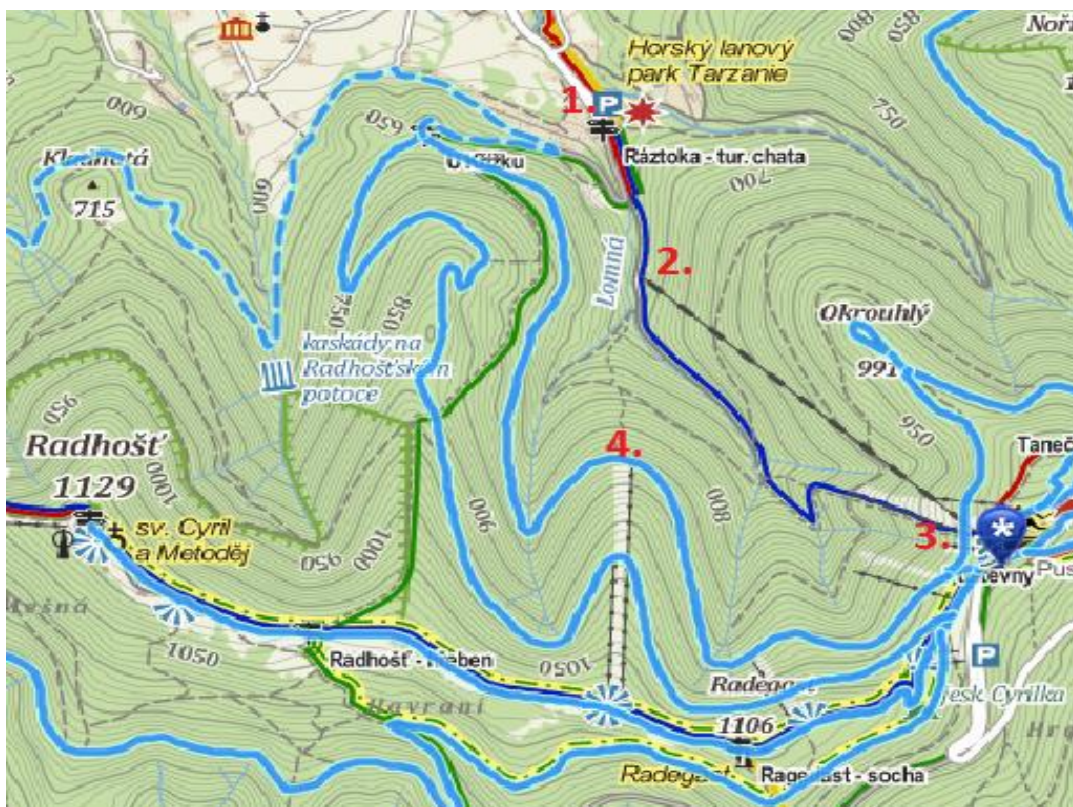
Auto – na Ráztoce (Spodní část Pusteven) se nachází soukromé parkoviště, na kterém je možné za menší poplatek (cca 60Kč/den) zanechat svůj automobil.

Autobus – Přímo pod parkovištěm se nachází autobusová zastávka Ráztoka. Tento spoj jezdí i přes víkendy přibližně každou hodinu z blízkého města Frenštát pod Radhoštěm, který je od Pusteven vzdálen přibližně 5km.

Vlak – další variantou může být využití vlakového spojení do města Frenštát pod Radhoštěm a následné využití autobusové dopravy.

Kolo - cykloturistika patří v Pustevnách k velmi oblíbeným. Pro dosažení Pusteven je k dispozici asfaltová cesta od parkoviště Ráztoka až k vrcholu Pusteven, která je nejpoužívanější, ale zdaleka ne jediná.

Pěší – Jednou z posledních variant je vydat se po vlastních. K dosažení vrcholu může sloužit stejná asfaltová cesta jak pro cykloturistiku či kterákoliv jiná z mnoha lesních cest. Faktor, který pravděpodobně nejvíce ovlivňuje návštěvnost pěších turistů, je sedačková lanovka se spodní stanicí přibližně 600m vzdálené od parkoviště s celkovou délkou vzdušné čáry cca 1,6 km.



Obr. 7: Popis Pusteven
(Zdroj: Vlastní zpracování dle Mapy)

Legenda obrázku:

- 1 Parkoviště Ráztoka
- 2 Spodní stanice lanové dráhy
- 3 Horní stanice lanové dráhy
- 4 Asfaltová cesta (Modrá barva navazující na zelenou)

4) Vzdálenost – Mé současné bydliště je ve Frenštátě pod Radhoštěm a tudíž i vzdálenost atrakce by pro byla přijatelnější než na jiných místech. Tento fakt by mi umožňoval hlavně flexibilnější správu atrakce.

5) Možnost kooperace – v blízkosti plánované spodní stanice se nachází horský lanový park Tarzanie, který je provozován společností Balance Outdoor s.r.o. Jediným jednatelem této společnosti je Milan Michna, se kterým jsme předběžně jednali, a z ústní domluvy vyplynulo, že by se případné spolupráci nebránil.

Slabé stránky:

1)Ochrana přírody – tato oblast spadá do několika tříd, které jsou chráněny legislativou ČR i Evropské Unie. Jedná se např. o: Chráněnou krajinnou oblast Beskydy, Naturu 2000, Ptačí oblast a další. Z tohoto pohledu je velmi obtížná realizace stavby.

2)Nedostatek stavební plochy – většina pozemků Pusteven patří do zóny krajinné zeleně, kde platí přísná pravidla pro stavbu nových staveb. Z tohoto hlediska máme velmi omezené možnosti, kde stavby lokalizovat.

3)Dostupnost konkrétního místa - Kvůli bodu č. 2 máme na výběr horní stanice v podstatě pouze jediné místo. Toto místo nepředstavuje epicentrum veškeré návštěvnosti Pusteven a jeho dostupnost od horní stanice lanové dráhy je mírně komplikovaná.

Příležitosti:

1)Poptávka v dané oblasti - Podle průzkumu, který byl proveden v roce 2004, bylo zjištěno, že v oblasti Beskyd návštěvníkům nejvíce chybí:

1. Infrastruktura
2. Sportovní vybavení
3. Zábavní centra

Jedinou změnou od té doby může být výstavba lanového parku Tarzanie.

2)Zájem místních úřadů - 11.5.2013 vyšel na internetovém portálu www.idnes.cz článek jehož nadpis říká:“ V Jeseníkách vsadili na adrenalin, Beskydy tápou“. Situace v Beskydech se co do počtu návštěvníků stále snižuje a místní úřady jsou si toho vědomy. Z tohoto důvodu by se měly snažit podporovat inovační projekty, které přilákají více turistů do této oblasti.

Hrozby:

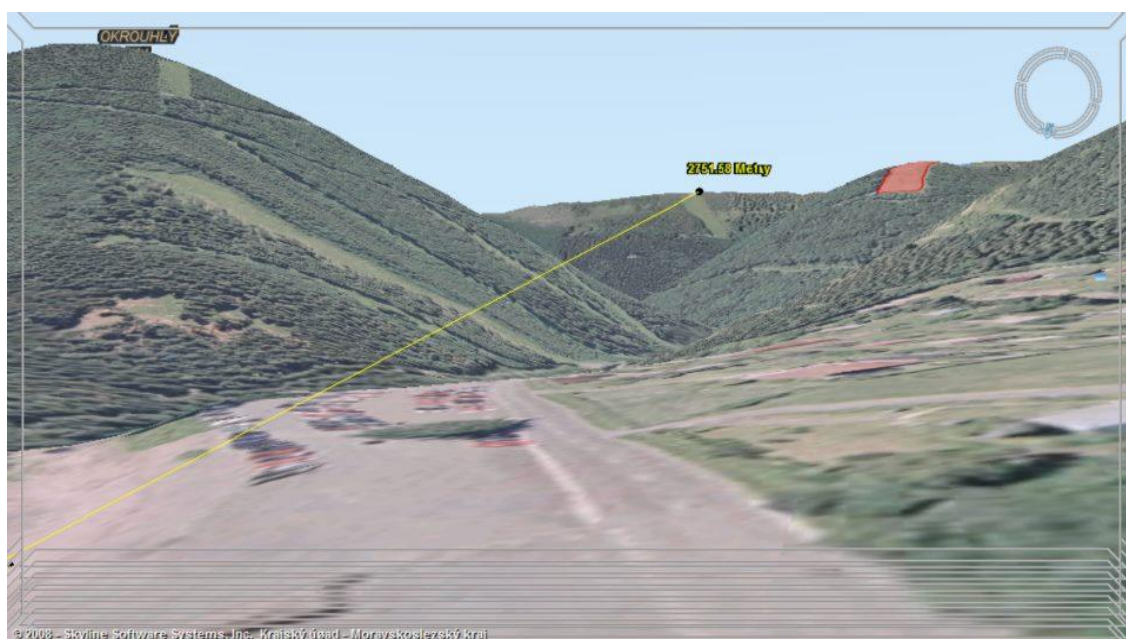
1)Doprava vybavení - Jedna ze tří potenciálních možností dopravy sedáků zpět na horní stanici představuje dopravu pomocí automobilu po zmiňované asfaltové cestě. Cestu smějí využívat pouze osoby s povolením, což je možná hrozba v případě neudělení

povolení. Dále jsme zjistili, že CHKO Beskydy plánují využívání této cesty omezit na nezbytné. Dalším problémem je, že v zimních měsících je cesta využívána lyžaři a její stav by neumožňoval použití této varianty pro dopravu sedáků.

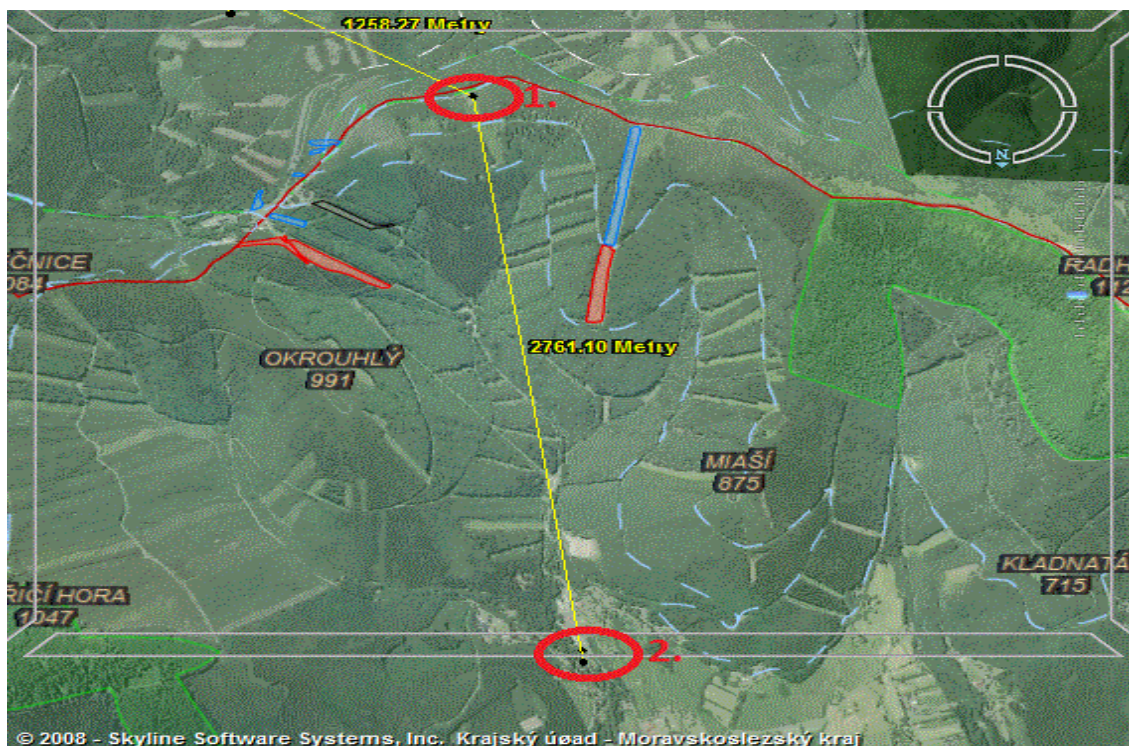
2) Církevní restituce – Dokud nebudou vyřešeny otázky týkající se církevních restitucí, tak není možné udělit v dané oblasti jakékoliv stavební povolení.

