

Podnikatelský projekt – zavedení firmy zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech

Bc. Lenka Horecká

Diplomová práce
2017



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta aplikované informatiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta aplikované informatiky
akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lenka Horecká**
Osobní číslo: **A15298**
Studijní program: **N3902 Inženýrská informatika**
Studijní obor: **Bezpečnostní technologie, systémy a management**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Podnikatelský projekt – zavedení firmy zabývající se úložnými skříňkami v obchodních centrech**

Téma anglicky: **Business Project – The Establishment of Companies Specialising in Storage Boxes in Shopping Centres**

Zásady pro vypracování:

1. Rešeršním způsobem zpracujte teorii a zásady podnikatelských projektů
2. Uvedte zásady zabezpečení soukromého majetku ve veřejných prostorech se zaměřením na obchodní centra
3. Provedte analýzu zabezpečení soukromého majetku na modelové situaci několika obchodních center
4. Zpracujte projekt řešení zabezpečení soukromého majetku včetně požadovaných analýz – finanční, časové, materiálové atd.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

1. BRABEC, František. *Bezpečnost pro firmu, úřad, občana*. 1.vyd. Praha: Public History, 2001, 400 s. ISBN 80-864-4504-6
2. VALOUCH, Jan. *Bezpečnostní technologie, systémy a management*. 1.vyd. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-05-07.
3. SCHWALBE, K. *Řízení projektů v IT*. Computer press, a.s. 2011. Vydání první. Brno. ISBN 978-80-251-2882-4.
4. FOTR, J., SOUČEK, I. *Investiční rozhodování a řízení projektů*. Grada Publishing, a.s. 2011. Praha. ISBN 978-80-247-3293-0.
5. KORECKÝ, M., TRKOVSKÝ, V. *Management rizik projektů*. Grada Publishing, a.s. 2011. První vydání Praha. ISBN 978-80-247-3221-3.
6. DOLANSKÝ, V. - MĚKOTA, V. - NĚMEC, V. *Projektový management*. Grada 1996, Praha

Vedoucí diplomové práce:

doc. Ing. Jiří Gajdošík, CSc.

Ústav bezpečnostního inženýrství

Datum zadání diplomové práce:

3. února 2017

Termín odevzdání diplomové práce:

24. května 2017

Ve Zlíně dne 3. února 2017



doc. Mgr. Milan Adámek, Ph.D.
děkan



doc. RNDr. Vojtěch Křesálek, CSc.
ředitel ústavu

ABSTRAKT

Obsah diplomové práce se zabývá podnikatelským projektem – zavedení firmy zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech. Teoretická část definuje způsoby zabezpečení soukromého majetku, zásady tvorby podnikatelského projektu a strukturu podnikatelského projektu. Dále se zde zmiňuje metodika práce s cílem vytvoření podnikatelského projektu pro uvedenou firmu. Praktická část vyhodnocuje současnou situaci uložení soukromého majetku v obchodních centrech, na kterou navazuje analýza pro jejich zabezpečení implementovaná na několik obchodních center. Samotný projekt zavedení firmy s příslušnostmi se řeší podle organizační, časové, materiálové a finanční analýzy.

Klíčová slova: firma, podnikání, služba, úložné skřínky, soukromý majetek

ABSTRACT

The content of the thesis deals with a business project – establishing a company that deals with lockers in shopping centres. The theoretical part defines ways of security of private property, principles of creation of a business project and a structure of a business project. The methodology of work with the aim of creation of a business project for a specific company is mentioned. The practical part evaluates the current situation of putting private property in shopping centres, it is followed by an analysis of their safety implemented upon several shopping centres. The project of establishment a company with all requisites is solved by organizational, timing , material and financial analysis.

Keywords: firm, business, services, Storage cabinets, private property

Poděkování:

V první řadě bych ráda poděkovala panu doc. Ing. Jiří Gajdošík, CSc. za odborné rady při vedení diplomové práce. Panu Ing. Pospíšilovi a paní Tomanové za poskytnutí interních informací z obchodních center. Dále panu, který semnou konzultoval materiálové prostředky ohledně potřebného vybavení.

Vděčnost patří také mé rodině za nemalou podporu během mého studia.

Motto:

Někdy je třeba riskovat a vsadit na jednu kartu. Bud uspějete, nebo se něco naučíte.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	9
I TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1 ZÁSADY ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU V OBCHODNÍCH CENTRECH	11
1.1 FYZICKÁ OCHRANA	11
1.2 TECHNICKÁ OCHRANA.....	13
1.2.1 Bezpečnostní systémy k ochraně majetku.....	13
2 ZÁSADY TVORBY PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU.....	14
2.1 PROJEKTOVÝ TÝM	14
2.2 DEFINICE A ZNAKY PROJEKTU	14
2.3 FÁZE PROJEKTU	15
3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU	16
3.1 FORMY SPOLEČNOSTI	16
3.2 ANALÝZA PROSTŘEDÍ	16
3.2.1 Makroprostředí	17
3.2.1.1 PEST analýza.....	17
3.2.2 Mezoprostředí	17
3.2.3 Mikroprostředí.....	17
3.3 ORGANIZACE PODNIKU.....	18
3.4 STRATEGIE PODNIKU	18
3.4.1 Marketingová strategie.....	18
3.4.2 Finanční strategie	19
3.4.3 Výrobní strategie.....	19
3.4.4 Personální strategie	19
4 CÍL A METODIKA PRÁCE.....	20
4.1 POUŽÍVANÉ METODY PŘI ZPRACOVÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	20
II PRAKTICKÁ ČÁST	21
5 VYHODNOCENÍ SOUČASNÉ SITUACE ULOŽENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU V OBCHODNÍCH CENTRECH	22
5.1 OBSAHOVÁ ANALÝZA.....	22
5.1.1 Vyhodnocení požadavků potenciálních zákazníků	22
5.1.1.1 Dotazník.....	23
5.1.2 Marketingová strategie.....	25
5.1.2.1 Účel podnikatelského projektu	25
5.2 ANALÝZA TRHU.....	26
5.2.1 PEST analýza	26
5.2.1.1 Povinnosti vyplývající ze živnostenského podnikání	27
5.3 MEZOPROSTŘEDÍ – KONKURENCE.....	28
5.3.1 Analýza způsobu uzamknutí aktuálně dostupných skříněk v OC.....	29

6	ANALÝZA ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU NA MODELOVÉ SITUACI NĚKOLIKA OBCHODNÍCH CENTER.....	30
6.1	ZABEZPEČENÍ OC.....	30
6.1.1	Technická analýza.....	30
6.1.2	Kapacitní analýza.....	31
6.2	ZABEZPEČENÍ ÚLOŽNÝCH SKŘÍNĚK.....	33
7	PROJEKT PRO ŘEŠENÍ ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU S POŽADOVANÝMI ANALÝZAMI.....	34
7.1	ORGANIZAČNÍ ANALÝZA.....	34
7.1.1	Popis firmy.....	34
7.1.2	Popis služby.....	35
7.1.3	Obor podnikání.....	35
7.1.4	Pracovníci zajišťující chod firmy.....	35
7.1.5	Pracovníci k projektovému plánování.....	36
7.1.5.1	Komunikace mezi členy projektového týmu.....	37
7.2	ČASOVÁ ANALÝZA.....	37
7.2.1	Doba trvání projektu.....	37
7.2.2	Fáze projektu.....	39
7.2.2.1	Definování.....	39
7.2.2.2	Plánování.....	40
7.2.2.3	Realizace.....	40
7.2.2.4	Ukončení.....	41
7.3	MATERIÁLOVÁ ANALÝZA.....	41
7.3.1	Materiál a majetek.....	41
7.4	FINANČNÍ ANALÝZA.....	42
	ZÁVĚR.....	49
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	50
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	53
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	54
	SEZNAM TABULEK.....	55
	SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Při zpracování projektu je třeba si uvědomit, jaké náležitosti budou jeho součástí a jakou problematikou se bude zabývat spolu s rozsahem, který je časově ohraničený.

V našem případě nastane otázka, co je to projekt, jaké má fáze a strukturu, pomocí které se budou stanovovat kroky pro jejich zavedení do praxe. Firma, pro kterou se podnikatelský projekt bude vytvářet, musí splňovat požadavky podle různých zákonů a postupovat v souladu s legislativou. Každá firma musí znát prostředí své působnosti, zajistit v ní organizovanost spolu se strategiemi od marketingové až po personální. Pokud bude vstupovat na trh firma zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech, musí počítat se zásadami zabezpečení uloženého majetku návštěvníků a pro tuto potřebu zajistit odpovídající ochranu.

Praktická část bude obsahovat dotazník o tom, zda by zákazníci měli zájem o využití úložných skříněk. Na závěr se výstup z dotazníků předloží vedení obchodních center, na nichž bude záležet rozhodnutí, zda využijí možnost umístění úložných skříněk v centru či nikoliv. S propagací této služby souvisí i zviditelnění prostřednictvím marketingové strategie. Součástí dále bude nejenom analýza trhu prostředí, kterou nelze ovlivnit, ale i konkurenčního prostředí, z něhož si bude firma brát příklad a tím se více zdokonalovat při poskytování svých služeb. Musí být vyřešeny kapacitní i technické podmínky, čili to, zda a jakým způsobem jsou momentálně obchodní centra chráněna spolu s osobním majetkem návštěvníků. Vyhodnocení této situace uvádí i návrhy na zlepšení stavu. Neméně důležité bude sestavení projektu pro řešení zabezpečení soukromého majetku. Popis firmy musí poskytnout údaje o jejím chodu a všech interních i externích pracovnících, kteří budou mít svěřené pravomoci či úkoly k vytváření projektového plánu ve stanovených časových intervalech s využitím nezbytných prostředků. K tomu bude třeba materiál a prostory pro firmu a její výrobu. Výše popsané kroky se musí zastřešit finanční kalkulací, která se bude vztahovat na firmu, projektový tým i obchodní centrum. Provede se v posledním kroku a bude vyjádřena jak v měsících, tak v letech.

Cílem práce bude podnikatelský projekt - zavedení firmy zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 ZÁSADY ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU V OBCHODNÍCH CENTRECH

Vzhledem k současným rozdílným představám občanů, států či národů jsou otázky bezpečnosti jedním z nejdůležitějších problémů. Čili se musí neustále hledat opatření a východiska, jakým způsobem zabezpečit majetek jednotlivých osob.

Soukromým majetkem v obchodních centrech se rozumí hmotný majetek, v tomto případě, jednotlivců, který se stává předmětem zájmu případných pachatelů. Proto je nezbytná jeho ochrana. Způsoby ochrany se uvedou v následujících podkapitolách. [1]

Ochranu majetku a odpovědnost vůči ní řeší zákon:

- ❖ Zákoník práce č. 65/1965 Sb.

1.1 Fyzická ochrana

Svoji roli na poli komerčního využití fyzické ochrany zastupují hlídací služby, které mají několik úkolů od zajišťování majetku, po přepravu peněžních hotovostí, až po zajišťování pořádku na kulturních akcích. Zmíněných postupů je dosahováno různými způsoby.

V našem případě se jedná o ochranu a ostrahu movitého i nemovitého majetku na veřejně přístupných místech nebo na takových místech, které jsou určeny pro styk se zákazníkem.

Rozsah ochrany majetku:

- ❖ Ochranu určitého prostoru vymezuje klient nebo objednavatel
- ❖ Klient si požadavky stanoví dle obchodní smlouvy o obstarání ochrany objektu nebo prostoru
- ❖ Dochází také k delegaci některých pravomocí, které musí být uvedeny ve smlouvě, jako jsou např.:
 - Hlavní úkoly ve střeženém prostoru
 - Systém ochrany majetku
 - Povinnosti a práva fyzické ochrany
 - Vyrozumění zaměstnanců vedení firmy či klienta
 - Hlídací služby
- ❖ Propracovaná smlouva zabrání případným nedorozuměním. Směrnice ohledně ochrany prostoru se tvoří podle obchodní smlouvy. [1]

Dělení v závislosti na různých hlediskách:

- ❖ Času – nárazová, nepřetržitá, vázaná na mimo-provozní čas
 - vázaná na pracovní dobu konkrétního zákazníka či podniku
- ❖ Rozsahu a výkonu – vybírá se jedna z ochran: zásahová, patrolovací, dozorová, doprovodná, obvodová či dohledová
- ❖ Způsobu zajištění – smluvní neboli komerční ochrana (specializované bezpečnostní agentury), vlastní ochrana (vlastníci firem vybírají pracovníky bez odborné způsobilosti) nebo kombinovaná ochrana
- ❖ Výstroj a výzbroj – ozbrojená a neozbrojená ochrana
- ❖ Vystupování před veřejností – veřejná (vykonávaná ve stejnokrojích) nebo skrytá (má převážně detektivní charakter, ale může se využít i tam, kde se očekává protiprávní jednání)

Formy fyzické ochrany:

Je to projev ochrany obsahu na venek. Řadí se zde bezpečnostní ochranný doprovod (bodyguard), kontrolní propustková služba nebo bezpečnostní výjezd. Dále následující formy ochrany.

- ❖ Strážní služba – vykonává se na pevných či pochůzkových stanovištích, zajišťuje se většinou vnější ochrana soukromého majetku v prostoru či objektu
- ❖ Bezpečnostní dohled – provádí zaměstnanec hlídací služby uvnitř v prostoru. Provádí se celoplošně nebo dohledově (přímý dohled spočívá ve fyzické přítomnosti pracovníka a dálkový dohled se provádí prostřednictvím kamerových systémů).

Metody fyzické ochrany:

Jsou to způsoby, pomocí kterých se vykonávají formy této ochrany. Existuje několik metod, jako je osobní prohlídka s kontrolou zavazadel, kontrola osob, kontrola nákladů a vozidel, kontrola dokladů, nasazení psa, přesvědčování, obranné či ochranné zákroky, zajištění místa činu nebo evakuačních a ochranných opatření. Klade se důraz na metodu níže.

