

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Bakalářská práce

Podnikání v oblasti digitální fotografie

Petra Molkupová

© 2017 ČZU v Praze

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Petra Molkupová

Podnikání a administrativa

Název práce

Podnikání v oblasti digitální fotografie

Název anglicky

The business in the domain of the digital photography

Cíle práce

Cílem této bakalářské práce je zmapovat a sjednotit poznatky o možnostech podnikání v oblasti digitální fotografie, tj. vznik, úprava, reprodukce, příprava výstavy, prodej, školení a přednášky. Je zde popsán současný stav i predikce vývoje v tomto oboru a jeho různých oblastí do budoucna.

Metodika

V teoretické části je popsán současný stav, který se opírá o doporučenou literaturu a jiné dostupné publikace. Je rozdělen do dvou sekcí, a to Podnikání a Digitální fotografii. V praktické části jsou použity poznatky z praxe ve fotografické firmě. V této firmě jsou také prováděny rozhovory a na základě rozhovorů doporučena zlepšení, které je možno realizovat.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

podnikání, fotografie, budoucnost, praxe

Doporučené zdroje informací

FRIED, J. — HEINEMEIER HANSSON, D. Restart: Průvodce podnikatelským minimalismem. Jan Melvil publishing, 2010. ISBN: 978-80-8727-004-2.

JINDRA J. Reklamní a produktová fotografie. Computer Press, 2011. ISBN: 978-80-251-3112-1.

KOLÁŘOVÁ, M. Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby – aneb vše co potřebujete znát během podnikání. Rubico, 2013. ISBN: 978-80-7346-157-7.

LAFORET, V. Velká kniha reportážní fotografie. Computer Press, 2012. ISBN: 978-80-251-3720-8.

ŘEHOŘ, V. – SRPOVÁ, J. *Základy podnikání : teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů.* Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

Předběžný termín obhajoby

2016/17 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Mgr. Vladimír Očenášek, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra informačních technologií

Elektronicky schváleno dne 29. 10. 2015

Ing. Jiří Vaněk, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 14. 03. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci "Podnikání v oblasti digitální fotografie" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2017

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Ing. Vladimíru Očenáškoví, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce a jeho trpělivost. Dále společnosti Centrum FotoŠkoda za možnost realizování praktické části v jejich firmě. V neposlední řadě svým rodičům, kteří při mně vždy stojí a velmi mě podporovali nejen při psaní bakalářské práce.

Podnikání v oblasti digitální fotografie

Souhrn

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou podnikání a jeho aplikací do digitální fotografie. Teoretická část je zaměřena na podmínky pro podnikání v České republice a poukazuje na různé možnosti podnikání v oboru digitální fotografie, potřebné vybavení a tematické žánry.

Náplní praktické části práce je popsání vybrané společnosti, její filozofie, historie, nabízené služby a prezentace na internetu. Poté jsou představeny největší konkurenční podniky, provedeno jejich srovnání s vybranou společností a doporučení k případnému zlepšení zvolené firmy. Odpovědi, které byly zjištěny během provedených rozhovorů ve vybrané společnosti jsou zakomponovány do popisu společnosti a jejího srovnání s jinými podniky a také jim je věnována samostatná kapitola. Dále jsou zmíněny možné směry vývoje oblasti digitální fotografie do budoucnosti z několika úhlů pohledu.

Klíčová slova: fotografie, podnikání, společnost, predikce, budoucnost, trh, služby, zboží

The business in the domain of the digital photography

Summary

The bachelor thesis concerns to the matter of the business and its application to the digital photography. Theoretical part is focused to conditions for the business in Czech Republic and points to various possibilities of the business in the domain of the digital photography, needed equipment and thematic genres.

The contents of practical part of the thesis are description of selected company, its philosophy, history, offered services and on-line presentation. Its greatest rival companies are introduced and compared with selected company and recommendations are given to eventual improvement of chosen company. The replies which have been ascertained during passed interviews in selected company are inserted in the description of the company and its comparison with other companies and are described in autonomic chapter. Further potential directions of progress in the domain of future of digital photography are mentioned from several points of view.

Keywords: photography, business, company, prediction, future, market, services, commodities

Obsah

1.	Úvod.....	9
2.	Cíle a metodika.....	10
3.	Teoretická východiska.....	11
3.1.	Podnikání.....	11
3.1.1.	Fyzické osoby.....	12
3.1.1.1.	Živnosti.....	12
3.1.2.	Právnícké osoby.....	14
3.1.2.1.	Osobní společnosti.....	15
3.1.2.2.	Kapitálové společnosti.....	16
3.1.2.3.	Družstva.....	17
3.2.	Digitální fotografie.....	18
3.2.1.	Historie.....	18
3.2.2.	Fotografování.....	20
3.2.2.1.	Fotoaparáty.....	20
3.2.2.2.	Objektivy.....	21
3.2.2.3.	Filtry a blesky.....	22
3.2.2.4.	Stativy a další vybavení.....	23
3.2.2.5.	Portrét.....	23
3.2.2.6.	Makrofotografie.....	24
3.2.2.7.	Krajina.....	24
3.2.2.8.	Architektura.....	25
3.2.2.9.	Zátiší.....	25
3.2.3.	Reprodukce.....	26
3.2.4.	Výstavy, školení a přednášky.....	26
3.2.5.	Prodej fototechniky.....	27
4.	Vlastní zpracování.....	28
4.1.	Profil zvolené společnosti.....	28
4.1.1.	Historie.....	28
4.1.2.	Nabízené služby.....	29
4.2.	Konkurence.....	35
4.2.1.	Společnost Megapixel.....	35
4.2.2.	Společnost FOTOLAB.....	39
4.2.3.	Porovnání nabízených fotoslužeb.....	44
4.3.	Rozhovory ve sledované firmě.....	45
4.3.1.	Rozhovor s vedením.....	45
4.3.2.	Rozhovor s prodáváčem.....	46
4.3.3.	Rozhovor se zákazníkem.....	47
4.4.	Doporučení možných zlepšení.....	49
4.5.	Predikce v oblasti fotografie.....	50
5.	Závěr.....	53
6.	Seznam použitých zdrojů.....	54
7.	Přílohy.....	56

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Rozdělení živností	13
Obrázek 2 – První fotografie	19
Obrázek 3 – Ohniskové vzdálenosti objektivů	21
Obrázek 4 – Logo Centrum FotoŠkoda	28
Obrázek 5 – Vstup do Paláce Langhans z Vodičkovy ulice	32
Obrázek 6 – Logo Megapixel	35
Obrázek 7 – Logo FOTOLAB	39
Obrázek 8 – Logo MOJE CEWE FOTOKNIHA	41
Obrázek 9 – Ing. Martin Škoda.....	45
Obrázek 10 – Dron na dálkové ovládání	51
Obrázek 11 - Kevin Burg & Jamie Beck	51

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Porovnání tří vybraných společností.....	44
--	----

1. Úvod

Fotografování patří k nejoblíbenějším činnostem ve volném čase mnoha osob. Zároveň velké množství lidí sní o tom, že jejich práce bude zároveň i jejich koníčkem. Někteří z těch šťastnějších toho docílili tím, že spojili svou práci právě s fotografováním. Toho lze dosáhnout tak, že se buď nechají v oboru zaměstnat, nebo začnou v oblasti fotografie (častěji digitální) podnikat.

Druhá možnost s sebou nese mnoho výhod – podnikatel si rozhoduje o svém čase sám, není limitován požadavky dalších osob, může se plně seberealizovat a zároveň si ovlivnit výši svého příjmu. Dále podnikatel odvádí menší povinné odvody státu (sociální a zdravotní pojištění). Často platí, že co člověka baví, to dělá kvalitně a při podnikání, zejména v umělecké sféře, je kvalita často rozhodující. Na druhou stranu, existuje i řada nevýhod. Jednou z nich je nestabilita práce (větší či menší nejistota), je třeba mít schopnost domluvit si zakázky, které přímo ovlivňují výši příjmů a často také sezónnost práce (to je samozřejmě ovlivněno konkrétním zaměřením). Další velkou nevýhodou je silné konkurenční prostředí, které je možné sledovat v současné době v mnoha oborech stejně jako v tomto. V případě zaměstnání je toto na odpovědnosti ředitele či majitele firmy, podnikatel tento problém řeší sám. Velmi často je třeba na začátku podnikání do své činnosti investovat, poté zbývá jen doufat, že se vložené investice podnikateli vrátí a ideálně ještě zhodnotí. Další je otázka dovolené, mateřské dovolené nebo delší nemoci – zaměstnanec má ze zákona placenou náhradu za dovolenou, má nárok na peněžitou pomoc v mateřství a nemocenskou, podnikatel ne (opět záleží na jeho šikovnosti a výši příjmů, zda je to v konkrétním případě problém či nikoli). I výši důchodů mají zaměstnanci vyšší, stejně jako podporu v nezaměstnanosti. Toto vše je třeba předem důkladně zvážit, každý člověk je jiný a každému může vyhovovat něco jiného.

2. Cíle a metodika

Hlavním cílem bakalářské práce na téma „Podnikání v oblasti digitální fotografie“ je zmapovat možnosti, jak lze podnikat – všeobecné podmínky a také specifické oblasti digitální fotografie. To vše je založeno na poznatcích z mnoha odborných publikací, které byly prostudovány. Tato bakalářská práce se může stát inspirací pro některé osoby, které chtějí začít podnikat v tomto odvětví, ale nevědí přesně, jak začít nebo čemu se konkrétně věnovat. Dalším cílem, kterému je věnována praktická část, je shrnout činnosti, kterými se zabývá vybraný podnik, jejich popis a srovnání s jinými obdobnými podnikatelskými subjekty.

Teoretická část této bakalářské práce je zpracována na základě odborných knih a dalších tištěných publikací, které se týkají tématu podnikání, druhou skupinu tiskovin tvořily ty, jejichž obsah se zabývá problematikou fotografie, převážně její digitální podoby.

V praktické části je popsána společnost Centrum FotoŠkoda, největší fotografické centrum v České republice. Informace byly čerpány z oficiálních internetových stránek a několika návštěv v sídle společnosti, mimoto i z rozhovorů, které byly provedeny s různými pohledy na firmu – zástupce jejího vedení, zaměstnanec společnosti (prodavač) a zákazník společnosti. Bylo provedeno srovnání firmy s největší konkurencí a konkurenční společnosti byly také popsány (informace získány z oficiálních internetových stránek a návštěvy kamenných poboček). Přehled největších rozdílů je zachycen v tabulce, která je následně popsána. Posledními částmi tohoto oddílu jsou doporučení ke zlepšení Centra FotoŠkoda a jeho konkurenceschopnosti a poté předpověď vývoje v oblasti digitální fotografie z různých úhlů pohledu.