4.1.2. Popis konkrétního místa

Jak již bylo řečeno, naším cílem je lokalizovat Zip-Line v oblasti Pusteven. Kvůli chráněnému území, ve kterém nejsou povoleny tyto typy staveb, nám pro lokalizaci horní stanice i s přihlédnutím k ostatním podmínkám zbývá pouze jediné místo. Horní stanice Zip-Linu by měla být postavena v místě dozorčí chaty na bývalé sjezdovce u hotelu Slalomák. Spodní stanice pak na parkovišti u Ráztoky v blízkosti horského lanového parku Tarzanie, což nám dává přibližně 2800m dlouhou trať.



Obr. 8:3D model Pusteven
(Zdroj: Vlastní zpracování dle kr-moravskoslezsky, © 2013)



Obr. 9: Lokalizace stanic
(Zdroj: Vlastní zpracování dle Mapy)

Legenda obrázku:

- 1 Horní stanice Zip-Linu
- 2 Spodní stanice Zip-Linu

-dozorčí chata (při stavbě vleku k lyžařské sjezdovce je nutné, v případě že nejde ze spodní části vleku vidět až k místu výstupu a po celou jeho délku, vybudovat dozorčí stanici, která slouží ke kontrole provozu vleku. Z tohoto důvodu byla vybudována tato chata viz fotografie. V současnosti je nepoužívána a s jejím majitelem jsme jednali o odkoupení. Z důvodu legislativy nelze v této oblasti stavět nové stavby našeho účelu, může se pouze jednat o změnu stávajících staveb.



Obr. 10: Dozorčí chata
(Zdroj: Vlastní zpracování)

-**Sjezdovka** (sjezdovka byla v době provozu pronajata Skialpinem od Lesů ČR. V současnosti se sjezdovka nevyužívá, byl odstraněn vlek a spodní stanice vleku je v demoličním stavu. Lesy ČR mají ze zákona povinnost sjezdovku zalesnit. Po konzultaci na lesní správě ve Frenštátě pod Radhoštěm jsme byli ujištěni, že o zalesnění se bude jednat až v Říjnu 2013. Pokud do té doby doložíme projekt, jehož realizaci by zalesnění bránilo, bude zalesnění upraveno našim účelům nebo minimálně odloženo do doby získání či nezískání stavebního povolení.

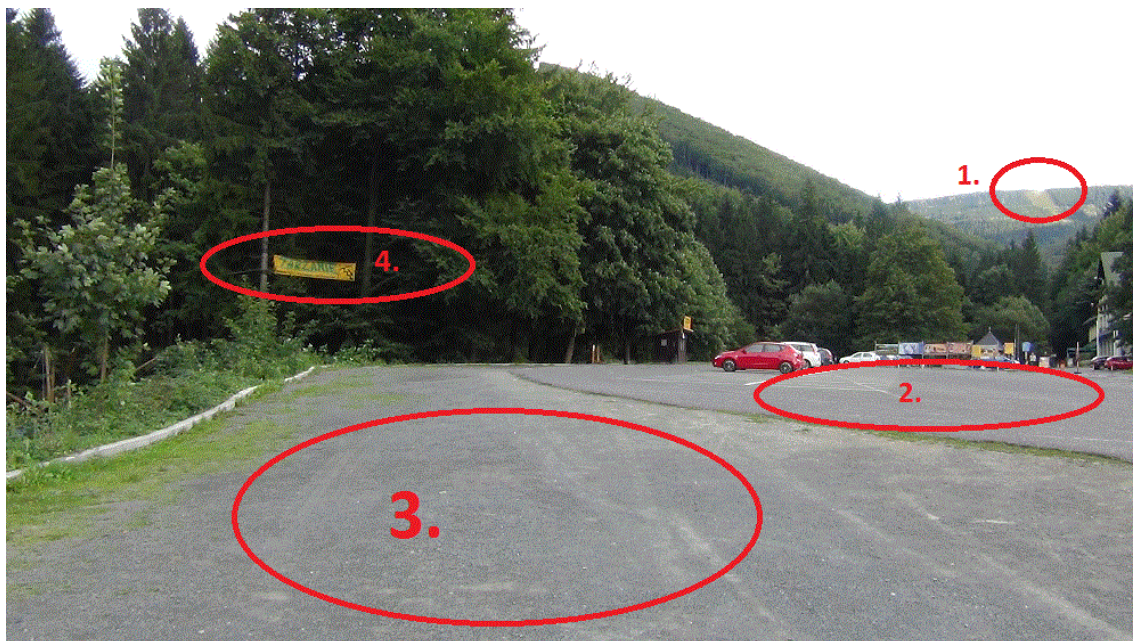


Obr. 11: Sjezdovka u horní stanice
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Legenda obrázku:

- 1 Parkoviště u Ráztoky
- 2 Spodní stanice vleku

-**Spodní stanice** (Spodní stanice by se měla stavět na parkovišti u Ráztoky. Tato plocha patří do zastavěné oblasti, a tudíž je na výběr více variant pro umístění spodní stanice. V blízkosti parkoviště se nacházejí stromy, které vyžadují, aby spodní věž byla vystavěna v takové výšce, která by umožnila propnutí lana nad korunami stromů. O vybudování atrakce a hlavně pak spodní stanice na parkovišti jsme jednali s jeho majitelem, který opět ústně přislíbil podporu při realizaci.



Obr. 12: Lokalita pro spodní stanici A
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Legenda obrázku:

- 1 Horní stanice Zip-Linu
- 2 Plocha parkoviště
- 3 Zpevněná část parkoviště, která není využívána k parkování
- 4 Horský lanový park Tarzanie

V krajním případě lze vybudovat spodní stanici i na pozemku, který již k pozemku parkoviště nepatří. Jeho vlastníkem je obec Trojanovice, jejíž starosta rovněž ústně přislíbil podporu projektu. Tuto variantu znevýhodňuje fakt, že spodní stanice bude muset být kvůli výškovému profilu a výšce stromů pod dráhou co možná nejvyšší. Z fotografie vyplývá, že tato plocha je oproti parkovišti podstatně níže a tento nedostatek by musel být kompenzován větší výškou věže.



Obr. 13: Lokalita pro spodní stanici B
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Legenda obrázku:

- 1 Horní stanice
- 2 Pozemek obce Trojanovice
- 3 Horský lanový park Tarzanie

4.1.3. Návštěvnost Pusteven

Jak již bylo zmíněno v analytické části, zjistit přesnou návštěvnost je věcí spíše teoretickou. Návštěvnost obecně bývá velmi často zjišťována pomocí tzv. „studií návštěvností“. Tyto studie jsou většinou komerčně využitelné, a proto je přístup k těmto informacím výrazně omezen. Za účelem získání těchto informací jsem navštívil CHKO Beskydy v Rožnově pod Radhoštěm, kde jsem jednal s Ing. Františkem Šulganem, který přislíbil dodání dat, pokud budou použity k účelům mé bakalářské práce. Bohužel mě o pár dní později kontaktoval, že mi tyto data poskytnout nemůže z již zmiňovaného důvodu. Při určení, co možná nejpřesnějšího počtu návštěvníků za rok jsem vycházel z dat o návštěvnosti Beskyd celkově, návštěvě jednotlivých kulturních akcí či počtu lístků prodaných lanovkou. Nejrelevantnějším ukazatelem pro mě bylo právě využití lanové dráhy. Společnost Skialpin, která mimo jiné právě provozuje i lanovku na Pustevnách, na svých webových stránkách udává, že lanovka ročně vyveze přes

200 000 lidí. Dále v zimních měsících je každoročně organizována výstava ledových soch na Pustevnách, kterou během 4 dnů každoročně navštíví 20 000 lidí. Z dat, která jsou k odhadu návštěvnosti relevantní (Návštěvnost Beskyd celkově, počet lístků prodaných lanovkou,...) jsem určil přibližnou průměrnou návštěvnost na 230 000 lidí ročně. Tuto návštěvnost jsem pro stanovení cílů Finanční Analýzy dále rozdělili na jednotlivé měsíce a jednotlivé věkové skupiny (podle skupin v dotazníku viz Studie zájmu) podle procentuelních koeficientů následujícím způsobem:

Tab. 1: Procentuální zastoupení v jednotlivých měsících

L	Ú	B	D	K	Č	Č	S	Z	Ř	L	P
20,0%	10,0%	3,0%	3,0%	8,0%	10,0%	12,0%	12,0%	8,0%	5,0%	2,0%	7,0%

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Nejvyšší čísla jsou v zimních měsících, kdy se jedná hlavně o lyžaře. Nejnížší jsou pak na jaře a na podzim, kdy není počasí příliš teplé, nejsou prázdniny a ještě není sníh, aby oblast navštěvovali lyžaři.

Tab. 2: Procentuální zastoupení věkových skupin

<17	18-25	26-35	36-50	50+
10,0%	35,0%	25,0%	25,0%	5,0%

(Zdroj: Vlastní zpracování)

4.2. Kapacita atrakce

Kapacitou atrakce se rozumí, kolik potenciálních zákazníků může atrakci využít za určitý časový úsek, většinou 1 rok. Kapacitu si dále pro naše účely spočítáme i na jednotlivé měsíce a dny v daných měsících, pro přesnější odhady. Kapacitu Zip-Linu nejvíce ovlivňuje 5 základních faktorů, jsou to:

- 1) Počet lan

- 2) Počasí
- 3) Doba sjezdu
- 4) Rezerva
- 5) Otevírací doba

4.2.1. Počet lan

Počet lan je pravděpodobně číslo od 1 do 2. Cílem je postavit Zip-line se 2 lany a s možností budoucího rozšíření v případě omezení z hlediska kapacity. Je možné, že z hlediska proveditelnosti nebude realizace 2 lan možná, a proto do pesimističtější varianty budu počítat s 1 lanem. Počet lan je atribut, který v největší míře ovlivňuje počet maximálně přípustných sjezdů za rok.