- ❖ Fyzické pozorování – je založena na včasném zabrání protiprávního jednání pachatele ve střeženém prostoru

1.2 Technická ochrana

V podkapitolách se technická ochrana zmiňuje o několika způsobech, jak lze zabezpečit soukromý majetek. Důležitost je přikládána k jednomu zásadnímu pravidlu. Stupeň a efektivita kompletního systému zabezpečení by měla být stejná se stupněm a efektivitou nejslabšího článku daného systému.

1.2.1 Bezpečnostní systémy k ochraně majetku

Nejčastější vyskytované členění těchto prostředků je dle principu vyrobení. Z tohoto hlediska se rozeznávají dvě hlavní skupiny. Jsou to mechanické zábranné prostředky a elektrické a elektronické systémy.

Dělí se na dvě kategorie:

- ❖ Mechanické zábranné prostředky – mříže, závory, ploty, bezpečnostní folie, úschovné objekty, rolety, bezpečnostní dveře
 - Bezpečnostní uzamykací systémy a zámky – jsou to prostředky mechanické, ale i elektronické. Jsou vhodné pro vstup více uživatelů, kteří mají oprávnění. Elektrický systém se ovládá více způsoby: přes videotelefon, otiskem prstu, pomocí přiložení RFID čipu nebo jednoduchým zadáním kódu na klávesnici.
- ❖ Elektrické a elektronické systémy – elektrická požární signalizace (dále EPS), elektrická zabezpečovací signalizace (dále EZS), vstupní systémy, pult centralizované ochrany (dále PCO), komunikační systémy, prostředky pro pasivní či aktivní odposlech, systém kontrol strážní služby, prostředky pro detekci látek
 - Kamerové systémy (dále CCTV nebo-li Closed Circuit Television) - podporují práci fyzické ostrahy monitoringem střeženého prostoru a umí jej dokumentovat. Působí na pachatele odstrašujícím vlivem. Řadí se mezi technické služby majetku. Podle požadavků živnostenského zákona jsou spjaté s koncesovanou živností. Patří zde následující činnosti: Projektování – instalace, údržba a revize kamerových systémů zajišťujících ochranu osobního majetku před nepovolaným zákrokem. Poradenství – ohledně bezpečnostního vyhodnocení výstavby a stanovení návrhu. [2]
- ❖ Ostatní prostředky ochrany – se považuje za poslední prvek, kde spadají vedlejší technické prostředky k ochraně PC, únikem nebezpečných látek apod. [1]

2 ZÁSADY TVORBY PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU

Podnikatelský projekt slouží ke koordinaci dokumentů ohledně jakéhokoliv projektu a k jeho realizaci a následné kontrole. Pomáhá usnadňovat komunikaci, uvádí časový harmonogram, rámec a obsah projektu. Pokud by nastaly změny, měl by být flexibilní pro případné úpravy. [3] [4]

Ke zmíněným postupům je třeba vytvořit organizační tým, který se bude zabývat projektem od počátku až po jeho ukončení.

2.1 Projektový tým

Projektový tým řídí projektový manager. Zodpovídá otázky ohledně cíle projektu, době trvání, jak budou mít rozdělené role členové týmu, pro koho budou pracovat, kdo dává úkoly či s kým se bude spolupracovat. Tým je složen ze členů, kteří se podílejí na realizaci cílů a podléhají řízení z hlediska času, pravomocí a odpovědností. Důležitý je i jejich počet. Musí jasně chápat cíle projektu, zodpovídat za své výsledky a předkládat své případné návrhy na zlepšení.

Rozložení členů je následující:

- ❖ Zákazník projektu – sponzor
- ❖ Projektový manager
- ❖ Konzultanti
- ❖ Uživatel [5] [25]

2.2 Definice a znaky projektu

Norma ISO 10006 uvádí, že projekt je jedinečný proces skládající se z mnoha řízených a koordinovaných činností s daty začátku a konce projektu. Je prováděný za účelem dosažení cíle podle specifických podmínek se zdroji, časem i náklady. [4] [6]

Každý projekt obsahuje typické znaky:

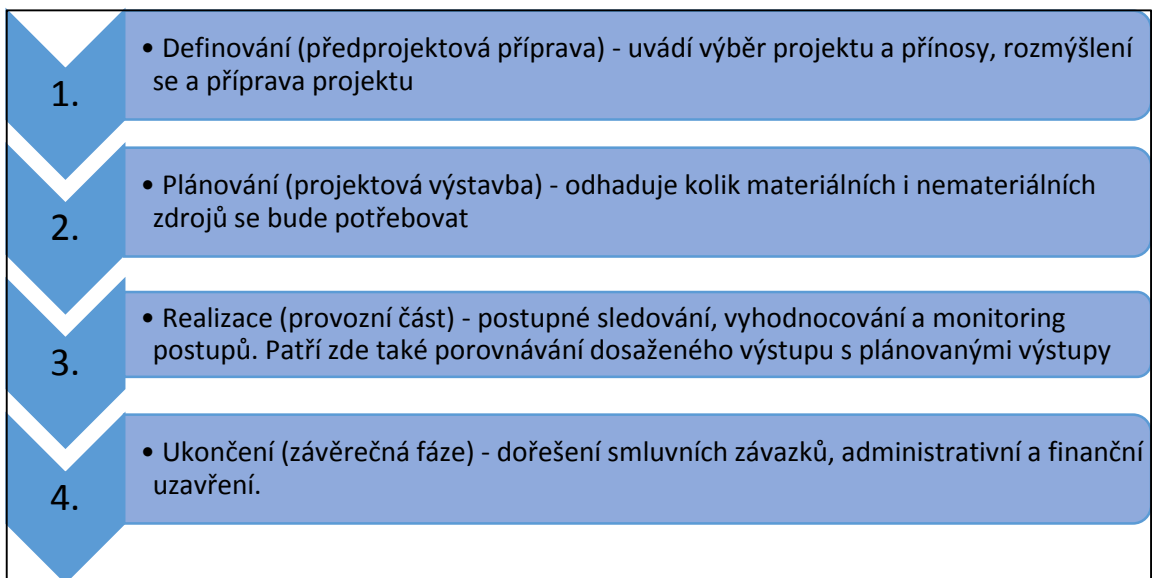
- ❖ Cíl – cílem je jasně specifikovaný cíl i výsledek. Obsahuje strategii jakým způsobem dosáhnout cíl, tedy plánu. [7] [4]
- ❖ Jedinečnost – unikátní sled činností řízený jedinečným způsobem.
- ❖ Čas – je stanovený datum začátku a ukončení projektu. Doba trvání je v řádech měsíců nebo let.

- ❖ Náklady – stanovuje zdroje a náklady pro uskutečnění projektu. [4] [8]

2.3 Fáze projektu

Existují 4 základní fáze projektu. Vyhodnocení výsledků a určení dalších kroků v projektu se provádí na závěr každé fáze. [24]

Obr. 1. Fáze projektu [9] [10] [4]



3 STRUKTURA PODNIKATELSKÉHO PROJEKTU

Základními oblastmi podnikatelského projektu jsou 4 sekce: nabízená služba, cílový trh, finance a personál. Proto je třeba zjistit následující vlastnosti. [11] [12]

3.1 Formy společnosti

Podle podnikatelského subjektu se stanovuje právní forma každé společnosti. Podnikatel si může vybrat, zda bude podnikat jako fyzická osoba (dále FO) nebo jako právnická osoba (dále PO). Legislativa definuje úpravu podnikání následujícími zákony:

- ❖ Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon)
- ❖ Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník

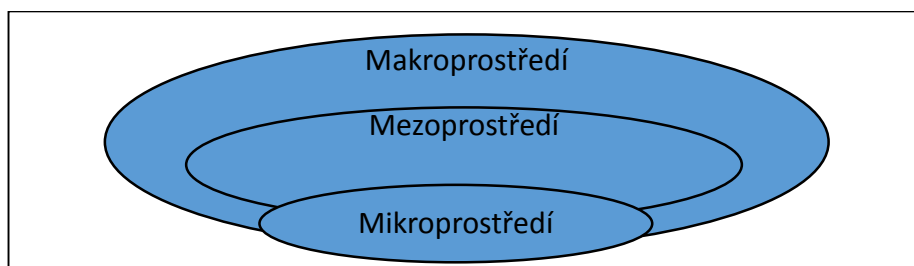
Existuje několik forem společnosti:

- ❖ PO – družstvo (sociální a bytové) a obchodní společnost (s.r.o., a.s., k.s., a v.o.s.)
- ❖ FO – koncesovaná živnost a ohlašovací živnost (vázaná, řemeslná a volná)

3.2 Analýza prostředí

Zde se analyzuje velikost trhu, předpokládané chování trhu, vývojové trendy konkrétní sféry, silné a slabé stránky konkurentů či analýza zákazníků. K tomu všemu napomáhá sběr dat, který rozebírá jednotlivé složky řešené ve 3 prostředích. V závěru musí být kompletní všechny složky v jeden celek. [11] [12] [13]

Obr. 2. Znárodnění podnikového prostředí [Vlastní]



3.2.1 Makroprostředí

Patří sem okolí firmy, které se nedá ovlivňovat přímo, jsou to faktory legislativní, ekonomické, demografické či ekonomické. Analýzu je vhodné provést při zakládání firmy, ale i v zaběhlé firmě může napomoci dohlížet na aktuální změny v dané oblasti. Výsledky analýzy poskytnou informace o tom, zda má cenu v podnikatelském plánu pokračovat. [12] [14]

3.2.1.1 PEST analýza

Je to nástroj ke zkoumání makrookolí podniku. Smyslem se stává identifikace jednotlivých okolností, jejichž výkyvy mohou způsobit změny podniku v následujících letech. Má schopnost odhadnout množství výskytu a intenzitu výkyvů. Lze na ně reagovat pomocí vytvoření scénářů, ale s tím, že se musí počítat s vyšším rizikem.

Název analýzy je sestaven z několika slov:

- ❖ P = „Political“ – legislativní a politické okolnosti
- ❖ E = „Economical“ – ekonomicko-hospodářské okolnosti
- ❖ S = „Social“ – sociální a demografické okolnosti
- ❖ T = „Technological“ – technické a technologické okolnosti [15]

3.2.2 Mezoprostředí

Mezoprostředí lze ovlivňovat, jen ji nelze přímo řídit. Zahrnují se zde konkurenti a klienti daného odvětví. Pro udržení podniku v rámci stejného odvětví trhu je nezbytná jeho konkurenceschopnost. Prezentace každého podniku zahrnuje jeho pověst, žebříček na trhu, či cenu. [12]

3.2.3 Mikroprostředí

Analýza mikroprostředí se zaměřuje jen na konkrétní podnikové faktory, jako je například organizační řízení, personální zdroje nebo materiální a technické vybavení. Výrazně jej ovlivňuje vedení podniku. [12] [16]

3.3 Organizace podniku

Do organizace podniku spadá forma vlastnictví, velikost podniku, pravomoci, lokalita a z ní související náležitosti jako je charakteristika nabízené služby, dostupnost, vybavení, spolupracující firmy, počet zaměstnanců a jejich kvalifikace. [13] [17]

3.4 Strategie podniku

Strategie se tvoří za pomoci strategických analýz a definováním slabých a silných stránek podniku. Údaje stránek podniku se tvoří od doby, kdy vzniká a od doby, kde se společnost momentálně nachází. Aplikuje se na celý podnik nebo jen na určité oddělení. Pomáhá dále definovat krátkodobé i dlouhodobé cíle. [12] [18]

3.4.1 Marketingová strategie

Vychází ze strategie podniku jako celku. Řadí se na první místo v jednotlivých druzích strategií. Plnění cílů obsahuje informace, jak chceme dosáhnout námi zvolených cílů.

Musí se zahájit následující kroky:

- ❖ Definice skupin – co si myslíme, že zákazník chce a co si přeje, definice probíhá podle poptávky na trhu.
- ❖ Lokalita zaměření – výzkumem se dozvíme, která teritoria jsou pro náš podnik nejvhodnější. Tedy zjistit, kam se budou služby nebo výrobky dodávat.
- ❖ Stanovení odpovědnosti – odpovědný marketingový manažer má za úkol výzkum a jakýkoliv prodej. Má jasně měřitelnou činnost.
- ❖ Určení cenové politiky – spadající zde variabilní a fixní náklady, poptávka či očekávání zákazníků. Ovšem je třeba mít na paměti, že nízká cena nemusí být konkurenční výhodou. Jak už zmínil nejznámější odborník na marketing, pan P. Kotler: *„Málo zákazníků vede ke snižování cen. Je nemožné zakládat konkurenční výhodu jen na nižší ceně. Pokaždé se najde někdo levnější. Jedinou možností vedoucí k prosperitě je budování image firmy“*.
- ❖ Zvolení distribuce – umístění provozovny tak, aby bylo dostupné zákazníkům. Patří sem také doplňkové části produktu, jako je kultura prodeje, rozvoz zboží či poradenství, znalost těchto mezičlánků regionálního prostředí může pomoci ke zvýšení prodeje.

3.4.2 Finanční strategie

Finanční strategie se provádí hned po marketingové strategii. Zahrnuje oblasti finančního plánu (rozvaha, výsledovka, výkaz finančních toků) a rozpočtu. K jednotlivým měsícům se uvádí rozpočet, patří k němu i informace o očekávaném prodeji s aktualizací 3 až 6 měsíců. Většinou se stanovuje finanční plán jako krátkodobý, v případě náročných projektů i dlouhodobý.

