

Dodatek č.4
k Dílčí smlouvě
k Rámcové smlouvě
o provozování vleček, silniční dopravy a provádění zemních prací
zhotovitelem pro objednatele na období let 2011 až 2020
(dále jen smlouva),

uzavřena pro [REDAKCE] mezi následujícími smluvními stranami:

Zhotovitel: [REDAKCE]

(dále jen zhotovitel, [REDAKCE])

a

Objednatel: [REDAKCE]

(dále jen objednatel, [REDAKCE])

I. Předmět dodatku

Předmětem dodatku je aktualizace ceny plnění pro rok 2013.

Příloha č. 1 Ceník služeb se v celém rozsahu nahrazuje Přílohou č.1 – Ceník služeb, která tvoří Přílohu č. 1 tohoto Dodatku.

II. Závěrečná ustanovení

1. Ostatní ustanovení smlouvy nedoznávají změn.
 2. Změny ve smlouvě na základě tohoto dodatku nabývají platnosti dnem podpisu druhé smluvní strany a účinnosti dnem 1.1.2013.
 3. Dodatek je zpracován ve dvou vyhotoveních, z nichž každé má platnost originálu. Každá smluvní strana obdrží jeden výtisk.
- 

Činnost	Cena	poznámka

1. The first step in the process of identifying a problem is to recognize that a problem exists. This is often done by comparing current performance with a desired state or goal. For example, a company might notice that its sales are declining or that its customers are complaining about a product. Once a problem is identified, the next step is to define it more precisely. This involves determining the scope of the problem, its causes, and its effects. For example, a company might define a problem as a decline in sales of a specific product line in a particular market. The third step is to gather information about the problem. This can be done through a variety of methods, including interviews, surveys, and data analysis. The goal is to understand the problem from multiple perspectives and to identify the factors that are contributing to it. The fourth step is to analyze the information that has been gathered. This involves identifying the key issues and determining the relationships between them. For example, a company might analyze data to determine whether a decline in sales is due to a change in customer preferences or to a problem with the product itself. The fifth step is to develop a plan to address the problem. This involves identifying the actions that need to be taken and determining the resources that will be required. For example, a company might develop a plan to improve a product or to launch a new marketing campaign. The final step is to implement the plan and to monitor its progress. This involves putting the plan into action and tracking the results to see if the problem is being solved. If the problem is not being solved, the plan may need to be revised.

CENÍK SLUŽEB: (dle přílohy 2.D RS 66ŘP1242/10)

Přepravy na skládkách a odvalech

Přeprava substrátu

Manipulace na
skládkách

těžba flotačních hlušin,
kalů

Odvoz odpadu

Čistící technika