3. Teoretická východiska

3.1. Podnikání

Podnikání je dle obchodního zákoníku definováno jako soustavná činnost, provozovaná samostatně podnikatelem pod vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a za účelem dosažení zisku. Soustavností je vykonávání činnosti v určitém časovém úseku stále, samostatností se rozumí, že podnikatel nemá žádného nadřízeného a řídí se jen svými rozhodnutími, která samozřejmě nesmí být v rozporu s platnými zákony a předpisy. Označení své aktivity vlastním jménem je z důvodu toho, aby bylo možné je dobře identifikovat a rozlišit od aktivit konkurence, které mohou být stejné či podobné. Podnikatel nese za svá rozhodnutí osobní zodpovědnost, jelikož sám rozhoduje o veškerých aspektech svého podnikání. Nesmí se opomenout ani poslední podmínka v definici podnikání, a tou je dosažení zisku. Podnikáním se nedá označit činnost, pokud nesplňuje alespoň jednu z výše uvedených podmínek.¹

Podnikat lze téměř v jakémkoli oboru a nemá-li podnikatel vlastní nápad, je možné to vyřešit pomocí tzv. franchisingu. V tomto typu podnikání se jedná o udělení povolení prodeje produktů nebo služeb jednou firmou jiné, a to formou smlouvy mezi franchisorem (firma, která poskytuje povolení) a franchisantem (firma, která využívá povolení). Franchisant má vlastní kapitál, platí vstupní poplatek, používá know-how a obchodní značku franchisora, řeší operativní problémy a uskutečňuje své podnikatelské nápady v rámci dohody definované franchisovou smlouvou. Franchisor řeší strategické úkoly, poskytuje podporu v oblasti vedení a propagace a také kontroluje franchisanta. Tato forma se využívá u fyzických i právnických osob, a to v oblasti obchodu, služeb a gastronomie.²

V období plánování podnikání je třeba si zvolit vhodnou formu. Tuto formu je možné v průběhu podnikání měnit, typy podnikání jsou upraveny obchodním zákoníkem. Základní formy jsou fyzická a právnická osoba a obě z nich skrývají ještě další možnosti.

¹ ŘEHOŘ, Václav a Jitka SRPOVÁ. *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha. Vyd. 1: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

² KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

Je nutné uvážit výši základního kapitálu a další finanční možnosti, počet zakladatelů, míru zodpovědnosti za závazky z podnikání, daňové a administrativní zatížení a další.³

3.1.1. Fyzické osoby

Fyzické osoby podnikají na základě živnostenského či jiného oprávnění, jsou zapsány v obchodním rejstříku nebo hospodaří soukromě jako zemědělci. Jedná se o nejčastější formu podnikání v České republice.

Podnikající fyzické osoby mohou spolupracovat v rámci sdružení podnikatelů. Toto sdružení nevstupuje do závazkových vztahů, nemá právní subjektivitu, není potřeba ho nikde ohlašovat nebo registrovat a také není třeba skládat základní kapitál. Je možné spojit podnikatele pouze na určité časové období nebo daný projekt či cíl. Velkou výhodou je spojení podnikatelů bez nutnosti zakládání obchodní společnosti. Jednou z nevýhod je to, že společníci ručí celým svým majetkem a další se týká placení DPH – pokud je alespoň jeden z účastníků plátcem DPH, ostatní mají povinnost k registraci této daně také, posledním termínem této registrace je datum uzavření smlouvy o sdružení.⁴

3.1.1.1. Živnosti

Podnikající fyzická osoba musí splňovat podmínky určené zákonnými normami – živnostenským zákonem a obchodním zákoníkem. Podmínkou provozování činnosti je dle živnostenského zákona:

- dosažení 18 let věku
- způsobilost k právním úkonům
- trestní bezúhonnost
- platný doklad o tom, že nemá osoba daňové nedoplatky vůči finančním orgánům.⁵

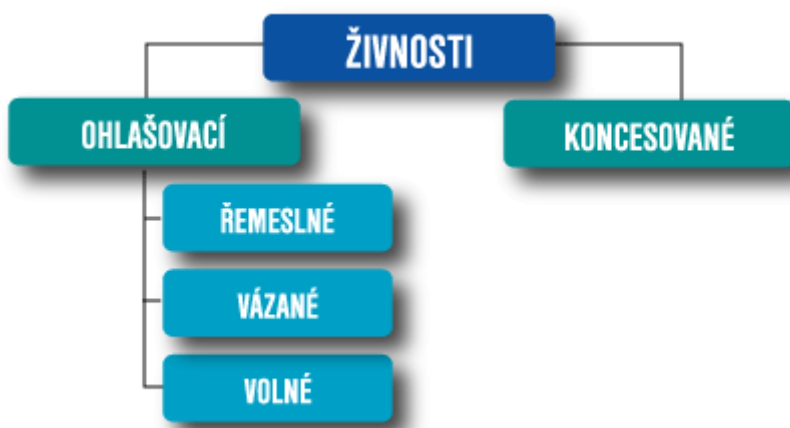
³ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

⁴ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

⁵ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, na vlastní odpovědnost, na vlastní jméno, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem. Vysvětlení těchto pojmů je uvedeno v kapitole 3.1. *Podnikání*.⁶

Existují dva druhy živností, a to ohlašovací a koncesované. Ohlašovací živnosti je nutné pouze ohlásit státu, dokladem o oprávnění je živnostenský list. Právo provozovat činnost u těchto živností vzniká již dnem ohlášení na živnostenském úřadě. Živnosti ohlašovací se dále člení na řemeslné, vázané a volné. Řemeslné ohlašovací živnosti mají pro živnostníka za podmínku vzdělání v oboru a příslušnou praxi. Provozovatel vázané ohlašovací živnosti má povinnost mít průkaz způsobilosti pro příslušnou činnost nebo přesně určenou odbornou způsobilost. U volné ohlašovací živnosti není potřeba prokázat žádnou odbornou způsobilost, pouze splnit všeobecné podmínky. Koncesované živnosti jsou druhým typem živností, u nichž je nutné dostat koncesi neboli povolení od státu. Doklad o tomto oprávnění se nazývá koncesní listina a právo provozovat živnost vzniká až dnem nabytí právní moci rozhodnutí o udělení koncese. Na vydání živnostenského listu má člověk právní nárok, ale na vydání koncesní listiny ne. V případě, že osoba podniká bez živnostenského oprávnění nebo koncesní listiny, jde o neoprávněné podnikání.⁷



Obrázek 1 – Rozdělení živností

(Zdroj: <http://podnikatele.karlovyvary-region.eu/images/2.gif>)

⁶ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

⁷ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

Ne všechny činnosti jsou podle živnostenského zákona živnostmi. Tyto činnosti jsou upraveny jinými zákony, které bývají často přísnější. Jedná se například o tyto profese – lékaři, veterináři, soudní znalci, advokáti, daňoví poradci, tlumočníci, dále činnosti bank, burz, pojišťoven, loterií, práce v oboru zemědělství a lesnictví, námořní dopravy, výroby elektřiny, rozvody plynu a také výroba a prodej z drobné pěstitelské a chovatelské činnosti.⁸

Mezi základní povinnosti podnikatele podle živnostenského zákona patří označení provozovny jménem a provozní dobou, označení zboží cenami, hodnověrné prokázání původu zboží, umožnění prohlídky provozovny živnostenskému úřadu, mít k dispozici inspekční knihu a provozovat zařízení na ochranu životního prostředí v souvislosti se svou provozovanou činností. Podnikatel nese zodpovědnost za své zaměstnance z hlediska bezpečnosti práce a také má povinnost oznámit uzavření provozovny zákazníkům alespoň 3 dny předem. Soukromý podnikatel musí vést evidenci, a to peněžní deník, mzdovou evidenci, evidenci majetku, evidenci pohledávek a závazků, evidenci zakázek a případně další dle potřeb podnikatelské činnosti.⁹

Pokud chce podnikatel provozovat více činností, musí mít na každou z nich živnostenské oprávnění. Je ale nutné se zamyslet nad šířkou své působnosti, není příliš seriózní, pokud člověk provozuje mnoho různých druhů činností. Image podnikatele tvoří i činnosti zapsané v živnostenském rejstříku.¹⁰

3.1.2. Právnícké osoby

Kromě fyzických osob je možné podnikat jako právnícká osoba, tj. ve formě obchodních společností. Právnícká osoba je uměle vytvořený subjekt, který je zapsaný do obchodního rejstříku. Touto problematikou se zabývá obchodní zákoník a od 1. ledna 2014 nabyt účinnost zákon o obchodních korporacích. Obchodní korporace znamenají obchodní společnosti a družstva. Výhodou založení právnícké osoby oproti podnikání fyzické osoby je například omezení ručení za závazky, vyšší důvěryhodnost právnícké osoby nebo také zvyšující se hodnota obchodní společnosti, kterou je možné předat

⁸ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

⁹ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

¹⁰ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnícké osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

budoucím generacím. Formy právnických osob se od sebe liší předmětem podnikání, počtem společníků, kdo je jsou oprávněn jednat jménem společnosti, výší základního kapitálu a dalším.¹¹

3.1.2.1. Osobní společnosti

Předpokladem osobní obchodní společnosti je osobní účast podnikatele na řízení podniku a zpravidla také neomezené ručení za závazky společnosti celým svým majetkem. Mezi osobní společnosti patří veřejná obchodní společnost a komanditní společnost, lze je založit za účelem podnikání nebo správy vlastního majetku.¹²

Veřejná obchodní společnost může být založena dvěma a více společníky (2 fyzické nebo 2 právnické osoby). Ti ručí za závazky podniku společně a nerozdílně celým svým majetkem, mohou také jednat jménem společnosti. Zisky a ztráty se dělí mezi společníky rovnoměrně, pokud není určen jiný vzorec pro rozdělování v zakladatelské smlouvě. Název této společnosti musí obsahovat „*veřejná obchodní společnost*“ nebo „*veř. obch. spol.*“ nebo „*v.o.s.*“.¹³