3.4.3 Výrobní strategie

Jako třetí bod se stanovuje strategie výrobního plánu. Patří zde otázky: jakou cenu bude chtít zákazník zaplatit, kam konkrétně umístit výrobek, jaká distribuční cesta se zamlouvá distributorům, jaká kvalita se očekává, jakými komunikačními kanály se výrobek zveřejní a jako poslední, jak a za kolik se výrobek prodá, aby vynesl zisk.

3.4.4 Personální strategie

Pro kvalitní výkon pracovníků je nezbytná informovanost ohledně aktuálního stavu podniku, proč je stav takový a jaké jsou požadavky na samotné pracovníky. [14]

4 CÍL A METODIKA PRÁCE

Cílem práce je na základě analýz zavést firmu zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech.

4.1 Používané metody při zpracování diplomové práce

Během zpracování diplomové práce byly použity níže uvedené základní výzkumné metody.

Analýza – je to proces nebo rozbor členění náročného celku nebo skutečností na méně složité části. V praxi existují analytické techniky i specifické metodiky definující postup analýzy pro danou situaci i systém. Pomocí ní lze odhalovat vlastnosti jevů, systémů, procesů apod. Rozděluje nepodstatné od podstatného, odlišuje nahodilé vztahy od trvalých. Bude použita PEST analýza, která je popsána v podkapitole analýza prostředí.

Syntéza – je opak analýzy, tedy spojování částí v celek. Začíná se od známých k neznámým celkům. Společně s analýzou tvoří základní myšlenkové pochody při odhalování nových vazeb a zákonitostí.

Indukce – pojem indukce obecně znamená postup od méně obecného k více obecnému a faktům k obecnějším úsudkům a závěrům.

Dedukce – je vydedukování logicky nových závěrů na základě známých, obecných faktů, předpokladů nebo tvrzení. Vydedukované závěry jsou málo známé a nové než tomu bylo před ní a jsou jisté. Dedukce pomáhá testovat, zda je vyslovená hypotéza způsobilá vysvětlit fakt, který zkoumáme a zda platí obecně. Jeho význam spočívá v myšlenkovém řetězci a musí se používat zároveň s jinými druhy myšlení a vydedukování.

Sběr dat – probíhá z jednoho nebo více míst vzniku, aby došlo k jejich centralizaci, zpracování nebo přenosu. Zahrnuje následující prioritní činnosti: rysy prvotní informace, vytvoření svazku informací, přenos, přípravu pro zpracování. [19]

II. PRAKTICKÁ ČÁST

5 VYHODNOCENÍ SOUČASNÉ SITUACE ULOŽENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU V OBCHODNÍCH CENTRECH

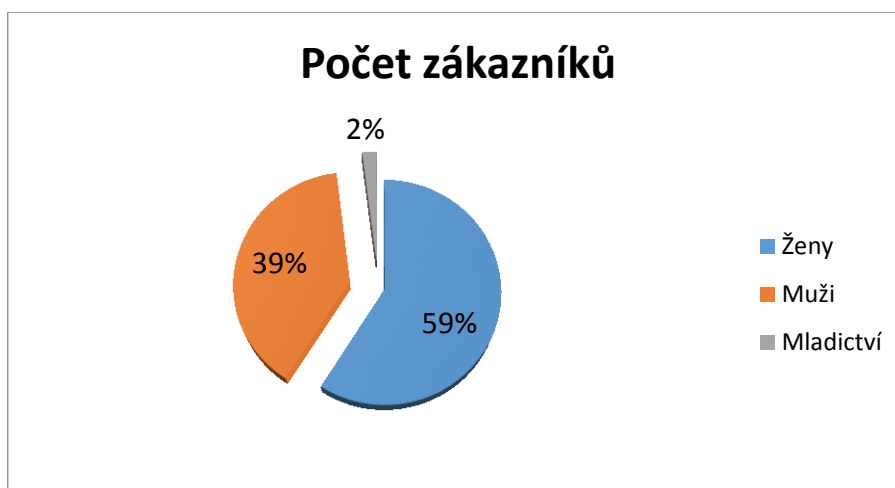
Od konce roku se v některých obchodních centrech (dále OC) začaly objevovat úložné skřínky, během začátku roku 2017 se tato možnost pro návštěvníky rozšířila do 3 z 10 dotázaných s prodejní plochou nad 35 000 m² po celé České republice, které se dají považovat za velká OC.

5.1 Obsahová analýza

Obsahová analýza se skládá z dotazníku a marketingové strategie.

5.1.1 Vyhodnocení požadavků potenciálních zákazníků

Poslouží nám alespoň ukázkový graf pro znázornění počtu potenciálních zákazníků. Jak vidíme v grafu, zatímco ženy (59%) jsou převážnými zákazníky, tak muži (39%) tuto službu využívají méně, dá se tedy předpokládat, že ženy v obchodních domech nakupují častěji, převážně oblečení, než mužská část populace. Jako poslední využívají této možnosti lidé do 18 let (2%), kteří vzhledem k nepravidelným příjmům jako pracující, nemají velké nákupy, aby tuto službu více využívaly. U osob od 15 let se předpokládá odložení bund.



Graf. 1. Počet potenciálních zákazníků [Vlastní]

5.1.1.1 Dotazník

Nejjednodušším základem pro realizaci služby bylo vytvoření dotazníků a osobně se ptát lidí, zda by o takovou službu měli zájem a tím pádem by byla zajištěna smysluplnost a využitelnost služby. Podoba dotazníku byla vložena do příloh (příloha I).

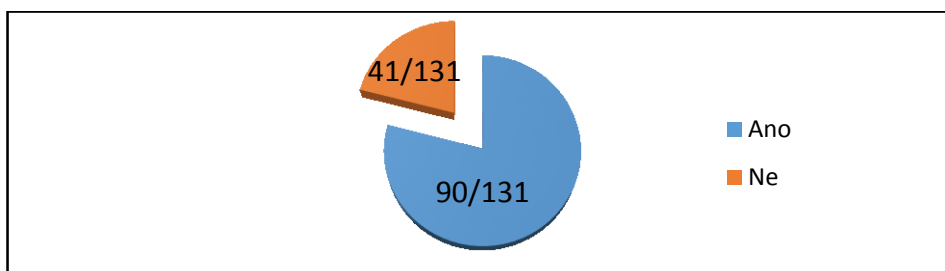
Bylo osloveno celkem 190 osob, z toho dotazník bylo ochotno vyplnit 131 dotázaných. V dotazníku byly zvolené vhodné otázky šité na míru potenciálním zákazníkům týkající se jejich obeznámení s touto službou, jakou cenu by byli ochotni zaplatit a dalších faktorů. Oslovování osob probíhalo anonymně na veřejném prostranství v Brně z důvodu velké koncentrace osob a pomocí internetového dotazování na webové stránce survio.com distribuováno přes emailové adresy. Oslovovány byly osoby různých věkových kategorií a pohlaví. Dotazování bylo zahájeno 6. ledna a končilo 17. ledna 2017. Položení otázek a sestavení jejich pořadí bylo zvoleno jednoznačným způsobem tak, aby zaujalo respondenta a měl zájem setrvat do konce dotazování.

- ❖ 1. Otázka – byla zaměřená na povědomí o tom, zda respondenti mají možnost dočasného odložení nákupu nebo bundy v OC.

Tab. 1. Povědomí o možnosti odložení nákupu nebo bundy v OC [Vlastní]

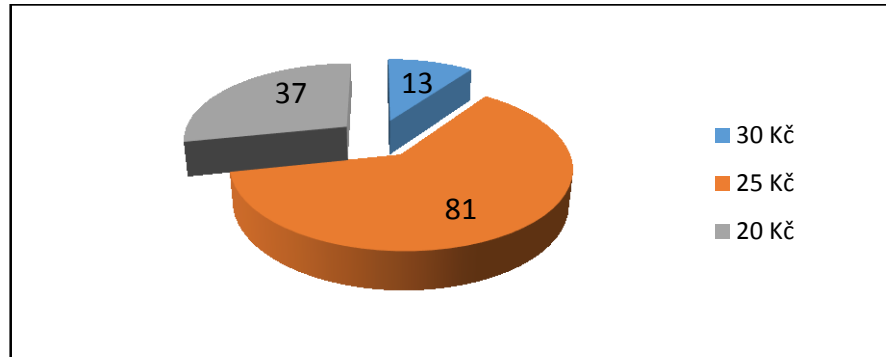
ANO	36 osob
NE	95 osob

- ❖ 2. Otázka – sloužila pro informaci, zda by osoby chtěly dočasně odložit nákup nebo bundu v OC.



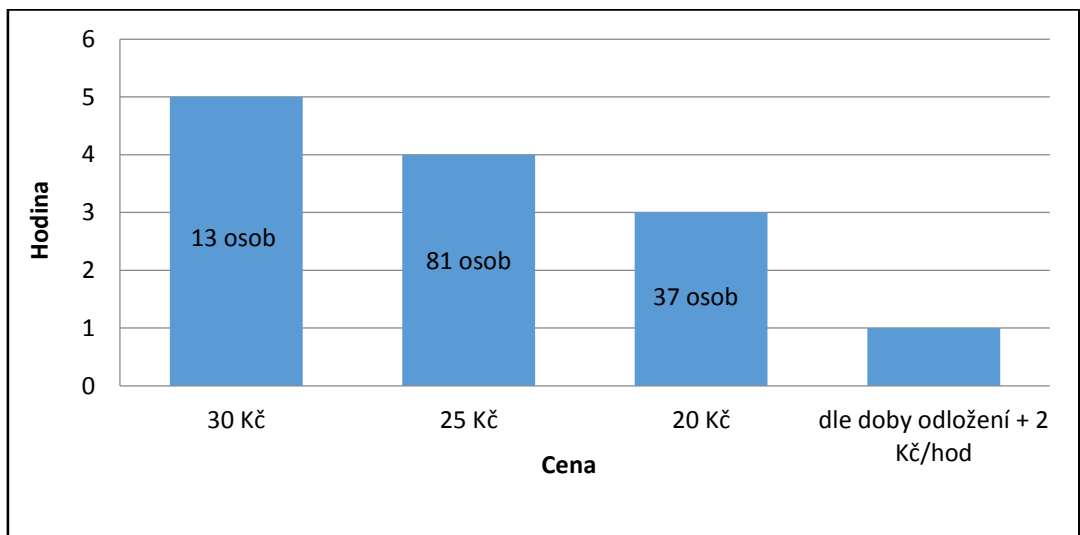
Graf. 2 Počet potenciálních zákazníků [Vlastní]

- ❖ 3. Otázka – se orientovala na hodnotu uložených věcí. Jakou peněžní částku by byli ochotni zaplatit.



Graf. 3. Počet potenciálních zákazníků podle cenové hladiny [Vlastní]

- ❖ 4. Otázka – u předposlední otázky měly osoby vybrat cenu a dobu odložení nákupu nebo bundy, která se jim jeví přijatelně a nejvíce by ji využívali.



Graf. 4. Doba odložení [Vlastní]

- ❖ 5. Otázka – stanovila, zda se jedná o ženu, muže či dítě do 18 let. Bylo 131 respondentů, z toho 72 žen, 52 mužů a 7 mladistvých.

5.1.2 Marketingová strategie

V marketingové části bylo třeba promyslet kroky k tomu, jak se dostat do povědomí OC tak, aby je firma „Odlož věc“ zaujala a zaznamenat účel projektu spolu s návrhem marketingové strategie.

Další kontakt začne přímo u vedení jednotlivých obchodních center. Kdy jim bude prezentována tato služba pro zákazníky společně s dotazníkem respondentů. Bylo osloveno 10 OC, z toho dvě OC s prodejní plochou nad 35 000 m² by o službu měla zájem. Říkejme jim centrum A a centrum B (z důvodu respektování anonymity).

5.1.2.1 Účel podnikatelského projektu

Obě dvě centra usoudila, že je to zajímavá myšlenka a měli by zájem o její zavedení, i přestože centrum A má úložné skřínky, ale vzhledem k 3 krádežím od doby využívání skříněk, což je od prosince 2016, OC upřednostní bezpečnější variantu. V OC B se zatím žádné úložné skřínky nenachází.

Kroky týkající se umístění reklamy v OC a prostor pro úložné skřínky by se konzultovaly s pracovníky, kteří mají na starost marketing a pronájem prostoru v OC, proto by proběhla první informativní schůzka s návrhem reklam. Opravy by se řešily na místě, telefonicky nebo emailem. Další schůzka by spočívala v sepsání dohody o provedení práce (dále DPP) ohledně umístění skříněk a nalepení plakátu. Případné dotazy by se řešily telefonicky. Na poslední schůzce by došlo k provedení prací pod kontrolou vedení OC.

Zvolila by se marketingová propagace umístěním reklamy přímo u vchodů do OC (nejlépe na vchodové dveře). Další volbou je zviditelnění na sociální síti Facebook formou tvorby stránky a jejím sdílení. Poslední možností by byla reklama přes webový server youtube.com vložený do videí s vtipným podtextem, aby se dostala masivně k zákazníkům různých věkových kategorií. Výhoda této možnosti spočívá ve dvou podmínkách. V počtu shlédnutí reklamy minimálně po dobu 30s a shlédnutí videa, za které se platí částečně serveru youtube, i osobě, která video vytvořila a po dohodě i inzerentovy reklamy. Dodání všech zmíněných reklam by bylo v gesci firmy Odlož věci, ale marketingová část je sama o sobě rozsáhlá nejlépe na svoji samostatnou diplomovou práci, nebude se zde více rozebírat, dojde jen k průměrné finanční kalkulaci.

