

Univerzita Pardubice

Fakulta Ekonomicko-Správní

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2011

Viktoriya Partizenkova

Univerzita Pardubice

Fakulta Ekonomicko-Správní

Řízení investičního projektu

Partizenkova Viktoriya

Bakalářská práce

2011

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok 2010/2011

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jméno a příjmení: Viktoriya Partizenkova
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: Management podniku – Management malých a středních podniků
Název tématu: Řízení investičního projektu
Zadávající katedra: Ústav ekonomiky a managementu

Zásady pro vypracování:

1. Stanovení cílů práce
2. Definování projektu a jeho fázi
3. Charakterizování cestovní inomingové společnosti
4. Popsání investičního projektu do softwaru
5. Zpracování časového harmonogramu projektu
6. Určení zdrojů financování a rozpočtu
7. Určení rizik projektu a podmínek jejich řízení
8. Vyhodnocení průběhu projektu a jeho výsledku
9. Formulování závěru a doporučení

Prohlašuji:

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

Byla jsem seznámena s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, 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.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 2. 5. 2011

Viktorija Partizenkova

Poděkování:

Chtěla bych poděkovat vedoucímu své bakalářské práce doc. Ing. Pavlu Duspivovi, CSc. za odborné vedení práce, velice vstřícný a profesionální přístup, za poskytnutí odborných rad.

Taký bych chtěla poděkovat svým rodičům a kamarádům, které mě vždy podporovali a stáli při mně v průběhů mého studia na Univerzitě Pardubice.

ANOTACE

Bakalářská práce popisuje řízení investičního projektu incomingové cestovní kanceláři. V první části popisují teoretický úvod o obecném pojetí co to je investiční projekt. Představují incomingovou společnost, její vznik, historii a profil podnikání. Praktická část je zaměřena na sledování ekonomických ukazatelů společnosti, ukazatele které jsou v přímé vazbě s pořízením investičního projektu a analýza rizik. Závěr práce obsahuje zhodnocení celkové analýzy a návrhy opatření pro kvalitní poskytování služeb.

KLÍČOVÁ SLOVA

projekt, software, incoming, outgoing, incomingová cestovní kancelář

TITLE

Management of the investment project.

ANNOTATION

Bachelor's thesis describes the management of the investment project of the incoming travel agency. First part describes the general concept of investment project. It gives an introduction of the incoming company, its origin, history and business profile. The practical part focuses on monitoring of economic indicators, then on indicators that are directly related to the acquisition of the investment project and on risk analysis. The conclusion provides evaluation of the overall analysis and proposals for high quality service delivery.

KEYWORDS

project, software, incoming, outgoing, incoming travel agency

OBSAH

1 ŘÍZENÍ INVESTIČNÍHO PROJEKTU.....	11
1.1 Typy projektů	12
2 PROFIL SPOLEČNOSTI Best of Travel s.r.o.....	14
2.1 Vznik společnosti	14
2.2 Historie společnosti Best of Travel s.r.o	15
2.3 Podnikatelský záměr společnosti	17
2.4 Podnikové cíle	18
3 VZNIK TURISTICKÉ INCOMINGOVÉ SPOLEČNOSTI.....	21
3.1 Cestovní kancelář - organizátor cest	22
3.2 Incomingový (příjezdový) cestovní ruch	23
4 DEFINOVÁNÍ PROJEKTU REZERVAČNÍHO SYSTÉMU	25
4.1 Popis softwarového rezervačního on-line systému	25
5 ČASOVÝ HARMONOGRAM	27
5.1 Analýza času	28
5.2 Vliv faktoru času	30
5.3 Analýza nákladů.....	31
6 FINANČNÍ ZDROJE PROJEKTU	34
6.1 Majetková struktura společnosti	36
6.2 Peněžní tok z investičního projektu	38
7 RIZIKA INVESTIČNÍHO PROJEKTU	39
7.1 Příčiny podnikatelských rizik	40
7.2 Popis rizik projektu a jejich eliminace.....	40
8 VYHODNOCENÍ PROJEKTU A JEHO VÝSLEDKY	44
8.1 Vyhodnocení projektu	44
8.2 Vyhodnocení ekonomických ukazatelů	45
8.3 Souhrnné hodnocení a doporučení	46
9 ZÁVĚR.....	48
POUŽITÁ LITERATURA.....	49

Seznám obrázků

Obrázek 1: Projektový trojúhelník

Obrázek 2: Podíly produktů společnosti v % v roce 2010

Obrázek 3: Procentuální znázornění turistických služeb v ČR

Obrázek 4: Organizační struktura společnosti

Obrázek 5: Schéma spolupráce společnosti Best of Travel s.r.o. se zahraničními partnery

Obrázek 6: Schéma spolupráce

Obrázek 7: Časový harmonogram realizaci softwarového systému pro rok 2009-2010

Obrázek 8: Vazba jednotlivých činnosti projektu v I. etapě

Obrázek 9: Vazba jednotlivých činnosti projektu ve II. etapě

Obrázek 10: Vazba jednotlivých činnosti projektu ve III. etapě

Obrázek 11: Grafické znázornění celkových nákladů společnosti v období let 2007 až 2009 v tis. Kč

Obrázek 12: Přehled prodaných služeb v peněžním vyjádření za sledované období 2007-2010 v tis. Kč

Obrázek 13: Zisk společnosti po zdanění za sledované období 2007-2009 v tis. Kč

Obrázek 14: Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku společnosti za sledované období 2007-2009 v tis. Kč

Obrázek 15: Vlastní zdroje společnosti za sledované období 2007-2009 v tis. Kč

Obrázek 16: Cizí zdroje společnosti za sledované období 2007-2009 v tis. Kč

Obrázek 17: Hospodářský výsledek společnosti za sledované období 2007-2009 v tis. Kč

Obrázek 18: Tržby společnosti za sledované období 2007-2010 v tis. Kč

Seznám tabulek

Tabulka 1: Přehled celkových nákladů společnosti v období let 2007 až 2009 v tis. Kč

Tabulka 2: Peněžní příjmy z investičního projektu v tis. Kč

Tabulka 3: Kapitál společnosti Best of Travel s.r.o. v tis. Kč

Tabulka 4: Rozlišení zdrojů financování v tis. Kč

Tabulka 5: Ekonomické ukazatele společnosti v roce 2008 a 2010 v tis. Kč

ÚVOD

Téma mé bakalářské práce je Řízení investičního projektů v incomingové cestovní kanceláři. Investiční projekt spojen s vytvořením softwarového systému na míru společnosti Best of Travel s.r.o. Investiční činnosti je investování a soubor praktických opatření pro realizaci investic.

Relevance zvoleného tématu je, že řízení investičního projektu je jedním z nejdůležitějších aspektů kterékoliv dynamické obchodní společnosti, jejímž cílem je upřednostnění rentability z hlediska dlouhodobé než krátkodobé vyhlídky. Investiční projekt je zaměřen na zvýšení zisku a zlepšení řízení tohoto projektu společnosti prostřednictvím realizace investičních projektů.

Toto téma jsem zvolila, protože pracuji v incomingové společnosti Best of Travel s.r.o. Z části jsem se podílela i na zpracování softwarového projektu.

V práci nejprve popíšu teoretický úvod o obecném pojetí co to je projekt. Potom představím incomingovou společnost Best of Travel s.r.o. její vznik, historii a vývoj.

Hlavním cílem práce je seznámit se softwarovým systémem, do kterého společnost vložila velké investice a naděje. Systém, díky kterému společnost bude mít možnost zvýšit své tržby z prodeje turistických služeb a zviditelnit své jméno.

Finanční ukazatele společnosti jsou znázorněny v obecném měřítku. Všechny finanční analýzy a další údaje jsou čerpány z interních zdrojů společnosti.

V závěru je popsán výsledek realizace a rizika spojené s investicemi do projektu. Navrhnou patřičná opatření a zdůvodním, zda projekt byl úspěšný pro společnost.

1 ŘÍZENÍ INVESTIČNÍHO PROJEKTU

Projekt je výsledek materiální nebo nemateriální povahy založený na strategickém plánu, navržený, organizovaný a realizovaný pod řízením někoho v zajmu vlastníka nebo zadavatele. Projekt je aktivita omezená v čase, realizovaná pouze jedenkrát bez opakování se značnými množství charakteristických rysů, ke kterým patří:

- výsledek musí sloužit užívání po celou dobu přesně určenou zadavatelem projektu,
- úspěch projektu při jeho zahájení není zřejmý,
- trvání projektu je časově omezeno,
- projekt je uskutečňován mimo běžnou podnikatelskou rutinu,
- zdroje pro realizaci projektu jsou limitovány,
- projekt má jen jeden výsledek.

Projekt je jednorázový proces:

- směřující k dosažení stanovených cílů,
- během procesu prochází projekt řadou etap a fází,
- s etapami se mění úkoly, organizace a zdroje.

Projekt je prostorově a časově ohraničený soubor technologicky a organizačně souvisejících činností, jehož účelem je dosažení stanoveného cíle při zadaném čase, zdrojích, nákladech a kvalitě.

Řízení projektů je soubor modelů, metod, postup, nástrojů a technik pro plánování a řízení realizace složitých projektů. Řízení projektů má některé specifické rysy:

- projekt má definován začátek i konec,
- existuje vysoká míra nejistoty,
- používají se pružné organizační struktury,
- složení řešitelského týmu projektu je proměnlivé.

Strukturování projektu – jedná se o rozklad projektu na menší části, sub-projekty, etapy, souhrnné činnosti, dílčí činnosti a vztahy mezi nimi [3].

1.1 Typy projektů

Projekty můžeme rozdělit podle určitých hledisek do jednotlivých skupin. Kategorie projektů podle složitosti:

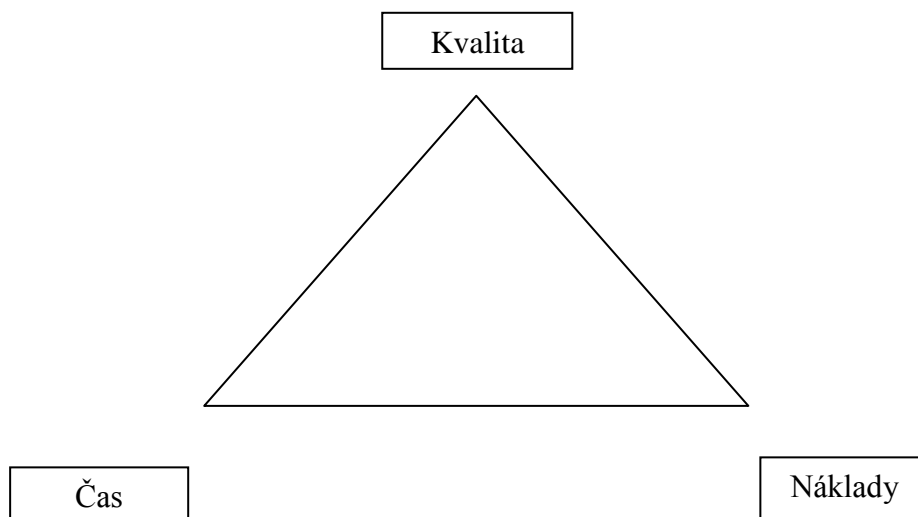
- komplexní – dlouhodobé, mnoho fází a činnosti, značné množství zdrojů,
- speciální – střednědobé, nižší rozsah, přechodné zdroje,
- jednoduché – krátkodobé, malý rozsah, malý počet zdrojů.

Při řízení projektu se sledují důležité charakteristiky projektu, jako je rozsah, čas, náklady, kvalita, zdroje, rizika projektu atd. Používají se i odpovídající analýzy zaměřené na některé z těchto charakteristik: časová analýza projektů, analýza zdrojů, nákladová analýza, rozsah, kvalita a riziko.

- 1) Časová analýza projektů – vychází z dob trvání realizace činnosti a určuje nejdříve možné a nejpozději přípustné termíny začátků a konců realizace činnosti, nejdříve možný termín dokončení celého projektu, časové rezervy činnosti.
- 2) Analýza zdrojů – porovnává časový průběh nároků na čerpání zdrojů s disponibilním množstvím zdrojů. Rozlišuje jednorázové použité zdroje (jsou to materiály, energie, finance) a opakovaně používané (lidské zdroje, provozní prostředky).
- 3) Nákladová analýza – se zabývá určením nejvhodnějšího průběhu projektu z hlediska vztahu času a nákladů na realizaci projektů.
- 4) Rozsah – projekt je dán objemem práce, který je nutno vykonat pro jeho realizaci.
- 5) Kvalita – je měřítkem plnění požadovaných cílů projektů. Zahrnuje jak řízení kvality projektu, tak i kvality produktu, který je projektem poskytován.
- 6) Riziko – ukazatel spojený s řízením projektu, vyplývající z faktu, že každý projekt je jednorázovou záležitostí.