4.2.2. Počasí

Dalším důležitým atributem je počasí. Pro výpočet tohoto omezení jsem analyzoval data z nejbližší meteorologické stanice v podobné nadmořské výšce. Jedná se o stanici na Lysé hoře (1323m.n.m.), která je vzdálená od cílové lokality přibližně 15,2 km. K tomuto účelu jsem analyzoval denní data o:

- Max. teplotě
- Min. teplotě
- Úhrnu srážek
- Sněhové pokrývce
- Nárazu větru

Tyto data byla analyzována za časový horizont 5 let přes webovou stránku in-pocasi.cz. Od roku 2008 po rok 2012 a následně zprůměrována. Důvodem této analýzy byl fakt, že atrakci nelze provozovat za všech podmínek např. za deště, velkém větru apod. Po stanovení omezujících podmínek, které jsou relativní k jednotlivým měsícům, dostaneme číslo přibližně 153,4 dní. Toto číslo říká, kolik dní v roce je možné provozovat Zip-Line z hlediska počasí. Omezující podmínky byly stanoveny:

Max. teplota 30°C(Při vyšší teplotě by mohlo docházet k většímu zahřívání lana a následnému zvýšenému opotřebení během jízdy. Tato podmínka není omezující z hlediska provozuschopnosti, nýbrž jen z hlediska efektivity.

Min. teplota -10°C(Při této a nižší teplotě může docházet ke zvýšenému namrzání lana a tím brzdění, případně i zastavení kladky z důvodu námrazy na laně.)

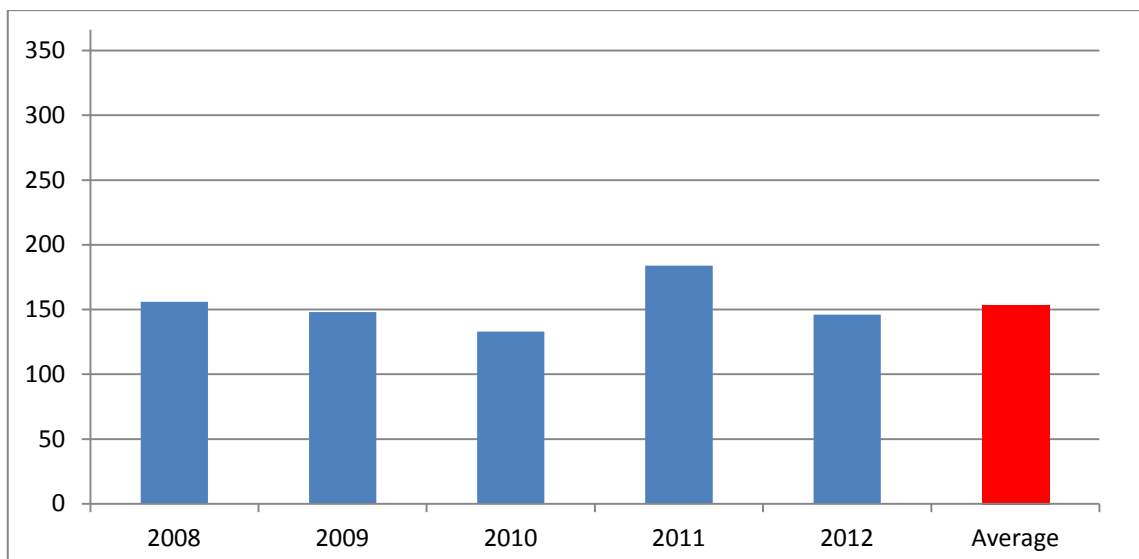
Max. vítr 100 km/h(Meteorologická stanice na Lysé hoře se nachází ve vyšší nadmořské výšce o cca 200m a je umístěna na nekrytém prostranství. Lano Zip-linu by bylo v nižší nadmořské výšce a hlavně z obou stran kryto okolními horami (viz. 3D model), proto lze předpokládat, že rychlost větru odpovídající 100km/h naměřené na Lysé hoře bude odpovídat přibližně ½ této hodnoty v našich podmínkách. V případě realizace varianty s 1 lanem by vítr měl vliv pouze na rychlost sjezdu ať již pozitivní, či negativní. V případě realizace se 2 lany by mohl vítr spolu s nesymetrickým sjezdem zákazníků skončit i jejich střetnutí a hrozilo by zranění.)

Max. srážek 0 mm(Lze důvodně předpokládat, že Zip-line stejně jako např. lanový park nebude za deštivého počasí provozován kvůli minimálnímu počtu návštěvníků.)

Tab. 3: Podmínky provozu

Max. teplota	30
Min. teplota	-10
Max. vítr	100
Max. srážek	0

(Zdroj: Vlastní zpracování)

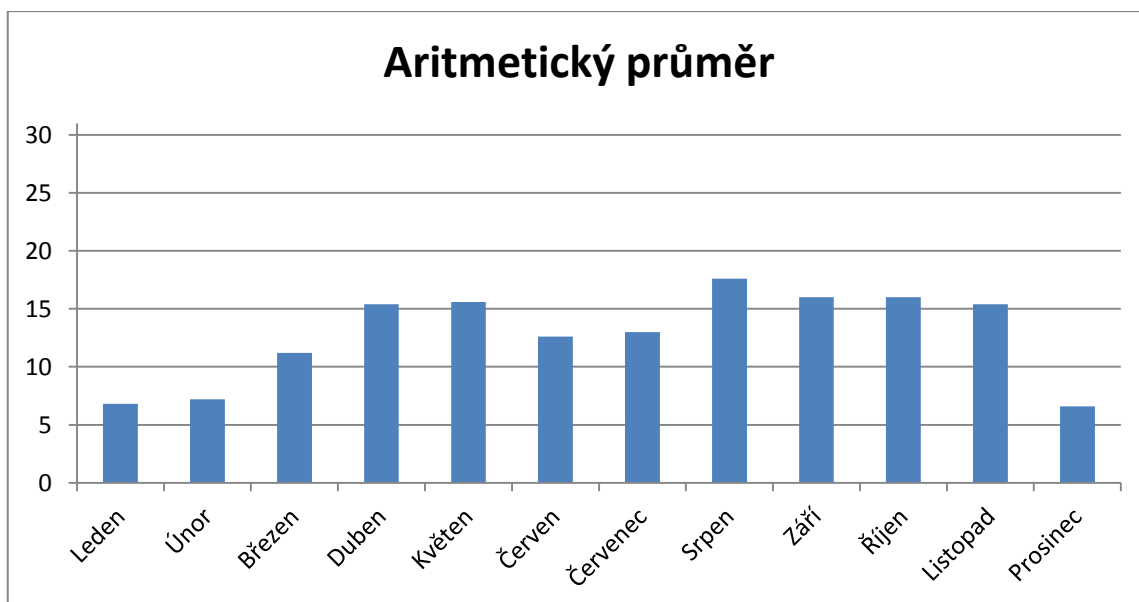


Graf 1: Počet dní vyhovující podmínkám provozu
(zdroj: Vlastní zpracování dle In-počasí)

Tab. 4: Průměrný počet "pěkných" dní v jednotlivých měsících

L	Ú	B	D	K	Č	Č	S	Z	Ř	L	P
6,8	7,2	11,2	15,4	15,6	12,6	13	17,6	16	16	15,4	6,6

(Zdroj: Vlastní zpracování dle in-počasí)

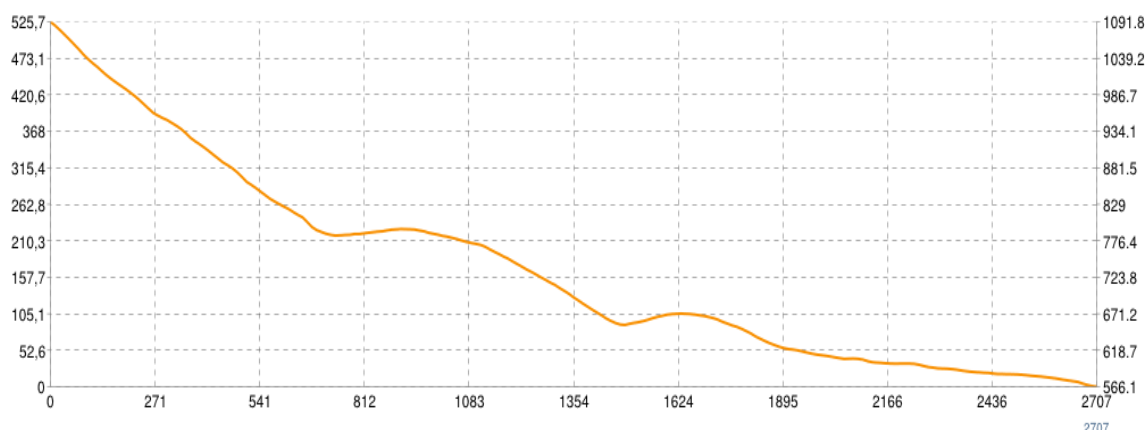


Graf 2: Grafické znázornění průměrného počtu "pěkných dní" v jednotlivých měsících
(Zdroj: Vlastní zpracování dle In-počasí)

4.2.3. Doba sjezdu

Dobou sjezdu se rozumí doba reálně strávena zákazníkem na laně, tzn. od vyjetí z horní stanice po zastavení brzdícím systémem na stanici spodní. Do této doby se nepočítá školení a příprava, která může být prováděna paralelně a tudíž nezasahuje do celkové kapacity atrakce. Doba sjezdu byla vypočtena následovně:

- Přes výškový profil jsem zjistil délku odvěsen (2707m a 525,7m), ze kterých jsem pomocí pythagorovy věty dopočítal délku přepony (2756,59m). K této vzdálenosti jsem připočetl rezervu na prověšení lana o velikosti cca 24m. Vzhledem k tomu, že rezerva na prověšení lana je přibližně 0,86% z celkové délky lana, je její velikost téměř zanedbatelná a stanovil jsem ji „od oka“. Tudíž celková délka lana je přibližně 2780m.



Obr. 14: Výškový profil terénu pod lanem
(Zdroj: Vlastní zpracování dle kr-moravskoslezsky, © 2013)

- Dalším krokem bylo stanovení sklonu, pomocí goniometrie jsem vypočítal úhel na 10,99°.
- Stanovení rychlosti. Rychlost závisí na faktorech, jakou jsou např.: prověšení, váha zákazníka, možnost brzdění, tření kladky nebo odpor větru. Z těchto důvodů není možné spočítat přesnou rychlost každého zákazníka. K tomuto účelu jsem analyzoval rychlost konkurenčních Zip-Linů za obdobných podmínek tj. především sklonu. Tímto způsobem byla vypočtena a odhadnuta rychlost v rozmezí od 50 do 80 km/h.

- Ted', když známe délku lana a přibližnou rychlost, lze dopočítat dobu sjezdu. Při minimální rychlosti tj. 50km/h, bude doba sjezdu 200,16s. Při max. rychlosti tj. 80km/h, bude pak doba sjezdu 125,10s.

4.2.4. Rezerva

Rezervou se rozumí doba, po kterou na laně nemůže jet další zákazník z technických důvodů. Konkrétně se pak jedná o dobu, po kterou je zákazníkovi v

- horní stanici: zajištěna kladka, zkontrolovány popruhy

-dolní stanici: odjištěn, komunikace mezi stanicemi o stavu zákazníka

Dle vlastních zkušeností s brigádou v lanovém centru jsem tuto dobu odhadl na 60s. Tato doba závisí na finálním provedení staveb a procesního řešení samotného provozu. Až stavební návrhy a procesní mapa určí tuto dobu přesněji.