5.2 Analýza trhu

Na českém trhu působí 9 firem, jejíž podnikatelskou činností je především výroba a dále prodej úložných boxových skříní. Společnosti jsou rozprostřené po celé České republice, z toho je jich 5 v Praze. Dodávají své vyrobené úložné skřínky v rámci České republiky. Vzhledem k neustálému růstu množství kulturních či sportovních zařízení mají neustále potenciál dodávky na našem území. Proto všechny firmy, kromě ALFY 3, s.r.o., mají uzamknutí na cylindrický zámek a klíč. Společnost ALFA 3, s.r.o. poskytuje na vyžádání bezpečností uzamykací elektronické kódové zámky a kódové mechanické zámky. Není vyloučeno, pokud by byla naše služba úspěšná, že ALFA 3, s.r.o., by následovala naše kroky. V tom případě by bylo na místě jakékoliv vylepšení, abychom si udrželi přední místo v poskytování služeb v OC. Vylepšení ovšem není předmětem k momentálnímu vyřešení, protože nevíme, do jaké míry by nás zasáhla konkurence a především není cílem diplomové práce.

Tab. 2. Firmy vyrábějící úložné skřínky [Vlastní]

	NÁZEV SPOLEČNOSTI	SÍDLO
1	Tritón Pardubice, spol. s r. o.	Pardubice - Starý Mateřov
2	ALFA 3, s.r.o.	Luže
3	TERAsport-Müller, s.r.o.	Praha 10
4	TechnoBank, s.r.o.	Praha 6 - Lysolaje
5	ARCA s.r.o.	Praha 4
6	POLAK CZ s.r.o.	Opatov
7	Kwesto, s.r.o.	Praha 7
8	AJ Produkty s.r.o.	Praha 7
9	INTERIER GROUP s.r.o.	Staré Město u Uh. Hradiště

5.2.1 PEST analýza

Důkladné rozebrání potřebných, aktuálních i předpokládaných informací je nutné zjistit na počátku vstupu podniku na trh.

- ❖ Legislativní a politické okolnosti – v současnosti je trhu otevřený a vhodný pro rozjezd podnikání. Především pokud se jedná o osvobození na dani, pokud příjmy nepřesahují roční limit 1 milion. Na druhou stranu je povinností zaměstnavatele, dle zákonů, vést účetnictví pro provoz a s tím související Bezpečnost a ochranu zdraví

při práci (dále BOZP) i požární ochranu, na kterou si může najmout soukromou firmu.

5.2.1.1 Povinnosti vyplývající ze živnostenského podnikání

OSVČ musí nejprve oznámit svoji činnost správě sociálního zabezpečení, doložit přehled o příjmech a výdajích za kalendářní rok, doložit oprávnění k činnosti a podat ohlašovací povinnosti finančnímu úřadu i zdravotní pojišťovně. Živnostenský úřad v Brně nám umožňuje všechny výše zmíněné kroky uskutečnit v jednom, pomocí Centrálního registračního místa (CRM). [20] [26]

- ❖ Ekonomicko-hospodářské okolnosti – pozitivně se jeví růst počtu obyvatel a růst průměrné hrubé mzdy na necelých 28 000 Kč a s tím pokles nezaměstnanosti na 4,8%, čili kupní síla obyvatel má tendenci narůstat. Tato situace ovšem může způsobit nárůst spoření na případné horší časy a tím pádem menší utrácení. Výstavba nových komplexů a poptávka po službách, které jsou žádané, nám do budoucna přejí stejně jako snižování cen elektřiny oproti minulému roku 2016. [21] [22]
- ❖ Sociální a demografické okolnosti - co se týká frekventovanosti osob v OC, největší výskyt je během víkendu, tedy soboty a neděle, kdy má většina osob volný čas. Během pondělí až pátku dopoledne je frekventovanost menší. Z roku 2016 vyplynulo zvýšení počtu návštěvníků. Rodiny jezdí ve volném čase do OC, kde mají možnost kromě nákupu také zábavního vyžití. Lidé bydlící i ve vzdálenosti 30 km od OC velmi často raději dojíždí do těchto komplexů, kde nakoupí všechno potřebné, než využít menší prodejny v okolí svého bydliště. Stejný trend je vidět i dnes, proto se nepředpokládá jeho pokles. Výše uvedené údaje byly zjištěny na základě osobního pozorování a ústní formou s vedením OC. U zákazníků lze pozorovat a předpokládat následující obecné vlastnosti:

Tab. 3. Vlastnosti zákazníků [Vlastní]

VĚK ZÁKAZNÍKŮ	14 – x let
PŘÍJMY	ano
POHLAVÍ	ženy a muži
ZAMĚSTNÁNÍ	jakákoliv
VELIKOST RODINY	neomezeně
VZDĚLÁNÍ	základní - vysokoškolské

- ❖ Technické a technologické okolnosti – výrobní stroje prošly v posledních letech inovacemi do automatizace, ale náradí v posledních letech prošli menší změnou, která se skoro vůbec nepromítne v činnosti.

Zato čtecí zařízení vlivem pokroku v technologicko-informačním světě jde do popředí a čím dál více se předpokládá její používání, i přestože má potenciální riziko poskytování osobních údajů. Není opomenutý design, který souvisí s pokrokem jako takovým.

5.3 Mezoprostředí – konkurence

Konkurenční prostředí v oboru lze popsat, tak, že trh výrobců poskytujících úložné skřínky zahrnuje 9 firem. Z 10 oslovených OC poskytuje od listopadu 2016 úložné skřínky 5 OC. Použitý materiál je nepřeborný a zahrnuje dřevo, kov, plast a plech. Stejně je to s barvou, od černé přes červenou až například po zelenou. Pokud se zaměříme na online ochranu, většina dočasných úložných skříněk není pod drobnohledem IP kamery ani větších kompetencí působnosti ze strany fyzické ostraha OC. Ale jelikož jsou skřínky umístěné v pasáži, kterou hlídá fyzická ostraha, počítalo by se i s tímto zabezpečením. Ohledně konstrukce se řeší větrací otvory, nátěr nebo robustnost. Čili volbu poskytovat své služby spolu s komplexní promyšlenou ochranou speciálně do těchto veřejných prostorů zatím žádná firma neposkytuje, a pokud by samotné OC mělo zájem zprostředkovat tuto službu, muselo by vyřešit další nezbytné kroky pro realizaci projektu, což je, dle dostupných informací, nad časové kapacity managementu.

Po celé republice působí firmy, které mají možnost vytvořit takovou službu. Ovšem vzhledem k jejich rozsáhlé nabídce zaměřené na další produkty, které jsou stejně velkou součástí ostatních výrobků jako skřínky, se nepředpokládá, že by došlo k rozšíření služeb do oblasti bezpečnosti spolu s cílovým trhem jako je OC.

5.3.1 Analýza způsobu uzamknutí aktuálně dostupných skříněk v OC

Z pohledu finanční zátěže byla provedena analýza úložných skříněk, které jsou buď placené nebo neplacené. Čím větší bude zabezpečení, tím vyšší bude zpoplatnění:

- ❖ Pro naše potřeby se zvolilo 5 OC se skřínkami, z toho jsou 3 neplacené a 2 placené. Placené skřínky mají větší tloušťku všech čtyř stěn i celkovou odolnost a uzamkávají se pomocí číselného zámku. Tím se zjistilo, že placené skřínky mají větší zabezpečení, než neplacené.

Co se týká uzamknutí úložných skříněk, existují následující varianty:

- ❖ 1. varianta zámku na klíč - používají se ve 3 OC, v kterých jsou skřínky neplacené. Nevýhodou se zdá být samotný klíč, u něhož hrozí jeho ztráta či opotřebení po ročním častém používání. Další hledisko spočívá v nízkém zabezpečení cylindrického zámku, který je nedostatečný pro dočasnou úschovu několikatisícových uložených věcí. Z pohledu výrobní firmy se jeví jako výhoda nízké pořizovací náklady na cylindrický zámek s klíčem.
- ❖ 2. varianta číselného zámku – používají se ve 2 OC, které si zvolily uzamykání skříněk pomocí zvolení číselného kódu. Nevýhodou zmíněné varianty je zapamatování kódu, což představuje promýšlení vhodné volby čísel, aby byla zajištěna bezpečnost. Nepředpokládáme, že si budou chtít návštěvníci zvolit snadné heslo, např. 1234.

Ve výše zmíněných variantách je nízké zabezpečení, pokud se jedná o umístění na volném prostranství, kde je na vysoké úrovni frekvence různých typů osob. Proto je vhodné zvolit další podpůrné zabezpečení, které bude zmíněno v dalších kapitolách.

6 ANALÝZA ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU NA MODELOVÉ SITUACI NĚKOLIKA OBCHODNÍCH CENTER

Pro vytvoření modelové situace byly osloveny dvě centra, která si nepřála být zveřejněna. Nejprve se bude analyzovat vnější okolí skříněk, což je OC a poté bude rozebráno zabezpečení úložných skříněk. OC mají denní počet návštěvníků celoročně stejné. Během svátků se návštěvnost zvyšuje o několik tisíc osob denně a tím pádem i narůstá počet krádeží. Podrobnější údaje budou uvedené v tabulce č. 4.

6.1 Zabezpečení OC

Zahrnuje dvě typy analýz, které spolu souvisí. Jedná se o technickou a kapacitní analýzu.

6.1.1 Technická analýza

Po technické stránce se bude řešit kamerový systém umístěný ve vnitřním i vnějším prostoru. Jak OC A, tak OC B má počet kamer dle jejich umístění, tak, aby snímaly všechny prostory a na všech vchodových dveřích je upozornění, že prostor je monitorován kamerovým systémem. Ovšem kamera, která snímá potenciální prostor pro umístění skříněk je v takové vzdálenosti, že nerozezná případného pachatele, který by se pokoušel o neoprávněné otevření skřínky. Z důvodu lepší přehlednosti se podrobnější číselné údaje uvedou do tabulky č. 4.

- ❖ Vnitřní části - mezi vnitřní části řadíme nejen atrium, ale i parkoviště. Zmíněné prostor jsou střeženy kamerami, které sledují dálkově několik hodin denně OC a jsou se záznamem uchovávány 14 dní v budovách center, konkrétně na monitorovacích a dohledových stanovištích. Tyto stanoviště mají stálé pracovníky, kteří sledují záběry z kamer. Vstup do prostorů je jen pro pověřené osoby, tedy členy fyzické ostrahy a jejich nadřízených pracovníků.
- ❖ Vnější části – skládají se z kamer instalovaných po obvodu objektů. Jelikož se OC nachází u frekventované silnice a v blízkosti městského centra a druhé OC v městském centru, každé z nich snímá 1 kamera městského kamerového systému, ovšem vzhledem ke snímání jedné strany OC nejsou schopné tyto kamery zajistit ochranu celého perimetru objektů. Využívají se různé typy kamer instalovaných u vchodových dveří. Další kamery na rozích budov střeží okolí OC ze dvou stran.

6.1.2 Kapacitní analýza

Z hlediska personálního zabezpečení mluvíme o fyzické ostraze objektu. Vnější obvod není střežen personálem. Fyzická ostraha dle rozsahu a výkonu provádí bezpečnostní dohled celoplošně, což se týká atria, chodeb a parkoviště. Každý musí mít pro vykonávání povolání zkoušku o dílčí kvalifikace na pozici Strážný.

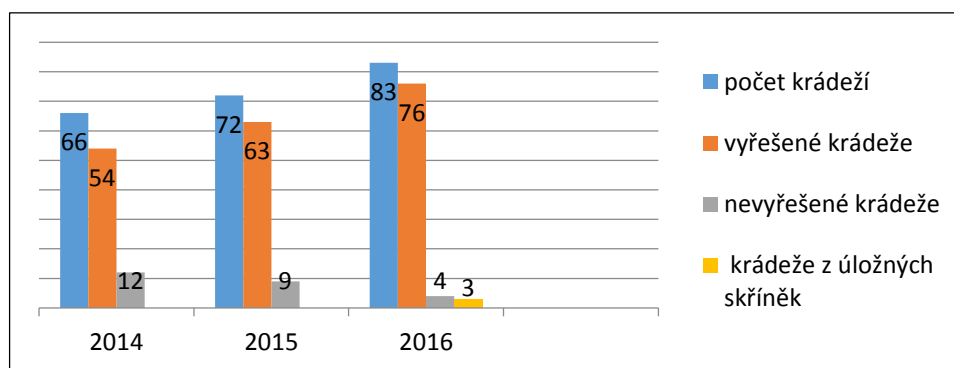
- ❖ Pracovní doba – dle času je stanovena na dobu nepřetržitou. Pracuje se podle různých hodinových směn. I přestože je OC otevřené od 9:00 do 21:00, majitelé chtějí mít kontrolu 24 hodin denně. Po příchodu na pracoviště pracovníci musí samozřejmě počítat s časem na převlečení do stejnokroje a nahlášení směny, čili příchod do zaměstnání je nejpozději s 15 minutovým předstihem. Po 12 hodinové směně dochází ke střídání směn.
- ❖ Vybavení členů ostrahy dle výzbroje a výstroje – jelikož mají členové stejnokroj, jedná se o ochranu veřejnou. Ozbrojení zahrnuje vysílačku, sluchátko s handsfree, pouta, slzotvorný sprej a teleskopický obušek.