Komanditní společnost se někdy označuje jako smíšená, vyznačuje totiž některé znaky jako kapitálové společnosti. V tomto typu podniku jsou dva druhy společníků, komanditisté a komplementáři. Založit ji mohou minimálně 2 fyzické nebo 2 právnické osoby, z toho jeden je komanditista a jeden komplementář. Komanditisté ručí za závazky společnosti omezeně, pouze do výše nesplaceného dluhu, nesmí obchodně vést společnost, pouze nahlížet do hospodaření společnosti. Komplementáři ručí za závazky společnosti neomezeně a jsou oprávněni jednat za společnost. Pokud není v zakladatelské smlouvě uvedeno jinak, polovina zisků náleží komanditistům a polovina komplementářům. Zisk komplementářů se rozděluje podle poměru v souladu se společenskou smlouvou, zisk komanditistů se dělí podle výše jejich vkladů. Pokud firma realizovala ztrátu, obvykle ji platí pouze komplementáři. Název této společnosti musí obsahovat „*komanditní*

¹¹ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

¹² KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

¹³ STROUHAL, Jiří. *Ekonomika podniku*. 2. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2014. ISBN 978-80-86716-90-9.

společnost“ nebo *“kom. spol.*“ nebo *“k. s.*“. Tento typ společnosti není v České republice příliš obvyklý.¹⁴

3.1.2.2. Kapitálové společnosti

U kapitálových společností je důležitá majetková účast společníků. Patří sem akciová společnost, která je čistě kapitálovou společností a také společnost s ručením omezeným, která vykazuje i rysy osobní společnosti.¹⁵

Akciová společnost je založena na principu akcií, do kterých je rozložen základní kapitál. Jeho hodnota je minimálně 2 000 000 Kč, pokud je zakládána bez veřejné nabídky, případně 20 000 000 Kč, když je zakládána s veřejnou nabídkou akcií. Nejvyšším orgánem akciové společnosti je valná hromada. Valná hromada je tvořena akcionáři, což jsou všichni vlastníci akcií. Na valné hromadě má každý akcionář tolik hlasů, kolik má akcií. Valná hromada volí a odvolává členy představenstva, které je statutárním orgánem. Představenstvo řídí společnost a jedná jejím jménem, předkládá ke schválení účetní závěrku a návrh na rozdělení zisku či náhradu ztráty a zabezpečuje obchodní vedení. Kontrolním orgánem je u tohoto typu společnosti dozorčí rada. Akciová společnost povinně vytváří také rezervní fond z čistého zisku za rok, a to nejméně 20% z této částky a zároveň maximálně 10% hodnoty základního kapitálu. Název této společnosti musí obsahovat *“akciová společnost*“ nebo *“akc. spol.*“ nebo *“a.s.*“.¹⁶

Společnost s ručením omezeným je nejoblíbenějším typem společnosti, která se u nás zakládá. Založit tuto společnost může 1 až 50 společníků. Minimální výše základního kapitálu je 1 Kč, společenská smlouva může určit i vyšší.¹⁷ Společnost s ručením omezením musí povinně vytvářet rezervní fond. Všichni společníci tvoří valnou hromadu, která je nejvyšším orgánem tohoto typu společnosti. Dozorčí rada je kontrolní orgán a statutární orgán je jeden nebo více jednatelů. V případě, že společnost založí jeden

¹⁴ STROUHAL, Jiří. *Ekonomika podniku*. 2. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2014. ISBN 978-80-86716-90-9.

¹⁵ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

¹⁶ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

¹⁷ *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích + rejstřík: 2014 : redakční uzávěrka 3.2.2014*. Ostrava: Sagit, 2014, 288 s. ÚZ. ISBN 978-80-7488-039-1.

člověk, zastává všechny tyto funkce sám. Název této společnosti musí obsahovat *“společnost s ručením omezeným“* nebo *“spol. s r.o.“* nebo *“s.r.o.“*.¹⁸

3.1.2.3. Družstva

Účel založení družstva není vždy stejný, může se jednat o podnikání, ale také zajištění sociálních, hospodářských či jiných potřeb jeho členů. Nepatří mezi společnosti, ale má s nimi některé shodné znaky.¹⁹ Jedná se o společenství neuzavřeného počtu lidí, nejméně však tří. Členové družstva si na členské schůzi schválí stanovy. Stanovy mohou upravit lhůty či částky stanovené zákonem a zvýšit počet členů představenstva. Dalšími orgánem družstva je představenstvo, které je statutárním orgánem. Představenstvo si volí předsedu a obchodně řídí celé družstvo. Název této korporace musí obsahovat *“družstvo“*.²⁰

¹⁸ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

¹⁹ PORVICOVÁ, Jana. *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.

²⁰ KOLÁŘOVÁ, Monika. *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.

3.2. Digitální fotografie

V dnešní době snad neexistuje nikdo, kdo by se nesetkal s digitální fotografií, ať z pohledu autora nebo zvěčněné osoby. Jedná se o jednu z nejoblíbenějších volnočasových aktivit a prakticky v každé rodině se nachází jeden či více digitálních přístrojů. Je třeba také poukázat na skutečnost, že dnes je běžné mít fotoaparát v mobilním telefonu, takže člověk může prakticky zobrazit každý okamžik svého života. Někdy to může být výhoda, ale někdy to je spíše přítěž. Ve většině případů totiž nestačí pouze zachytit okamžik, je nutné jej později zpracovat – převést do počítače, upravit, vyexportovat a podobně. Při velkém množství neuváženě zachycených snímků, se toto množství stává výše zmíněnou přítěží.²¹

3.2.1. Historie

Historie digitální fotografie samozřejmě vede svou cestu přes klasickou fotografii. První zachycená fotografie vznikla roku 1826, jmenuje se Pohled oknem na dvůr a její expozice trvala celých 8 hodin. Autorem této první fotografie je Joseph Nicéphore Niépce, který je spolu s Jacquesem Daguerrem považován za zakladatele moderní fotografie. Vycházeli z již učiněných výzkumů, oba ale udělali velké objevy právě ve vývoji zachycení obrazu. Tradiční fotoaparát používá políčko filmu, aby zachytil požadovaný obrázek, toto políčko je pokryto vrstvou zrněk halogenidu stříbrného, který je citlivý na světlo. A právě světlo dopadající na film je třeba regulovat pomocí malé krabičky, která je známá jako fotoaparát. To samozřejmě nestačí, dále je třeba zpracovat fotografii chemickou cestou ve vývojce negativu. Poté se zpracuje negativ na pozitiv, tedy na papírovou podložku, která je označována jako fotografie. Negativy zpracovávají laboratoře nebo minilaby, kde jsou vyvolány obrázky bez starostí autora, ale také bez možností korekce. Proto někteří volí vlastní vyvolání v temné komoře, kde je možné ho manuálně ovládat.²²

²¹ FREEMAN, John. *Fotografie v praxi*. Praha: Rebo Productions, 1998, 254 s. ISBN 80-723-4002-6.

²² SOUKUP, Roman. *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.



Obrázek 2 – První fotografie

(Zdroj: <http://tipyjakfotit.cz/wp-content/uploads/2013/12/22.jpg>)

Digitální fotografie nezachycuje obrázek na políčko filmu, ale na čip zabudovaný ve fotoaparátu. Tyto čipy, většinou obdélníkové, mají mikroskopické buňky generující elektrický náboj reagující na světlo. Buňky produkují elektrický náboj podle intenzity světla, které reguluje fotograf pomocí fotoaparátu. Dalším rozdílem je, že u klasické cesty je na jednom políčku zaznamenán jeden snímek, u digitální cesty je čip stále na stejném místě. Elektrický náboj uvnitř fotoaparátu se přemění na shluk nul a jedniček – datový soubor – a je uložen na paměťové médium, nejčastěji jím je paměťová karta.²³

Ovšem srovnávat tyto dvě metody fotografování v současnosti není úplně vhodné, protože se pokaždé jedná o jinou technologii zpracování obrazu. Digitální fotografie je zachycena na elektronické médium, naopak klasická fotografie na filmový materiál. Výhodou digitálních fotografií jsou možnosti úpravy v počítači a také jejich okamžitost použití, není u nich totiž potřeba čekat na vyvolání jako u tradiční fotografie. Naproti tomu velkou výhodou tradiční fotografie je kvalita, ke které se v současnosti blíží pouze profesionální zrcadlovky nejvyšší řady.²⁴

²³ SOUKUP, Roman. *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.

²⁴ BÜLOW, Heinz von. *Kurz digitální fotografie: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 2002, 80 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-242-0782-6.

3.2.2. Fotografování

Při fotografování se dá použít mnoho aparátů a dalšího vybavení a samozřejmě také mnoho stylů a objektů fotografie. Některé z nich jsou popsány níže, v dalších kapitolách.

3.2.2.1. Fotoaparáty

Co se týče fotoaparátů, základními jsou dva typy – pokud se zaměříme pouze na digitální přístroje – kompaktní a zrcadlovky. V posledních letech přibýly ještě fotoaparáty dalšího typu, a to bezzrcadlovky neboli kompaktní s výměnnými objektivy. Kompaktní aparáty jsou, jak jejich název napovídá, menší a lehčí, bohužel je jejich nevýhodou horší kvalita fotografií. Oproti tomu zrcadlovky jsou sice větší, ale kvalita fotografií je nesrovnatelná. Zrcadlovky neboli DSLR získaly svůj název podle sklopného zrcátka, které se nachází uvnitř fotoaparátu, přes které se obraz z objektivu přenáší do optického hledáčku. Poslední jsou kompakty s výměnnými objektivy, které se snaží využít výhody obou kategorií. Nejsou tak velké a těžké jako zrcadlovky a přitom mají lepší kvalitu fotografií než kompaktní aparáty. Stejně jako před koupí jakéhokoli jiného zboží je potřeba si rozmyslet, k čemu budeme fotoaparát používat a jaké by měl mít vlastnosti. Existují totiž velké rozdíly mezi přístroji i v jednotlivých kategoriích.^{25 26}

Pouhým fotoaparátem ale vybavení pro fotografování nekončí, je potřeba mnoho dalšího příslušenství. Mezi ně patří baterie, paměťové karty, objektivy (u kompaktních fotoaparátů s výměnnými objektivy a u zrcadlovek), filtry, mezikroužky, externí blesky, stativy, čistící pomůcky a pouzdra či fotobrašny.