K této rezervě je ještě do výpočtů připočtena chybovost atrakce (průměrná doba, kdy kvůli technickým problémům není možné atrakci použít)

4.2.5. Otevírací doba

Posledním faktorem ovlivňující celkovou kapacitu je otevírací doba. Otevírací doba je závislá na poptávce po atrakci. V případě, že se na atrakci budou stát fronty, není problém otevírací dobu prodloužit a naopak. Otevírací doba je dále variabilní, a sice v závislosti na jednotlivých měsících a návštěvnosti. Např. konkrétně v Březnu je stanovena otevírací doba na pouhé 4 hodiny za den. Naproti tomu v letních měsících je otevírací doba 12 hodin. Tato doba je opět pouze přibližná a až skutečný provoz ukáže, jaká bude ve který měsíc ta optimální.

Tab. 5: Otevírací doba v jednotlivých měsících

Měsíc	Pěkné dny	otevřeno od:	otevřeno do:
Leden	6,8	10,00	17,00
Únor	7,2	10,00	16,00
Březen	11,2	10,00	14,00
Duben	15,4	10,00	14,00
Květen	15,6	10,00	18,00
Červen	12,6	8,00	20,00
Červenec	13	8,00	20,00
Srpen	17,6	8,00	20,00
Září	16	10,00	18,00
Říjen	16	10,00	18,00
Listopad	15,4	10,00	16,00
Prosinec	6,6	10,00	16,00

(Zdroj: Vlastní zpracování)

V prvním sloupci tabulky jsou jednotlivé měsíce, dále průměrný počet „pěkných“ dní za posledních 5 let (pěkným dnem se rozumí den, který splňuje podmínky uvedené v části o počasí). Třetí a čtvrtý sloupec je samotná otevírací doba. Z těchto údajů se dá vypočítat, denní a měsíční provoz. Tento provoz zahrnuje pouze pěkné dny. Z hlediska nákladů jsou k těmto dnům připočteny další dny, protože reálně se stane, že den, který by měl být pěkný, tak nebude. Nicméně i v tento den budou pracovníci připraveni na provoz a vyžadovat za svou přítomnost mzdu. Pokud tuto denní dobu vydělíme dobou sjezdu, ke které přičteme rezervu a tento výsledek vynásobíme počtem lan, dostaneme denní maximální kapacitu. Tyto čísla viz tabulka Celková kapacita atrakce udávají, kolik maximálně může být za 1 den/měsíc připuštěno zákazníků z hlediska kapacity atrakce. Červená čísla jsou pro variantu se 2 lany, modrá pak s 1 lanem.

Tab. 6: Provozní kapacita v jednotlivých měsících

Měsíc	Hod. / den	Hod. / měsíc
Leden	7,00	47,6
Únor	6,00	43,2
Březen	4,00	44,8
Duben	4,00	61,6
Květen	8,00	124,8
Červen	12,00	151,2
Červenec	12,00	156
Srpen	12,00	211,2
Září	8,00	128
Říjen	8,00	128
Listopad	6,00	92,4
Prosinec	6,00	39,6

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Tab. 7: Celková kapacita atrakce

Měsíc	Kap. jízdy za den	Kapacita jízd za měsíc	Kap. jízdy za den	Kap. jízdy za měsíc
Leden	193,7269373	1317,343173	96,86346863	658,6715867
Únor	166,0516605	1195,571956	83,02583026	597,7859779
Březen	110,701107	1239,852399	55,35055351	619,9261993
Duben	110,701107	1704,797048	55,35055351	852,398524
Květen	221,402214	3453,874539	110,701107	1726,937269
Červen	332,103321	4184,501845	166,0516605	2092,250923
Červenec	332,103321	4317,343173	166,0516605	2158,671587
Srpen	332,103321	5845,01845	166,0516605	2922,509225
Září	221,402214	3542,435424	110,701107	1771,217712
Říjen	221,402214	3542,435424	110,701107	1771,217712
Listopad	166,0516605	2557,195572	83,02583026	1278,597786
Prosinec	166,0516605	1095,940959	83,02583026	547,9704797

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Při sečtení všech měsíčních kapacit dostaneme maximální roční kapacitu, která představuje 32 696,85/16 348,43 jízd za rok.

4.3.Studie Zájmu

Jak již bylo zmíněno v teoretické části, častou chybou podnikatelů při realizaci jejich záměrů bývá podcenění zájmu zákazníků. Zájem potenciálních zákazníků jsem se rozhodl ověřit formou dotazníku, který mi následně pomohl i s řešením ostatních otázek jako je počet lan, bezpečnostní opatření, zkušební lano a v neposlední řadě i stanovení ceny. Dotazník obsahoval 10 otázek ohledně Zip-Linu a 2 otázky pro rozdělení dotazovaného do patřičného segmentu podle věku a pohlaví. Tento dotazník byl rozeslán přes internet a dále rozšířen pomocí dalších subjektů. Během prvního dne se mi podařilo získat kolem 100 respondentů. V současné chvíli dotazník zodpovědělo kolem 500 respondentů. Dotazník jsem se snažil zaměřit na cílový segment, který jsem dále rozdělil do podskupin. Tyto podskupiny byly určeny podle věku:

- 1) 0-17 let
- 2) 18-25 let
- 3) 26-35 let
- 4) 36-50 let
- 5) Více než 50 let

Jednotlivá data z dotazníku byly převedeny do tabulkového editoru Microsoft Excel, kde byla dále zpracována a analyzována. Vzorová verze dotazníku je přiložena v příloze. Online verze umožňuje zhlédnutí přibližně dvou minutového videa jednoho z konkurenčních Zip-Linů na Aljašce pro lepší ilustraci dotazovaných. V této části mé bakalářské práce budou pouze uvedeny jednotlivé otázky a průměrné hodnoty odpovědí. Data budou analyzovány a jednotlivé závěry a doporučení budou uvedeny v kapitolách Finanční analýza a Realizace.

První otázka je zaměřena na odhad zákazníka a zní:“ Kolik si myslíte, že stojí v přepočtu 1 jízda? (viz. video)“. Druhá otázka pak zněla:“ Kolik byste byli ochotni zaplatit za vyzkoušení podobné jízdy?“. Odhadovaná průměrná cena byla o 31,75% vyšší než průměrná cena, kterou by byli zákazníci ochotni zaplatit. Nejčastějším tipem ohledně ceny atrakce na videu byla částka 400-500 Kč. Jenom pro ilustraci cena nejbližšího Zip-Linu Flying Fox XXL v Rakousku přijde v přepočtu na 2000 Kč. Druhá

otázka bude podrobněji rozebrána ve finanční analýze. Jejím cílem bylo hlavně stanovení nejefektivnější ceny a z ní přibližný výpočet návštěvnosti a výnosů. Otázky č. 3,5,6 a 7 byly směřovány na způsob realizace. Jednalo se o způsob jízdy, způsob ochrany a zkušební jízdu. Tyto otázky budou dále rozebrány v odstavci Realizace.

Otázka č. 4 se týkala motivace, zněla:“ Co by Vás motivovalo k vyzkoušení?“ Na tuto otázku odpovědělo 63,67%, že motivace není třeba. Nejčastějším způsobem jak motivovat zbývajících procento je pak výhodná sleva 34,83% a doporučení přátel 34,08%. Pouze 5,24% označilo možnost, že by si Zip-Line vyzkoušet nechtělo.

Otázka č. 8 byla z části společná s otázkou č. 4 a zněla:“ Z jakého důvodu byste váhali s jízdou na Zip-Linu?“ Na tuto otázku už pouhých 17,98% odpovědělo, že by s jízdou za žádných okolností neváhali. Nejčastější odpovědí byla pravděpodobně vysoká cena (56,55%) a na druhém místě byl strach (34,08%).

Otázka č. 9 byla zaměřena na propočet návštěvníků vzhledem k návštěvnosti a dále na marketing atrakce. Zní:“ Navštívili byste danou lokalitu v ČR výhradně za účelem jízdy na Zip-Linu?

Odpovědi v dotazníku a jejich průměrné hodnoty:

- ano, klidně bych jel/jela přes celou ČR (7,49%)
- ano, navrhl/a bych to jako součást výletu (46,07%)
- ano, ale pouze pokud by to bylo „po cestě“(32,21%)
- ne, existence Zip-Linu by neměla vliv na tuto návštěvu (13,86%)
- jiné (0,37%)

Poslední otázka s č. 10 měla za cíl zjistit potenciální zájem zákazníků z hlediska počtu sjezdů. Zněla:“ Jak často si myslíte, že byste Zip-Line navštěvovali?“. Odpovědi pak vypadaly následovně:

- několikrát (8.61 %)
- jednou (29.59 %)

- záleží na ceně (25.84 %)
- nezkoušel jsem (32.21 %)
- jiné (3.75 %)

Na tyto otázky odpovědělo přibližně 500 respondentů, v největší míře se jednalo o věkovou skupinu 18-25 let. Pohlaví respondentů bylo rovnoměrně zastoupeno (ženy 52.06 %, muži 47.94 %).

4.4.Finanční Analýza

Cílem této kapitoly je určit zisk, nejefektivnější cenu, z ní určit počet jízd a pro potenciálního investora určit nejzákladnější finanční ukazatele (rentabilitu a dobu návratnosti). Pro tyto výpočty je dále nutné analyzovat výnosy a náklady.

Tento odstavec je rozdělen na 4 části:

- 1)Výnosy
- 2)Náklady
- 3)Rozdělení variant a jejich zisk
- 4)Celkové zhodnocení a finanční ukazatele

V prvních dvou částech bude popsán způsob a princip výpočtů výnosů a nákladů do 3 variant. Tyto 3 varianty jsou:

- 1)Optimistická
- 2)Realistická
- 3)Pesimistická

Ve třetí části bude rekapitulace a souhrn jednotlivých variant a z nich dopočten zisk před zdaněním. V poslední části se bude jednat o konečné zhodnocení a výpočet základních ukazatelů.

4.4.1. Výnosy

Primárním cílem této části je co nejpřesněji určit přibližnou výši příjmu pro jednotlivé scénáře. K zjištění co nejpřesnějších čísel ohledně výnosů využijeme dat týkajících se:

1) návštěvnosti

2) kapacity atrakce

3) ochoty platit

Obečným postupem u těchto výpočtů je pak jednoduchý princip: Jaké procento lidí z dané návštěvnosti si jízdu vyzkouší při dané ceně s přihlédnutím na kapacitu atrakce. Výše příjmů bude pro každý scénář počítána zvlášť a u demonstrační varianty znázorněna graficky.

Návštěvnost i kapacita atrakce byly spočítány již dříve. Zbývá určit ochotu platit a podle výše uvedeného pravidla můžeme dopočítat přibližnou výši výnosů.

4.4.2. Ochota platit

Ochotou platit se rozumí, kolik maximálně by byl zákazník ochotný zaplatit za jízdu na Zip-Linu. Jak již bylo zmíněno v oddíle Studie zájmu, tomuto problému se věnovala otázka č.2, která zněla:“ Kolik byste byli ochotni zaplatit za vyzkoušení podobné jízdy?“S přihlédnutím na věk respondenta byla vytvořena následující tabulka, která říká, kolik procent dotázaných z dané věkové skupiny by bylo ochotno zaplatit danou cenu za vyzkoušení obdobné jízdy viz video.