Tab. 4. Zabezpečení OC A i B [Vlastní]

OC	ROZLOHA	POČET DENNÍ NÁVŠTĚVNOST I + SVÁTKY	POČET KAMER	POČET PRACOVNÍKŮ FYZICKÉHO POZOROVÁNÍ (2 SMĚNY)		POČET PRACOVNÍKŮ DÁLKOVÉHO MONITORING U (2 SMĚNY)		DENNÍ REŽIM	NOČNÍ REŽIM
				DEN	NOC	DEN	NOC		
A	37 000 m ²	Cca 15 000 + 3 000	152	8	-	2	-	Ano	Ne
B	40 500 m ²	Cca 19 000 + 4 000	183	9	2	3	1	Ano	Ano

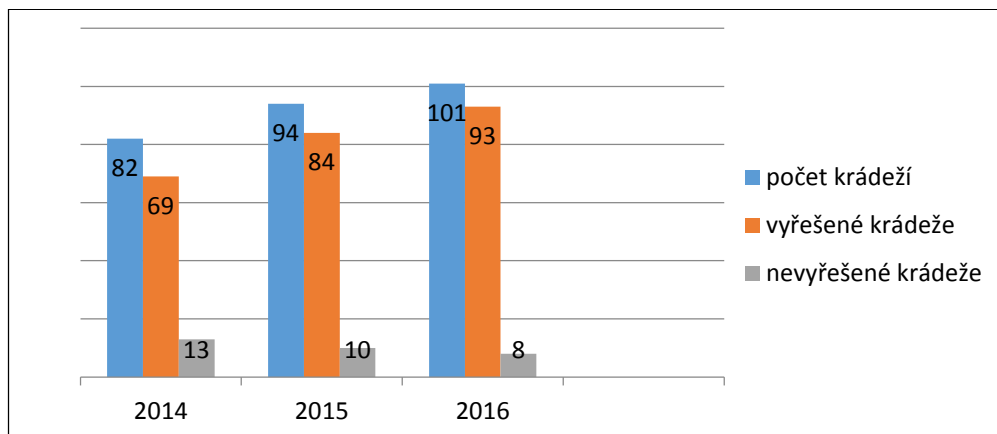
I přestože probíhá monitoring a fyzická ostraha prostoru OC, krádežím zabránit nelze. Z tohoto důvodu byly sestaveny grafy s počtem krádeží v jednotlivých letech.

Vedení OC A poskytlo údaje o počtu krádeží z roku 2014 - 2016. V jednotlivých letech stoupá jejich počet, ale zároveň dochází k větší objasnitelnosti. Nevyřešené krádeže se také snižují. Po dobu fungování úložných skříněk byly zaznamenány 3 krádeže ze skříněk.



Graf. 5. Roční počet krádeží v OC A [Vlastní]

Podobná situace byla u OC B. Jelikož má větší rozlohu a zvýšenou koncentraci osob, tím pádem je zde větší počet krádeží. Každý rok dochází k situaci, že počet krádeží i počet vyřešených případů roste. Tím pádem klesá množství nevyřešených případů.



Graf. 6. Roční počet krádeží v OC B [Vlastní]

6.2 Zabezpečení úložných skříněk

OC A má v pronájmu 20 úložných skříněk, které jsou umístěné uprostřed v přízemním patře.

Podle informací od vedoucího fyzické ostrahy mají nedostatečné zabezpečení a usoudil, že konstrukční odolnost není také dostatečná. Dle osobního šetření bylo zjištěno v první řadě snadné odemknutí cylindrického zámku, což bylo patrné opotřebením jak zámků, tak klíčů. Vedoucí mi potvrdil, že to souvisí s krádežemi, které za dobu provozu skříněk nastaly. Proto navrhuji uzamknutí RFID zámkem pomocí mobilního telefonu nebo občanského průkazu, u kterého je jistota, že jej bude otvírat stejná osoba, která jej uzavírala. V dnešní době zatím každý majitel mobilního telefonu nemá smartphone. Ovšem do budoucna se tato varianta jeví jako 100% samozřejmost s celkovým pokrokem technologií.

Ohledně kamerového zabezpečení, prostor s úložnými skřínkami nesnímá žádná kamera, což lze považovat za další důvod nízkého zabezpečení, které potenciální pachatele neodrazuje, ba naopak se jeví, jako snadnější cíl.

Samotná konstrukce je ze dřeva. Šířka stěn skříněk je jen 0,5 cm. Navrhuji stěny v šířce 1 cm.

7 PROJEKT PRO ŘEŠENÍ ZABEZPEČENÍ SOUKROMÉHO MAJETKU S POŽADOVANÝMI ANALÝZAMI

Níže zpracované údaje jsou uvedené k jednomu projektu, tedy OC A, který lze aplikovat i na OC B.

7.1 Organizační analýza

Prvním nezbytným krokem je stanovit strukturu z hlediska samotné firmy, tedy údaje o ní, čím se zabývá, v jakém oboru podniká, jaké jsou pravomoci a odpovědnosti zaměstnavatele i zaměstnance a jaká je jejich pracovní náplň.

7.1.1 Popis firmy

Název firmy: Odlož věci

Datum založení: 1. 1. 2017

Země: Česká republika

Sídlo podniku: Brno

Lokalita působení: OC v České republice

Právní forma: Fyzická osoba – OSVČ

Druh živnosti: Živnost ohlašovací volná

Předmět podnikání: Výroba, obchod a služby jinde nezařazené

IČO: 54497621

Základní kapitál: 200 000 Kč

Majitel firmy: Bc. Lenka Horecká

Kontaktní údaje: Olomoucká 98, Brno, 618 00

odlozveci@gmail.com

tel: 606 216 516

Každá právní forma podnikání má své požadavky, nejrizikověji se jeví to, že OSVČ ručí celým svým majetkem.

7.1.2 Popis služby

Produktem je služba možnosti uložení osobních věcí, jako jsou bundy a tašky. Firma vyrábí speciální úložné skříňky, které jsou opatřené čtecím zařízením a zámku na mince. Pomocí RFID čipu v mobilním telefonu či v občanském průkazu se otevře zámek pro vhození mincí v hodnotě 30 Kč, 25 Kč nebo 20 Kč podle doby uložení, pak se otevřou dvířka od skřínky, zákazník do ní vloží věci a zavře dvířka. Pokud by došlo k překročení časového limitu, dochází k příplatku + 2 Kč navíc za hodinu. Opětovné otevření probíhá opět přiložením mobilního telefonu či občanského průkazu.

Umístění skříněk bude na volném prostranství v OC a tím odpadá dražší varianta pronájmu obchodního prostoru mezi další obchody. Prostor bude střežen IP kamerou, kterou dodá firma Odlož věci, pro pocit většího bezpečí uložených osobních věcí zákazníků a dále budou v centru členové fyzické ostrahy, kteří střeží i tento prostor.

7.1.3 Obor podnikání

Podmínky podnikání jsou stanovené podle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. Pro výkon činnosti v oblasti živnosti volné není vyžadováno prokazování odborné způsobilosti, ale musí dojít ke splnění všeobecných podmínek, tj. dosažení věku 18 let, pokud se nestanoví jinak a bezúhonnost. Do živnosti volných patří například: fotografické služby, překladatelská a tlumočnická činnost, pronájem a půjčování věcí movitých, výroba a zpracování skla, výroba stavebních hmot, porcelánových, keramických a sádrových výrobků.

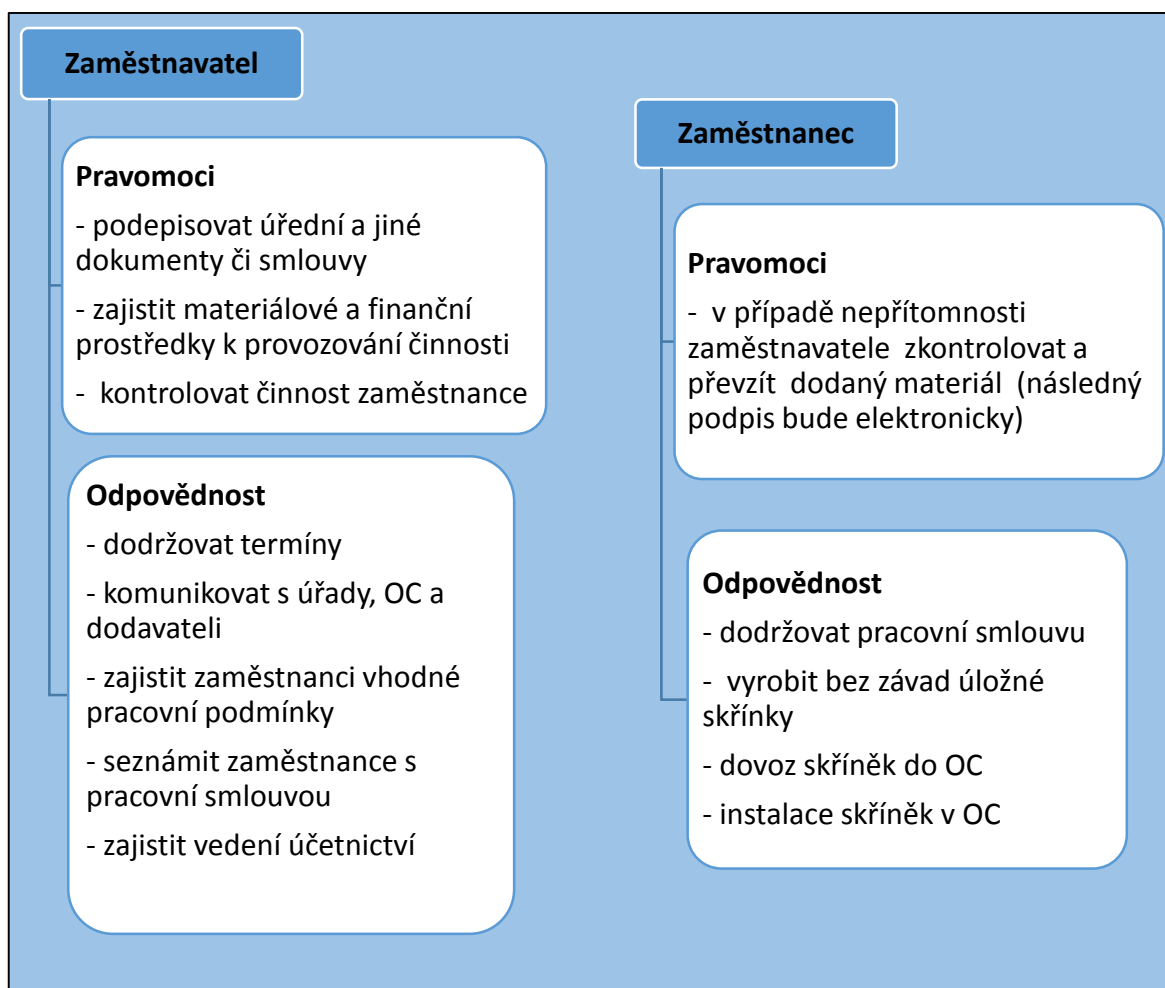
Dále do zákona patří následující živnosti: řemeslné, vázané, koncesované. [23]

7.1.4 Pracovníci zajišťující chod firmy

Firma Odlož věci bude mít majitele, OSVČ, který zaměstnává jednoho stálého pracovníka, truhláře. Podepisuje se zaměstnavatelem pracovní smlouvu na hlavní pracovní poměr, tedy HPP. Tabulka č. 5 popisuje firemní strukturu, pravomoci a odpovědnosti zaměstnanců firmy Odlož věci.

Externí pracovníci budou zmíněni v další podkapitole.

Tab. 5. Právomoci a odpovědnosti zaměstnavatele a zaměstnance [Vlastní]



Ostatní odborné osoby na danou oblast, které budou zainteresované opravě případného poškození strojů, zařízení, výpadku energií, poškození strojů či zařízení, opravě automobilu apod. se budou najímat v případě aktuální potřeby.

7.1.5 Pracovníci k projektovému plánování

Co se týče projektového plánování, mezi zákazníkem a ostatními členy týmu bude sepsána pracovní smlouva o díle. Na všechny jeho úkony bude sestaven projektový tým s následujícími členy:

- ❖ Zákazník - sponzor – zákazníkem a sponzorem v jedné osobě bude majitelka firmy Lenka Horecká
- ❖ Projektový manager – bude jej vybírat a najímat Lenka Horecká podle dostupných projektových managerů na trhu. Bude mít na starost sestavit projekt a průběžně jej

kontrolovat. Pokud bude majitel firmy požadovat nahlédnout do jakýchkoliv dat, projektový manager mu tyto data musí předložit k nahlédnutí.

- ❖ Konzultanti – budou mít na starost oblast financí (1 osoba) a nákupu (1 osoba). Své výsledky budou konzultovat se sponzorem a předkládat je projektovému managerovi.
- ❖ Uživatel – bude zvolena jedna kompetentní osoba ze zaměstnanců OC k upřesňování požadavků OC. [5]

7.1.5.1 Komunikace mezi členy projektového týmu

Komunikace bude probíhat většinou ústní formou, v případě nejasností nebo dotazů i elektronickou formou.

Každá schůzka bude informativní a účast na ní bude povinná s místem konání v konferenčním sále OC, které nám poskytlo tento prostor. Stanoví se úkoly a cíle, kterých má být dosaženo do doby další schůzky. Doba schůzky se stanoví na rozmezí 60 – 120 minut.

7.2 Časová analýza

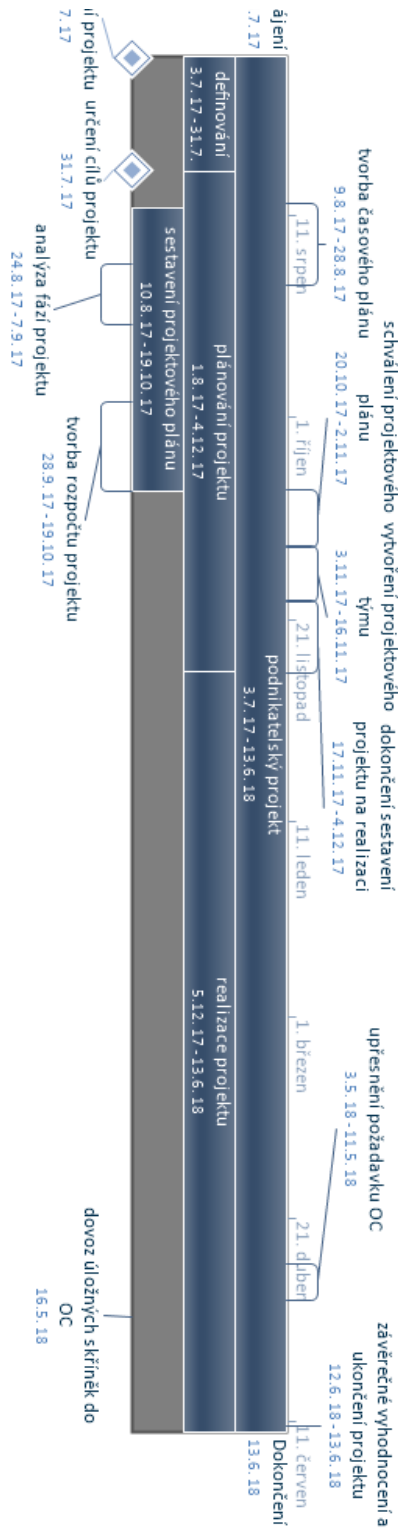
Pro vytvoření časové analýzy byl zvolen program Microsoft Project 2010.