Projektový trojúhelník => při řízení projektu je nutno brát v úvahu čas ve srovnání s plánem, náklady ve srovnání se stanoveným rozpočtem a kvalitu projektu, která měří stupeň dosažení požadovaných cílů. Tyto tři základní ukazatele – čas, náklady a kvalita- jsou navzájem propojeny a je nutno hledat vyvážené řešení z hlediska preferencí zájmových subjektů [3].

Vzájemně propojení základních ukazatelů v projektovém trojúhelníku je znázorněno v obrázku číslo 1.



Obrázek č. 1 – Projektový trojúhelník

Zdroj: Fiala P., Projektové řízení

2 PROFIL SPOLEČNOSTI Best of Travel s.r.o.

2.1 Vznik společnosti

Společnost byla založena v roce 1999 čtyřmi fyzickými osobami. Právní forma společnosti je společnost s ručením omezením. Prvotní název společnosti byl Travellux s.r.o. se základním kapitálem 100 000,-Kč. Zápis do obchodního rejstříku byl vykonán dne 30. června 1999. Avšak v roce 2004 došlo k organizačním změnám a společnost byla přejmenována na Best of Travel s.r.o., došlo i ke zvýšení základního kapitálu na 200 000,-Kč. Zároveň došlo i ke snížení počtu společníků. Předmětem podnikání společnosti Best of Travel s.r.o. je provozování cestovní agentury. Sídlo společnosti je v Praze s jednou pobočkou v Karlových Varech.

Společnost s ručním omezením – zkratka s.r.o. – společností s ručením omezeným je společnost, jejíž základní kapitál je tvořen vklady společníků, a jejíž společníci ručí za závazky společnosti, dokud nebylo zapsáno splacení vkladů do obchodního rejstříku [1].

Počet společníků při vzniku společnosti v roce 1999 byl tvořen čtyřmi osobami:

- 1 společník – vklad 250 000,- Kč – obchodní podíl 125 %
- 2 společník – vklad 150 000,- Kč – obchodní podíl 75 %
- 3 společník - vklad 50 000,- Kč – obchodní podíl 25%
- 4 společník - vklad 50 000,- Kč – obchodní podíl 25%

V roce 2004 došlo k převodu obchodního podílu. Dva členy společníků odstoupili od podnikání. Základní kapitál nabývá hodnot ve výši 200 000,-Kč a tvořen vklady:

- 1. společník – vklad 100 000,- Kč – obchodní podíl 50%
- 2. společník - vklad 100 000,- Kč – obchodní podíl 50%

Obchodní podíl představuje účast společníka na společnosti a z této účasti plynoucí práva a povinnosti. Každý ze společníků může mít pouze jeden obchodní podíl [1].

Valná hromada je nejvyšším orgánem společnosti Best of Travel s.r.o. Do její působnosti patří:

- schválení jednání učiněných jménem společnosti před jejím vznikem,
- schválení řádné, mimořádné a konsolidované a v případech stanovených zákonem i mezitímní účetní závěrky, rozdělení zisku a úhrady ztrát,
- schvalování stanov a jejich změn,
- rozhodování o změně obsahu společenské smlouvy,
- rozhodování o zvýšení či snížení základního kapitálu,
- jmenování, odvolání a odměňování jednatelů,
- vyloučení společníka,
- rozhodování o zrušení společnosti a likvidaci [6].

Jednatelé statutárním orgánem společnosti jsou dva členové společníků. Jsou oprávněni jednat jménem společnosti každý z nich samostatně. Jednatelé jsou povinni zajistit řádné vedení předepsané evidence a účetnictví, vést seznam společníků a informovat společníky o záležitostech společnosti. Všechno je uvedeno ve společenské smlouvě [4].

Firma společnosti musí obsahovat označení „společnost s ručením omezeným“, postačí však zkratka „spol. s r.o.“ nebo „s.r.o.“ [1].

2.2 Historie společnosti Best of Travel s.r.o

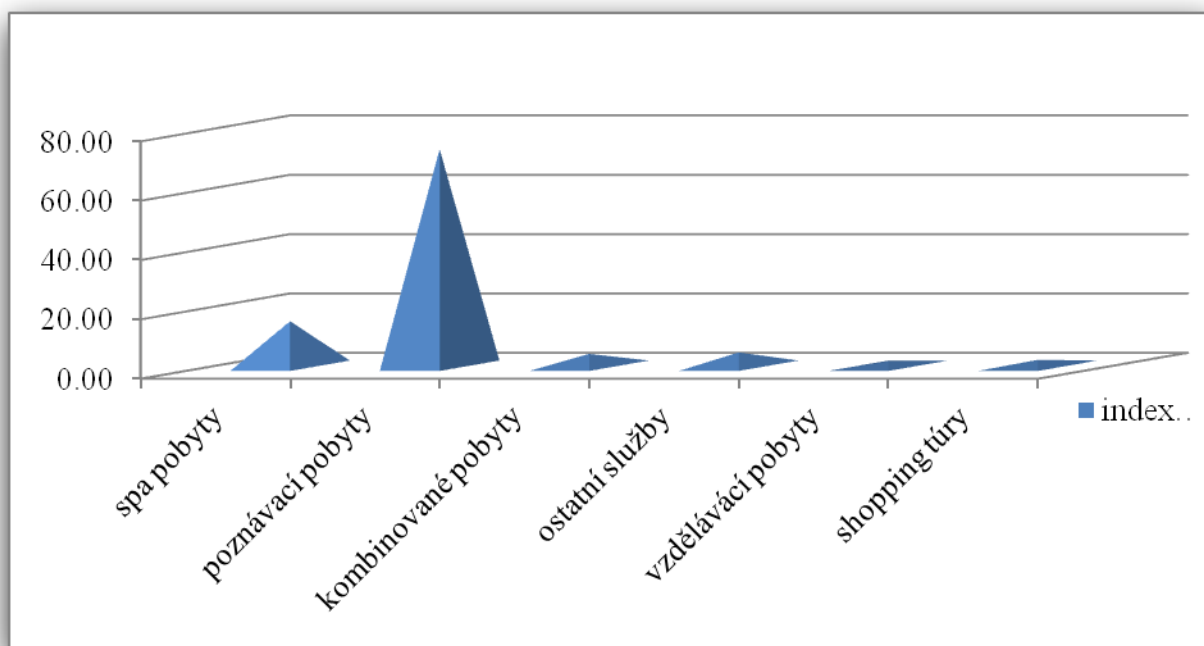
Zakladatelé společnosti pochází z Ukrajiny, ale žijí na území ČR přes 20 let. Společnost začínala s poskytováním cestovních služeb pouze na teritoria Prahy. Postupně rozšiřovala své služby po celém území České Republiky. Od vzniku společnosti se její aktivity značně rozšířily a nyní se zabývá klasickou turistikou, kongresovou i lázeňskou, skupinovými zájezdy, individuálními zájezdy a pravidelnými zájezdy charterových letů. Klientela pochází pouze ze zemí bývalého Sovětského svazu a to především z Ruska, Ukrajiny a Gruzie. Společnost spolupracuje pouze s Tour Operátory uvedených zemí.

Na ruském trhu společnost je v žebříčku mezi prvními deseti nejlepšími incomingových společnostmi se zaměřením na Českou republiku. To je samozřejmě velký úspěch pro společnost, když se vezme v úvahu konkurence, náročnost uspokojit ruskou klientelu a

přizpůsobit se požadavkům klientů v souladu s českými zákony a různými pravidly podnikání v této oblasti.

Společnost má okolo 30 zaměstnanců a to včetně průvodců, řidičů a představitelů v Karlových Varech. Vlastní autopark se: 4 autobusy, standardní auta, 4 mikrobusey, 3 luxusní auta. Též eviduje jako majetek uvítací stánek na letišti Ruzyně v Praze.

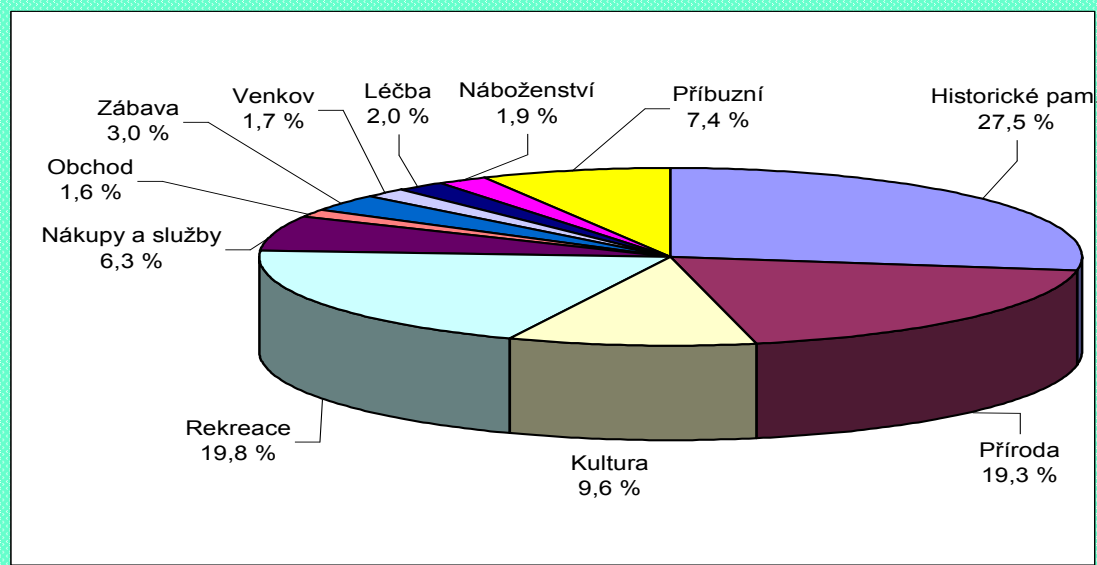
Prvotní cíl společnosti byl otevřít možnost poznat krásu historických měst v ČR pouze pro individuální turisty. Postupem času zájem projevila i skupinová klientela. Čím dál tím více požadavků bylo uplatňováno se zájmem na cestování. Tímto byl zrozen nový vedlejší směr podnikání, to je prodej vlakových jízdenek a letenek. Prioritou zůstalo poskytování kvalitního ubytování, rozsáhlé a zajímavé exkurze po Praze a spousta dalších historických ne méně zajímavých míst po ČR. Se vstupem ČR do Schengenského prostoru vzrostl zájem o návštěvu historických měst sousedních států. Tímto byly vytvořené nové služby a byl pozměněn systém nabízených exkurzí.



Obrázek č. 2 – Podíly produktů společnosti v % v roce 2010

Zdroj: vlastní

Konkrétní výstupy marketingového výzkumu - motivace českých návštěvníků k pobytu v České republice



Obrázek č. 3 – Procentuální znázornění turistických služeb v ČR

Zdroj: marker.uhk.cz/.../zakladyMARKETINGU/MarketingovyVYZKUM/Marketingovy_vyzkum-uprava.ppt

2.3 Podnikatelský záměr společnosti

Podnikatelský záměr je základní plán podnikání, který se může vyskytovat v řadě forem: od základní myšlenkové u nezávislých profesionálů a živnostníků až po rozsáhlou písemnou dokumentaci v případě větších firem. V každém případě je ale podnikatelský záměr zacílen především na tzv. jádro podnikání neboli jeho hlavní, stěžejní činnost, případně jako hlavní argument k přesvědčení potenciálního investora.

Podstatu podnikatelského záměru lze nahlížet ze dvou hledisek. V hlubší rovině jde o prakticky nedosažitelný ideál, jemuž se firma více či méně úspěšně snaží v průběhu podnikání přiblížit. V rovině obecné lze pak podnikatelský záměr chápat jako dlouhodobou strategii podnikání, ze které podnikatel vychází a s níž by mělo být celé jeho podnikání v naprostém souladu.

Běžně se také můžeme setkat s chápáním podnikatelského záměru jakožto jednorázového nápadu či inspirace k podnikání. Tento výklad je ale z hlediska správných podnikatelských návyků méně úspěšný, protože podnikatelský záměr by se měl časem vyvíjet tak, aby

odpovídal nově nabytým zkušenostem firmy či podnikatele. S těmito revizemi podnikatelského záměru se tak lze v praxi setkat zcela běžně a zejména u velmi dynamických podnikatelských subjektů k nim může docházet i relativně často, třeba každé dva nebo tři roky. Nezřídka bývá tento posun v podnikatelském záměru také doprovázen změnou loga a celkové image.

Typickým znakem podnikatelského záměru je utajení jeho klíčových částí až do okamžiku realizace. Podnikatel usiluje v rámci volného trhu o konkurenční výhody, a proto se snaží své záměry tajit, dokud je to jen možné, aby je nezneužila dříve jeho konkurence. Úspěšnost podnikatelského záměru je tak do značné míry závislá na jeho praktickém provedení a kvalitě záměru [11].