Tab. 8:Ochota platit jednotlivých věkových skupin

Cena	<17	18-25	26-35	36-50	50+
0	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
50	87,50%	96,00%	92,11%	96,00%	50,00%
100	87,50%	96,00%	92,11%	96,00%	50,00%
150	62,50%	83,00%	76,32%	74,00%	0,00%
200	62,50%	83,00%	76,32%	74,00%	0,00%
250	37,50%	62,67%	60,53%	48,00%	0,00%
300	37,50%	62,67%	60,53%	48,00%	0,00%
350	12,50%	40,00%	52,63%	36,00%	0,00%
400	12,50%	40,00%	52,63%	36,00%	0,00%
450	0,00%	23,00%	34,21%	24,00%	0,00%
500	0,00%	23,00%	34,21%	24,00%	0,00%
550	0,00%	12,33%	10,53%	14,00%	0,00%
600	0,00%	12,33%	10,53%	14,00%	0,00%
650	0,00%	5,67%	5,26%	12,00%	0,00%
700	0,00%	5,67%	5,26%	12,00%	0,00%
750	0,00%	3,33%	5,26%	10,00%	0,00%
800	0,00%	3,33%	5,26%	10,00%	0,00%
850	0,00%	2,67%	5,26%	6,00%	0,00%
900	0,00%	2,67%	5,26%	6,00%	0,00%
950	0,00%	2,33%	2,63%	4,00%	0,00%
1000	0,00%	2,33%	2,63%	4,00%	0,00%
1050	0,00%	1,00%	0,00%	2,00%	0,00%

(Zdroj:Vlastní zpracování)

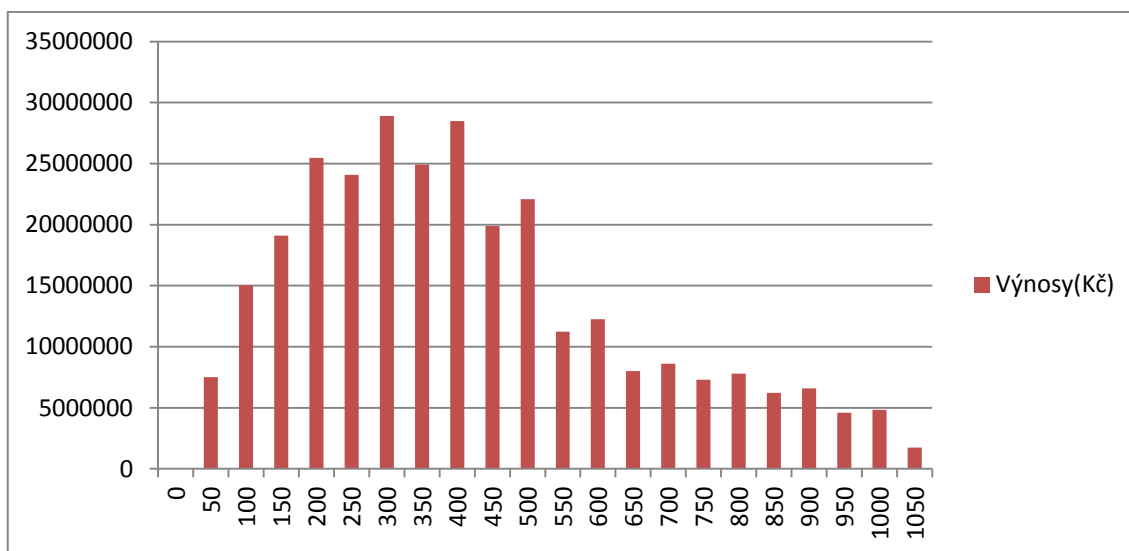
Tučné červené číslo (23,00%) nám např. říká, že 23% potenciálních zákazníků ve věku od 18-25 let by byli ochotni zaplatit cenu 500 Kč a méně za jízdu na Zip-Linu. Do ceny

0 Kč byli zahrnuti i respondenti, kteří by si Zip-Line vyzkoušet nechtěli při jakékoliv ceně. Z otázky v dotazníku vyplývá, že sice přibližně 30% si myslí, že by si jízdu vyzkoušelo max. jednou. Z tohoto důvodu by měl zájem o atrakci klesat, nicméně atrakce přiláká nové turisty, kteří by měli toto číslo kompenzovat.

Výnosy v Optimistickém scénáři

Tento scénář předpokládá, že Zip-Line bude postaven s takovým počtem lan, dobou sjezdu, rezervou a chybovostí, že jeho kapacita nebude nijak výrazně limitovat počet sjezdů. Návštěvnost Pustevn bude o 20% vyšší než vypočtená návštěvnost (230 000) a ochota platit byla stanovena přesně na základě dotazníku, a proto zůstane u všech variant stejná.

- 1) Návštěvnost – 276 000 lidí
- 2) Kapacita – 2115h (4 lana, rychlost sjezdu 80km/h, rezerva 60km/h, příznivé počasí)
- 3) Stanovená ochota platit



Graf 3: Výnosy v optimistické variantě
(Zdroj: Vlastní zpracování)

Při ceně 300 Kč za jízdu jsou výnosy nejvyšší, a sice 28 892 656 Kč. Pro srovnání druhé nejvyšší výnosy jsou 28 490 869 Kč při ceně 400 Kč a na třetím místě jsou výnosy ve výši 25 457 316 Kč při ceně 200 Kč za jízdu.

4.4.3. Náklady

V této části budou početně řešeny pouze náklady spojené s provozem atrakce. Pořizovací náklady budou objasněny až při výpočtu finančních ukazatelů. Pro výpočet provozních nákladů budeme počítat s:

-Přímé náklady

1) opotřebení

2) energie (var)

-Nepřímé náklady

1) mzda zaměstnanců

2) pronájem pozemků

3) ostatní NN

Opotřebení

Opotřebení se týká především lana, kladek a sedáků. Do jaké míry se bude opotřebovat lano a kladky je dáno z velké části typem lana a způsobem jištění. Typ lana i druh kladky budou přiblíženy v odstavci realizace. Přibližná cena kladky je 1 000Kč a cena lana 200 000Kč. Max. počet sjezdů kdy je stále bezpečné kladku použít je přibližně 50 sjezdů. Počet sjezdů na laně do jeho opotřebení je 10 000. Cena sedáku a počet jízd do jeho opotřebení je přibližně 1 200Kč a životnost 200 jízd. Z těchto údajů lze dopočítat průměrné náklady na opotřebení jednou jízdou:

$$\frac{\text{Cena kladky}}{\text{životnost kladky}} + \frac{\text{Cena sedáku}}{\text{životnost sedáku}} + \frac{\text{Cena lana}}{\text{životnost lana}}$$
$$\rightarrow \frac{1\,000}{50} + \frac{1\,200}{200} + \frac{200\,000}{10\,000} = 46\text{Kč/jízdu}$$

Tab. 9 :Počet jízd při jednotlivých cenách

Cena (Kč)	300	400	500	600
Počet jízd	96308	71227	44197	20430
N na opotřebení (Kč)	4430168	3276442	2033062	939780

(Zdroj:Vlastní zpracování)

Energie (var)

Do této kategorie jsou započítány veškeré energie, které souvisí s přímým provozem atrakce. Vzhledem k tomu, že atrakce Zip-Line nevyžaduje elektrický proud, do této kategorie jsou započítány následující položky:

- 1) Pohonné hmoty pro automobil
- 2) Lanová dráha

1)Náklady na pohonné hmoty souvisí s typem vozidla, jeho spotřebou a frekvencí s jakou bude jízdu absolvovat. Vozidlo slouží jako dopravní prostředek především pro přepravu vybavení k jízdě ze spodní stanice na stanici horní. Kapacita vozíku táhnutého za automobilem je 20 ks vybavení (sedáků, kladek, helem). Náklady na jednu jízdu automobilem ze spodní stanice na horní a zpět byly vypočteny ze spotřeby vozidla a vzdálenosti mezi stanicemi na 50 Kč/jízdu. Počet jízd a s tím i náklady na pohonné hmoty závisí na dané ceně atrakce následně:

Tab. 10:Náklady na pohonné hmoty

Cena (Kč)	300	400	500	600
Počet jízd	96 308	71 227	44 197	20 430
Počet jízd vozidla	4 816	3 562	2 210	1 022
N na pohonné hmoty (Kč)	240 800	178 100	110 500	51 100

(Zdroj:Vlastní zpracování)

2)Náklady na lanovou dráhu jsou alternativními náklady v případě nemožnosti využití vozidla za účelem dopravy sedáků k horní stanici. V případě optimistické varianty se uvažuje s postavením Zip-Linu, který bude mít minimálně 1(2) lano určeno k vytáhnutí

sedáků na horní stanici (na principu klasické lanové dráhy). Do realistické varianty budeme počítat, že lanovka bude podporovat záměr kvůli zvýšení návštěvnosti a tím růstu tržeb) by mohla kompenzovat naši kladnou externalitu (více návštěvníků) snížením ceny za přepravu sedáků až na 0 Kč za jízdu. V takovém případě by náklady na tento způsob dopravy činily pouze náklady na dopravu sedáků z horní stanice lanovky na horní stanici Zip-Linu. Způsob této dopravy by byl pravděpodobně vyřešen opět využitím dopravního prostředku ať už automobilu, dodávky či vozíku taženého horským kolem viz obrázek:



Obr. 15: Tažný vozík k přepravě
(Zdroj: Cyklo-online.cz, 2013)

Tyto náklady by činily pouze náklady na mzdu dodatečného pracovníka.

náklady na zaměstnance

Pro naše účely zařadíme mzdu zaměstnanců do nepřímých nákladů, protože bez ohledu na počtu sjezdů budou zaměstnanci přítomni a budou za svůj čas strávený v zaměstnání vyžadovat mzdu. Počet zaměstnanců je velmi relativní v závislosti na způsobu provedení a návštěvnosti, která se během roku mění. V průměru by se mělo jednat

o přibližně 5-10 zaměstnanců. V optimistické variantě budeme počítat s 10, v dalších dvou pak se 7. Tito zaměstnanci se podílí na:

-obsluze horní stanice

- 1) Kasa
- 2) Instruktaž a zajištění vybavení (sedák, helma)
- 3) Zajištění kladky, kontrola jištění a komunikace se spodní stanicí

-obsluze spodní stanice

- 1) Odjištění zákazníka a komunikace s horní stanicí
- 2) Odebrání vybavení a jeho příprava k přepravě
- 3) Případný prodej fotografií, videa nebo slevových kupónů

-přeprava sedáků pomocí vozidla

- 1) Jízda dodávkou/automobilem s vozíkem k horní stanicí

Mzdová sazba je stanovena na 100 Kč/ hod. Tato sazba je vyšší než průměrná z důvodu nutné certifikace pracovní síly (práce ve výškách). Z počtu zaměstnanců (10), jejich hodinové sazby (100 Kč/h) a roční kapacity atrakce (2115h/rok) dostaneme mzdové náklady ve výši 2 115 000Kč/rok.