Baterie a paměťové karty jsou nedílnou součástí fotoaparátu. Bez těchto dvou komponentů není možné pořizovat fotografie. U kompaktních fotoaparátů se jedná většinou o tužkové baterie, je lepší zvolit kvalitnější dobíjecí baterie, které se do budoucna vyplatí i za cenu vyšší pořizovací ceny. Bezzrcadlovky a zrcadlovky jsou napájeny speciálními dobíjecími bateriemi a pokud osoba fotografuje častěji nebo jede na delší cestu, je vhodné si pořídit další akumulátor, který slouží jako záloha pro původní. Paměťová média, nejčastěji paměťové karty, jsou nezbytné pro ukládání zachycených

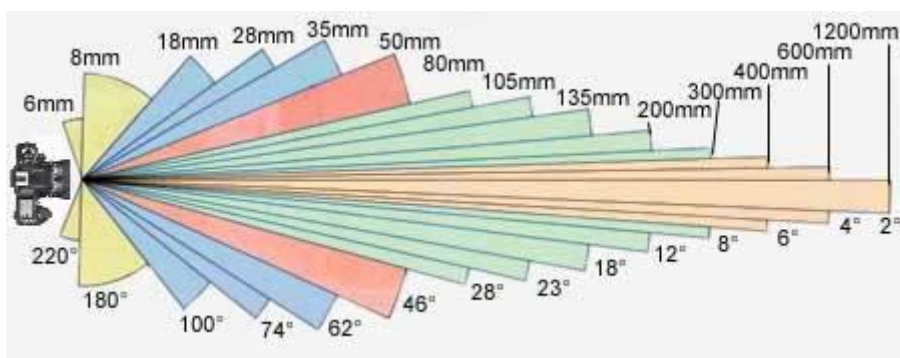
²⁵ DEE NESIBA, David. Vybíráme fotoaparát. *Počítač pro každého*. Burda Praha, 2011, (speciál), 8-12 str. ISSN 1212-0723 MK ČR E 7931.

²⁶ SOUKUP, Roman. *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.

snímků. Do většiny přístrojů lze vložit paměťovou kartu typu SD, ovšem ne do každého. SD karty se liší svou kapacitou, rychlostí zápisu a čtení a také výrobcem.²⁷

3.2.2.2. Objektivy

Objektiv je velmi důležitým příslušenstvím, hlavně u zrcadlovek, kde je možné ho libovolně měnit. Objektiv ovlivňuje kvalitu fotografie, pro různé příležitosti je vhodný jiný. K tělu přístroje jsou připojeny pomocí objímky, z mnoha systémů si největší oblibu získalo připojení bajonetové. Funguje na principu tlačítka (stisk nebo posun) a pootočení objektivu o 45° ve směru hodinových ručiček, poté je možné objektiv jemně vysunout z aparátu. Další lze do těla vložit při dodržení opačného postupu.²⁸



Obrázek 3 – Ohniskové vzdálenosti objektivů
(Zdroj: <https://www.fotoaparar.cz/storage/am/0005/000528.jpg>)

Objektivy se dělí na zoomové a s pevným ohniskem. Rozdíl mezi nimi není v použitelnosti, ale podle velikosti výřezu. Objektivy s pevným ohniskem mají pevný výřez, který nelze změnit, jejich výhodou je oproti zoomovým objektivům vyšší kvalita fotografií z důvodu jejich vyšší světelnosti. Na druhé straně zoomové objektivy jsou praktičtější a přizpůsobivější, dovolují měnit výřez nastavením ohniskové vzdálenosti během samotného fotografování. Další dělení je podle použitelnosti, a to základní objektivy, širokoúhlé, teleobjektivy, rybí oko, makroobjektivy a posuvné objektivy. Základní neboli setové objektivy se většinou prodávají v balení s fotoaparátem a jsou univerzální, zabírají skoro stejný úhel jako lidské oko. Širokoúhlé, jak už jejich název napovídá, se používají při potřebě zaznamenat široký úhel, často panoramatické fotografie

²⁷ SOUKUP, Roman. *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.

²⁸ FREEMAN, John. *Fotografie v praxi*. Praha: Rebo Productions, 1998, 254 s. ISBN 80-723-4002-6.

města nebo přírody.²⁹ Jejich nevýhodou je časté zkreslení zobrazení oproti jiným typům objektivů a také větší váha. To bývá problém u některých druhů fotopráce, například u reportážní fotografie.³⁰ Teleobjektivy umožňují přiblížit vzdálené objekty, často se zdá jako by se kupily, tím se zkresluje prostorová představa o skutečných vzdálenostech mezi předměty. Jsou ideální na fotografování přírody nebo sportu a není zde viditelné zkreslení. Speciální objektiv, tvořící kruhový obraz s kulovou perspektivou ve středu filmového políčka se nazývá rybí oko. Je vhodný pouze na široké záběry a zvláštní fotografie, určitě není vhodné ho používat stále. Příležitost, kdy použít makroobjektiv, je zřejmá. Makrem se označují detaily, krátké zaostřené vzdálenosti, někdy i mikroskopické velikosti, kterých si běžný člověk v životě ani nemusí všimnout či jim věnovat takovou pozornost. Posuvné objektivy jsou nejčastěji využívány při zachycení budov, protože lze korigovat záznam obrazu, aby byl rovnoběžný se svíslícemi.³¹

3.2.2.3. Filtry a blesky

Filtry patří k dalšímu vybavení, existují buď čiré ultrafialové, které chrání objektiv proti mechanickému poškození, například poškrábání a filtry se zvláštními efekty, jejichž hlavním úkolem je zvýraznit či potlačit některé druhy světelného záření, které dopadá na čip fotoaparátu. Pomocí závitů či příslušného adaptéru se instalují na přední část objektivu. Těchto filtrů je celá řada, mezi nejčastěji používanými patří polarizační kruhový filtr, který zamezuje odleskům skla a vodní hladiny a přechodový filtr, který napůl propouští světlo normálně a napůl redukuje množství světla, což se používá například při rozdílu mezi jasným nebem a tmavší krajinou.³²

Mnoho fotoaparátů má vestavěný blesk, který je možné použít při nedostatečné intenzitě světla. Není doporučováno ho používat jako hlavní zdroj světla, pro to slouží externí neboli přídavné blesky. Na rozdíl od vestavěných blesků, které jsou umístěny na čelní straně aparátu, je možné těmito regulovat místo dopadu světla a také více regulovat jejich intenzitu. Přídavný blesk je připojen k fotoaparátu pomocí sáněk se

²⁹ HEDGECOE, John. *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.

³⁰ LAFORET, Vincent. *Velká kniha reportážní fotografie*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3720-8.

³¹ HEDGECOE, John. *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.

³² SOUKUP, Roman. *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.

středovým kontaktem umístěným nahoře na přístroji. Automatické odpálení blesku způsobuje spojení blesku se závěrkou pomocí elektrických kontaktů. Dalším typem blesku je ruční, který není pevně spojen s fotoaparátem, ale má rukojeť, díky které je možné ho držet v ruce a libovolně nasvécovat zvolený objekt. Je možné jej také upevnit na stranu aparátu.³³ Výběr vhodného světla je klíčový u mnoha typů fotografování, například u reklamní a produktové fotografie. U menších objektů se používají světelné stany, ve kterých světlo dopadá na produkt ze všech stran.³⁴

3.2.2.4. Stativy a další vybavení

Stativy jsou v některých případech nezbytným vybavením fotografa. Klasický stativ je pevný a má tři nohy – tzv. tripod, existují také stativy pouze s jednou nohou upravitelnou na libovolnou výšku, tzv. monopody. Ty byly vyvinuté kvůli větší skladnosti a menší váze než jakou mají tripody. Tripody mají výhodu ve větší stabilitě, díky které udrží fotoaparát v klidu při dlouhých expozičních časech, zejména používaných při nedostatečném osvětlení, například večer nebo v noci. Při koupi stativu se vyplatí si připlatit za kvalitní stativ z hliníkové směsi oproti lehkému plastovému modelu, který se pohne i při menším vánku. Speciálním typem stativu je stativ s ohebnými nohami, díky kterým je možné ho připevnit téměř kamkoli, například na větev stromu.³⁵

Pouzdra, fotobrašny a fotobatohy by měly být základním vybavením každého fotografa. Je třeba mít vhodnou velikost a kvalitu tohoto úložného prostoru podle velikosti fotoaparátu a dalšího příslušenství a také příležitosti a lokality, kde člověk zamýšlí pořídit snímky. Musí dobře chránit fotoaparát před případnými nárazy, kvalitní fotobrašny a fotobatohy jsou nepromokavé.³⁶

3.2.2.5. Portrét

Portrétní fotografie je jednou z nejfrekventovanějších po celém světě. Dobrý portrét neukazuje pouze obličej člověka, ale měl by vypovídat o jeho náladě a pocitech a odhalit jeho jedinečnou osobnost, ať se jedná o portrét připravený nebo náhodný. Velmi důležitá je

³³ HEDGE COE, John. *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.

³⁴ JINDRA, Jan. *Reklamní a produktová fotografie: Kreativní techniky a neobvyklé postupy*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3112-1.

³⁵ FREEMAN, John. *Fotografie v praxi*. Praha: Rebo Productions, 1998, 254 s. ISBN 80-723-4002-6.

³⁶ KINCLEROVÁ, Miroslava. *Digitální fotografie pro ženy: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2008, 158 s. ISBN 978-80-251-2357-7.

také atmosféra v ateliéru nebo na místě, kde se fotografování odehrává, v ideálním případě by měl být model uvolněný, to je ale občas složité, protože málokdo se fotoaparátem, případně dalším vybavením fotoateliéru, nenechá vyvést z míry a chová se přirozeně. Další důležitou roli v zachycení portrétu hraje světlo, mělo by být měkké a rozptýlené, takové světlo lépe vytvaruje obličej a kryje různé nerovnosti a vady pleti. Pro projasnění obličeje možné použít obrazné desky. Nejčastěji používanou ohniskovou vzdáleností je 50 mm, existují i portrétní objektivy s touto ohniskovou vzdáleností a velmi dobrou světelností. Je třeba si dát pozor na pozadí, aby nebylo výraznější nebo fotografovaná osoba a také je možné pracovat i s rekvizitami, což se vyplatí hlavně u menších dětí.³⁷

3.2.2.6. Makrofotografie

Makrofotografie je velmi atraktivní obor, hlavně proto, že umožňuje zobrazit objekty lidským okem nepostřehnutelné. Nejoblíbenějšími motivy jsou květiny, listy, pavučiny nebo hmyz. Fotografie může být pořizována v reálné velikosti (1:1) nebo desetinásobném zvětšení (10:1). Desetinásobné zvětšení znamená desetkrát větší velikost snímku daného objektu na senzoru. Z toho vyplývá nutnost zachovat na fotografii co nejvíce detailů, proto je nutné nastavit co nejnižší citlivost snímače. Osvětlování může působit potíže, protože fotoaparát s objektivem je velmi blízko danému objektu a může vrhat nežádoucí stíny. Pozadí by u těchto snímků mělo být nevýrazné a pouze dotvářet celkovou kompozici fotografie. V této oblasti fotografie se používá speciální vybavení, jako výše zmíněné makroobjektivy, mezikroužky, předsádkové čočky, makroměchy, speciální blesky a další.³⁸

3.2.2.7. Krajina

Fotografování krajiny je jednou z nejobtížnějších disciplín z důvodu nalezení ideálního záběru. Velmi důležitými aspekty jsou čas a místo pořízení snímku, technika, kterou fotograf použije, ale tou klíčovou je místo, odkud autor fotografii zachytí. V krajinářské fotografii se nabízí pracovat s pravidlem třetin, tedy první třetina vespuodu tvoří popředí, druhá třetina hlavní motiv snímku a poslední, třetí, pozadí v horní třetině obrazu, ve většině případů tvoření oblohou. Toto pravidlo třetin vychází z lidského

³⁷ HEDGECOE, John. *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.

