

## Marketingový rozpočet

Návrh marketingového plánu sebou přináší vysoké náklady. Očekáváme že náklady v první fázi nebudou kompenzované dostatečně velkým růstem tržeb. V druhé fázi lze naopak očekávat vyšší růst tržeb při konstantním růstu nákladů. Protože nemáme zpracované kalkulace nákladů, nelze jednoznačně stanovit nákladové zatížení marketingového plánu. V důsledku toho se výpočty zakládají pouze na průměrných veličinách a odhadech, jejichž přesné vyčíslení je v některých případech nemožné.

# Náklady na reklamu

<b>Přímá reklama</b>	<b>Ročně</b>
reklama v televizi	5000\$
reklama v radiu	1000\$
reklama v novinách	500\$
billboardy	3000\$
<b>Produkce</b>	
náklady na produkce	13000\$
náklady na tvorbu materiálů	2000\$
<b>Další náklady</b>	
produkce spotřebních materiálů pro marketingové aktivity	2000\$
<b>Internet</b>	
tvorba a propagace webové stránky	1000\$
tvorba obsahu	150\$
propagace v sociálních sítích	1000\$
kontextová reklama	5000\$
náklady na serverhosting	500\$
technické služby	100\$
<b>Trade marketing</b>	
akce pro personal	2000\$
akce pro spotřebitele	3000\$
Dareční fond	15000\$
<b>Celkem</b>	<b>56250\$</b>

Náklady	ročně
Restaurace	150000 - 200000\$
Exploatace vzducholodí	250000 - 300000\$
Mzda zaměstnancům	50000 - 75000\$
Tvorba vzducholodí	1 900 000 000 - 2 000 000 000\$

# Tržby

Předpoklad budoucího vývoje tržeb je velmi problematický a v mnoha případech nemožný.

Tržby

ročně

Restaurace

320000 - 350000\$