Současné cíle společnosti:

- poskytovat kvalitní ubytování,
- zabezpečit pohodlný, bezpečný a luxusní transport,
- seznámit a poskytnout exkurze o historických památkách ČR,
- prodej leteckých a vlakových jízdenek,
- pobyty pro skupinové zájezdy,
- ukázat profesionalismus a odbornost zaměstnanců.

Budoucí cíle společnosti:

- uspořádat svatební obřady,
- korporativní pobyty,
- golfové zájezdy,
- kombinované zájezdy do zahraničí.

2.4 Podnikové cíle

Cíl je žádoucí budoucí stav, kterého má být dosaženo.

Společnost musí vymezovat cíle, prioritně jsou ty dlouhodobé - strategické, které určují směřování celého chodu podniku, dále rozhodují o cílech střednědobých a krátkodobých. Přesně nadefinovat je velice důležité pro komunikaci, pochopení a porozumění všemi lidmi,

kterých se týkají. Proto by se mělo při stanovování jakýchkoliv dílčích cílů dodržovat princip SMART.

SMART je souhrn pravidel, která určují, jakým způsobem mají být cíle vyjádřeny tak, aby bylo možné na závěr vyhodnotit, zda jich bylo dosaženo nebo ne.

S – specifické a konkrétní, to znamená, že by měly být přesně popsány. Pokud jsme schopni si odpovědět na otázku, co je předmětem a daným problémem, potom jsme toto kritérium specifčnosti splnili.

M – měřitelné, kvantifikovatelné, což nám umožňuje přesně vyjádřit, sledovat a kontrolovat průběh a stupeň plnění. Dosažení cíle musí být měřitelné.

A – akceptovatelné pro všechny, kterých se jakýmkoliv způsobem týkají.

R – reálné a realizovatelné, a to z hlediska všech potřebných zdrojů.

T – termínované, tedy stanovit požadovaný termín plnění. Cíle musí být určené v čase [4].

Prvotní a hlavní cíl společnosti Best of Travel s.r.o. poskytovat své služby v plném a kvalitním rozsahu. Mít důvěru svých partnerů a vděčnost turistů navštěvujících území České republiky.

Vzhledem k okolnostem, v souvislosti se světovou krizí společnost přehodnotila svůj záměr podnikání a rozhodla se zaměřit na získání nových klientů jak fyzických osob, tak i významných Tour Operátoru. Chce rozšířit svůj výhled do Evropy. Přesněji řečeno chce oslovit rusko-mluvicí obyvatele, kteří se přestěhovali do zahraničí natrvalo. Tyto lidé stejně jako jiné národnosti rádi cestují, poznávají nové věci a vždy jsou rádi, když se na něj mluví rodným jazykem bez rozdílů, kde se nachází. Rozhodnutím o podrobném zpracování podnikatelského plánu, mělo za následek realizovat investiční projekt softwarového programu, který umožní rychlou a dostupnou komunikaci bez rozdílu na vzdálenost mezi partnery. Tento směr je nazýván – OUTGOING.

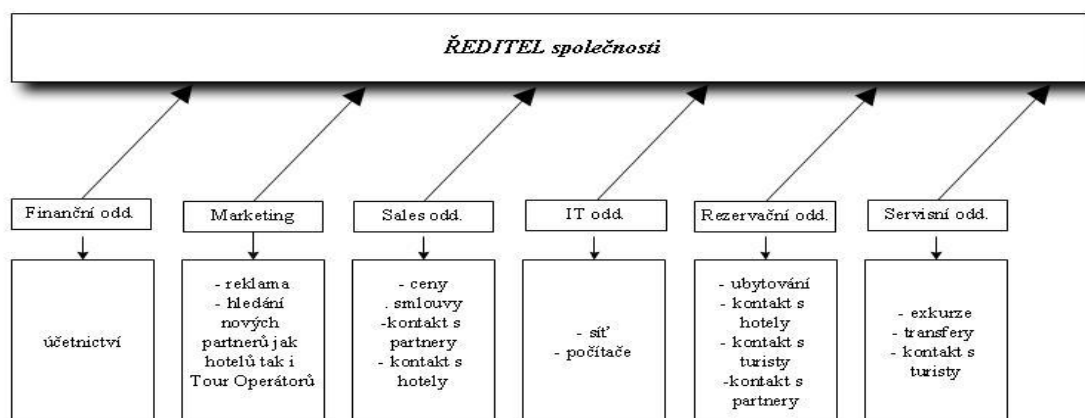
Cílem OUTGOING ve společnosti Best of Travel s.r.o., je účel dlouhodobé marketingové řízení a rozhodování v oblasti strategické, operativní a controllingu. Potenciálními zákazníky budou fyzické osoby a malé cestovní kanceláři v zahraničí. Rozšířením nové oblasti společnost chce dosáhnout nové partnerské vztahy, podpořit jméno společnosti a získání více

turistů. Cenová politika nebude sloužit jako prioritní generátor firemního zisku, bude fungovat i jako prostředek rozvoje vztahů se zákazníkem v dlouhodobém horizontu. Ovšem pouze za určitých předpokladů.

Pro společnost je důležité stanovit:

- rozsah potenciálních zákazníků firmy, jejich požadavky, finanční možnosti;
- určit směr prodeje (různorodost služeb, tržby území, atd);
- vycházet z reality na trhu turistických služeb;

K dosažení podnikových cílů je uzpůsobená organizační struktura společnosti. Schéma organizace je uvedena v grafu č. 2.



Obrázek č. 4 – Organizační struktura společnosti

Zdroj: vlastní

Z organizační struktury společnosti vyplývá, že každé oddělení je zodpovědné za určitý úsek chodu společnosti. Ale v závěru všechny oddělení se směřují ke studiu a k dosažení nejlepších výsledku v těchto elementech:

- 1) turistický produkt – služba,
- 2) ceny,
- 3) podpora prodeje.

3 VZNIK TURISTICKÉ INCOMINGOVÉ SPOLEČNOSTI

Za průkopníka v oblasti cestovního ruchu a zakladatele cestovní kanceláře v dnešním slova smyslu je považován Angličan Thomas Cook (1808-1892). Ten uskutečnil 5. července 1841 první hromadnou organizovanou přepravu 570 osob vlakem z Leicesteru do Loughborough při příležitosti otevření železniční trati z Derby do Rugby na velkou akci zaměřenou proti konzumaci alkoholu. Cestovní kancelář Cook založil v roce 1845 a její pracoviště v Londýně zahájilo provoz v roce 1865. Od roku 1877 měl Cook vlastní cestovní kancelář v Evropě, Americe, Austrálii, na Středním východě a v Indii.

Československo - období mezi světovými válkami

V roce 1920 byla smlouvou mezi Československými drahami, Zemským cizineckým svazem a bankou Bohemia založena Československá cestovní a dopravní kancelář s filiálkami v Praze, Brně, Bratislavě, Karlových Varech a Františkových lázní. O dva roky později zřídila filiálky ve Vídni, Paříži a v Londýně. V roce 1925 byla vytvořena středoevropská mezinárodní asociace AGOT, která později sdružovala na čtyři desítky cestovních kanceláří. V roce 1926 poprvé použila kancelář značky Čedok, která se okamžitě stala symbolem novátorství a podnikatelského úspěchu.

Česká republika – devadesátá léta

Liberalizace podmínek podnikání v cestovním ruchu počátkem devadesátých let přinesla bouřlivý rozvoj v tomto odvětví a neobvyklý nárůst konkurence. Jenom v roce 1990 bylo vydáno v České republice na 6 tis. oprávnění k provozování cestovní kanceláře a za celé období devadesátých let potom 11 tis. těchto oprávnění [2].

Počátkem 90. let se cestovní ruch v České republice rozvíjel velmi dynamicky. Čerpal nejen z přirozených turistických atraktivit a turistických center, ale také ze specifické situace, kdy Česká republika byla zajímavou destinací z důvodu jisté izolovanosti v předešlém období. Předmětem zájmu zahraničních návštěvníků nebyla kvalita poskytovaných služeb, úroveň infrastruktury apod., ale objevování nové nepoznané turistické destinace. V současné době se extenzivní růstové faktory vyčerpaly a Česká republika se zařadila mezi standardní turistické země a destinace. Proto je nutné, aby také její nabídka odpovídala tomuto postavení a stala se konkurenceschopnou.

Z hlediska předmětu činnosti a postavení v cestovních kancelářích distribučním procesu se jedná o:

- 1) Organizátory zájezdů, kteří jsou v praxi cestovního ruchu nazýváni touroperátory. Jejich postavení v distribučním procesu potom odpovídá pozici velkoobchodu.
- 2) Zprostředkovatele, kteří se zabývají prodejem a zprostředkováním služeb cestovního ruchu (převážně dopravních služeb) a prodejem produktu touroperátorů. V praxi cestovního ruchu bývají nazýváni prodejci a jejich postavení v distribučním procesu odpovídá pozici maloobchodu [2].

3.1 Cestovní kancelář - organizátor cest

Cestovní kanceláře – organizátoři cest (touroperátoři) mají v cestovním ruchu nezastupitelnou úlohu. Kontrahují služby cestovního ruchu od dodavatelů, vzájemně je kombinují a vytvářejí balíky služeb – „package“. Prodávají jednotlivé služby nebo jejich balíky a to zpravidla za jednu cenu.

Jedná se o tvůrce a dodavatele produktu, který by nemohl existovat v současné podobě bez jejich organizátorské role.

Cestovní kanceláře – organizátoři cest se zabývají zejména:

- nákupem ubytovacích služeb,
- poskytováním dopravních služeb,
- nákupem dalších služeb cestovního ruchu,
- vytvářením kombinací služeb a jejich balíčků,
- nabídkou služeb, jejich kombinací a balíčků,
- monitorováním realizace těchto služeb,
- informační a propagační činností.

3.2 Incomingový (příjezdový) cestovní ruch

Na trhu cestovního ruchu v oblasti zajišťování služeb zahraničním návštěvníkům – příjezdovém cestovním ruchu - působí kategorie cestovních kancelář, které se zabývají tvorbou a prodejem produktu do zahraničí.

Ty je třeba dále kategorizovat podle segmentu trhu, který zpracovávají. V oblasti cest na dovolenou, poznávacích cest a dalších je pro ně zaveden název „incomingový touroperátor“. Toto označení není však úplně přesné a nevyjadřuje podstatu jejich činnosti a postavení v distribučním procesu.

Podstatou činnosti těchto firem je nákup služeb v místě nebo regionu (ubytování, doprava apod.) a následný prodej do zahraničí, kde odběratelem není konečný zákazník a většinou ani maloprodeje, ale zahraniční velkoobchodník – touroperátor.

Pracují zpravidla na základě konkrétních objednávek zahraničních partnerů - touroperátorů a jejich produkt je jen částí konečného zájezdu. Nejpřesnější označení pro tyto subjekty by bylo „místní dodavatel služeb“ anebo v zahraniční praxi používaný název „local operator – místní operátor“ eventuelně „ground operator – pozemní operátor“