³⁸ CLEMENTS, John. *Fotografujeme makra*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2006, 144 s. Edice digitální fotografie. ISBN 80-251-1007-9.

vnímání, co je pro člověka nejpřirozenější pozorovat. Základní nástroj při zobrazování krajiny je stativ, a to z důvodu dlouhých expozičních časů. Nicméně nejlepší světelné podmínky jsou brzy ráno nebo pozdě večer. Mezi fotografy krajináři je velmi oblíbený polarizační filtr, jehož vlastnosti jsou popsány výše.³⁹

3.2.2.8. Architektura

Architektura v sobě zahrnuje velkou paletu fotografických objektů, od starých domů, památek, církevních staveb až k moderním proskleným budovám. Většina fotografií sahne přirozeně po širokoúhlém objektivu, ne vždy to je to nejlepší řešení kvůli jeho zkreslení, které je popsáno výše. Nejlepší je fotografovat stavbu z kolmého úhlu, například naproti stojící budovy, ale ne vždy je to možné. Proto se v oblasti fotografování architektury nejvíce používají výše zmíněné posuvné objektivy, díky kterým je možné si srovnat svislice objektu v hledáčku a předejít tak zdeformování fotografovaného objektu na snímku. Další zajímavou a používanou metodou zachycení architektury je vytváření panoramat, v tomto případě je nutné použití stativu. Také není nutné za každou cenu snímat architekturu jako celek, působivé může být i zachycení detailu, zvláště pokud se jedná o charakteristický prvek. Nakonec se může tento detail stavby projevit jako mnohem zajímavější a dokáže ji vyjádřit lépe než fotografie celého objektu.⁴⁰

3.2.2.9. Zátiší

Zátiší je aranžovaná věc nebo skupina věcí, které spolu souvisí a slouží jako předloha pro fotografii. Také lze použít zátiší jako tvůrčí cvičení, ve kterém se fotograf zlepšuje v kompozici a vlivu osvětlení na objekty. Při sestavování zátiší je dobré začít s jednou výraznou věcí a k ní postupně ladit další tak, aby se hodily k tématu. Tím tématem může být například roční období nebo určité místo. Výhodné je mít co nejvíce předmětů nashromážděných k vybranému tématu, postupem času je možné předměty obměňovat a upravovat do výsledné, ideální kompozice. Většina fotografií používá při zachycení zátiší stativ, protože tak má přehled o vytvořeném zátiší a umístění jednotlivých komponentů. Jinou kategorií je zobrazení nalezeného zátiší, které není uměle

³⁹ ANG, Tom. *Průvodce digitálního fotografa*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2003, 407 s. ISBN 80-242-1062-2.

⁴⁰ ANG, Tom. *Průvodce digitálního fotografa*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2003, 407 s. ISBN 80-242-1062-2.

aranžované, ale přirozeně se nachází v našem okolí a poukazuje na schopnosti autora všimnout si okolního světa a objevovat zajímavé motivy v každodenním životě.^{41 42}

3.2.3. Reprodukce

Reprodukce digitální fotografie probíhá často v laboratořích nebo fotolabech, kde, podobně jako klasickou fotografii, vyvolají z dodaných podkladů papírovou fotografii. Tímto podkladem není film jako u tradiční fotografie, ale jedná se o paměťovou kartu, CD nebo USB flash disk, na kterých jsou nahrány požadované fotografie. Tomu předchází i nezbytná úprava fotografií, která probíhá v počítači pomocí specializovaného software. Mezi nejoblíbenější a nejčastěji používané patří Adobe Photoshop a Zoner Photo Studio. První zmíněný je špičkový program používaný profesionály a umí dělat opravdová kouzla, druhý je levnější varianta, zvládne základní úpravy fotografií. Samozřejmě existuje celá řada dalších programů, z nich jsou některé i freeware – jsou volně dostupné a neplatí se za jejich použití.⁴³

3.2.4. Výstavy, školení a přednášky

Po určité praxi a mnoha a mnoha zachycených snímcích je možné se stát profesionálním fotografem. Velké množství z nich pořádá výstavy svých fotografií, vždy v sérii snímků zachycených například na jednom místě, nějaké cestě nebo tematicky se k sobě hodících. Další možností, jak předat své zkušenosti dál a ukázat divákům své záběry, jsou školení a přednášky, které jsou v současné době stále populárnější. Pořádá se mnoho kurzů, od několikahodinových přes několikadenní až k několikaměsíčním, které někdy probíhají formou školní docházky s úkoly a závěrečnými pracemi. Přednášky trvají zpravidla jednu až tři hodiny a přednášející popisuje nějakou svou cestu, způsob zachycení snímků a různé metody jak dosáhnout nějakého efektu ve fotografii nebo způsob úpravy obrázků.

⁴¹ HEDGECOE, John. *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.

⁴² KINCLEROVÁ, Miroslava. *Digitální fotografie pro ženy: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 158 s. ISBN 978-80-251-2357-7.

⁴³ KINCLEROVÁ, Miroslava. *Digitální fotografie pro ženy: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 158 s. ISBN 978-80-251-2357-7.

3.2.5. Prodej fototechniky

Další z možností podnikání v oblasti digitální fotografie je prodej fototechniky, která je popsána výše. V současné době existuje mnoho kamenných obchodů i e-shopů, které se věnují tomuto oboru. Je dobré se zamyslet, jestli se obchod zaměří na širokou klientelu či pouze na úzký okruh, kterému nabídne specializované zboží, zda bude mít kamenné pobočky nebo pouze e-shop a v případě kamenné pobočky je potřeba mít dobře proškolený personál.

4. Vlastní zpracování

4.1. Profil zvolené společnosti

Centrum FotoŠkoda je největší fotoprodejnou v České republice a jedním z nejvýznamnějších center fotografie ve střední Evropě. Je unikátní spojením služeb, obchodu a kultury na jednom místě a nabízí komplexní fotoslužby – prodej nové a použité fototechniky, servis, vyvolávání filmů a zhotovení fotografií, rámování, zanesení fotografií na různé povrchy, zhotovení fotografií či pronájem ateliéru, různé kurzy a workshopy a mnohé další, takže dokáže vyhovět široké škále zákazníků. Odtud také pochází heslo Centra FotoŠkoda – „Vše kolem fotografie pod jednou střechou“.



www.fotoskoda.cz

Obrázek 4 – Logo Centrum FotoŠkoda

(Zdroj: <https://www.fotoskoda.cz/common/facelift/images/cfs-logo-1200.jpg>)

4.1.1. Historie

Společnost se nachází v Paláci Langhans ve Vodičkově ulici v Praze. Tento palác odjakživa patřil fotografii a lidem, kteří se pohybují v tomto oboru. Deset let po postavení domu, v roce 1880, v něm Jan Nepomuk Langhans (odtud jméno paláce) vybudoval fotografický ateliér, který si mnoho Pražanů oblíbilo a i přes veškerou konkurenci se mu dařilo, později celý dům koupil a založil zde Ateliér Langhans. Jeho zeť Viktor Meisner v této tradici pokračoval a dařilo se mu až do roku 1949, kdy byl ateliér zrušen, jeho archiv nenávratně zničen a celý majetek zabaven. Díky restituci v roce 1989 se palác vrátil původním majitelům, tedy rodině Meisnerů, kteří se ho rozhodli zrekonstruovat.

Historie Centra FotoŠkoda začíná v roce 1991, kdy Milan Škoda zakládá firmu FOTOTECHNIKA A VIDEO – MILAN ŠKODA. Ovšem myšlenku nabízet komplexní služby pro fotografy a zároveň prodej nové i použité fototechniky se snažil Milan Škoda

prosadit již před rokem 1989 u vedení státního podniku Drobné zboží. To se nakonec povedlo a v bývalých prostorách tohoto státního podniku v Jindřišské ulici v Praze začal fungovat se šesti zaměstnanci. Jeho soukromá společnost postupně rostla a v roce 1998 došlo k rozšíření sortimentu, fotoslužeb, počtu zaměstnanců na padesát a také k přesunu do větších prostor, které se nacházely v paláci Lucerna. Po rekonstrukci Paláce Langhans, v roce 2002, dostal Milan Škoda nabídku přesunout se do tohoto paláce a ten neváhal. Spolu se změnou adresy se změnil i název na Centrum FotoŠkoda a také logo společnosti. Prostory, kde nyní sídlí, jsou díky dlouhé tradici, ideální poloze v centru Prahy, krásné architektuře i designu vnitřních prostor (vytvořených společností MK Studio design) hojně navštěvovány a schází se zde velké množství profesionálních i amatérských fotografů.

4.1.2. Nabízené služby

Jak již bylo naznačeno v úvodu, Centrum FotoŠkoda je profesionální a komplexní prodejnu, která kromě zboží nabízí i velké množství služeb. Lze říci, že cokoli člověk potřebuje okolo fotografie, nalezne zde.