Pronájem pozemků

Tyto náklady se týkají pouze pozemku pod horní stanicí. Tyto pozemky patří Lesům ČR, které pronájem přislíbily. Velikost pronajatého pozemku v případě realizace cvičné dráhy (dále v odstavci realizace) by byla přibližně 715m². Část tohoto pozemku by musela být vyňata z lesního fondu, což představuje celkovou průměrnou částku přibližně 60 Kč/m² ročně. Podle legislativy i podle odborného vyjádření vedoucího lesní správy ve Frenštátě pod Radhoštěm pana Ing. Jaroslava Štefka by se pronájem týkal pouze pozemku pod horní stanicí, nikoliv pozemků pod lanem. Roční náklady na pronájem pozemků budou tedy ve všech variantách přibližně 42 900 Kč/rok.

Energie (fix)

Do této položky spadá hlavně dobíjení akumulátoru nebo elektrická energie pro provoz kasy. Kasa bude napájena po celou otevírací dobu, která v optimistické variantě činí 2115h. Hodina provozu kasy je pak vyčíslena na 5 Kč/hod což dělá 10 575 Kč/rok.

Ostatní NN

Tyto náklady představují náklady na marketing, údržbu, propagaci a další. Naším primárním cílem je spolupracovat s horským lanovým parkem Tarzanie (více opět v odstavci Realizace). Díky této kooperaci budou uvedené nepřímé náklady efektivně rozděleny. Celková výše ostatních NN je stanovena na 500 000Kč/rok.

4.4.4. Rozdělení variant a jejich zisk

Pro každý scénář jsou dány jiné atributy. Ty se týkají především návštěvnosti dané lokality, počasí, zájmu o atrakci, způsobu provedení (počet lan, doba sjezdu, atd.) a dalších. V realistické variantě jsou uvedeny co nejpřesnější výpočty s ohledem na jednotlivé části např. počasí, doba sjezdu, rezerva atd. U ostatních variant byly podmínky upraveny tak, aby co nejlépe vystihovaly jednotlivé scénáře. Jedná se pouze o základní předpoklady, jakými jsou právě návštěvnost cílové lokality, počet lan nebo počet dní splňujících podmínky pro možný provoz atrakce. Ostatní ukazatele jsou dopočítány vždy stejným způsobem.

Tab. 11: Finanční zhodnocení Optimistické varianty

Optimistická varianta				
Základní předpoklady				
Počet lan	4	Ks		
Rychlost sjezdu	80	Km/h		
Doba sjezdu	125,1	S		
Rezerva	60	S		
Způsob dopravy sedáků	pomocné lano			
Návštěvnost lokality	276 000	Lidí/rok		
Počet "pěkných" dní	268	Dní/rok		
Počet zaměstnanců	10	Lidí		
Hodinová sazba	100	Kč/hod		
Vypočtené atributy				
Kapacita atrakce	2 115	Hod/rok		
Kapacita atrakce	164 569	Jízd/rok		
Opotřebení 1 jízdou	46	Kč/sjezd		
Cena za přepravu	2	Kč/vybavení		
Energie	10 575	Kč/rok		
Pronájem pozemků	42 900	Kč/rok		
Náklady na mzdu	2 115 000	Kč/rok		
Var. N	48	Kč/sjezd		
Ostatní nepřímé náklady	500 000	Kč/rok		
Nepřímé náklady	2 668 475	Kč/rok		
Atributy v závislosti na ceně				
Cena za jízdu	300 Kč/jízdu	400 Kč/jízdu	500Kč/jízdu	600 Kč/jízdu
Počet jízd/rok	96 308	71 227	44 197	20 430
Výnosy celkem [Kč/rok]	28 892 400	28 490 800	22 098 500	12 258 000
Náklady na opotřebení [Kč/rok]	4 430 168	3 276 442	2 033 062	939 780
Náklady na přepravu [Kč/rok]	192 616	142 454	88 394	40 860
Příspěvek na úhradu fix. N [Kč/sjezd]	252	352	452	552
Přímé náklady [Kč/rok]	4 622 784	3 418 896	2 121 456	980 640
Náklady celkem [Kč/rok]	7 291 259	6 087 371	4 789 931	3 649 115
Zisk/ztráta před zdaněním [Kč/rok]	21 601 141	22 403 429	17 308 569	8 608 885

(Zdroj: Vlastní zpracování)

V této variantě bylo zjištěno, že nejefektivnější cenou bude 400 Kč/sjezd. Při této ceně budou celkové náklady ve výši 6 087 371 Kč, výnosy ve výši 28 490 800 Kč a dopočtený zisk bude činit 22 403 429 Kč za rok.

Tab. 12: Finanční zhodnocení realistické varianty

Realistická varianta				
Základní předpoklady				
Počet lan	2	Ks		
Rychlost sjezdu	60	Km/h		
Doba sjezdu	167	S		
Rezerva	100	S		
Způsob dopravy sedáků	vozidlo			
Návštěvnost lokality	230 000	Lidí/rok		
Počet "pěkných" dní	153	Dní/rok		
Počet zaměstnanců	7	Lidí		
Hodinová sazba	100	Kč/hod		
Vypočtené atributy				
Kapacita atrakce	1 211	Hod/rok		
Kapacita atrakce	32 697	Jízd/rok		
Opotřebení 1 jízdou	46	Kč/sjezd		
Cena za přepravu	2,5	Kč/vybavení		
Energie	6 055	Kč/rok		
Pronájem pozemků	42 900	Kč/rok		
Náklady na mzdu	847 700	Kč/rok		
Var. N	48,5	Kč/sjezd		
Ostatní nepřímé náklady	800 000	Kč/rok		
Nepřímé náklady	1 696 655	Kč/rok		
Atributy v závislosti na ceně				
Cena za jízdu	300 Kč/jízdu	400 Kč/jízdu	500Kč/jízdu	600 Kč/jízdu
Počet jízd/rok	31 699	31 095	22 649	11 344
Výnosy celkem [Kč/rok]	9 509 700	12 438 000	11 324 500	6 806 400
Náklady na opotřebení [Kč/rok]	1 458 154	1 430 370	1 041 854	521 824
Náklady na přepravu [Kč/rok]	79 247	77 737	56 622	28 360
Příspěvek na úhradu fix. N [Kč/sjezd]	251,5	351,5	451,5	551,5
Přímé náklady [Kč/rok]	1 537 401	1 508 107	1 089 476	550 184
Náklady celkem [Kč/rok]	3 234 056	3 204 762	2 795 131	2 246 839
Zisk/ztráta před zdaněním [Kč/rok]	6 275 644	9 233 238	8 529 369	4 559 561

(Zdroj: Vlastní zpracování)

V této variantě bude opět nejefektivnější cenou 400 Kč/sjezd. Celkové náklady budou ve výši 3 204 762 Kč, výnosy ve výši 12 438 000 a dopočtený zisk bude ve výši 9 233 238 Kč za rok.

Tab. 13: Finanční zhodnocení pesimistické varianty

Pesimistická varianta				
Základní předpoklady				
Počet lan	1	Ks		
Rychlost sjezdu	50	Km/h		
Doba sjezdu	201	S		
Rezerva	200	S		
Způsob dopravy sedáků	Lanová dráha+vozidlo			
Návštěvnost lokality	184 000	Lidí/rok		
Počet "pěkných" dní	114	Dní/rok		
Počet zaměstnanců	7	Lidí		
Hodinová sazba	100	Kč/hod		
Vypočtené atributy				
Kapacita atrakce	909	Hod/rok		
Kapacita atrakce	8 176	Jízd/rok		
Opotřebení 1 jízdou	46	Kč/sjezd		
Cena za přepravu	10	Kč/vybavení		
Energie	4 545	Kč/rok		
Pronájem pozemků	42 900	Kč/rok		
Náklady na mzdu	636 300	Kč/rok		
Var. N	56	Kč/sjezd		
Ostatní nepřímé náklady	1 200 000	Kč/rok		
Nepřímé náklady	2 183 745	Kč/rok		
Atributy v závislosti na ceně				
Cena za jízdu	300 Kč/jízdu	400 Kč/jízdu	500Kč/jízdu	600 Kč/jízdu
Počet jízd/rok	8 176	8 176	8 072	7 520
Výnosy celkem [Kč/rok]	2 452 800	3 270 400	4 036 000	4 512 000
Náklady na opotřebení [Kč/rok]	376 096	376 096	371 312	345 920
Náklady na přepravu [Kč/rok]	81 760	81 760	80 720	75 200
Příspěvek na úhradu fix. N [Kč/sjezd]	244	344	444	544
Přímé náklady [Kč/rok]	457 856	457 856	452 032	421 120
Náklady celkem [Kč/rok]	2 641 601	2 641 601	2 635 777	2 604 865
Zisk/ztráta před zdaněním [Kč/rok]	-188 801	628 799	1 400 223	1 907 135

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Při této variantě je nejefektivnější cenou 600 Kč/sjezd (ani 700Kč/sjezd a více nevyjde lépe). Celkové náklady budou ve výši 2 604 865 Kč, výnosy ve výši 4 512 000 a dopočtený zisk bude ve výši 1 907 135 Kč za rok.

4.4.5. Celkové zhodnocení a finanční ukazatele

Výpočet finančních ukazatelů

Jako základní finanční ukazatele jsem zvolil rentabilitu a dobu návratnosti. Oba tyto ukazatele souvisí se základním kapitálem neboli pořizovací cenou atrakce + vybavení. Základní kapitál závisí na jejím provedení a výběru dodavatele (více v odstavci Realizace). Protože přesnou cenu lze určit až po vypracování konkrétního návrhu, budeme pro naše účely počítat s pořizovací cenou 10 000 000 a 20 000 000, což byly odhady polské společnosti Project Outdoor sp. z o.o. Tato společnost je dodavatelem produktu Zip-Rider®, což je jeden ze způsobů provedení Zip-Linu více v odstavci realizace. Ukazatele jsem po souhlasu své vedoucí bakalářské práce počítal ze zisku před zdaněním. Rentabilita vloženého kapitálu byla pro jednotlivé varianty vypočtena následovně:

$$\text{Rentabilita vloženého kapitálu} = \frac{\text{Zisk}}{\text{Vložený kapitál}} * 100\%$$

Tab. 14: Rentabilita vloženého kapitálu

Vložený kapitál	10 000 000	20 000 000
Optimistická varianta	224,03 %	112,02 %
Realistická varianta	92,33 %	46,17 %
Pesimistická varianta	19,07 %	9,54 %

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Podobným principem byly vypočteny i doby návratnosti jednotlivých variant při daném vloženém kapitálu. Tyto doby návratnosti byly vypočteny takto:

$$\text{Doba návratnosti} = \frac{\text{Vložený kapitál}}{\text{Zisk}}$$

Tab. 15: Doba návratnosti

Vložený kapitál	10 000 000	20 000 000
Optimistická varianta	163 dní / 0,45 let	326 dní / 0,89 let
Realistická varianta	396 dní / 1,08 let	791 dní / 2,17 let
Pesimistická varianta	1914 dní / 5,24 let	3828 dní / 10,49 let

(Zdroj: Vlastní zpracování)

Celkové zhodnocení

Ve finanční analýze jsem se pokusil objasnit náklady a výnosy atrakce a určit přibližný zisk a optimální cenu pro jednotlivé scénáře. Nejpravděpodobnější je realistický scénář, ve kterém i s nejvyšším možným vloženým kapitálem byla dosažena rentabilita kapitálu na úrovni 46,17% s dobou návratnosti 2,17 let. Takto vysoká rentabilita a nízká doba návratnosti je dána především originalitou projektu, vysokou poptávkou, nízké konkurenci a faktem, že výpočty byly provedeny ze zisku před zdaněním.