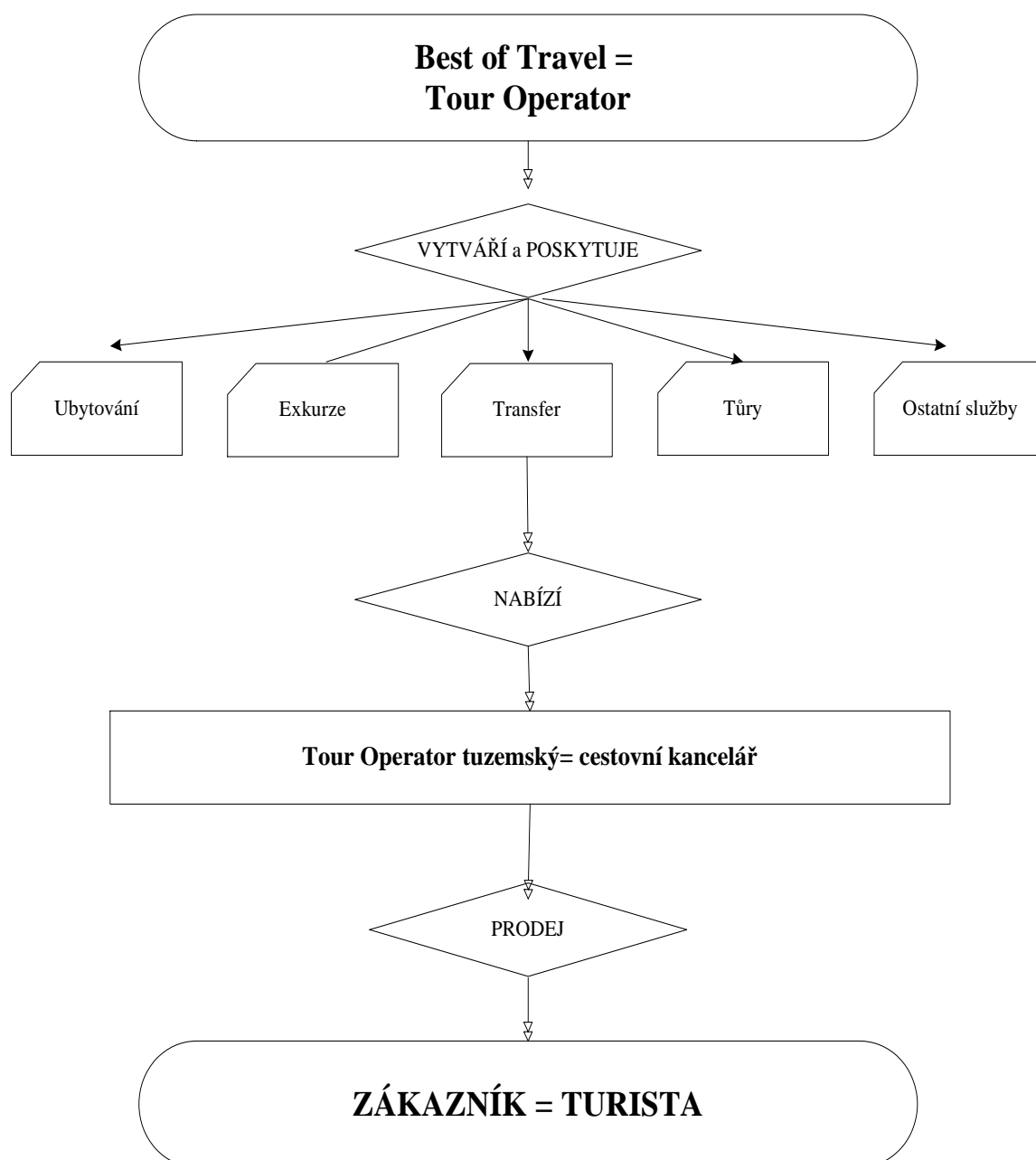
Historicky vznikaly firmy působící v příjezdovém cestovním ruchu z místních dopravních společností, které zajišťovaly pro zahraniční návštěvníky dopravní služby – transfery, výlety apod.

Specifické postavení v cestovním ruchu mají společnosti, jejichž konečnými zákazníky jsou zpravidla právnické osoby – korporace.

Produktem firem působících v příjezdovém cestovním ruchu je služba nebo kombinace služeb, která je nabízena zahraničnímu touroperátorovi. Jedná zpravidla o tyto služby:

- ubytování a stravování,
- doprava,
- služby průvodce,
- jiné místní služby [7].

Cestovní společnost Best of Travel s.r.o. je Tour Operátor neboli incomingová cestovní kancelář.



Obrázek č. 5 – Schéma spolupráce společnosti Best of Travel s.r.o. se zahraničními partnery

Zdroj: vlastní

Tour Operátor – cestovní kancelář, která samostatně vytváří turistické zájezdy a jiné turistické balíčky, následně svůj produkt nabízí Tour Agentům => kteří vystupují v roli zprostředkovatelů a realizují prodej a jsou v přímém kontaktu s turisty.

Best of Travel s.r.o. je Incomingový Tour Operátor – nabízí své služby na export s tím, že její plnění se uskutečňuje na území ČR. Obsluhuje turisty v celé své profesionalitě a kvalitě [10].

4 DEFINOVÁNÍ PROJEKTU REZERVAČNÍHO SYSTÉMU

4.3 Popis softwarového rezervačního on-line systému

Tlak konkurence a růst náročnosti klientů, donutil a zároveň byl motorem k vyvíjení něčeho nového, co by oslnilo partnery a zvýraznilo jméno společnosti. Tímto motorem bylo, že poslední roky se usilovně pracovalo na spuštění nového on-line systému rezervací pro partnery. Teď se asi zeptáte, no a co je na tom nového? Jenomže, jak už jsem uváděla, incomingová cestovní kancelář se zaměřuje pouze na ruský trh. Internet a různé on-line programy na ruských trzích sice není novinkou, ale zároveň to není běžná věc.

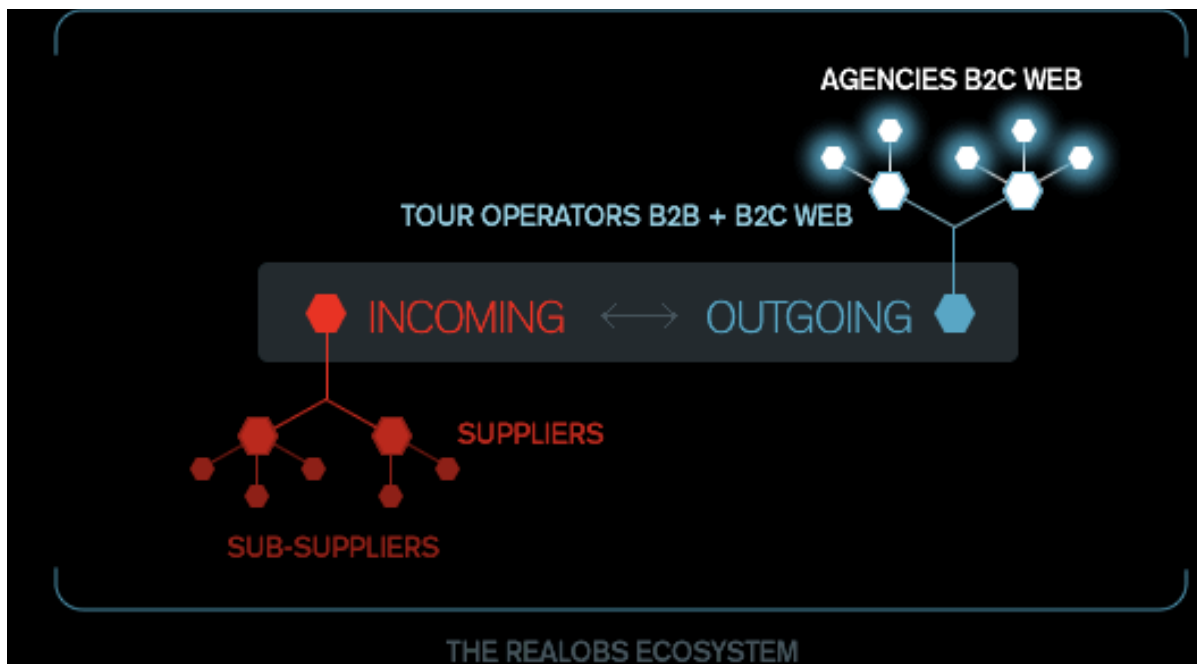
Cestovní kanceláři pro kvalitní zajištění svých služeb ve většině případu spolupracují s různými dodavateli ve stejném oboru. Zjistit dopředu zda dodavatel je kompetentní a spolehlivý je problematické. Za prvé je potřeba hledat dodavatele a za druhé otestovat, zda výběr spadá na toho správného. Společnost Best of Travel s.r.o. vytvořila softwarový program, který je funkční přes internet a funguje jak na incoming tak i na outgoing.

Společnost je ručitelem kvalitních a garantovaných služeb. Systém je obrovská databáze různých cestovních kanceláří z různých zemí, které nabízí své služby v turistické oblasti. Dlouholetý partner společnosti Best of Travel s.r.o. má zkušenosti a důvěru, že služby které poskytneme, jsou kvalitní a turisté jsou spokojení, což je nejdůležitější. Pro vývoj své činnosti a zpestření služeb pomocí softwarového programu, partner může využít nové služby v turistickém oboru, odpovědnost, za které nese společnost Best of Travel s.r.o. Takže partner zůstává ve výhodě, nemusí se namáhat, pouze rozšiřuje rozsah svých služeb pro turisty a to všechno pomocí softwarového programu společnosti Best of Travel s.r.o. To samé platí i pro fyzické osoby, které rádi cestují samí, ale i přesto potřebují odbornou pomoc v oblasti turistiky.

Systém společnosti Best of Travel s.r.o. zajistí veškeré formality z hlediska právní a zabezpečovací stany. Služby bude možné objednat prostřednictvím našeho rozhraní. Registraci získají okamžitý přístup k rostoucímu trhu nových zákazníků, podporované top on-line platformy [9].

Schéma popisující novou spolupráci pomocí nového systému, který je funkční přes Internet. Pro přihlašování nové uživatele a též i stále partnery mohou využívat služby navzájem prostřednictvím softwarového programu společnosti Best of Travel s.r.o. Incoming jsou

služby poskytované na území České republiky. Outgoing jsou služby v zahraničí, které mohou být využívány v kombinaci s turistickými službami na území ČR.



Obrázek č. 6 – Schéma spolupráce

Zdroj: <http://www.realobs.com/why.php>

Vysvětlivky:

- Supplier – dodavatel;
- Tour Operatours – společnost Best of Travel s.r.o.;
- Agencies – stálé partnery společnosti Best of Travel s.r.o.

Po dlouhém rozhodování se společnost rozhodla, vybrat pro tvorbu designu softwaru partnery v Itálii, pro odbornou technologii a vývoj byla vybrána společnost na území ČR a pro odborný překlad a různé detaily byla navázána spolupráce se společností v Minsku. Zároveň současně spolupracuje s menšími českými dodavateli v oblasti poradenství. Celkem do projektu jsou zapojeni 4-5 dodavatelů.

5 ČASOVÝ HARMONOGRAM

Časová harmonogram projektů vychází z dob trvání realizace činností a určuje nejdříve možné a nejpozději přípustné termíny začátků a konců realizace činností. Popisuje všechna jednotlivá fáze spojená s realizací projektu [5].

Předpokládány kalendářní měsíc												
Aktivity projektu / měsíce	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
příprava studie proveditelnosti pro projekt	√											
vytvoření pracovního návrhu / dokumentace	√	√					√					
rozvoj podnikatelského plánu	√	√						√				
přidělení plánování investic	√		√					√		√	√	
nabídka na provedení	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
studie proveditelnosti / kontrola		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
vývoj desingu							√	√	√	√	√	√
testování / kontrola							√	√	√	√	√	√
implementaci technologií											√	√
závěrečná kontrola												√

Obrázek č. 7 – Časový harmonogram realizaci softwarového systému pro rok 2009-2010

Zdroj: vlastní

5.1 Analýza času

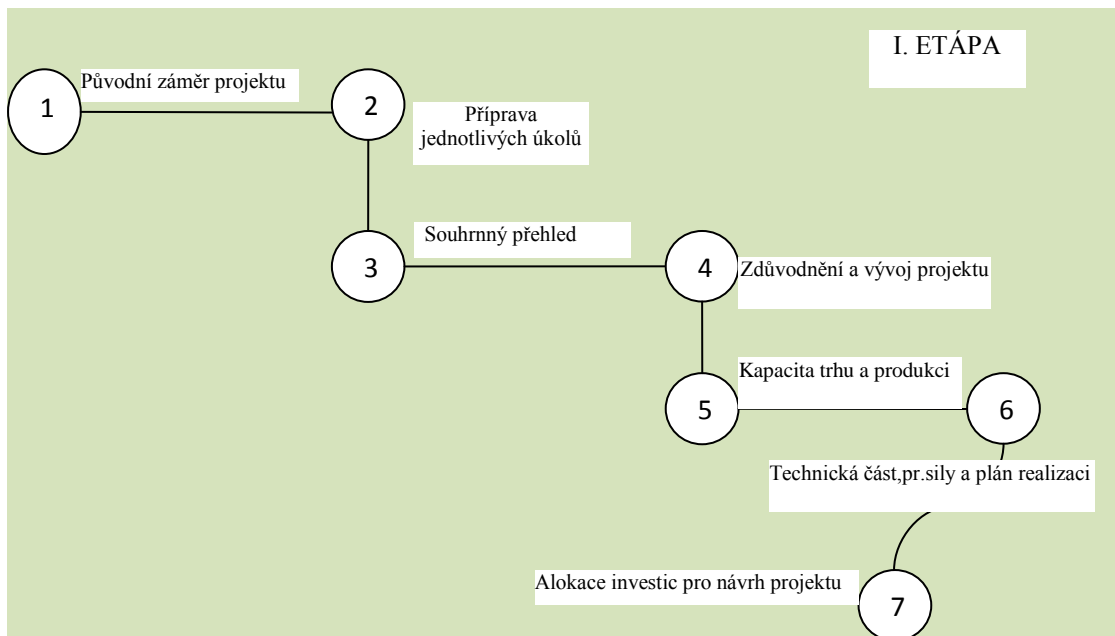
Kromě časového harmonogramu, který slouží pro obecné znázornění aktivit projektu. Potřeba sledovat složitost projektu a provést analýzu těchto projektu. Z hlediska časů a nákladů potřebných k realizaci projektu [5].

Představování údajů o době trvání jednotlivých činnosti se provádí časová analýza. Výsledkem časové analýzy jsou časy začátků a konců činnosti projektu, nejdříve možný termín dokončení projektu, časové rezervy jednotlivých činnosti.