Společnost je největší prodejnu fototechniky v České republice. Je možné koupit různé typy fotoaparátů, objektivů, videokamery, stativy, fotografické filtry, brašny a batohy, ateliérové vybavení, potřeby do fotokomory a další příslušenství, jako například alba, rámy, knihy a časopisy, paměťová média i tiskárny. Nabízí fotoaparáty kompaktní, kompaktní s vyměnitelnými objektivy, digitální zrcadlovky, Lomo fotoaparáty, polaroidy – vše mnoha různých značek, mezi nimi Nikon, Canon, Sony, Olympus, Pentax, Panasonic a Leica. Veškeré zboží je nabízeno přímo v prodejně i prostřednictvím e-shopu. Kromě nového zboží je zde i široký výběr zboží z bazaru, které se pochopitelně obměňuje. Lidé si tedy mohou nakoupit zboží sice použité, ale levnější než nové nebo zde také mohou nechat k prodeji zboží, které již nepotřebují. Tyto fotoaparáty a další příslušenství je možné rezervovat přes internet a po ověření dostupnosti je připraveno k prohlédnutí a zakoupení v prodejně ve Vodičkově ulici.

Vyvolání fotografií je nejčastější službou, kterou zde lidé požadují. Zhotovují z mnoha typů médií, jako například USB flash disků a CD, ale také z mobilních telefonů, iPhone a tabletů. Hotové fotografie dostane zákazník na nejlepším fotopapíru na trhu, kterým je Kodak Endura Premier ve variantě mat, lesk nebo Metallic. Obrázky mají jemné barevné tóny a barevné přechody v širokém rozsahu. To vše díky profesionálním papírům

a nejnovější tiskové technologii (minilab = miniaturní laboratoř Noritsu QSS - 3704), na které si FotoŠkoda zakládá. Tím je zaručena dlouhá životnost snímků při standardní archivaci. Zákazník má na výběr z velkého množství typů výsledné fotografie – zda bude lesklá (fotografie působí ostřejší a barvy vypadají živěji) nebo matná (vhodné, pokud chce člověk obrázek zarámovat, protože matný povrch se nelepí ke sklu); velké množství rozměrů – standardní (od 9x13cm přes oblíbené 10x15 cm až do velikosti 30x45 cm), čtvercové (od 10x10 cm až do velikosti 30x30 cm), panoramatické (od 10x18 cm až do velikosti 30x90 cm) a průkazové (3,5x4,5cm nebo 5x5cm); ořez (aby přesně zabrala plochu zvoleného formátu) nebo plný formát (v tomto případě mohou vzniknout po stranách bílé pruhy, ale nedojde k ořezu); zda bude k obrázku přidán bílý rámeček či nikoli. Zakázky je možné zadat přes internet nebo přímo na prodejně. Fotografie mohou být zhotoveny na počkání, do 1 hodiny (na prodejně, online do 3 hodin), do 6 hodin nebo do 24 hodin (na prodejně, online do 48 hodin). Dalšími specialitami, které je možné si objednat, je zhotovení kopie z fotografie či jiné předlohy na počkání, velkoformátový tisk a ruční zvětšeniny. Velkoformátový tisk je vyhotoven až do velikosti 150x300 cm. Ruční zvětšeniny se vyrábí z negativu kinofilmu, svitkového filmu a plochého filmu do rozměru 9x12 cm a jsou zpracované do 5 pracovních dnů.

Snímek je také možné zhotovit na různé povrchy a vytvořit tak fotoobraz. Opět se liší rozměry – standardní/čtvercový/panoramatický formát a zároveň také povrchem. Ten může být – malířské plátno (textilní povrch, ručně napnutý na klínový rám)/akrylátové sklo (velmi lesklé s jasnými, živými barvami)/hliníková deska (vytisknuto na lehkou aludibond desku)/rám (hliníkový rám Nielsen s/bez bílé pasparty). Standardní dodací lhůta je 5 pracovních dní, je možné vyhotovení rychleji, ovšem za příplatek. Dalšími nevšedními povrchy, na které FotoŠkoda tiskne, jsou dřevo, kámen a kamenná kostka nebo keramická deska na náhrobek.

Fotoknihy, kalendáře různé dárky a fotopotisky jsou velkou novinkou na trhu fotoslužeb. Často jsou využívány jako dárky a zejména v období před Vánoci je o ně největší zájem. Fotoknihy v určité míře nahrazují klasická fotoalba, kam se vkládají vyvolané fotografie. V dnešní digitální době už tento postup není tak obvyklý, proto mnoho lidí přistupuje k tvorbě fotoknihy. V Centru FotoŠkoda je možné si nechat vytvořit knihu s měkkou/pevnou/knižní vazbou. Dále je na výběr povrch obrázků lesk/mat a rozměry fotoknihy 10x15 cm/ až 20x30 cm. Kalendáře se dělí na stolní a nástěnné.

Je možné si zvolit jeho velikost (13x19,5 cm/až 30x45 cm), vazbu (bílá/stříbrná/černá), povrch snímků (lesk/mat) a také počáteční měsíc, v případě nástěnného kalendáře také orientaci (na výšku/na šířku). Fotopotisky se dají dále zhotovit na magnetky (akrylátovým sklem odolným proti pádu/ohebné na kovovém podkladu), hrnky (firma nabízí různé barevné varianty hrníčků či pивní korbel), puzzle, samolepky, podložky pod myš, polštáře (různých velikostí), tašky a trička (dámská/pánská/dětská). Je možno si nechat vytvořit i fotokoláže z fotografií klienta nebo vánoční přání s vlastním motivem a obrázkem.

Centrum FotoŠkoda jako jedna z mála společností zabývajících se fotografií stále věnuje vyvolání klasické analogové fotografie. Zpracování probíhá jedním z nejčastějších procesů vyvolání negativních barevných filmů, který se používá pro profesionální i domácí použití – procesem C-41. V případě vyvolání černobílých negativů je použita vývojka Kodak HC. Vyvolané snímky mohou být, stejně jako obrázky z digitálního média, standartních, čtvercových i panoramatických rozměrů. Kromě samotného vyvolání je zde možné nechat si analogové snímky digitalizovat. Tato firma nabízí i vyvolání diapozitivů, které probíhá procesem E6, v případě černobílých diapozitivů je použit proces R100. Dalšími službami je zpracování 8 a 16 mm filmů, APS filmů a Plan-filmů.

Oblíbenou službou je servis klasických i digitálních fotoaparátů a také dalšího příslušenství, nejčastěji objektivů. Ten může být v rámci reklamace u zboží zakoupeného přímo ve firmě a záruční či pozáruční servis značek Nikon a Olympus. Další specialitou je výroba různých redukci na objektivy staré nebo jiné značky, aby bylo možné je použít na jiný fotoaparát. Dále servis provádí čištění čipů ASC-P a Full Frame digitálních zrcadlovek, v rámci záruky u zrcadlovek Nikon je toto čištění zdarma (po předložení poukazu). Je možné si zakoupit a nechat nalepit ochrannou fólii na displej fotoaparátu, který chrání proti poškrábání a rozbití.



Obrázek 5 – Vstup do Paláce Langhans z Vodičkovy ulice
(Zdroj: <https://www.fotoskoda.cz/images/o-fotoskoda/langhans.jpg?0.42627456476005254>)

V Paláci Langhans je fotoateliér s dlouhou tradicí. V rámci služeb je možné si ateliér pronajmout nebo se nechat vyfotografovat profesionálem. V tom případě je samozřejmostí použití špičkové profesionální fototechniky, aby byl výsledek co nejlepší. V ateliéru může být přítomná i asistentka a vizážistka, která modela/ku upraví, aby výsledek vypadal co nejlépe. Potom probíhá i postprodukce neboli úprava snímků v software Adobe Photoshop a dle přání následný tisk a zarámování pořízených snímků. Stejně tak je možné si nechat vytvořit průkazové fotografie, které jsou ihned vytisknuty ve standardních rozměrech, a to 3,5x4,5 cm nebo 5x5 cm. Zákazník dostává na výběr z několika záběrů, a pokud není spokojen, je možné udělat další záběr. Fotografie může být posléze zdarma zaslána na příslušný úřad pomocí datové schránky.

Půjčovna umožňuje zapůjčení určitého vybavení, když si fotograf chce zboží vyzkoušet nebo ho potřebuje na akci, kterou běžně nefotografuje a tím pádem nemá vhodné vybavení. Ceny se liší podle délky zapůjčení vybavení a podle typu vybavení a jeho stáří. Pokud si klient následně půjčené zboží zakoupí, odečítá se cena vypůjčení z prodejní ceny, takže že pronájem byl zdarma. V rámci testcentra společnosti FotoŠkoda je zapůjčení vybrané techniky zdarma, ovšem pouze na 3 dny, pro delší pronájmy slouží zmíněná Fotopůjčovna. Testcentrum slouží opravdu jen k výběru vhodného produktu, proto lze stejný typ produktu půjčit jen jednou.

Zájemci si mohou pronajmout místní minigalerii a nechat si vystavit svá díla. Centrum FotoŠkoda nabízí komplexní služby zájemcům, mezi nimi vytisknutí fotografií, jejich rámování a instalaci výstavy nebo její odinstalaci. Na začátku každé výstavy probíhá ozvučená moderovaná vernisáž, které se účastní i fotograf dokumentující akci. Také je

možné uspořádat tiskovou konferenci anebo autogramiádu autora. Kromě toho je výstava propagována v prodejně Centra FotoŠkoda, na webových stránkách i facebooku. Je možné si i pronajmout samotné výstavní stojany, ty jsou hodné do interiéru i exteriéru.

Mezi další služby nabízené Centrem FotoŠkoda patří skenování klasických fotografií, skenování negativů a diapositivů, digitalizace filmů a videozáznamů (formáty 8 mm, 16 mm, VHS, VHSC, aj.) na DVD, případně do formátu AVI. Také je možné nechat si zarámovat jakýkoli obraz na míru v podstatě v jakékoli velikosti, dispozici je velké množství materiálů a barev (rámy jsou značek Nielsen, Lira a Codex). Dále je možné si nechat fotovybavení pojistit pro případ krádeže, neopatrného zacházení, vandalismu, živelné události (např. požáru) a přepětí v síti. Společnost nabízí i prodej zboží na splátky a možnost prodloužení záruky až na 5 let. V suterénu prodejny se nachází balicí služba, která zabalí dárek přesně podle přání, takže zákazník může zboží ihned darovat a nemá další starosti.