Jednotlivé fáze a úkony projektu jsou stanoveny na určitý počet dní. Podrobné úkony budou vloženy do příloh (Příloha II) prostřednictvím výstřížku programu Microsoft Projekt 2010. Nastavený časový plán by se měl dodržet. V případě časových změn musí dojít k informování a stanovení náhradních termínů se zainteresovanými stranami.

7.2.1 Doba trvání projektu

Začátek projektu bude mít datum 3. 7. 2017, s ukončením projektu se počítá 13. 6. 2018. Doba plánování bude 248 pracovních dní.

Obr. 3. Časová osa [Vlastní]



7.2.2 Fáze projektu

Projekt bude mít 4 následující fáze:

- ❖ Definování
- ❖ Plánování
- ❖ Realizace
- ❖ Ukončení

Tabulka č. 6 znázorňuje, že každý podnikatelský projekt má stanovený datum a počet dní, jednotlivé fáze mají své úkoly, které budou postupně blíže upřesněny. Až skončí jedna fáze, nadcházející pracovní den začíná další fáze projektu.

Tab. 6. Fáze podnikatelského projektu [Vlastní]

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen
<input type="checkbox"/> podnikatelský projekt	248 dny	3.7. 17	13.6. 18
<input type="checkbox"/> definování projektu	21 dny	3.7. 17	31.7. 17
<input type="checkbox"/> plánování projektu	90 dny	1.8. 17	4.12. 17
<input type="checkbox"/> realizace projektu	137 dny	5.12. 17	13.6. 18
<input type="checkbox"/> ukončení projektu	20 dny	17.5. 18	13.6. 18

7.2.2.1 Definování

Etapa definování trvá dle tabulky č. 7, 21 dní. Zahrnuje úkoly, které jsou seřazené tak, aby na sebe navazovaly. Během určování cílů se stanoví na závěr i cíle projektu.

Tab. 7. Definování projektu [Vlastní]

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen
<input type="checkbox"/> definování projektu	21 dny	3.7. 17	31.7. 17
zahájení projektu	0 dny	3.7. 17	3.7. 17
příprava návrhu projektu	5 dny	4.7. 17	10.7. 17
počáteční analýza	3 dny	11.7. 17	13.7. 17
odsouhlasení projektu	3 dny	14.7. 17	18.7. 17
tvorba návrhu projektu	4 dny	19.7. 17	24.7. 17
výběr projektového manažera	3 dny	25.7. 17	27.7. 17
určení cílů	2 dny	28.7. 17	31.7. 17
určení cílů projektu	0 dny	31.7. 17	31.7. 17

7.2.2.2 Plánování

Jak uvádí tabulka 8, součástí plánování je sestavení projektového plánu.

Tab. 8. Plánování projektu [Vlastní]

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen
▣ plánování projektu	90 dny	1.8. 17	4.12. 17
upřesnění provedení projektu	7 dny	1.8. 17	9.8. 17
⊕ sestavení projektového plánu	51 dny	10.8. 17	19.10. 17
⊕ schválení projektového plánu	10 dny	20.10. 17	2.11. 17
⊕ vytvoření projektového týmu	10 dny	3.11. 17	16.11. 17
dokončení sestavení projektu na realizaci	12 dny	17.11. 17	4.12. 17

7.2.2.3 Realizace

Realizace projektu je velmi důležitou fází, díky které budou realizovány kroky k zhmotnění projektu, tabulka č. 9.

Tab. 9. Realizace projektu [Vlastní]

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen
▣ realizace projektu	137 dny	5.12. 17	13.6. 18
⊕ dotazníkové údaje	16 dny	5.12. 17	26.12. 17
seznámení s projektem OC	2 dny	27.12. 17	28.12. 17
⊕ zajištění úředních dokumentů - CRM	6 dny	29.12. 17	5.1. 18
hledání výrobní haly	2 dny	8.1. 18	9.1. 18
⊕ zapojení energií	2 dny	5.12. 17	6.12. 17
výběr strojů a zařízení	6 dny	7.12. 17	14.12. 17
nákup strojů, zařízení a vybavení haly	5 dny	15.12. 17	21.12. 17
⊕ výběr komponentů	3 dny	22.12. 17	26.12. 17
pořízení kancelářského vybavení	4 dny	27.12. 17	1.1. 18
⊕ hledání pracovníka	29 dny	2.1. 18	9.2. 18
vyřízení dokumentů na úřadech	6 dny	12.2. 18	19.2. 18
⊕ výběr dodavatele dřevěných desek	18 dny	20.2. 18	15.3. 18
⊕ realizace reklamy	34 dny	16.3. 18	2.5. 18
⊕ upřesnění požadavku OC	7 dny	3.5. 18	11.5. 18
příprava na provoz firmy	1 den	14.5. 18	14.5. 18
zahájení výroby úložných skříněk	20 dny	15.5. 18	11.6. 18
informování OC o datumu dodání skříněk	1 den	12.6. 18	12.6. 18
instalace kamery do prostoru skříněk	1 den	13.6. 18	13.6. 18
⊕ dovoz úložných skříněk do OC	1 den	16.5. 18	16.5. 18

7.2.2.4 Ukončení

Během ukončování projektu dochází ke sledování využitelnosti úložných skříněk, v případě nedostatků probíhá jejich úprava a na závěr implementace s vyhodnocením a ukončením projektu.

Tab. 10. Ukončení projektu [Vlastní]

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen
<input type="checkbox"/> ukončení projektu	20 dny	17.5. 18	13.6. 18
dokončování úkolů	8 dny	17.5. 18	28.5. 18
sledování povědomí o skřínkách	3 dny	29.5. 18	31.5. 18
vyhodnocení povědomí o skřínkách	1 den	1.6. 18	1.6. 18
případné úpravy projektu	6 dny	4.6. 18	11.6. 18
závěrečné vyhodnocení a ukončení projektu	2 dny	12.6. 18	13.6. 18

7.3 Materiálová analýza

Materiálová analýza slouží ke stanovení počtu a druhu základních potřebných prostředků pro firmu Odlož věci.

7.3.1 Materiál a majetek

Určitý potřebný materiál se bude kupovat od dodavatele, tedy: dřevěné desky, šrouby, kolíky, panty, hrany elektronické mincovníky, RFID zařízení a IP kamera. Opracování desek a následnou montáž skříněk bude mít na starost truhlář.

Rozměr skříněk bude mít 80x40x40 cm, bude potřeba 1,3 m² na skřínku. Šířka desky bude činit 1 cm. Technický náčrt není součástí a hlavním tématem diplomové práce.

Vysvětlení méně známých pojmů pro výrobu skříněk:

- ❖ Olepovačka – stroj na oлеpení hran dřevěného materiálu
- ❖ Kolíky – materiál ve tvaru kolíku ke spojení dřevěného materiálu.
- ❖ Hrany – metrové umělohmotné pásy na skrytí neopracovaných hran dřevěného materiálu

Tabulka č. 11 udává základní vybavení firmy potřebné pro zahájení výroby a dodávky do OC A, v kterém bude instalováno 20 skříněk. Bude rozdělena na tři části, určení, výbava a počet kusů. První část uvádí, co všechno bude potřeba k výrobě úložných skříněk, druhá část obsahuje základní vybavení firmy pro provoz a ve třetí části bude komponent určený do OC, ke snímání úložných skříněk.

Tab. 11. Základní vybavení firmy Odlož věci [Vlastní]

URČENÍ	VÝBAVA	KS
ÚLOŽNÉ SKŘÍNKY	Dřevěné desky	120
	Pila	1
	Vrtačka	1
	Olepovačka	1
	Šrouby	136
	Kolíky	24
	Panty	40
	Hrany	4 m
	Elektronické mincovníky	20
	Komponenty (RFID)	20
FIRMA	Stůl	4
	Židle	10
	Počítač	1
	Auto	1
OC	IP kamera	1

Vzhledem k rozsáhlému vybavení firmy se nebude provádět podrobnější analýza.

7.4 Finanční analýza

Finanční část patří mezi důležité kroky jakéhokoli podnikatelského projektu.

Pro začátek se musí stanovit počáteční rozvaha s aktivy (jaký majetek byl pořízen) a pasivy (z jakých zdrojů byl majetek pořízen). Dále bude součástí analýzy cena vstupních nákladů a dalších položek či kroků nezbytných pro výslednou finanční kalkulaci.

Počáteční rozvaha

Tabulka 12 znázorňuje počáteční rozvahu od data zápisu do živnostenského rejstříku.

Tab. 12. Počáteční rozvaha k 3. 7. 2017 [Vlastní]

AKTIVA		PASIVA	
Dlouhodobý majetek			
Výrobní místnost + kancelář	4 000	Vlastní kapitál	4 000
Automobil	50 000	Vlastní kapitál	50 000
Počítač	20 000	Dar	20 000
Stole	10 000	Dar	10 000
Židle	4 000	Vlastní kapitál	4 000
Pila	7 000	Dar	7 000
Ruční olepovačka	13 500	Vlastní kapitál	13 500
Vrtačka	1 700	Vlastní kapitál	1 700
Výpis z živnostenského rejstříku	1 000	Vlastní kapitál	1 000
Silniční daň	1 560	Vlastní kapitál	1 560
Oběžná aktiva			
Materiál na výrobu	4 000	Vlastní kapitál	4 000
RFID čtečky	8 880	Vlastní kapitál	8 880
Mincovníky	43 000	Vlastní kapitál	43 000
IP Kamera	5 000	Dar	5 000
Pohonné hmoty	1 000	Vlastní kapitál	1 000
Peníze na běžném bankovním účtu	26 000	Vlastní kapitál	26 000
Šrouby	50	Vlastní kapitál	50
Kolíky	24	Vlastní kapitál	24
Panty	400	Vlastní kapitál	400
Hrany	800	Vlastní kapitál	800
		Základní kapitál (vlastní)	500 000
DLOUHODOBÝ MAJETEK CELKEM	112 760		
OBĚŽNÁ AKTIVA CELKEM	89 154		
AKTIVA CELKEM	201 914	PASIVA CELKEM	201 914

Vstupní náklady a oběžná aktiva

Mezi vstupní náklady se řadí výpis z živnostenského rejstříku, který má každý podnikatel povinný. Dále se zde řadí vybavení firmy.

Oběžnými aktivy se rozumí vstupní materiál určený k výrobě 20 úložných skříněk.

Tab. 13. Vstupní náklady [Vlastní]

VSTUPNÍ NÁKLADY	
Výpis z živnostenského rejstříku	1 000
Počítač	20 000
Stoly	10 000
Židle	4 000
Pila	7 000
Ruční olepovačka	13 500
Vrtačka	1 700
Automobil	50 000
CELKEM	107 200

Tab. 14. Oběžná aktiva [Vlastní]

OBĚŽNÁ AKTIVA	
Dřevěný materiál na výrobu	4 000
RFID čtečky	8 880
Mincovníky	43 000
IP Kamera	5 000
Pohonné hmoty	1 000
Peníze na běžném bankovním účtu	26 000
Šrouby	50
Kolíky	24
Panty	400
Hrany	800
CELKEM	89 154

Náklady na provoz podniku

Nájem výrobního prostoru s kanceláří je započítán spolu s energiemi a nájmem prostoru v OC. Cena se mění dle inflace, která každý rok kolísá kolem 3 %. Jelikož se předpokládá s větším množstvím zakázek a tím pádem i volání, cena se každým dalším rokem zvyšuje. Naopak reklama zprostředkovaná prostřednictvím plakátů se po každém dalším roce dostala do povědomí lidí, proto investice do reklam budou nižší. Zvolila se neplacená reklama na sociální síti Facebook, protože bude propagovaná formou sdílení, jak už bylo výše v diplomové práci zmíněno. Silniční daň se snižuje v závislosti na době od jeho registrace.

Tab. 15. Náklady na provoz podniku [Vlastní]

NÁKLADY NA PROVOZ PODNIKU	MĚSÍC	1. ROK	2. ROK	3. ROK
Nájem výrobního prostoru s kanceláří + energie + nájem prostoru v OC	10 000	120 300	120 200	120 100
Internet	399	4 788	4 788	4 788
Telefonní hovory – neomezený tarif	749	8 988	9 000	9 005
Pohonné hmoty	3 000	36 000	38 000	40 000
Silniční daň	130	1 560	1 560	800
Plakáty	4 050	48 600	30 000	15 000
Sociální síť Facebook	-	-	-	
Sociální síť Youtube	1 100	13 200	9 000	8 000
CELKEM	19 428	233 136	212 548	197 693

Náklady na členy projektového týmu

Pracovní doba je 4 hodiny po dobu 248 pracovních dní. Tým má 2 konzultanty, plat jednoho konzultanta je 10 400.