Pro časovou analýzu projektu je potřebné předem ohodnotit všechny jeho činnosti ve stejných časových jednotkách a stanovit vazby mezi navazujícími činnostmi.

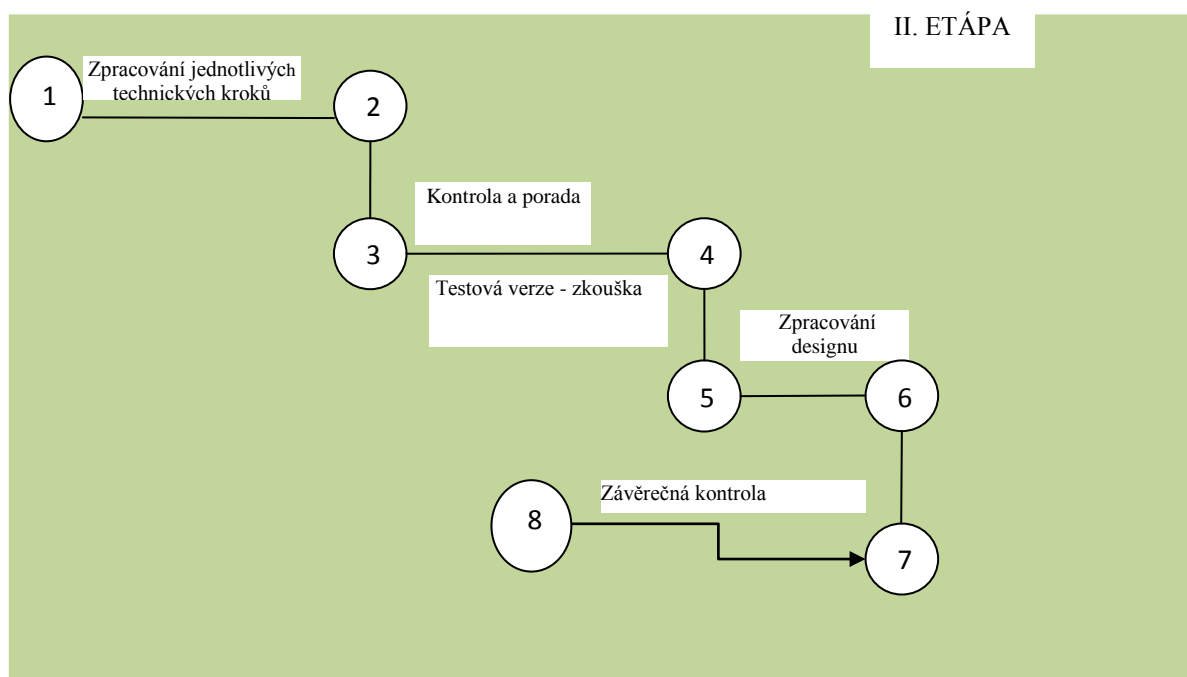
Ganttův diagram se využívá při řízení projektů pro grafické znázornění naplánování posloupnosti činností v čase. Diagram - je časové období trvání projektu, rozdělené do stejně dlouhých časových jednotek. Ukazuje jednotlivé činnosti, na které se projekt rozpadá, vždy jeden řádek pro jednu činnost. Levá strana označuje plánovaný začátek činnosti a pravá strana plánované ukončení. Délka pruhu tak označuje předpokládanou délku trvání činnosti. V rozšířenější podobě pak mohou diagramy ukazovat také návaznosti činností, pomocí lomených šipek nebo čar vedoucích od začátku nebo konce jedné činnosti k začátku nebo konci jiné činnosti (vztahy start-to-start, start-to-finish finish-to-start nebo finish-to-finish). Ganttovy diagramy se staly běžnou technikou pro prezentaci fází a činností [11].

Pomocí Ganttového diagramu ve 3 etapách znázorním grafickým postup činnosti projektu.



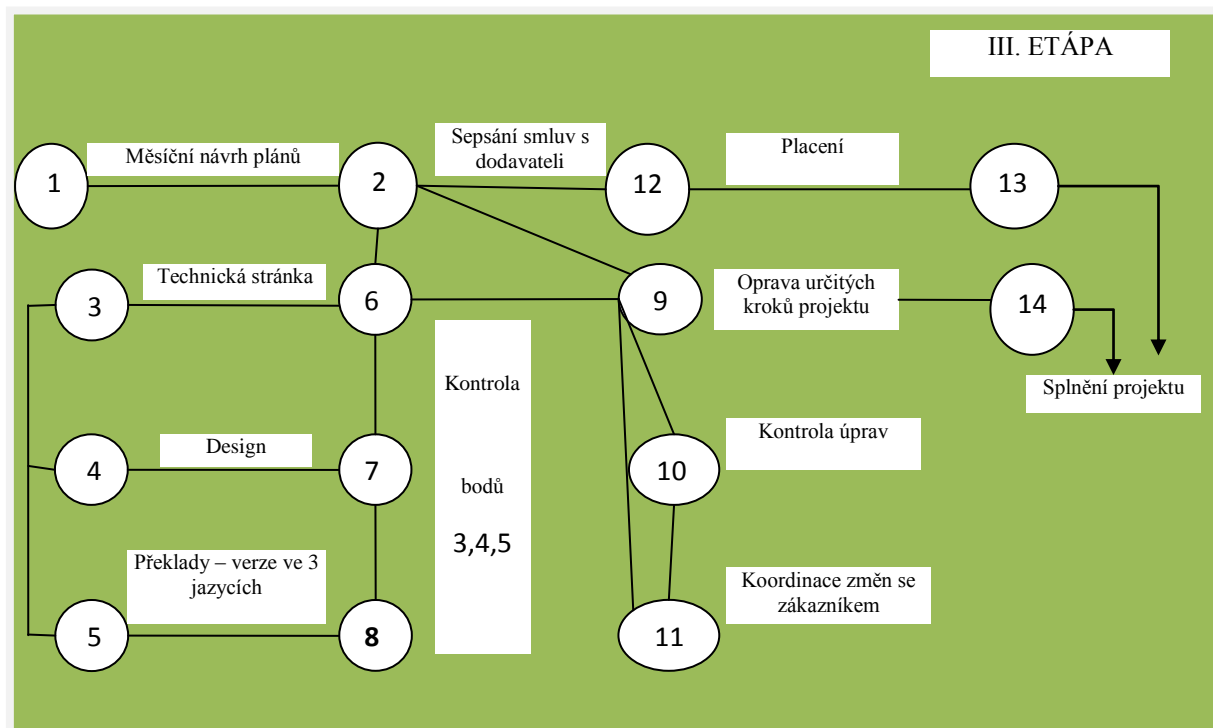
Obrázek č. 8 – Vazba jednotlivých činnosti projektu v I. etapě

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 9 – Vazba jednotlivých činnosti projektu v II. etapě

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 10 – Vazba jednotlivých činnosti projektu v III. etapě

Zdroj: vlastní

5.2 Vliv faktoru času

Tento faktor působí zjednodušeně tak, že současné výdaje (příjmy) hodnotíme výše než výdaje (příjmy) uskutečněné za rok či několik let.

$$BH_n = H_0 \times (1 + i)^n$$

BH_n = budoucí hodnota

H_0 = hodnota současná

n = počet let úročení

i = výše úroku.^[12]

$$BH = 5\,000\,000 \times (1,1)^3 = 6\,655\,000,- \text{ Kč}$$

Cena investičního projektu, jehož cena činila 5 000 000,- Kč, bude mít za tři roky hodnotu o 1 655 000,-Kč.

Pro vyjádření faktoru času si však můžeme klást i obrácenou otázku a to jako současnou hodnotu má částka, kterou získáme (nebo vynaložíme) za určitou dobu.

$$H_0 = BH_n / (1 + i)^n$$

$$H_0 = 6\,655\,000 / (1,1)^3 = 5\,000\,000,- \text{ Kč}$$

Investiční výdaje se uskuteční pouze v jednom roce - 2010 a přínosy z projektu budou vznikat od uvedení investice do provozu do jejího vyřazení. V tomto případě se faktor času omezí pouze na přínosy, a čím bude přínos časově “vzdálenější” od roku uskutečnění investice, tím nižší bude mít současnou hodnotu. Z toho vyplývá: že projekty, které budou přinášet efekty po delší dobu, by měly být hodnoceny na bázi jejich dnešních hodnot a ne na bázi nominálních budoucích hodnot [12].

5.3 Analýza nákladů

Časová analýza projektu je základem, na který může navázat analýza nákladů [3].

Členění nákladů má vliv na podíl na celkových nákladech společnosti. V účtovém rozvrhu se nacházejí položky nákladového druhů:

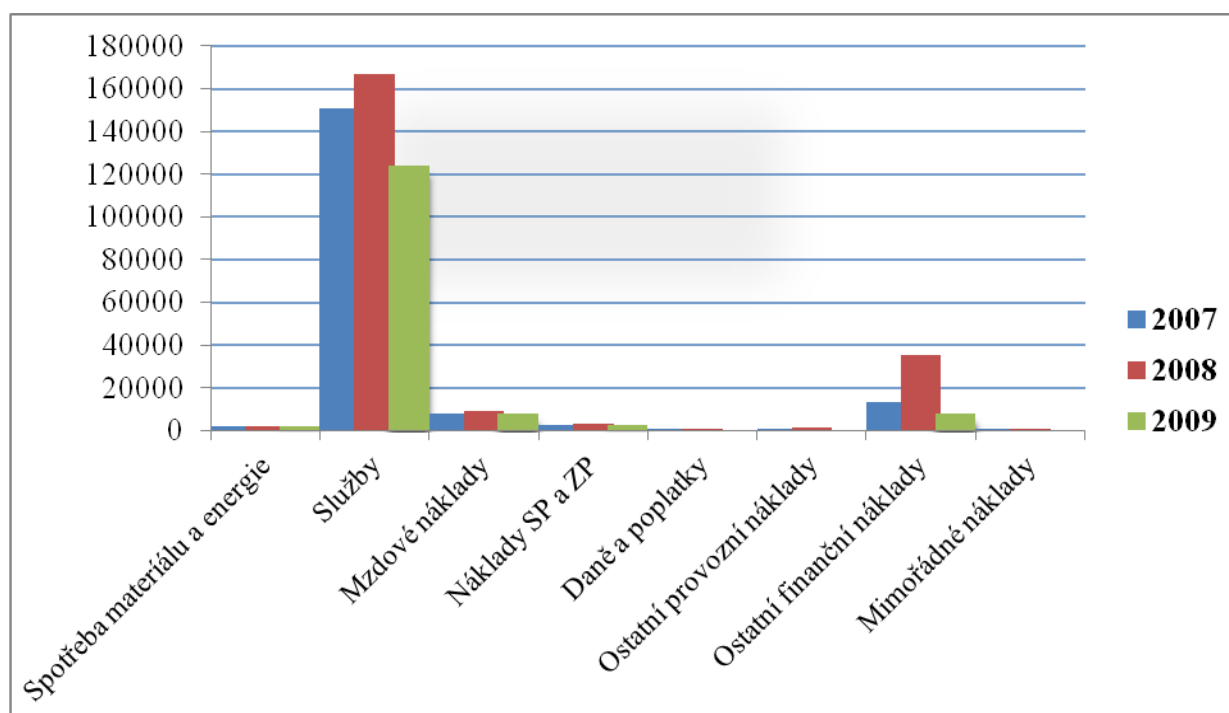
- spotřeba materiálu,
- služby,
- mzdové náklady,
- náklady SP a ZP,
- daně a poplatky,
- provozní náklady,
- finanční náklady,
- mimořádné náklady.

Z tabulky vyplývá, že největší položky tvoří služby a ostatní finanční náklady. Vývoj náklady uvádím i v grafickém zobrazení.