V Centru FotoŠkoda probíhá také školení fotografů, a to formou kurzů, teoretických přednášek a workshopů. Klient si může vybrat z různých typů, od kurzů pro úplné začátečníky, přes různá témata jako street photo, fotografování dětí, rockových koncertů, jídla, produktová fotografie, akt, architektura, kreativní portrét, svícení v ateliéru, divadelní či svatební fotografie až po různé fotovýlety např. do Drážďan, ZOO Jihlava, Kutné Hory nebo na Vltavské vyhlídky. Dalšími typy jsou kurzy zaměřené na úpravu fotografií v grafickém programu, příprava fotografií k tisku, autorská stránka fotografování v právu, dále kurzy o natáčení videa (základy natáčení a střih, případně natáčení videa zrcadlovkou) a také základy ovládnutí kinofilmového fotoaparátu nebo zvětšování fotografií v temné komoře. Firma také pořádá Večerní FotoŠkolu, která není jednorázovým kurzem, ale skládá se z 15 lekcí. Nicméně jednorázový kurz o základním ovládnutí fotoaparátu dostane každý zákazník ke koupi vybraných nových přístrojů zdarma. Pokud člověku nabídka nevyhovuje, ve FotoŠkoda mu vytvoří kurz přesně na míru.

Specialitou je pořádání FotoŠkodaFestu. Tento festival fotografie začínal jako víkendová akce na sobě nezávislých přednášek a workshopů, nyní probíhá dvakrát ročně (na jaře a na podzim) a trvá celých 7 dní. Většina akcí se koná v sídle Centra FotoŠkoda, v Paláci Langhans, některé kurzy se konají i mimo tyto prostory. Přednášky a workshopy se týkají mnoha témat, takže si každý fotograf může vybrat, co je blízké přímo jemu.

Na FotoFest se platí základní vstupné, díky kterému získá člověk přístup na většinu akcí a přednášek, některé prémiové a speciální akce se platí zvlášť.

Společnost se prezentuje na internetu webovými stránkami (www.fotoskoda.cz), které fungují rychle a spolehlivě. Jako další komunikační prostředek používá facebook, kam často přispívá zajímavými články a novinkami z oblasti fotografie a těší se oblibě skoro 9 000 lidí. Firma dále vydává stříbrné a zlaté věrnostní karty, jejichž získání je podmíněno nákupem v určité výši a vyplněním registračního formuláře. Výhodou těchto karet je sleva na fotografické služby, kurzy, zboží a také na konzumaci v kavárně Langhans v centru Člověka v tísni. Studenti s platným průkazem ISIC mají slevu 10% na fotografické služby 8% na fotokurzy a 3% na sortiment nového zboží.⁴⁴

⁴⁴ *Centrum FotoŠkoda: digitální fotoaparáty, objektivy, stativy, paměťové karty, videokamery* [online]. Praha: Centrum FotoŠkoda, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.fotoskoda.cz>

4.2. Konkurence

Jako v každém odvětví podnikání, i v podnikání v oblasti digitální fotografie je velká konkurence. Toto odvětví se ubírá rychle kupředu a konkurence v něm roste více než v jiných. Byly vybrány dvě společnosti, které se věnují stejnému odvětví jako Centrum FotoŠkoda a jsou v něm rovněž velmi úspěšné.

4.2.1. Společnost Megapixel

Další velkou společností, zabývající se fotografováním, je MEGAPIXEL. Firma byla založena v roce 2001 a jejími zakladateli byli dlouholetí příznivci digitální fotografie, mezi nimi Tomáš Matějček, který je ředitelem této společnosti. Společnost má tři prodejny – v Praze Holešovicích, v Brně na Londýnském náměstí a v Ostravě vedle OC Nová Karolina. Jak je několikrát zmíněno i na webových stránkách, pracují zde odborníci, kteří dokáží odborně poradit nejen ohledně nákupu fotoaparátu a dalšího fotovybavení, ale i samotného fotografování a rádi předají své znalosti a zkušenosti.



Obrázek 6 – Logo Megapixel
(Zdroj: <https://www.megapixel.cz/img/logo-megapixel.png>)

Megapixel provozuje kromě přímého prodeje ve zmíněných pobočkách také e-shop, který je největším specializovaným internetovým obchodem s digitálními fotoaparáty v České republice. Stejně jako v Centru FotoŠkoda je zde nabízen široký sortiment fotovybavení – fotoaparáty, objektivy, filtry, stativy, paměťové karty, blesky, brašny, vybavení fotoateliéru (trvalá světla, reflektory, zábleskové zařízení, softboxy, rádiové odpalovače, produktové stoly, fotopozadí a další), různé typy digitálních videokamer a také fotomobily. Kromě toho prodává zboží na zpracování fotografií a videí, jako notebooky, monitory, tablety, tiskárny, externí úložiště nebo speciální software.

Společnost provozuje i vlastní bazar, kde mohou klienti nabídnout své fotovybavení, které již nepotřebují a nebo nakoupit levnější použité zboží.

Před vystavením k prodeji je fototechnika otestována a je na ní nabízena záruka trvající šest měsíců. Je také možnost nakoupit nové zboží na protiúčet, tzn. že cena nového zboží bude snížena o hodnotu vykoupeného použitého přístroje. Cenu zboží nabízeného do bazaru lze zjistit i jednoduše online přes kalkulačku na webových stránkách.

Je možné nakoupit zboží na splátky, sjednat prodlouženou záruku na tři roky nad rámec běžné dvouleté záruční doby nebo si nechat sjednat pojištění. Cena pojištění a prodloužené záruky se liší dle sjednané doby a také pořizovací ceny zboží. Samozřejmostí v bazaru nebo e-shopu je vrácení zboží zakoupeného online bez udání důvodu do 14 dnů.

Stejně jako předchozí firma i Megapixel nabízí velké množství služeb. Jednou z nejvýznamnějších je Fotosběrna, kde je nabízen tisk fotografií a fotoobrazy. Samotný tisk lze zhotovit ve variantě mat nebo lesk a v různých velikostech (od 9x13 cm do 100x150 cm). Fotoobrazy je možné vytvořit na plátno nebo v rámu (hliníkovém, dřevěném nebo v rámu Fine Art Aquarelle/Etching/Platine), rozměry obrazu mohou být 20x30 cm až 100x150cm nebo ve čtvercovém formátu, kde je na výběr z velikostí 20x20 cm, 30x30 cm a 50x50 cm. Vyřízení zakázky probíhá velmi rychle, již do dvou hodin od potvrzení on-line objednávky, u fotoobrazů do 24 hodin. Díky garanci 100% kvality proběhne případná úprava zakázky dle přání zákazníka, pokud by nebyl spokojen a záruka je 5 let. Na samotné rámování na míru jsou použity rámy značky Nielsen, napínací rámy pro napnutí malířských pláten a bílé/černé tvrdé podlepové desky, paspartování, laminování a také sklo na míru – vše v mnoha velikostech na přání zákazníka.

Vyvolání a digitalizace je možná i z klasických filmů (černobílých, barevných, negativních i pozitivních ve formátech 135, 120- kinofilmy i svitkové filmy). Standardní dodací lhůta je pět pracovních dní, případně do tří pracovních dní s expresním příplatkem. Vyvolání je možné objednat na prodejnách, zasláním objednávky na e-mail nebo vyplněním formuláře na webových stránkách. Je možné si nechat digitalizovat video z VHS a mnoha dalších formátů, dalšími propojenými nabízenými službami jsou grafické DVD menu, kopie přepisu na DVD, potisk CD/DVD vlastní fotografií nebo textem, uložení na datový disk Blu-Ray a další.

Na prodejnách se nachází také servisy fototechniky, je možné přinést zboží osobně nebo jej zaslat poštou. Servis je jak záruční, tak i pozáruční u zboží zakoupeného v této

společnosti. Kromě toho je nabízeno čištění čipů zrcadlovek, tato služba je zpoplatněna a je možné ji využít na přístroje značek Nikon, Canon, Samsung, Olympus Panasonic, Pentax a FujiFilm. Další službou je zapůjčení mnoha druhů vybavení pro každou příležitost, fotoaparáty kompaktní, zrcadlovky a také, v dnešní době velmi populární, kvadroptéry DJI. Zapůjčení lze realizovat po složení zálohy, po předložení dvou platných dokladů a sepsáním Smlouvy o půjčení zboží. Půjčovné za den se snižuje úměrně k počtu dní pronájmu.

Další službou je pronájem fotoateliéru v Praze, který je vybaven profesionálními zábleskovými světly Fomei 500W, softboxem, dalšími reflektory, fotostolem, voštinami, třemi druhy pozadí, dálkovými bezdrátovými odpalovač a dalším příslušenstvím. Je možnost si zapůjčit i jiné vybavení do ateliéru, které se nachází v prodejně na skladě. Ateliér si fotograf může pronajmout buď bez nebo s asistentem, který pomůže s nastavením světla a případně i s fotografovanou kompozicí.

Kromě toho se zde také nabízí fotografování na průkazovou fotografii bez nutnosti objednání, ve všední dny možnost vytisknutí průkazových fotografií na počkání. Při fotografování na zakázku, dle přání klienta, je použita profesionální fototechnika, může probíhat v kvalitně vybaveném fotoateliéru nebo v exteriéru podle představ zákazníka. Na výběr je z několika formátů (RAW, JPEG, TIFF), je také možné nechat si zpracovat fotografie do finální podoby, připravit na tisk a či eventuálně nechat vyhotovit přímo ve firmě. Může se jednat o fotografování na různá témata – portréty lidí či domácích mazlíčků, gastrofotografie, produktová fotografie, pořízení snímků architektury, exteriéru nebo interiéru a dále zdokumentování různých společenských událostí (svatby, plesy, promoce, konference, firemní akce, výstavy, sportovní akce a jiné).

V nabídce firmy Megapixel jsou i různé fotokurzy a přednášky a lze si koupit i výhodné balíčky, které obsahují dva nebo tři kurzy obdobné pokročilosti, ovšem s jinou tematikou. Fotokurzy mají rozdílné náplně, například základy fotografování zrcadlovkou a kompaktem, pohybová fotografie, makrofotografie, práce s externím bleskem, nejčastější fotografické chyby nebo natáčení a střih videa a také je možné nechat si vytvořit fotokurz na míru.

Zajímavá je také služba záchranu dat z paměťových médií jako jsou například karty SD nebo MicroSD, běžně používané během pořizování digitálních snímků. Úspěšnost

záchrany dat je 80 %, což znamená poměrně velkou úroveň. Navíc je tato služba nabízena v rámci speciální akce zdarma, je totiž nabízena nově.