Tab. 16. Mzdové náklady pro členy projektového týmu [Vlastní]

MZDOVÉ NÁKLADY PRO ČLENY PROJEKTOVÉHO TÝMU	MĚSÍC	248 DNÍ
Projektový manager	13 600	168 640
konzultanti	20 800	257 920
Uživatel	10 400	128 960
CELKEM	44 800	555 520

Náklady na zaměstnance

Hrubá mzda zaměstnance činí 19 335 Kč. Záloha na dani z příjmu FO (náklad zaměstnance) je započítána v hrubé mzdě. O to zaměstnanec dostane méně k výplatě (čistá mzda).

Výpočet daně:

$19\,335 \text{ Kč} \times 1,34 = 25\,909 \text{ Kč}$ (super hrubá mzda), zaokrouhlení na 26 000 Kč.

$26\,000 \times 0,15$ (sazba daně z příjmů FO) = 3 900 Kč.

$3\,900 \text{ Kč} - 2\,070$ (odečitatelná položka na poplatníka, která daň snižuje) = 1 830 Kč.

Tab. 17. Náklady na jednoho zaměstnance [Vlastní]

NÁKLADY NA ZAMĚSTNANCE	MĚSÍC	ROK
Hrubá měsíční mzda	19 335	232 020
Zdravotní pojištění	1 740	20 880
Sociální pojištění	4 834	58 008
Záloha na daň	1 830	21 960
CELKEM	25 909	310 908

Náklady podniku

Náklady podniku jsou uvedené na 3 roky. Vstupní náklady se 2. a 3. rokem rapidně snížily a berou se v úvahu jen případné opravy automobilu atd. Oběžná aktiva rostou v závislosti na počtu zakázek. Náklady na provoz podniku se mění v závislosti na inflaci a dalších faktorech, které jsou každým rokem proměnlivé. Působnost projektového týmu se datuje na 248 dní, proto se nestanovují náklady na 2. a 3. rok. Zaměstnanec bude vybrán během projektového plánování, konkrétně 1. 3. 2018, konec projektu se plánuje na 13. 6. 2018. Čili 1. rok vzniku podniku je zaměstnán 4 měsíce.

Tab. 18. Náklady podniku v 1. 2. a 3. roce [Vlastní]

NÁKLADY PODNIKU	1. ROK	2. ROK	3. ROK
Vstupní náklady	107 200	6 000	7 000
Oběžná aktiva	89 154	624 078	713 232
Náklady na provoz podniku	233 136	212 548	197 693
Mzda členům projektového týmu	555 520	-	-
Náklady na zaměstnance	103 636	310 908	310 908
CELKEM	1 195 846	1 153 534	1 228 833

Rozbor tržeb

je kalkulován jako optimistická varianta pro 1 zakázku, tedy finančního výnosu z 20 úložných skříněk. Jelikož měsíc má 30 nebo 31 dní, bude se i vzhledem k optimistické variantě počítat s 29 dny/měsíc.

Tab. 19. Rozbor tržeb [Vlastní]

TRŽBY	1. ROK	2. ROK	3. ROK
DEN	1 600	2 250	2 500
MĚSÍC	46 400	65 250	72 500
ROK	556 800	783 000	870 000

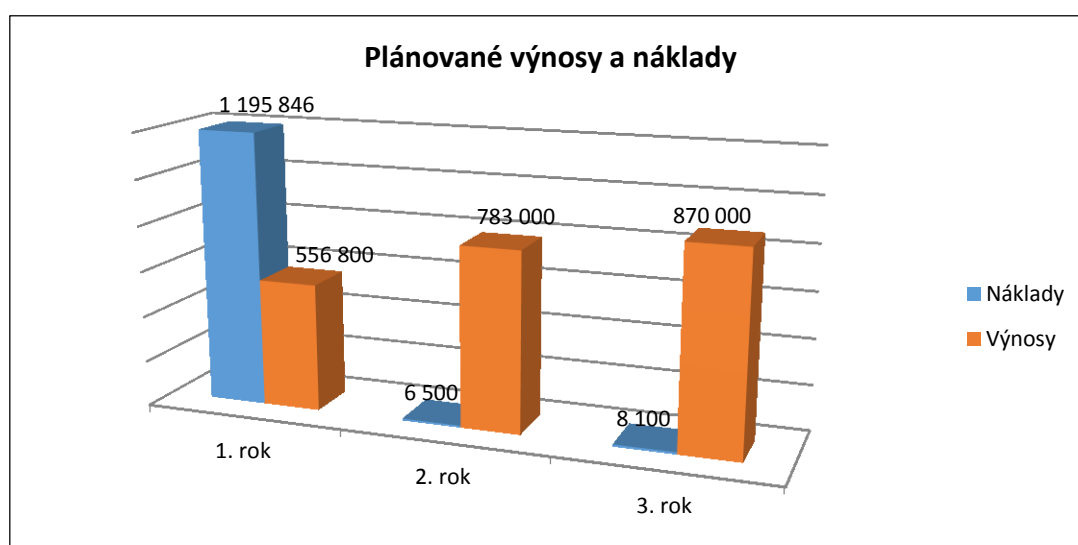
Plánovaný výkaz zisku a ztrát

Celkové výnosy – celkové náklady dají ve výsledku zisk či ztrátu. Daň z příjmů se platí v případě milionových částek, proto zde není uvedena a čistý zisk/ztráta zůstává tím pádem stejná. Ve druhém a třetím roce se započítává do nákladů pronájem prostoru v OC.

Tab. 20. Plánovaný výkaz zisku a ztrát [Vlastní]

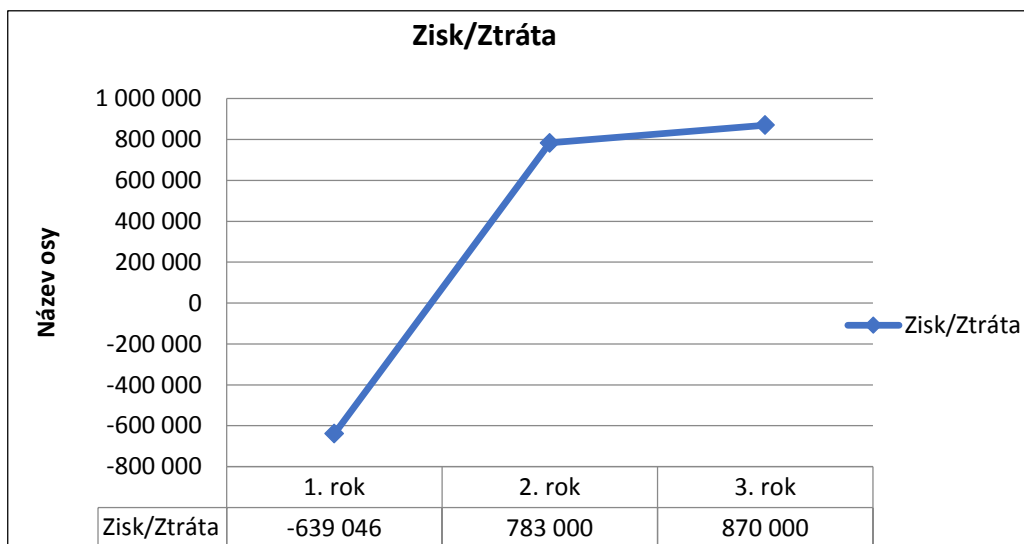
	1. ROK	2. ROK	3. ROK
	1 ZAKÁZKA		
VÝNOSY	556 800	783 000	870 000
NÁKLADY	1 195 846	6 500	8 100
ZISK/ZTRÁTA	- 639 046	776 500	861 750
DAŇ Z PŘÍJMŮ	Neplatí	Neplatí	Neplatí
ČISTÝ ZISK	- 639 046	776 500	861 900

Plánované výnosy a náklady jsou graficky představeny.



Graf. 7. Plánované výnosy a náklady [Vlastní]

Následující graf znázorňuje zvyšování zisku. První rok je se ztrátou, ovšem druhý a třetí rok dochází k růstu zisku. Pokud by tedy situace byla stejná i v dalších letech, počítá se, se ziskem kolem 850 000 Kč ročně.



Graf. 8. Zisk [Vlastní]

Cash flow

Čistý zisk se vypočítá tak, že od příjmů odečteme výdaje. Výdaje ve druhém a třetím roce budou za pohonné hmoty, které se projedou. Z důvodu vybrání peněz z mincovníků.

Tab. 21. Cash flow [Vlastní]

	1. ROK	2. ROK	3. ROK
	1 ZAKÁZKA		
PŘÍJMY	556 800	783 000	870 000
VÝDAJE	1 195 846	2 500	4 100
ČISTÝ ZISK	- 639 046	780 500	865 900

ZÁVĚR

Při tvorbě podnikatelského projektu se musely definovat jednotlivé fáze, díky kterým došlo k rozvrhnutí časového harmonogramu a upřesnění každého úkonu s daty trvání. Pomáhal koordinovat činnosti, a proto nedošlo k časovému zpoždění.

Cílem diplomové práce bylo zavedení firmy zabývající se úložnými skřínkami v obchodních centrech.

Před zahájením podnikání je třeba uskutečnit legislativní "kolečka", kterých není rozhodně málo a poté se mohla začít provozovat živnost. Během nebo před zákonnými povinnostmi je vhodné prozkoumat konkurenční prostředí a zjistit možné strategie, jak se dostat do povědomí potenciálních zákazníků. Ohledně úložných skříněk bylo nutné zjistit momentální situaci a podle ní se zvolilo zabezpečení.

Jako první se v praktické části vyhodnotil zájem potenciálních zákazníků o využití úložných skříněk v obchodních centrech, z kterého vzešel kladný výsledek. Vyhodnocené výsledky z dotazníků se předložily 10 obchodním centrům, z nichž 2 měli zájem o realizaci služby. S podmínkou, že marketingovou kampaň a ostatní náležitosti vyřeší firma Odlož věci. Z analýzy trhu se zjistily vlastnosti zákazníků i konkurence a podle toho se zvolilo vhodné a dokonalejší zabezpečení osobního majetku vloženého do úložných skříněk. Shlédnuté nedostatky bylo třeba změnit, doporučit a zavést bezpečnější alternativy. Mezi další potřebné informace patří samotné zabezpečení obchodních center, které je na dobré úrovni. Po zjištění těchto údajů byla popsána firma a organizační struktura mezi jednotlivými členy projektového týmu. Časové termíny se dodržovaly podle stanoveného plánu, nedošlo k žádnému zpoždění. K tomu napomohly jasně dané odpovědnosti jednotlivých členů. Cíl práce byl splněn. Materiál na provoz byl stanoven podle rozsahu jedné zakázky a majetek firmy odpovídá klasickému standardu vzniklé firmy. Výše zmíněné kroky byly kalkulovány pro jednu zakázku, která vynesla tržby 556 800 Kč/1. rok, 783 000 Kč/2. rok a 870 000 Kč/3. rok. Plánovaný výkaz zisku a ztrát první rok vyšel v mínusu, konkrétně - 639 046, ale během dalších dvou let se nám vrátí do zisku v kladných číslech. V cash flow se výrazně snížily výdaje během 2. a 3. roku, což způsobilo pozitivní stav čistého zisku. Z kalkulace lze vyčíst, že firma bude mít zisk, během využívání úložných skříněk od 2. a dalších let. Když k tomu započítáme např. 8 zakázek ročně, dostaneme se do ziskovosti několika milionů Kč/rok. Proto věřím, že tento projekt je reálný a do budoucna by byl hojně využíván a rozšířený vzhledem k pomalému přecházení na ovládnutí věcí pomocí čipů.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BRABEC, František. *Bezpečnost pro firmu, úřad, občana*. Praha: Public History, 2001, 400 s. ISBN 80-86445-04-6
- [2] VALOUCH, Jan. *Bezpečnostní technologie, systémy a management*. 1.vyd. Zlín: VeR-BuM, 2011. ISBN 978-80-87500-05-07
- [3] SCHWALBE, Kathy. *Řízení projektů v IT: kompletní průvodce*. Brno: Computer Press, 2011, 632 s. ISBN 978-80-251-2882-4
- [4] MLEJNKOVÁ, Lucie. *Projektový plán pro implementaci nákupního modulu ERP systému*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2014, 93 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/29957>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta aplikované informatiky, Ústav elektroniky a měření. Vedoucí práce Gajdošík, Jiří
- [5] SVOZILOVÁ, Alena. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2006, 353 s. ISBN 80-247-1501-5
- [6] ČSN ISO 10006. *Řízení kvality projektů*. 2.vyd. Hradec Králové: Technor, 2003. Dostupné z: http://www.technicke-normy-csn.cz/inc/nahled_normy.php?norma=010333-csn-iso-10006-ed-2&kat=71095
- [7] HILGERMANN, Hans R. *Cílový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 1996, 118 s. ISBN 80-716-9320-0
- [8] NĚMEC, Vladimír. *Projektový management*. 1. vyd. Praha: Grada, 2002, 471 s. ISBN 978-80-247-0392-0
- [9] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Investiční rozhodování a řízení projektů: jak připravovat, financovat a hodnotit projekty, řídit jejich riziko a vytvářet portfolio projektů*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 408 s. ISBN 978-80-247-3293-0
- [10] DOLEŽAL, Jan, Pavel MÁCHAL a Branislav LACKO. *Projektový management podle IPMA*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012, 526 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4275-5
- [11] KORÁB, Vojtěch, Jiří PETERKA a Mária REŽŇÁKOVÁ, 2007. *Podnikatelský plán*. 1. vyd. Brno: Computer Press. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0
- [12] WRONA, Jakub. *Podnikatelský záměr vybudování soukromého rehabilitačního centra v Ostravě*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2014, 121 s. Dostupné také z:

<http://hdl.handle.net/10563/30826>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu a marketingu. Vedoucí práce Staňková, Pavla

[13] STAŇKOVÁ, Anna, 2007. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. 1. vyd. Praha: C. H. 199 s. Beck. ISBN 978-80-7179-926-9

[14] HAVLÍČEK, Karel a Milan KAŠÍK, 2005. *Marketingové řízení malých a středních podniků*. 1. vyd. Praha: Management Press. 171 s. ISBN 80-7261-120-8

[15] KOSIČ, Tomáš. *Projekt založení firmy AccountMax, spol.s r.o., poskytující služby účetních poradců*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2012, 106 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/19426>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta managementu a ekonomiky, Ústav managementu a marketingu. Vedoucí práce Závodná, Lucie Sára

[16] ZLÁMAL, Jaroslav, 2009. *Marketing ve zdravotnictví*. 2. vyd. Brno: Národní centrum ošetřovatelství a nelékařských zdravotnických oborů. 150 s. ISBN 978-80-7013-503-7

[17] FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK, 2005. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 356 s. ISBN 80-247-0939-2

[18] MALLYA, Thaddeus, 2007. *Základy strategického řízení a rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing. 252 s. ISBN 978-80-247-1911-5

[19] HORECKÁ, Lenka. *Možnosti zajištění stravování v krizové situaci ve Veselí nad Moravou*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2015, 54 s. Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/34317>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta logistiky a krizového řízení, Ústav krizového řízení. Vedoucí práce Lukášková, Eva.