Tabulka č. 1 – Přehled celkových nákladů společnosti v období let 2007 až 2009 v tis. Kč

Položka	Rok		
	2007	2008	2009
Spotřeba materiálu a energie	2 182	2 096	2 349
Služby	150 625	166 907	123 769
Mzdové náklady	7 837	9 193	8 047
Náklady SP a ZP	2 640	3 131	2 653
Daně a poplatky	331	279	367
Ostatní provozní náklady	527	1 105	372
Ostatní finanční náklady	13 107	35 162	7 833
Mimořádné náklady	394	265	44
CELKEM:	177 643	218 138	145 434

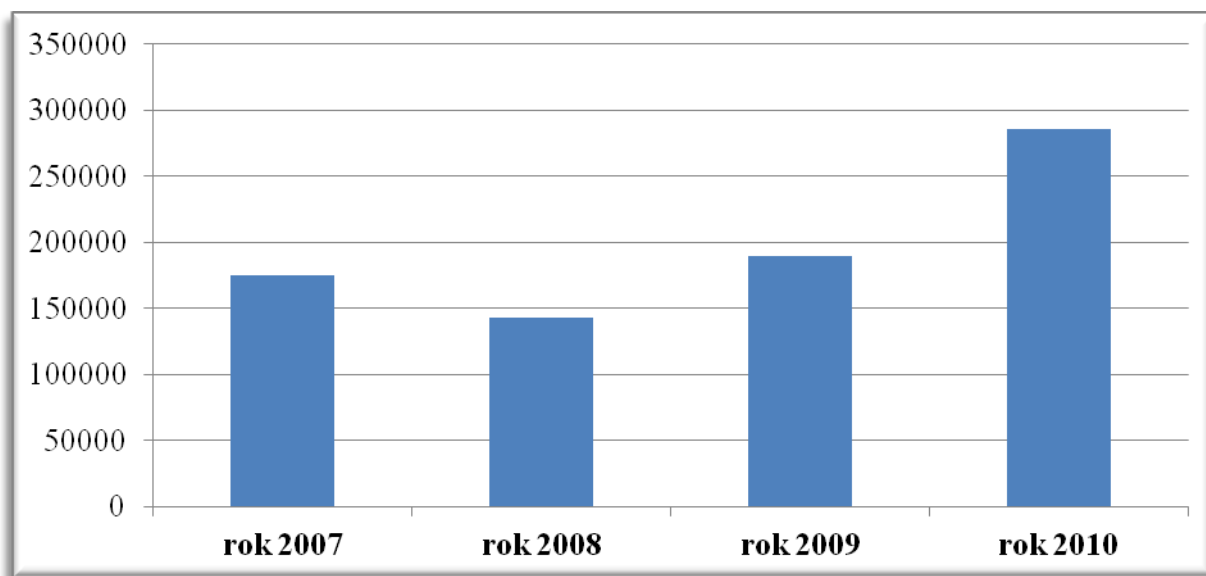
Zdroj: vlastní



Obrázek č. 11 – Grafické znázornění celkových nákladů společnosti v období let 2007 až 2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní

Rok 2009 byl pro společnost zlomový. Došlo k zámyslu vytvořit softwarový program, změnil se počet společníků společnosti. Nastaly organizační změny a tyto faktory výrazně ovlivnili služby v peněžním vyjádření.



Obrázek č. 12 – Přehled prodaných služeb v peněžním vyjádření za sledované období 2007-2010 v tis Kč

Zdroj: vlastní

6 FINANČNÍ ZDROJE PROJEKTU

Reálné vymezení očekávaných peněžních příjmů z investičního projektu je ještě obtížnější problém než stanovení kapitálových výdajů. Praktický je to nejkritičtější místo celého procesu kapitálového plánování a investičního rozhodování. Je tomu tak proto, že doba životnosti se zde prohlubuje. Výše a časové rozložení očekávaných peněžních příjmů je ovlivněna rozsáhlejším počtem faktorů než velikost kapitálových výdajů.

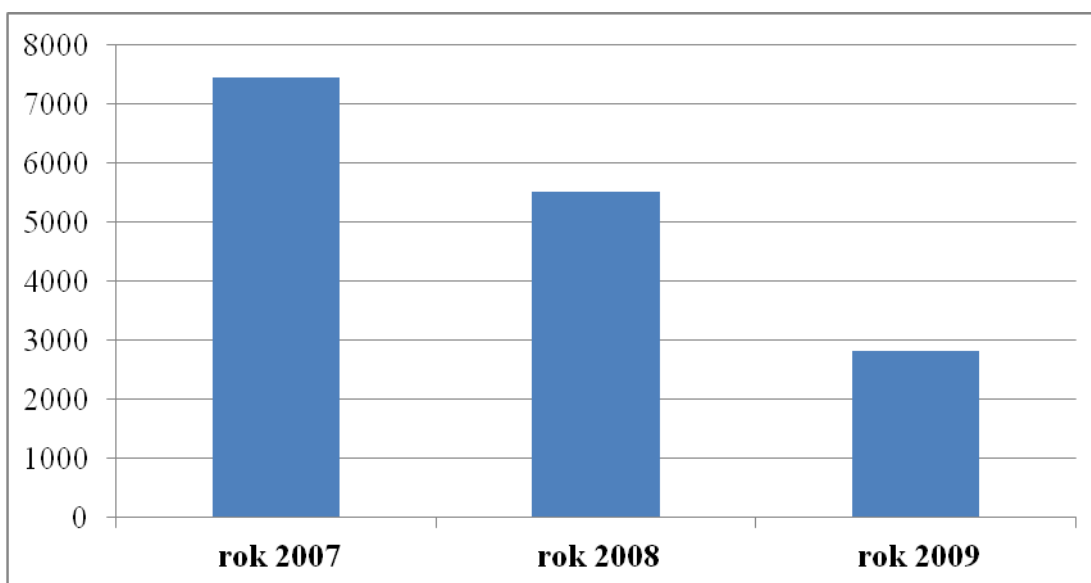
Za roční peněžní příjmy z investičního projektu během doby jeho životnosti považují:

- zisk po zdanění, který projekt každý rok přináší,
- roční odpisy,
- změny oběžného majetku spojeného s investičním projektem v průběhu životnosti,
- příjem z prodeje dlouhodobého majetku koncem životnosti [8].

Tabulka č. 2 – Peněžní příjmy z investičního projektu v tis. Kč

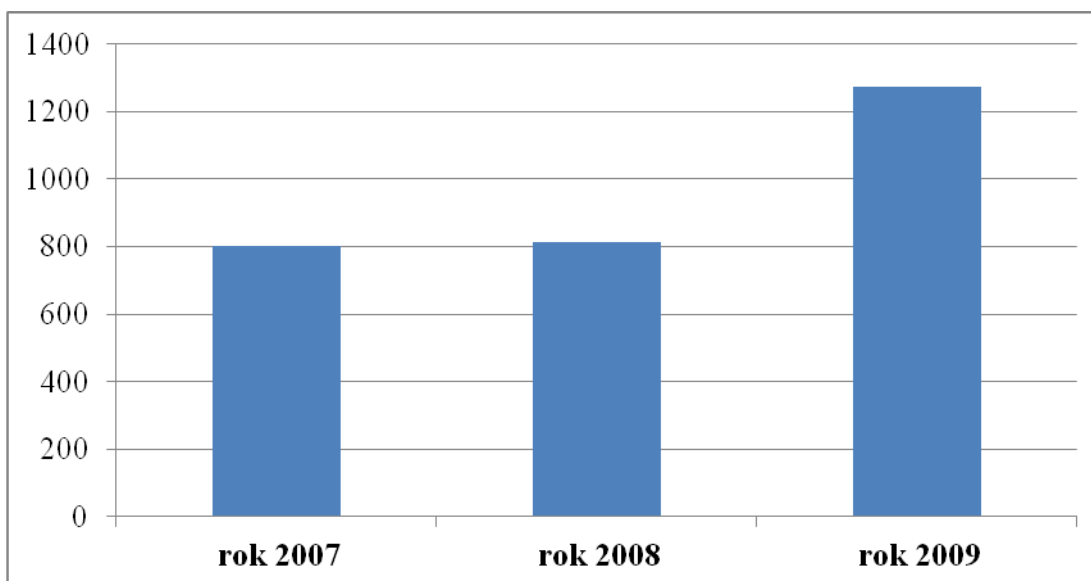
Název / Rok	2007	2008	2009
Zisk po zdanění	7 452	5 521	2 819
Odpisy DN a DH majetku	802	815	1 275

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 13 – Zisk společnosti po zdanění za sledované období 2007-2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 14 – Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku společnosti
za sledované období 2007-2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní

6.1 Majetková struktura společnosti

Podnikový kapitál představuje zdroje, z nichž podnikový majetek vznikl a ze kterých podnik financuje své aktivity. Celková velikost podnikového kapitálu a jeho struktura závisí na mnoha faktorech jako, je například velikost podniku, oblast podnikání, rychlosti obratu kapitálu. Množství kapitálu odpovídá potřebám podniku. Struktura podnikového kapitálu je ovlivněna poměrem vlastního a cizího kapitálu a poměrem dlouhodobého a krátkodobého kapitálu [5].

Tabulka č. 3 – Kapitál společnosti Best of Travel s.r.o. v tis. Kč

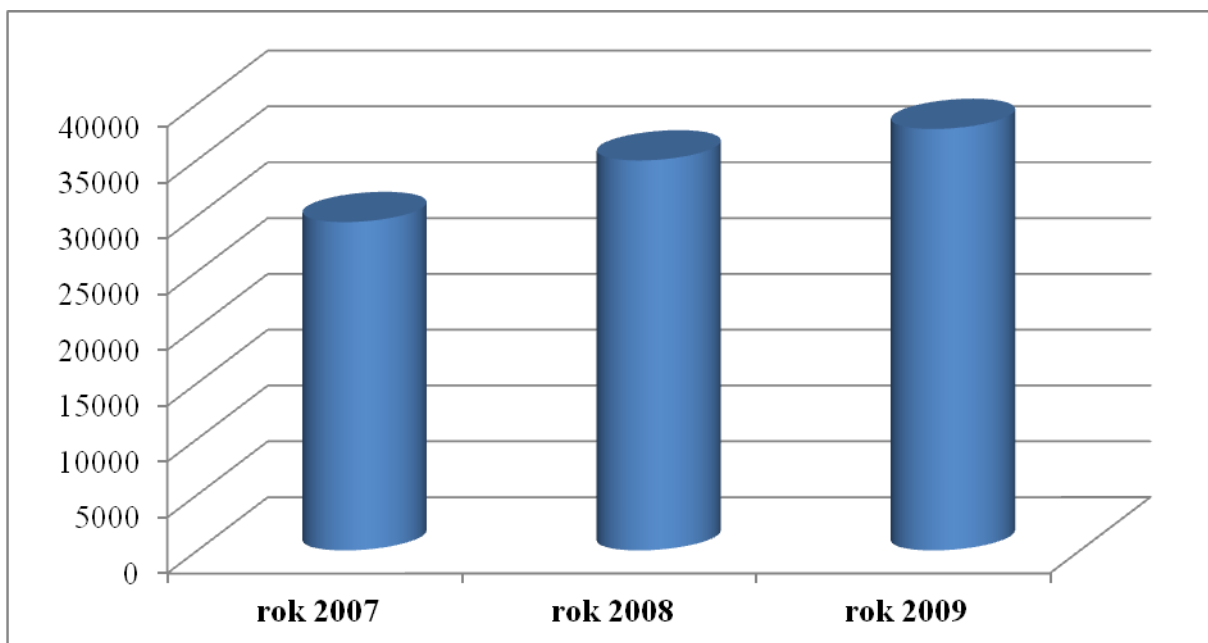
Vlastní kapitál / Rok	2007	2008	2009	Cizí kapitál / Rok	2007	2008	2009
Základní kapitál	200	200	200	Rezervy	0	1 500	1 500
Kapitálové fondy	0	0	0	Závazky dlouh.	0	0	0
Fondy ze zisku	76	76	76	Závazky krátk.	37 764	31 487	16 285
HV minulých let	21 776	29 228	34 749	Bank. úvěry	0	0	0
HV běž.obd.	7 452	5 521	2 819				

Zdroj: vlastní

Tabulka č. 4 – Rozlišení zdrojů financování v tis. Kč

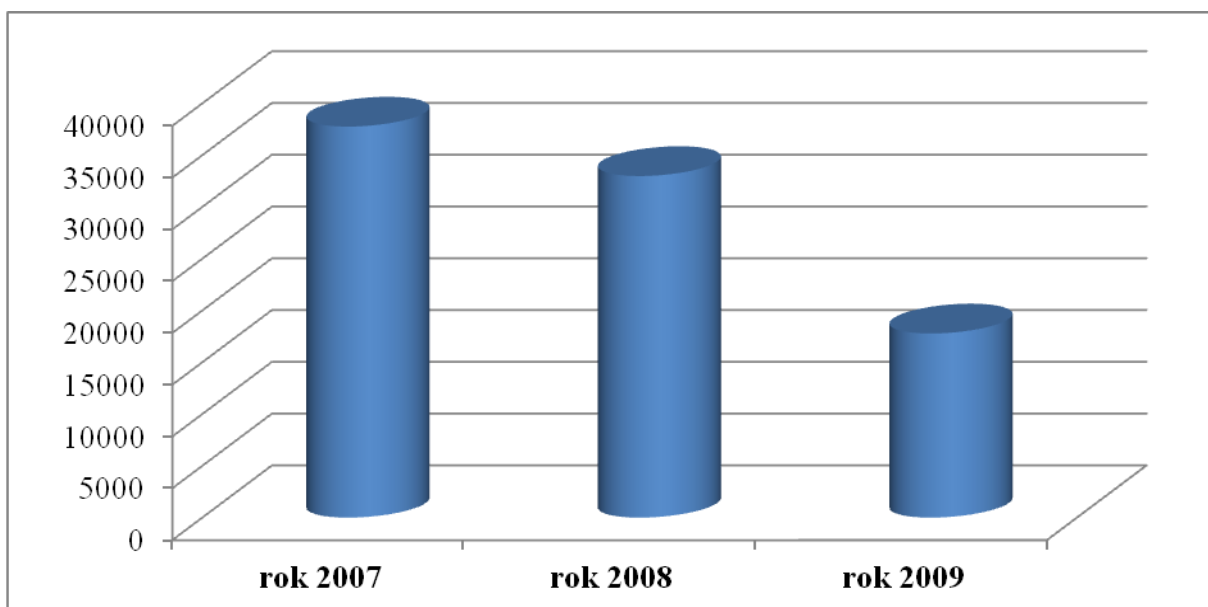
Zdroj	Rok		
	2007	2008	2009
Vlastní zdroje	29 406	34 927	37 746
Cizí zdroje	37 764	32 987	17 785
Celkem:	67 170	67 914	55 531

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 15 – Vlastní zdroje společnosti za sledované období 2007-2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní



Obrázek č. 16 – Cizí zdroje společnosti za sledované období 2007-2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní

Z grafického vyjádření je vidět, že vlastní zdroje rok od roku rostly oproti cizím zdrojům. Společnost se snažila snižovat cizí zdroje, což v roce 2009 se podařilo o 20,087%, když v roce 2008 položka cizích zdrojů činila 46,62%.