V případě nejhoršího možného scénáře bude dosaženo rentability 9,54% s dobou návratnosti 10,49 let.

Z těchto finančních ukazatelů lze vyvodit, že projekt je z finanční stránky pro potenciální investory velmi zajímavý.

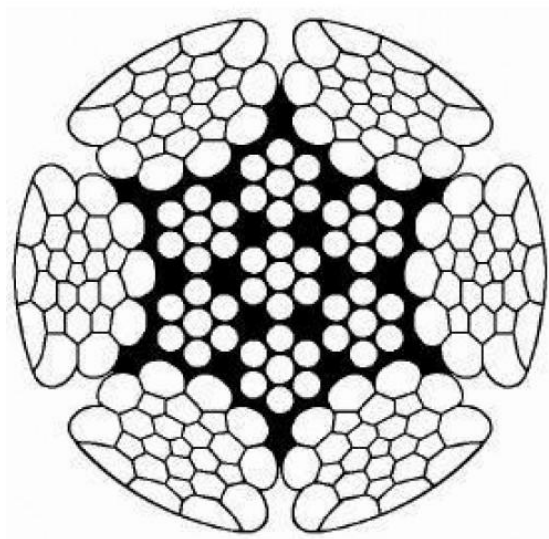
4.5.Realizace

4.5.1. Způsob provedení

Z otázek v dotazníku viz Studie zájmu jsem určil přibližný způsob provedení. Konkrétní projekt by měl splňovat několik základních předpokladů:

Počet lan

Realizace se dvěma lany s možností dalšího rozšíření + pomocné lano pro dopravu sedáků ze spodní stanice k horní. Lana určená ke sjezdu by měla být válcovaná (obr. 16 a 17), aby se snížilo tření, tím i opotřebení, ale primárně je tento typ lana navržen kvůli snížení hlučnosti, více v odstavci povolení. Pomocné lano může být nižšího průměru, protože na něj nejsou kladeny takové požadavky z hlediska nosnosti a pevnosti.



Obr. 16: Průřez válcovaným lanem
(Zdroj: DRUMET CZ,)

Obr. 17: Částečný řez lanem
(Zdroj: DRUMET CZ)

Typy sedáků

Dva druhy sedáků, kde si zákazník bude moci vybrat, jestli jet klasicky (obr. A) jako v lanových parcích nebo hlavou dolů (obr. B). Dále aby byl možný sjezd dvou lidí na jednom laně (obr. C a D), což je zaměřeno především na skupinu rodin s dětmi a páry.



Obr. 18: Způsob jízdy A
(Zdroj: Derek Paiva, 2010)



Obr. 19: Způsob jízdy B
(Zdroj: 123RF®, 2006)



Obr. 20: Způsob jízdy C
(Zdroj: Mayan beach garden)



Obr. 21: Způsob jízdy D
(Zdroj: HONOLI'I MOUNTAIN OUTPOST, © 2011)

Umístění

Daná lokalita včetně konkrétního místa realizace byla popsána v odstavci Výběr lokality.

Bezpečnost

Bezpečnost bude zajištěna formou speciálního brzdného systému (obr. A) na spodní stanici. Dále budou zákazníci vybaveni uzavíratelnou helmou (obr. B) vyrobenou na zakázku. Druh této helmy byl zvolen opět k redukci hluku a hlavně ke zvýšení bezpečnosti. Další formou zajištění bezpečnosti může být například další jistící lano, viz obr. C.



Obr. 22: Brzdný systém
(Zdroj: Family ski trips)



Obr. 23: Uzavřená helma
(Zdroj: Jh-motoshop.cz, 2012)



Obr. 24:Dvojití jištění
(Zdroj:Adventure park zip lines, 2012)

Další náležitosti

U horní stanice bude postaveno zkušební lano, kde si zákazníci budou moci nejprve atrakci vyzkoušet a budou na ni poučeni o způsobu jízdy. Délka tohoto lana bude přibližně 10m.

Délka lana mezi sedákem a kladkou bude takové délky, aby zákazník nedosáhl na lano ani kladku a tím mohl ohrozit své zdraví.

Pomocné lano bude fungovat jako klasická lanová dráha, po které budou vyváženy sedáky. Dále by měla být možnost lano využít i k přepravě „zavazadel“ zákazníků (batohy, v zimních měsících lyže, snowboardy, atd.)

4.5.2. Povolení

Povolení jsou asi jednou z nejkomplikovanějších částí celé realizace. Pro samotnou stavbu je nutné stavební povolení, které vyžaduje kladné stanovisko všech dotčených subjektů, kterými v našem případě jsou:

- CHKO Beskydy
- Lesy ČR
- Drážní úřad
- Životní prostředí
- Správa inženýrských sítí

- Hasiči
- Hygiena

Dalším nutným předpokladem je změna územního plánu. Pro změnu územního plánu je opět nutný souhlas dotčených subjektů, kterými jsou v tomto případě už pouze:

- CHKO Beskydy
- Lesy ČR
- Životní prostředí

Pro provoz je dále nutný i souhlas vlastníků pozemků pod dráhou Zip-Linu. Většinu pozemků vlastní Lesy ČR, které podporují projekt hlavně za účelem zvýšení koncentrace návštěvníků Beskyd do turistické oblasti Pusteven a tím menšímu vytížení okolních oblastí, které jsou příznivějším ekologickým systémem pro většinu fauny.

Jelikož se většina pozemků Pusteven nachází v zóně krajinné zeleně, pro kterou platí „přísnější“ podmínky než pro zastavěnou oblast, je naší jedinou možností realizovat Zip-Line na místě stávající stavby viz odstavec Popis konkrétního místa. Stávající stavba patří soukromému vlastníku, který přislíbil odprodej nemovitosti.

4.5.3. Investoři

Celkové náklady na atrakci budou v rozmezí 10 000 000-20 000 000 Kč. Z tohoto důvodu je pro realizaci zajistit potřebný kapitál jinak než vlastními zdroji.

Balance Outdoor s.r.o.

Během roku 2012 jsme jednali s jednatelem společnosti Balance Outdoor s.r.o., jejímž předmětem podnikání je:

- reklamní činnost a marketing
- provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a zařízení sloužících regeneraci a rekondici
- specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím
- pořádání kulturních produkcí, zábav a provozování zařízení sloužících zábavě (Justice.cz, 2005)

Tato společnost provozuje a vlastní Horský lanový park Tarzanii. Za společnost jedná v plném rozsahu jediný vlastník - Milan Michna, se kterým jsme se prozatím ústně dohodli, že v případě vyřízení všech povolení, výběru dodavatele a ostatních náležitostí nutných k realizaci, se bude podílet na financování atrakce. V jakém rozsahu a za jakých podmínek je prozatím nepodstatné viz odstavec Současný stav.

Robotic city

Během studie zájmu, která probíhala formou dotazníku na jaře letošního roku (2013) nás oslovila společnost Robotic city se zájmem o atrakci a požádala o poskytnutí dalších informací včetně jejich prezentace. Po prezentaci jsme usoudili, že přínos této společnosti pro náš projekt může být vzhledem k odlišnému oboru podnikání pouze v marketingové činnosti. Se společností jsme stále v kontaktu a jejich služeb bychom využili až v případě další fáze realizace.

Rozjezdy 2013

„Projekt Rozjezdy realizuje společnost T-Mobile Czech Republic, a.s. v rámci svých aktivit týkajících se společenské odpovědnosti. Projekt se zaměřuje na podporu začínajících regionálních podnikatelů, zejména těch drobných. Hlavním cílem je podpořit začínající podnikatele v jejich začátcích tak, aby jejich projekty nejen přinášely zisk, ale zároveň prospěly i svému okolí, doplnily službu, která v místě chybí, přispěly k zaměstnanosti.“(Rozjezdy, © 2004 - 2013)

Projekt rozjezdy zahrnuje i soutěž podnikatelů o poradenství a balíčky pomáhající se startem formy. Soutěž je rozdělena do dvou kategorií (klasická a studentská) a dále jsou jednotlivé projekty rozděleny do krajů. Do soutěže jsme se přihlásili především kvůli hodnotným cenám, které by nám pomohly v realizaci Zip-Linu. Jedná se hlavně o finanční pomoc a poradenství. V případě výhry v soutěži bychom obdrželi finanční částku od 10 000 do 100 000 Kč v závislosti na umístění. Dalším důvodem je zviditelnění projektu a oslovení dalších potenciálních investorů.

4.5.4. Současný stav

Na projektu spolupracuji se třemi kolegy již od Srpna 2012. Za tuto dobu jsme učinili několik kroků k realizaci Zip-Linu. Postupem času jsme zjistili, jak je těžké postavit v Českých podmínkách atrakci, která v tuzemsku ještě není. Neznalost úředníků a jejich nekonečné odkazování na jiné osoby prodlužují dobu realizace. V současné chvíli je pro nás primárním cílem získání finančních prostředků, které budou použity na:

- 1) studie proveditelnosti
- 2) EIA

Studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti je základním posudkem o proveditelnosti atrakce. Po rozhovorech s odborníky na veletrhu horských technologií nám sdělili, že Zip-Line podobné délky je velmi vzácný, ale dle jejich odborného posudku je realizace možná, pro závazný posudek by musela být zpracována právě studie proveditelnosti, která se pohybuje v částkách kolem 20 000-50 000 Kč. Tuto částku bychom chtěli získat buď výhrou v soutěži Rozjezdy od společnosti T-Mobile Czech Republic a.s., nebo formou investice od soukromého investora.

EIA

Vzhledem k faktu, že cílová lokalita spadá do chráněného území (CHKO Beskydy, Natura 2000, Ptačí oblast, Oblast výskytu velkých šelem), bude pro realizaci Zip-Linu nutné zpracování posudku dopadu na životní prostředí EIA. Dokument EIA mohou v České republice vypracovat pouze autorizované osoby. Nejdůležitější složkou této analýzy pak bude hluková studie. Zaměstnanec neziskové organizace Arnika, Vratislav Vozník, nám poskytl poradenství v otázce realizace Zip-Linu z hlediska udržitelného rozvoje. Dle jeho odborného posudku se bude cena za vypracování celkového hodnocení pohybovat v řádově mezi 200 000 – 500 000 Kč. Tuto studii bychom si nechali vypracovat až po studii proveditelnosti, která je finančně méně náročná a relevantnější. Finanční prostředky bychom získali formou investice od soukromého investora.