[20] MPO. *Rádce podnikatele pro využívání centrálních registračních míst* [online]. 2017 [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/radce-podnikatele-pro-vyuzivani-centralnich-registracnich-mist-30728.html>

[21] HOLÝ, D. *Mzdy - vývoj mezd, průměrné mzdy 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/mzdy/>

[22] SOBÍŠEK, Pavel. *Nezaměstnanost v ČR, vývoj, rok 2017: Míra nezaměstnanosti v %* [online]. In: [cit. 2017-05-11]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/>

- [23] Zákon č. 455/1991 Sb., Zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). *Zákony pro lidi* [online]. Praha, 1991 [cit. 2017-04-29]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-455#cast2>
- [24] KORECKÝ, Michal a Václav TRKOVSKÝ. *Management rizik projektů: se zaměřením na projekty v průmyslových podnicích*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3221-3
- [25] DOLANSKÝ, Václav, Vladimír MĚKOTA a Vladimír NĚMEC. *Projektový management*. Vyd. 1. Praha: Grada, 1996, 372 s. ISBN 80-7169-287-5
- [26] MAZOCHOVÁ, Barbora. *Zahájení a registrace podnikání – Centrální registrační místa (CRM) a Jednotný registrační formulář (JRF): Ohlášení podnikání – Centrální registrační místa a Jednotný registrační formulář* [online]. 2011, , 1 [cit. 2017-04-20]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zahajeni-podnikani/zahajeni-a-registrace-podnikani-centralni-registracni-mista-crm-a-jednotny-registracni-formular-jrf.html>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

BOZP Bezpečnost a ochrana zdraví při práci

FO Fyzická osoba

OC Obchodní centrum

OSVČ Osoba samostatně výdělečně činná

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Fáze projektu [9] [10] [4]	15
Obr. 2. Znáznornění podnikového prostředí [Vlastní].....	16
Obr. 3. Časová osa [Vlastní].....	38

SEZNAM TABULEK

Tab. 1. Povědomí o možnosti odložení nákupu nebo bundy v OC [Vlastní]	23
Tab. 2. Firmy vyrábějící úložné skřínky [Vlastní].....	26
Tab. 3. Vlastnosti zákazníků [Vlastní].....	28
Tab. 4. Zabezpečení OC A i B [Vlastní].....	31
Tab. 5. Pravomoci a odpovědnosti zaměstnavatele a zaměstnance [Vlastní].....	36
Tab. 6. Fáze podnikatelského projektu [Vlastní].....	39
Tab. 7. Definování projektu [Vlastní].....	39
Tab. 8. Plánování projektu [Vlastní].....	40
Tab. 9. Realizace projektu [Vlastní]	40
Tab. 10. Ukončení projektu [Vlastní]	41
Tab. 11. Základní vybavení firmy Odlož věci [Vlastní].....	42
Tab. 12. Počáteční rozvaha k 3. 7. 2017 [Vlastní].....	43
Tab. 13. Vstupní náklady [Vlastní].....	44
Tab. 14. Oběžná aktiva [Vlastní].....	44
Tab. 15. Náklady na provoz podniku [Vlastní]	45
Tab. 16. Mzdové náklady pro členy projektového týmu [Vlastní].....	45
Tab. 17. Náklady na jednoho zaměstnance [Vlastní]	46
Tab. 18. Náklady podniku v 1. 2. a 3. roce [Vlastní].....	46
Tab. 19. Rozbor tržeb [Vlastní]	47
Tab. 20. Plánovaný výkaz zisku a ztrát [Vlastní]	47
Tab. 21. Cash flow [Vlastní].....	48

SEZNAM GRAFŮ

Graf. 1. Počet potenciálních zákazníků [Vlastní]	22
Graf. 2 Počet potenciálních zákazníků [Vlastní]	23
Graf. 3. Počet potenciálních zákazníků podle cenové hladiny [Vlastní]	24
Graf. 4. Doba odložení [Vlastní]	24
Graf. 5. Roční počet krádeží v OC A [Vlastní]	32
Graf. 6. Roční počet krádeží v OC B [Vlastní].....	32
Graf. 7. Plánované výnosy a náklady [Vlastní]	47
Graf. 8. Zisk [Vlastní].....	48

SEZNAM PŘÍLOH

P I Dotazník

P II MS Project – Ganttův diagram

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK

Dotazník: Odložení věcí

Dobrý den,
jsem studentkou 5. ročníku Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a píši diplomovou práci týkající se uložení bund či nákupu v obchodních centrech. Následující dotazník je anonymní a slouží pro služby Vám, potenciálním zákazníkům. Výsledky budou zpracovány v diplomové práci.

S přáním pěkného dne

Bc. Lenka Horecká

1. Máte možnost odložit si dočasně nákup nebo bundu v obchodním centru?
Ano
Ne

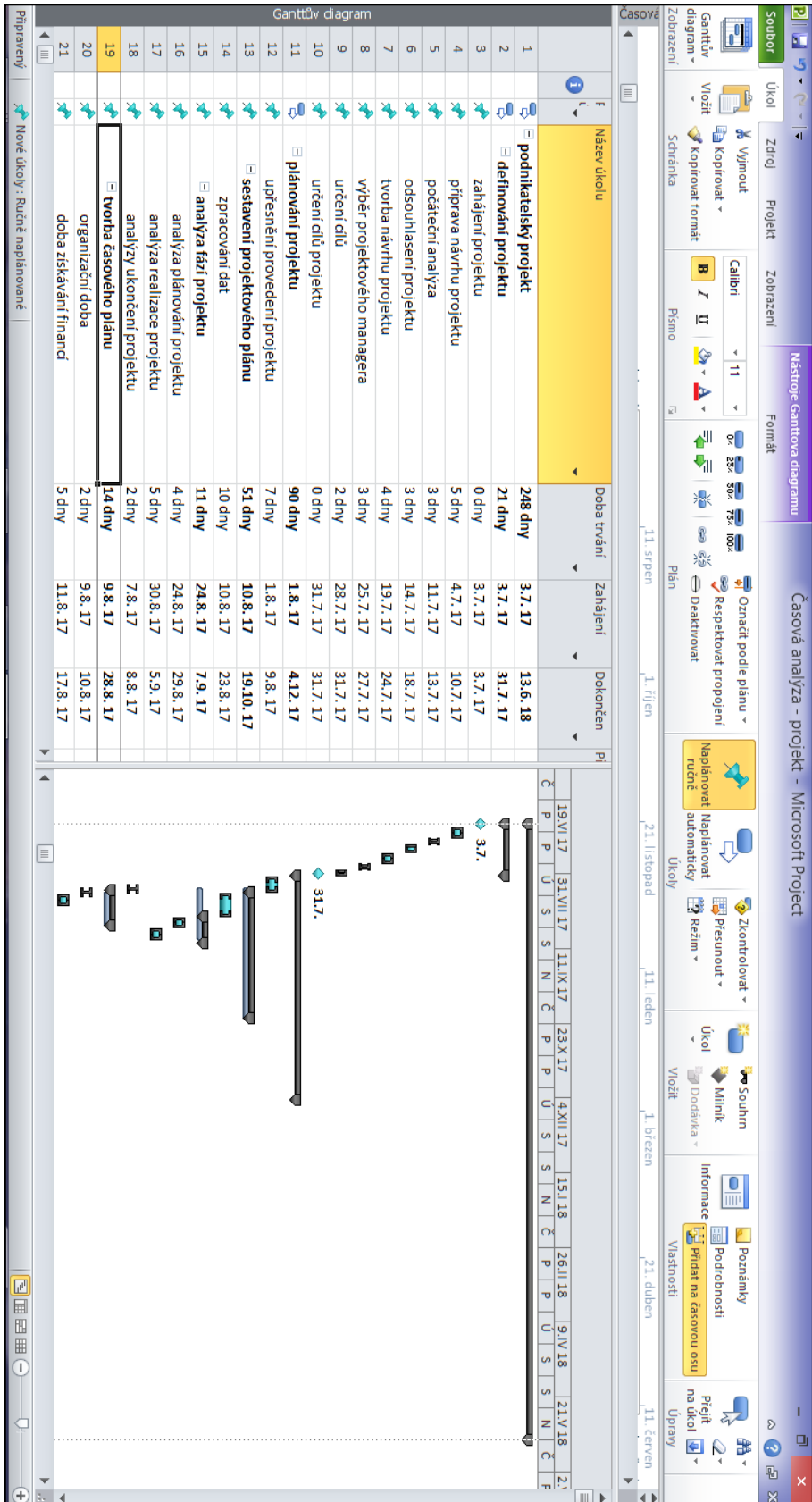
2. Kdyby byla možnost dočasného odložení nákupu nebo bundy v obchodním centru, využily by jste této možnosti?
Ano
Ne

3. Jakou peněžní částku by jste byly ochotní za tuto službu zaplatit?
30 Kč
20 Kč
25 Kč
Dle doby odložení

4. Vyberte cenu a dobu odložení nákupu nebo bundy, která se Vám jeví přijatelně (počet věcí ve skřínce dle kapacity skřínky).
5 hodin – 30 Kč
4 hodiny – 25 Kč
3 hodiny – 20 Kč

5. Jste muž nebo žena?
Muž Žena

PŘÍLOHA P II: MS PROJECT – GANTTŮV DIAGRAM



Časová osa

6.8.17 1.11.srpen 1.11.říjen 21.11.stopad 1.11 leden 1. březem 21. duben 11.červen 29.6.18

Zahájení Dokončení

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončení
22 doba výběru materiálu	3 dny	18.8.17	22.8.17
23 doba výběru pracovníků	4 dny	23.8.17	28.8.17
24 tvorba rozpočtu projektu	16 dny	28.9.17	19.10.17
25 sestavení rozpočtu pro členy prac. Týmu	4 dny	28.9.17	3.10.17
26 sestavení rozpočtu pro výrobu firmy	12 dny	4.10.17	19.10.17
27 Odlož věcí			
27 schválení projektového plánu	10 dny	20.10.17	2.11.17
28 případné opravy projektového plánu	5 dny	20.10.17	26.10.17
29 diskuze případných oprav projektového plánu	4 dny	27.10.17	1.11.17
30 schválení projektového plánu	1 den	2.11.17	2.11.17
31 vytvoření projektového týmu	10 dny	3.11.17	16.11.17
32 určení členů	2 dny	3.11.17	6.11.17
33 určení pravomocí a odpovědnosti	8 dny	7.11.17	16.11.17
34 dokončení sestavení projektu na realizaci	12 dny	17.11.17	4.12.17
35 realizace projektu	137 dny	5.12.17	13.6.18
36 dotazníkové údaje	16 dny	5.12.17	26.12.17
37 tvorba dotazníku	1 den	5.12.17	5.12.17

Ganttův diagram

17 N P Ú S Č P S N P Ú S Č P S N P Ú S Č P S N P Ú S Č P S N

21.VIII.17 25.IX.17 30.X.17 4.XII.17 8.I.18 12.II.18 19.III.18 23.IV.18 28.V.18

Časová osa

Zahájení: 11. srpen, 1. říjen, 21. listopad, 11. leden, 1. březen, 21. duben, 16. 5. 18, 11. srpen, 17. 6. 18, ukončení

Úkol | **Zdroj** | **Projekt** | **Zobrazení** | **Nástroje Ganttova diagramu** | **Formát** | **Časová analýza - projekt - Microsoft Project**

Úkol | **Výjmut** | **Kopírovat** | **Vložit** | **Kopírovat formát** | **Schránka** | **Calibri** | **11** | **Primo** | **Respektovat propojení** | **Deaktivovat** | **Naplánovat** | **Naplánovat ručně** | **Naplánovat automaticky** | **Ukoly** | **Zkontrolovat** | **Presunout** | **Režim** | **Úkol** | **Souhrn** | **Minik** | **Dodávka** | **Vložit** | **Informace** | **Poznámky** | **Podrobnosti** | **Vlastnosti** | **Přidat na časovou osu** | **Přejít na úkol** | **Upravit**

Název úkolu	Doba trvání	Zahájení	Dokončen	P
ukončení projektu	20 dny	17. 5. 18	13. 6. 18	
dokončování úkolů	8 dny	17. 5. 18	28. 5. 18	
sledování povědomí o skřínkách	3 dny	29. 5. 18	31. 5. 18	
vyhodnocení povědomí o skřínkách	1 den	1. 6. 18	1. 6. 18	
případně úpravy projektu	6 dny	4. 6. 18	11. 6. 18	
závěrečné vyhodnocení a ukončení projektu	2 dny	12. 6. 18	13. 6. 18	

Ganttův diagram

Nové úkoly: Ručně naplánované