6.2 Peněžní tok z investičního projektu

Peněžní tok z investičního projektu představuje kapitálové výdaje a peněžní příjmy vyvolané projektem během doby pořízení, životnosti a likvidace. Při přípravě a rozhodování o výběru investičního projektu jde o očekávané peněžní toky, které jsou naplánovány, při hodnocení fungujícího projektu o skutečně dosažené peněžní toky.

Kapitálové výdaje a peněžní příjmy nelze ztotožňovat s investičními náklady a ziskem. Kapitálové výdaje sice mají svůj základ v investičních nákladech, mohou se ale od nich odlišovat.

Stanovení předpokládaného peněžního toku z investičního projektu je nejobtížnější úkol kapitálového plánování a investičního rozhodování. Obtížnost plánování peněžního toku z investičního projektu vyplývá především ze dvou důvodů:

- jde o předvídaní peněžních toků na delší dobu,
- velikost očekávaných kapitálových výdajů, ale zejména očekávaných peněžních příjmů, je ovlivněna celou řadou faktorů, jejichž úplná a spolehlivá predikce na delší období je výjimečně obtížná (vývoj cen, úroků, kurzu měn apod.) a je třeba neustále počítat s jejich změnami, které velmi výrazně mohou ovlivnit hodnocení celého projektu.

Je třeba při plánování očekávaných kapitálových výdajů a peněžních příjmů z investičního projektu počítat s faktorem času a rizikem odchýlného vývoje od předpokladu [10].

Vyjádření peněžního toku projektu za rok 2010:

$$CF = (1 - T) \times ZUD + O$$

T - daňová sazba,

ZUD - zisk před odečtením úroků a před zdaněním,

O - odpisy [12].

$$CF = (1 - 0,15) \times 3\,200 + 1\,750 = 4\,470 \text{ tis. Kč-},$$

Peněžní tok za předpokládaný rok 2010 má dosáhnout hodnot v peněžním

vyjádření 4 47 mil Kč,-.

7 RIZIKA INVESTIČNÍHO PROJEKTU

Projekty jsou pro svou jedinečnost spojeny s rizikem. Kvalitativní analýza rizika je proces stanovení vlivu a pravděpodobnost identifikovaných rizik [3].

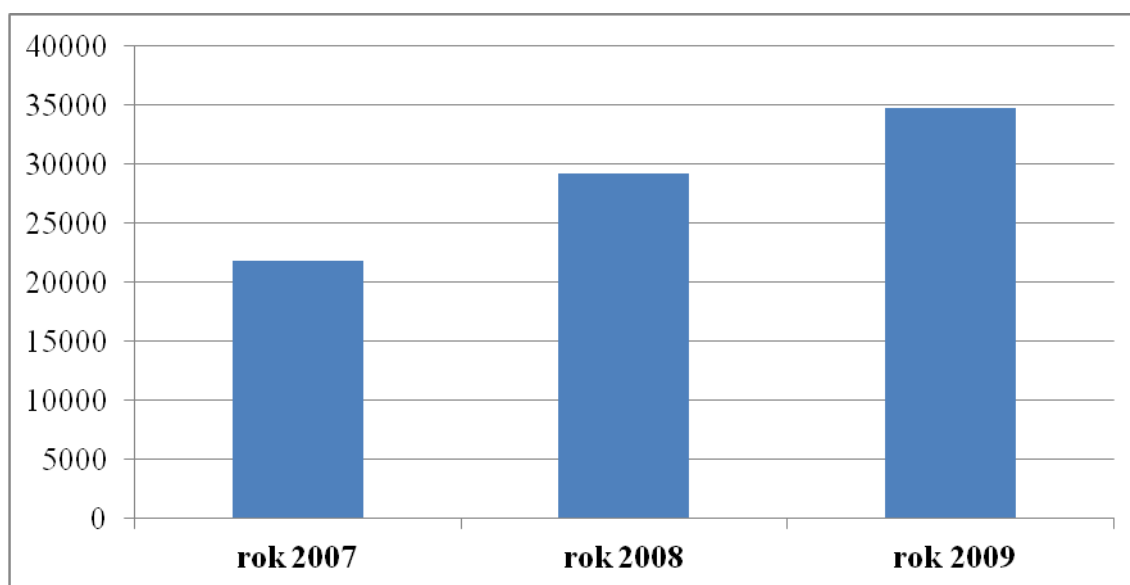
Podnikatelské riziko můžeme definovat jako nebezpečí, že dosažené výsledky podnikání se budou odchylovat od výsledku předpokládaných.

Tyto odchylky mohou být:

- buď příznivé (žádoucí) x nepříznivé (nežádoucí),
- odchylky mohou být také různě intenzivní (několik %, desítky %).

Podnikatelské riziko někdy se definuje jako i možnost vzniku ztrát v hospodářské činnosti. Není to úplné, protože o riziku můžeme mluvit také v souvislosti s dosažením nižších efektů (zisků) než je obvyklé. Je třeba podnikatelské riziko vždy hodnotit ze dvou stránek:

- ✓ pozitivní stránka – naděje vyššího úspěchu, vyššího zisku,
- ✓ negativní stránka – nebezpečí horších hospodářských výsledků [10].



Obrázek č. 17 – Hospodářský výsledek společnosti za sledované období 2007-2009 v tis Kč

Zdroj: vlastní

7.1 Příčiny podnikatelských rizik

A. Podle jednotlivých činností podniku:

1. riziko provozní,
2. riziko tržní,
3. riziko inovační,
4. riziko investiční,
5. riziko finanční,
6. celkové podnikatelské riziko.

B. Podle možnosti ovlivňování:

1. riziko ovlivnitelná – riziko loupeže; riziko cenové; riziko výzkumné,
2. rizika neovlivnitelná – patří sem značná část rizik (politická situace v zemi, daňové podmínky) [10].

7.2 Popis rizik projektu a jejich eliminace

Riziko provozní

Riziko je potenciální problém nebo možnost selhání, které mohou nastat během prvotního zavedení projektu do pracovního provozu společnosti. Provozní riziko projektu mohou způsobit:

- výpadky systému,
- výpadky elektrické energie,
- ztráta dat.

Pro zabezpečení a odstranění těchto rizikových faktorů, společnost zajistila několik závazných kroků. Pořídila záložní počítač, ve kterém se systematicky ukládají data. Záložní počítač slouží jako duplikát pro uložení všech pracovních dat. Nainstalovala náhradní (back-up) výkon generátoru pro případ, kdyby došlo k výpadku elektronické energii.

Riziko tržní

Tržní riziko je spojeno s rizikem na finančním trhu země, ve které se společnost nachází. Pokud je společnost pravidelně spolupracuje s zahraničním dodavatelem, nakupuje nebo prodává služby do zahraničí je neustále konfrontována s rizikem snížení svých příjmů či výdajů. Týká se to měnových a úrokových rizik. Realizaci softwarového systému se uskutečnili přes zahraničního dodavatele, který zpracoval software na míru společnosti Best of Travel s.r.o. K těmto okolnostem smlouva o realizaci a koupě softwaru byla uzavřena v cizí měně a to v EURECH. Zpracování systému je dlouholetá záležitost, a proto k prvotnímu uzavření smlouvy o koupě byl zpracován dodatek o zajištění termínové smlouvy, která pomůže chránit společnost v okamžik, kdyby došlo k prudkému zvyšování kurzu EUR vůči české koruně. Tímto opatřením společnost zajistila, že nedojde k prudkému růstu nákladů.

Riziko inovační

Inovační riziko to je pravděpodobnost ztráty z investice při investování do něčeho nového (služby nebo výrobky). Společnost nevytváří nic nového, pouze realizovala softwarový program na míru společnosti (dokonalejší pro zpracování služeb v turistickém trhu). Z tohoto důvodu riziko tohoto druhu společnosti nehrozí.

Riziko investiční

Riziko investiční je určitý druh pravděpodobnosti vzniku neočekávaných finančních ztrát v situaci nejistoty investičních podmínek. Podmínkami v tomto pojetí slova mohou být:

- technické – technologické potíže,
- nedodržení smluvních podmínek ze strany dodavatele,
- růst cen kapitálových statků,
- nekvalifikovaný tým pracovníků.

Opatření jednotlivých faktorů investičního rizika.

- 1) technické-technologické potíže – zajištění kvalitních počítačů a jiné potřebné moderní a spolehlivé techniky. Pořízení vysokorychlostního internetu. Mít dostatek znalosti v oblasti technologických složek jednotlivých kroků realizaci projektu a předvídatelnost v oblastech výpočetních procesů.
- 2) vzhledem k tomu, že současný dodavatel se nachází v Minsku a jeho kroky v budoucnu nelze předvídat dopředu. Potřeba mít správně sepsanou smlouvu z právního hlediska, která by zahrnovala všechny jednotlivé hlavní a dílčí cíle, které společnost musí splnit. V případě, že by chtěla odstoupit od svých povinností, by ztratila na zisku z tohoto projektu.
- 3) růst cen v tomto případě beru jako sazebník cen za jednotlivé služby. Tyto ceny je potřeba dopředu smlouvat a všechno mít písemně a notářsky ověřeno. Veškeré oznámení, že s průběhem realizaci a testování projektu by mohlo dojít k růstu cen, je potřeba mít též dopředu odsouhlaseno.
- 4) zajistit školení svých zaměstnanců v souladu s vývojem nového softwarového systému. Umění rychlé, spolehlivě a odpovědně pracovat v novém systému a poskytovat ještě lepší služby než byl zaveden systém.

Riziko finanční

Finanční rizika jsou spojena s finančními aktivitami společnosti. Musí sledovat ekonomické ukazatelé, které napoví o finanční situaci podniku. Zahrnuje několik aspektů typu jako:

- nedostatek finančních prostředků,
- neočekované změny investičních podmínek.

Opatření mohou být rezervní fondy, pravidelné analýzy finanční situaci společnosti. Uzavření různých typů pojištění. Při finančním riziku společnost musí vždy mít napětí hlavní priority. Za prvé není přijatelné riskovat ve větší míře, než jsou dostupné finanční prostředky; za druhé se vždy musí pečlivě zvážit, jaké následky by mohly přinést finanční rizika.

Celkové podnikatelské riziko

- situace na turistickém trhu,
- konkurence,

Podnikatelským rizikem na turistickém trhu v ČR by mohlo způsobit pokles návštěvnosti historických památek na území ČR ze zemí bývalého Sovětského svazu. Mohlo by to nastat v okamžik, až se zavede jako státní měna EURA. V tento okamžik dojde k růstu cen, a tím pádem způsobí na nějakou dobu pokles návštěvnosti. Na tuto situaci společnost musí reagovat tím, že začne nabízet služby turistického charakteru po celé Evropě. Kdy ceny jsou v EURECH a přechod z vlastní měny na EURA se již uskutečnil a ceny přijaly stálý charakter. Inlace se stabilizovala. Riziko konkurence v dané situaci nehrozí z důvodu, že žádná jiná inomingová cestovní kancelář nemá takový ani podobný softwarový systém. Podle srovnalosti objemu poskytovaných služeb, společnost Best of Travel s.r.o, je na žebříčku mezi třemi nejlepšími společnostmi. Samozřejmě to neznamená, že není čeho se bát, vliv konkurence je impulsem pro soupeření a snahu vyvíjet lepší služby a snažit se poskytovat nižší ceny za kvalitní služby.

Neovlivnitelná rizika

- přírodní katastrofy – povodně,
- daňové podmínky země,
- světová krize,
- stávky odborářů,
- politická situace země.