Lobbying

Dne 31.12 2012 vyšel na internetovém portálu www.mistojakoznacka.cz článek s ředitelkou společnosti Beskydské Informační centrum Frýdek-Místek (BIS), příspěvková organizace, Monikou Konvičnou. V tomto článku na otázku: „Jaký je vývoj turistického zájmu o Beskydsko v posledních letech?“ odpověděla následovně: „Od roku 2007 trvale klesá počet návštěvníků v naší turistické oblasti. V roce 2011 se poprvé po této dlouhé době pokles zastavil. Nejsme s tímto stavem pochopitelně spokojeni a naším cílem je společně s partnery připravovat a podporovat takové služby a produkty, které přinesou zase zvýšený zájem o naši destinaci.“

Začátkem letošního roku jsme si s paní Konvičnou domluvili schůzku a prezentovali ji náš projekt za účelem spolupráce. Ředitelka společnosti požádala o zkrácenou verzi prezentace (viz přílohy) v uzavřeném dokumentu, která by měla sloužit podpoření našeho záměru a prezentaci dalším subjektům např. starostovi města Frýdek-Místek a dalším.

Závěr

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo vytvoření projektu, na jehož základě by se mohl potenciální investor rozhodnout o realizaci sportovního zařízení Zip-Line. V předchozích odstavcích byla atrakce popsána, objasněn způsob komerčního využití včetně analýzy konkurence, SWOT analýzy místa, finanční analýzy a dalších.

Na základě kapitol Analýza konkurence a Studie zájmu bylo zjištěno, že z hlediska obecné realizace má atrakce obrovský potenciál. O tuto službu je zájem a na tuzemském trhu tato služba chybí a nenachází se zde plnohodnotný substitut. Z finanční analýzy vyplývá, že realizace této atrakce je vzhledem k její originalitě a náročnosti na povolení velmi nákladná, nicméně z ekonomického hlediska je i v případě špatných podmínek dosaženo nadprůměrné rentability a doby návratnosti.

V pododstavci Způsob provedení byl popsán konkrétní návrh jednotlivých částí zařízení. Tato část byla navržena konkrétně k podmínkám realizace v dané lokalitě, nicméně jeho užití je univerzální a může být aplikováno na atrakce stejného typu v podobných podmínkách.

S přihlédnutím na ostatní dílčí cíle, které byly zaměřeny především na samotnou proveditelnost realizace, je realizace v těchto konkrétních podmínkách nadměrně komplikovaná vzhledem ke stupni ochrany přírody.

Dle jednotlivých výsledky těchto dílčích cílů je malá pravděpodobnost úspěchu tohoto projektu právě kvůli stupni ochrany přírody a finanční náročnosti na jednotlivé posudky, které nezaručují kladné vyjádření dotčených orgánů.

Literatura

- 123RF®. *123rf.com* [online]. 2006 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.123rf.com/photo_15088818_men-enjoying-zip-line-flying-over-the-forest.html
- ADVENTURE PARK ZIP LINES: Safety. *Adventureziplinesofsevierville.com* [online]. 2012 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://www.adventureziplinesofsevierville.com/gatlinburg-zip-line-safety/zip-line-trolley/>
- CYKLO-ONLINE.CZ: Vozíky za kolo. *Cyklo-online.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://www.cyklo-online.cz/nakladni-vozik-azub-detail-101-zbozi-1856.htm>
- ČESKO, 1991, Zákon č. 513 ze dne 5. listopadu 1991 Obchodní zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Částka 98. ISSN 1211-1244.
- DEREK PAIVA. *Hawaiimagazine.com* [online]. 2010 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.hawaiimagazine.com/blogs/hawaii_today/2010/5/7/Hawaii_Magazine_Guide_to_Maui_ziplines
- DRUMET CZ: o produktech. *Ocelova-lana.cz* [online]. [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://www.ocelova-lana.cz/produkty-cz/cid/1/category/ocelova-lana.xhtml>
- FAMILY SKI TRIPS. *Familyskitrips.com* [online]. [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.familyskitrips.com/newengland/nh/gunstock_zip_line.htm
- FOTOSLAV: Mapy CHKO Beskydy. *Fotoslav.cz* [online]. 2008 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://sp.fotoslav.cz/index.php?modul=d&link=104>
- HISRICH, R. D., 1996. *Založení a řízení nového podniku*. Vyd. 1. Praha: Victoria Publishing, 501 s. ISBN 80-85865-07-6.
- HONOLI'I MOUNTAIN OUTPOST. *Ziplinehi.com* [online]. © 2011 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://www.ziplinehi.com/gallery.html>
- IN-POČASÍ: archiv. *In-pocasi.cz* [online]. © 2012 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.in-pocasi.cz/archiv/stanice.php?stanice=lysa_hora

JH-MOTOSHOP.CZ: HELMY. *Jh-motoshop.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-05-29].

Dostupné z: <http://www.jh-motoshop.cz/www-jh-motoshop-cz/eshop/1-1-HELMY>

JSTICE.CZ: Obchodní rejstřík. *Justice.cz* [online]. 2005 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z:

<https://or.justice.cz/ias/ui/vypis-vypis?subjektId=isor%3a800007177&typ=full&klic=nx19va>

KORÁB, V., 2007. *Podnikatelský plán*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KORÁB, V., 2008. *Založení a řízení podniků: studijní text pro obor Podnikové finance a obchod*. Vyd. 2., dopl. / . Brno: Akademické nakladatelství CERM, 155 s. ISBN 978-80-214-3792-0.

KR-MORAVSKOSLEZSKY: 3D model ortofotomapy. *Moravskoslezský kraj* [online].

© 2013 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: [http://verejna-sprava.kr-](http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/mapy_3d.html)

[moravskoslezsky.cz/mapy_3d.html](http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/mapy_3d.html)

KRONE: nachrichten. *Krone.at* [online]. © 2013 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z:

http://www.krone.at/Nachrichten/Mit_130_kmh_in_140_Meter_Hoehe_ueber_Leogang_ins_Tal-Finale_fuer_Flying_Fox-Story-263371

MAPY. *Mapy.cz* [online]. [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://mapy.cz/>

MAYAN BEACH GARDEN. *Mayanbeachgarden.com* [online]. [cit. 2013-05-29].

Dostupné z: <http://www.mayanbeachgarden.com/CostaMayaZipline.html>

REDAKCE: Témata. *Mistojakoznacka.cz* [online]. 2012 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z:

<http://www.mistojakoznacka.cz/temata/beskydy-valassko-jsou-s-propagaci-teprve-na-zacatku/>

ROPESCOURSES: produkty. © *Project Outdoor Constructions 2009* [online]. 2009

[cit. 2013-05-29]. Dostupné z:

http://www.ropescourses.eu/cs_CZ/produkty/adrenalinove-sjezdy-ZipRider/

ROZJEZDY: O projektu. *Rozjezdyroku.cz* [online]. © 2004 - 2013 [cit. 2013-05-29].

Dostupné z: <http://www.rozjezdyroku.cz/o-projektu/>

SKIALPIN: Pustevny. *Skialpin.cz* [online]. © 2012 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://www.skialpin.cz/>

SKIMOSTY: gorolszus. *Skimosty.cz* [online]. [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.skimosty.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=32&lang=cs

SMARIE29.BLOGSPOT. *Smarie29.blogspot* [online]. 2010 [cit. 2013-05-28]. Dostupné z: <http://smarie29.blogspot.cz/2010/11/tagaytay-paradizoo-zip-line.html>

WIKIPEDIA: Zip-line. *Wikipedia the free encyclopedia* [online]. 2013 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Zip-line>

WUPPERFELD, U., 2003. *Podnikatelský plán pro úspěšný start*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 159 s. ISBN 80-726-1075-9.

ZIPLINERIDER: Zip Line Locations. *Ziplinerider.com* [online]. © 2009 [cit. 2013-05-29]. Dostupné z: http://www.ziplinerider.com/Zipline_Locations.html

4.6. Seznam obrázků

OBR. 1:FUNKCE PODNIKATELE	13
OBR. 2:ATRIBUTY PODNIKATELSKÉHO ZÁMĚRU VEDOUcí K ÚSPĚCHU	14
OBR. 3:PODNIKATELSKÝ PLÁN JAKO SOUČÁST PROCESU PLÁNOVÁNÍ	21
OBR. 4:JÍZDA NA ZIP-LINU	25
OBR. 5:FLYING FOX XXL	27
OBR. 6:CÍLOVÁ LOKALITA	30
OBR. 7:POPIS PUSTEVEN	33
OBR. 8:3D MODEL PUSTEVEN	35
OBR. 9:LOKALIZACE STANIC	36
OBR. 10:DOZORČÍ CHATA	37
OBR. 11:SJEZDOVKA U HORNÍ STANICE	38
OBR. 12:LOKALITA PRO SPODNÍ STANICI A	39
OBR. 13:LOKALITA PRO SPODNÍ STANICI B	40
OBR. 14:VÝŠKOVÝ PROFIL TERÉNU POD LANEM	45
OBR. 15:TAŽNÝ VOZÍK K PŘEPRAVĚ	57
OBR. 16:PRŮŘEZ VÁLCOVANÝM LANEM	65
OBR. 17:ČÁSTEČNÝ ŘEZ LANEM	65
OBR. 18:ZPŮSOB JÍZDY A	65
OBR. 19:ZPŮSOB JÍZDY B	65
OBR. 20:ZPŮSOB JÍZDY C	66
OBR. 21:ZPŮSOB JÍZDY D	66
OBR. 22:BRZDNÝ SYSTÉM	66
OBR. 23:UZAVŘENÁ HELMA	66
OBR. 24:DVOJÍ JIŠTĚNÍ	67

4.7. Seznam tabulek

TAB. 1: PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH	41
TAB. 2: PROCENTUÁLNÍ ZASTOUPENÍ VĚKOVÝCH SKUPIN	41
TAB. 3: PODMÍNKY PROVOZU	43
TAB. 4: PRŮMĚRNÝ POČET "PĚKNÝCH" DNÍ V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH	44
TAB. 5: OTEVÍRACÍ DOBA V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH	47
TAB. 6: PROVOZNÍ KAPACITA V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH	48
TAB. 7: CELKOVÁ KAPACITA ATRAKCE	48
TAB. 8: OCHOTA PLATIT JEDNOTLIVÝCH VĚKOVÝCH SKUPIN	53
TAB. 9 : POČET JÍZD PŘI JEDNOTLIVÝCH CENÁCH	56
TAB. 10: NÁKLADY NA POHONNÉ HMOTY	56
TAB. 11: FINANČNÍ ZHODNOCENÍ OPTIMISTICKÉ VARIANTY	60
TAB. 12: FINANČNÍ ZHODNOCENÍ REALISTICKÉ VARIANTY	60
TAB. 13: FINANČNÍ ZHODNOCENÍ PESIMISTICKÉ VARIANTY	62
TAB. 14: RENTABILITA VLOŽENÉHO KAPITÁLU	63
TAB. 15: DOBA NÁVRATNOSTI	63

4.8. Seznam grafů

GRAF 1: POČET DNÍ VYHOVUJÍCÍ PODMÍNKÁM PROVOZU	44
GRAF 2: GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ PRŮMĚRNÉHO POČTU "PĚKNÝCH DNÍ" V JEDNOTLIVÝCH MĚSÍCÍCH	44
GRAF 3: VÝNOSY V OPTIMISTICKÉ VARIANTĚ	54

Přílohy

Příloha č. 1: Předběžné vyjádření CHKO Beskydy k realizaci záměru

Příloha č. 2: Dotazník

Příloha č. 3: Zkrácená prezentace pro BIS