Tyto rizika společnosti nejsou schopné ovlivnit a ani zabránit. Ale musí vždy pečlivě pozorovat tyto typy rizik a snažit se snižovat jejich nepříznivé důsledky.

Ovlivnitelná rizika

Ovlivnitelná rizika byly popsány v bodech 1 až 6 spadajících pod rizika jednotlivých činnosti společnosti.

8 VYHODNOCENÍ PROJEKTU A JEHO VÝSLEDKY

Vyhodnocení projektu slouží k důkladnému rozboru průběhu projektu, k zjišťování chyb během realizaci projektu, k doporučením a opatřením.

Ideální investice je taková, která má vysokou výnosnost, minimální rizika a co nejdříve se zaplatí. Ve skutečnosti jsou však uvedena kritéria většinou protikladná. Čím vyšší výnosnost můžeme očekávat, tím zpravidla bývá vyšší riziko a obtížnější likvidita a naopak [5].

8.1 Vyhodnocení projektu

Pořizovací cena investičního projektu v roce 2008 činila 5 000 000 mil Kč,-. V průběhu zpracování a testování došlo k poznatkům, že výše uvedená částka nebude konečná. Její výše roste a v současné době nelze říct s jistotou, na jakou hodnotu se vyšplhá. Podle prognóz posouzení, společnost počítá, že celková cena pořízení na konci celkového realizačního procesu bude cca 8 000 000 mil Kč,-. Prvotní plánované náklady na investici byly stanoveny v hodnotě 2 393 443,- Kč. V roce 2010 došlo, k růstu plánovaných nákladů na skutečné, jejíž hodnota činí 4 487 797,- Kč. Vzhledem k tomu, že investiční projekt ještě není v závěrečné fázi, uvedené náklady i cena pořízení se mohou změnit.

Softwarový projekt společnosti Best of Travel s.r.o. začal být realizován koncem roku 2008. Časový harmonogram byl stanoven na dva roky od počátku realizaci. V průběhu vyvíjení a testování došlo k poznatkům, že je třeba něco doladit a protestovat a vyzkoušet víc krát, tím pádem doba realizace se prodloužila. První rok realizaci probíhal podle stanovených plánů. Později došlo k předpokládanému zpoždění a konečná fáze zpracování projektu se plánuje na konec roku 2011.

Vložené peněžní prostředky do investičního softwarového programu byly správným rozhodnutím. Ve svém oboru společnost Best of Travel s.r.o. nemá tak silného konkurenta, co se týká softwarového programu, z tohoto důvodu nemá strach s rizikovostí, že by investice nebyla zisková. V roce 2011 společnost plánuje zvyšovat základní kapitál do výše několika milionu českých korun. Tím ukazatelé budou mít jiný průběh a výsledky, ale ať to bude, z jakéhokoliv úhlu, všechny ukazatelé budou mít příznivý dopad. Společnost se vyvíjí a konkurence ji tlačí být odolnější a kreativnější a její ekonomické ukazatele o tom přesvědčují.

Výsledky projektu v současné době jsou následující:

- 80% z plánovaného projektu je využíváno v pracovním procesu. Všechny jednotlivé kroky fungují podle jednotlivých etap časového harmonogramu,
- 10% projektu je v testové verze, zkušební verze probíhá několik týdnů se zámyslem najít nedostatky a včas je odstranit,
- zbývajících 10% je v procesu vytváření, plánovaná doba dokončení je konec letošního roku.

8.2 Vyhodnocení ekonomických ukazatelů

Tabulka č. 5 – Ekonomické ukazatele společnosti v roce 2008 a 2010 v tis. Kč

Položky	Výsledky před zahájením projektu	Výsledky po dokončení části projektu
	rok 2008	rok 2010
Tržby	189 678 Kč	286 065 Kč
Celkové náklady	218 138 Kč	312 000 Kč
Zisk	-28 460 Kč	-25 935 Kč
Aktiva	105 062 Kč	212 614 Kč
Pasiva	68 352 Kč	117 285 Kč
ROA	0,081	0,019
ROE	0,158	0,590

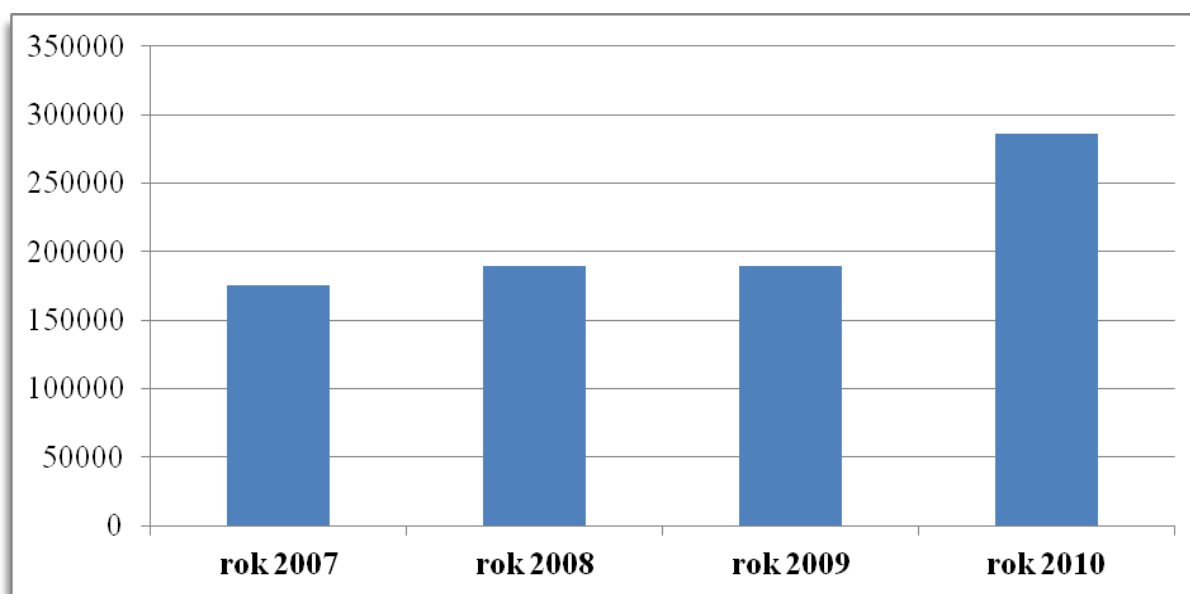
Zdroj: vlastní

Z tabulky vyplývá, že ekonomické údaje svědčí o tom, že ve srovnání s rokem 2008 společnosti se daří. Tržby společnosti vzrostly o celých 150%, což je velice úspěšné za necelé 2 roky. Zároveň vzrostly i aktiva společnosti o 202 %. Čistý zisk má záporné hodnoty, vzhledem k tomu, že projekt není zcela zapojen do provozního chodu společnosti. Ekonomické ukazatele jsou velice příznivé pro budoucí prognózu společnosti. Údaje pro hodnocení ekonomických ukazatelů jsou použité z předběžné roční uzávěrky, která bude definitivně zpracována do 30. 06. 2011. Z uvedeného důvodu vyplývá, že výsledky mohou být odchýlné nebo mohou být opravené.

8.3 Souhrnné hodnocení a doporučení

Na základě provedení analýz rizik a srovnání ekonomických ukazatelů, lze konstatovat, že investice do softwarového projektu je výhodná. Samozřejmě, že projekt ještě není dokončen. Konečná vynaložená částka na pořízení projektu není známá. Ale i přesto je vidět, že tržby společnosti od začátku pořízení projektu vzrostly o 150%, předpokládá se, že je to pouze začátek, že růst bude větší a to díky softwarovému programu, který bude pro partnery zajímavý, snadno ovladatelný a tím i její snaha prodávat víc turistických služeb. Už teď se objevili nové partneři, kteří chtějí zajišťovat turistické služby pro své turisty přes inomingovou společnost Best of Travel s.r.o.

Analýza rizik provedená na základě 6 různých kategorií rizik též svědčí o tom, že společnost se postarala o řešení pro různé případy odchylek, kdyby došlo k nedodržení průběhu podle naplánovaného časového harmonogramu nebo by došlo k nečekaným pracovním nedopatřením.



Obrázek č. 18 – Tržby společnosti za sledované období 2007-2010 v tis Kč

Zdroj: vlastní

Realizace projektu začala na konci roku 2008, v průběhu roku 2009 se projekt testoval, zjišťovaly se chyby. Na konci roku 2009 byl softwarový projekt částečně byl zaveden do pracovního provozu. Rok 2010 ukazuje, že tržby se zvýšily, což znamená, že úspěch projektu je kladný a vyvíjí se správným směrem.

Závěrem bych řekla, že společnost Best of Travel s.r.o. je podnikem středních rozměru, ale s potenciálem a bojovým duchem velké společnosti. Nadále bych doporučovala sledovat všechny ekonomické ukazatele společnosti, porovnávat tržby a náklady. Snažit se udržet na trhu a i nadále poskytovat kvalitní služby.

9 ZÁVĚR

Cílem mé bakalářské práce bylo popsat řízení investičního projektu vytvořeného na míru pro určitou incomingovou společnost poskytující turistické služby na území České republiky.

První část byla věnována úvodu do řízení projektu. Je zde uvedeno, co je smyslem projektu, druhy projektu, podnikové strategie a cíle společnosti.

Druhá část práce obsahuje, představení společnosti Best of Travel s.r.o. Je popsán její vznik, historie, předmět podnikání a ekonomické ukazatele.

Třetí část je věnovaná popisu softwarového systému, pro koho je určen, na základě čeho pracuje, jak byl vytvořen. Schéma práce a jeho časový harmonogram realizace uvádím v grafickém zpracování.

Tato část je praktická, která je zaměřena na sledování ekonomických ukazatelů. Nejprve popisují obecné ukazatele společnosti, které jsou nezbytné pro chod podnikání. Poté jsou ukazatele typů jako náklady a tržby, které jsou v přímé vazbě spojené s pořízením investičního projektu. Všechny přehledy výsledků jsou čerpány z ekonomických interních zdrojů společnosti a jsou uváděny do tabulek a grafického znázornění. Zpracovaná je analýza rizik investičního projektu. Ukazuje na rizika, která mohou nastat a opatření jak zabránit a předejít těmto rizikům.

Investiční rozhodování pro společnost je závažný krok, který ovlivní celý chod společnosti, firemní výsledky a podnikatelskou prosperitu s dlouhodobějšího hlediska. Úspěšnost investičního projektu je závislá na poctivém zpracování časového harmonogramu a dodržování těchto podmínek a na její kvalitě zpracování.

Společnost Best of Travel s.r.o. postavila se tomuto úkolu zodpovědně a promýšlela všechny kroky dopředu. Investování do softwarového systému bylo výhodnou investicí, která společnosti přinese dobré ekonomické výsledky a pomůže společnosti vyvíjet se dál na turistickém trhu.

POUŽITÁ LITERATURA

Odborné publikace

[3] FIALA, Petr. Projektové řízení, modely, metody, analýzy: MBA Edition, Professional Publishing, Praha 2004. ISBN 80-86419-24-X

[5] KOŽENÁ, Marcela. Manažerská ekonomika I. díl pro kombinovanou formu studia: Univerzita Pardubice 2006. ISBN 80-7194-642-7

[10] VALACH, Josef. Investiční rozhodování a dlouhodobé financování: 2. přepracované vydání – Praha 2005. ISBN 80-86929-01-9

Internetové zdroje

[1] BUSINESS - <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast2h1d4.aspx>

[1] BUSINESS - <http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/x-files-analyza-nakladu-a-prinosu/analyza-nakladu-a-prinosu-cast-10-az-13/1000971/12032/?fornewsid=12032>

[2] EKONOM - ekonom.zcu.cz/prostor/MPCR/15_otazka_CK+CA.doc Podmínky pro vznik turistické incomingové společnosti

[4] INOVACE - <http://www.inovace.cz/for-business/manazerske-dovednosti/clanek/stanoviti-si-cile-podle-smartu-a-byt-uspesni/>

[6] JUSTICE - <http://www.justice.cz/>

[7] MVCR - <http://aplikace.mvcr.cz/archiv2008/casopisy/s/2006/21/pril5.html>

[8] PAVLAT-ZNALEC - <http://www.pavlat-znalec.com/investing/stpr/stpr/stpr04.html>

[9] REALOBS - <http://www.realobs.com/suppliers.php>

[11] WIKIPEDIA - http://cs.wikipedia.org/wiki/Gantt%C5%AFv_diagram – ganttuv diagram

[11] WIKIPEDIA - http://cs.wikipedia.org/wiki//Podnikatelský_záměr

[12] WEBTODATE - webtoday.fek.zcu.cz/images/Katedry/KEU/.../MUC/9muc.doc

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A: Výpis z obchodního rejstříku společnosti Best of Travel s.r.o.