Prezentací firmy jsou webové stránky společnosti (www.megapixel.cz), které jsou pravidelně aktualizovány, v březnu 2013 došlo ke spuštění již třetí verze webu, kde byl zveřejněn nový e-shop, fotoškola, magazín a galerie. Součástí webu je magazín, který se dále člení na články, recenze různých fotoaparátů a dalšího fotopříslušenství a kalendář, ve kterém člověk nalezne přehledně rozepsané kurzy, workshopy, výstavy, fotodílny a další události. Další část webu tvoří galerie, kam mohou přihlášení uživatelé pod svým jménem nahrávat fotografie a prezentovat tak svoji tvorbu. Fotografie jsou poté hodnoceny ostatními uživateli a také odborníky, probíhají i různé soutěže a také je možné si některé obrázky zakoupit. Příspěvky na oficiálních facebookových stránkách Megapixelu jsou aktualizované velmi často, tj. několikrát denně a obliba těchto stránek je velká, mají 26 000 fanoušků.⁴⁵

⁴⁵ *Megapixel.cz: digitální fotoaparáty a videokamery Sony, Canon, Nikon, Olympus, Panasonic a další* [online]. Praha: Megapixel.cz, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.megapixel.cz>

4.2.2. Společnost FOTOLAB

FOTOLAB je další společností zabývající se digitální fotografií. Oproti dvěma předchozím společnostem se strukturálně a podnikatelskou činností značně liší. FOTOLAB má velké množství poboček, specializuje se na tvorbu fotoknih ze snímků a na tisknutí samotných fotografií. Kromě toho samozřejmě prodává i fotovybavení, nabízí fotokurzy a další produkty a služby.



Obrázek 7 – Logo FOTOLAB

(Zdroj: https://cs.photoprintit.com/images/cs_CZ/fl/loga-ke-stazeni/FOTOLAB_2016.jpg)

Historie této firmy se začala psát v roce 1990 jako společnost s ručením omezeným. Firmě se již od počátku dařilo a získala velký podíl na trhu. V roce 1993 došlo ke změně právní formy podnikání na akciovou společnost, po této transformaci vlastnili akcie rovným dílem zakladatelé společnosti, pánové Bayer a Mikšovský. O několik let později došlo ke strategickému spojení se silným zahraničním partnerem, společností CeWe Color, která postupně odkoupila většinu akcií a navýšila základní kapitál natolik, že se stala majoritním akcionářem. Velmi dobré výsledky, které FOTOLAB v České republice vykazoval, měly za následek vybudování nové velkolaboratoře (dokončena v květnu 2000) vhodné na zpracování různých druhů fotografií, nejmodernější ve středovýchodní Evropě. FotoLab také podporoval a budoval dvě dceřiné společnosti, a to FOTOLAB Slovakia na Slovensku a CeWe Color Magyarország Kft. v Maďarsku. V současné se oběma daří, pobočka v Maďarsku se také stala součástí společnosti CeWe Color a na Slovensku byla vystavěna nová fotolaboratoř.

Dalším zásadním krokem v historii firmy bylo koupení obchodního podílu společnosti FotoStar, s.r.o. Teplice a jejich dvou dceřiných společností. Tato společnost spolu s FOTOLABem kdysi patřili k vedoucím firmám v oblasti zhotovení fotografií, jejich počet se ale neustále snižoval (hlavně u analogové varianty), proto se vedení společnosti FotoStar rozhodlo k tomuto kroku. Pobočka v Praze se zabývá základní

prvovýrobou a v Teplicích se soustředí na výrobu finálních produktů (jako například fotodárky).

FOTOLAB má po celé České republice 49 značkových poboček, kde jsou zaměstnány stovky vyškolených zaměstnanců. Tyto kamenné prodejny nabízí široký sortiment fototechniky i dalšího příslušenství, a pokud nemají požadované zboží skladem, je možné si ho nechat objednat přímo na vybranou prodejnu. Od roku 2006 je na každé prodejně umístěn přístroj DigiFilmMaker, který zajišťuje přenesení dat z paměťové karty nebo mobilu na CD a z něj je možné objednat si zhotovení fotografií nebo jiných fotoproduktů. Obliba tohoto přístroje roste, takže v současné době je na některých pobočkách umístěno i více přístrojů. Na jiném přístroji je dokonce možné si vytisknout obrázky ihned, tato rychlost je ale vykoupena nižší kvalitou fotografií. Kromě těchto značkových prodejen je po celé České republice více než 600 výdejních míst. Pro podporu prodeje produktů nejen v maloobchodní síti je každý měsíc vydáván leták, který je distribuován buď vložením do často čtených deníků (MF Dnes, Blesk, Lidové noviny) nebo roznosem do schránek v okolí pobočky. FOTOLAB provozuje i e-shop, který nabízí prodej zboží přes internet a je možné si objednat zboží až do domu. E-shop je velmi často využíván, je zde soustředěno největší množství zákazníků.

CeWe Color má pobočky po celé Evropě a USA a vlastní 19 velmi kvalitních laboratoří po celém světě. Hlavní sídlo společnost je v Německu, ve městě Oldenburg.

Moto této společnosti je nejen vyrobit pro zákazníka produkt, ale současně v něm vyvolat emoce.

Klasických fotografií vyrobí firma CeWe Color celosvětově více než 3 miliardy za rok (což je skoro počet poloviny všech lidí na světě). Ty je možné zhotovit klasicky (na standardní nebo prémiový papír a v mnoha různých formátech od 9x13 cm do 15x20 cm, dle přání zákazníka s rámečkem nebo bez), ve stylu retro (obrázky vypadají jako fotografie z polaroidu a je možné doplnit vlastním textem), dále velké formáty na lesklý fotopapír (až do velikosti 50x75 cm), různé fotosety a koláže, nechat si vytvořit fotografie za akrylovým sklem, také jako samolepky nebo magnetky. Na počkání lze zhotovit průkazové fotografie ve standardních formátech a dle předepsaných parametrů, v jakékoli prodejně zákazníka několikrát vyfotí, ten si může vybrat tu nejlepší fotografii a ihned mu bude vytisknuta. Další službou, týkající se snímků, je přepis dat na DVD. Je možné takto

uchovat data z 8 mm filmů, videokazet (VHS, VHSC, Hi8, DV), kinofilmů i již zpracovaný fotomateriál.

Nejslavnějším produktem společnosti je MOJE CEWE FOTOKNIHA. Ročně jich vyrobí přes milion, je to nejprodávanější fotokniha v Evropě. Je tisknuta na křídový papír a stránky se lakují, čímž získají výborné barvy a zároveň chrání stránky před poškozením, na výběr jsou varianty mat či lesk. Poškození zabraňuje i tvrdá vazba, popřípadě lze zvolit měkkou nebo sešitovou vazbu a šroubovanou kůži či plátno. Nabízí velký výběr z formátů, od mini ve velikosti 15x11 cm, přes čtvercový formát (cca 21x21 cm) nebo oblíbený formát velikosti A4 (cca 21x28 cm) až do XXL velikosti (standardní 28x36 cm nebo panoramatické cca 39x28 cm). Fotoknihu je možné naprosto přizpůsobit, k dispozici jsou různá pozadí, kliparty, masky, rámečky, mapy (například pokud se fotokniha týká zahraniční dovolené), možnost dopsání vlastního textu a rozvržení stránky dle své představy a také doplnění QR kódu videa, pomocí něhož je možné okamžitě zhlédnout video, na které odkazuje. Sestavení knihy probíhá ve speciálním programu, který si člověk nainstaluje na svém počítači a knihu si vytvoří dle své fantazie. Firma si zakládá na krátké dodací lhůtě, přičemž v knize může být i přes 150 stran. Společnost nabízí garanci spokojenosti s fotoknihou, pokud zákazník není spokojen, může knihu do 7 dní vrátit a FOTOLAB mu vrátí celou uhrazenou částku.



Obrázek 8 – Logo MOJE CEWE FOTOKNIHA
(Zdroj: https://cs.photoprintit.com/images/cs_CZ/fl/loga-ke-stazeni/visual.jpg)

Na konci roku bývá pochopitelně největší zájem o kalendář s vlastními fotografiemi, který je vhodný jako dárek pro rodinu a známé. Stejně jako u CeWe fotoknih je zde na výběr z velkého množství vzorů, různá pozadí, typy i rozměry. Kalendáře jsou nástěnné (velikosti A5, A4, A3, A2, tříměsíční, roční nebo čtvercový), plánovací (různé

formáty, kde je místo pro zapisování vlastních poznámek) nebo stolní (čtvercové nebo obdélníkové). Z vlastních fotografií je možné vyrobit fotoobrazy na malířském plátně, za akrylovým sklem, na plastovou nebo hliníkovou desku a také s akrylovým sklem na hliníkové podložce, díky čemu vznikne 3D efekt. Dalšími specialitami jsou fotografie na dřevo, koláže na plátně, plakáty či samolepicí plakáty, fotopanely nebo vícedílné obrazy. Další, kam lze nechat vytisknout vlastní fotografie a tím vytvořit krásný dárek pro blízké, je přání, pohlednice, hrnek, pивní korbel, tričko, kuchyňská zástěra, polštář nebo jeho povlak, taška přes rameno, sněhová koule, podtácky, vývěsní cedule, prostírání, puzzle, hrací či pokerové karty, pexeso, různé druhy plyšáků (potisk je proveden na jeho tričko), podložka pod myš, kasička, sešit s tvrdou nebo kroužkovou vazbou a dóza na svačinu. Je možné nechat zhotovit kryt na mobilní telefon – silikonový, odolný, tvrdý, premium, kožený, výklopný do strany nebo dolů a také větší kryty na iPady a tablety.

Kromě prodeje fotoproduktů, což je stěžejní pro tuto společnost, nabízí fotoaparáty a další fotopříslušenství. Fotoaparáty jsou mnoha typů, digitální zrcadlovky, kompaktní fotoaparáty, instax, polariody, jednorázové fotoaparáty a další. K dispozici jsou nejčastěji žádané značky – Nikon, Canon, Leica, Olympus, Panasonic, Sony, Fujifilm. K zakoupenému digitálnímu fotoaparátu v této firmě (v kamenné prodejně i na e-shopu) získá zákazník poukaz v hodnotě 800 Kč na tvorbu vlastní CeWe fotoknihy, což jen dokazuje fakt, že tento produkt je opravdu stěžejní. K poukazu na výrobu fotoknihy získá i knihu, která obsahuje originální rady a nápady, jak ji vytvořit. Kromě fotoaparátů jsou nabízeny i objektivy (ke každému objektivu získá klient poukaz v hodnotě 500 Kč na výrobu CeWe fotoobrazu), sluneční clony, mezikroužky, blesky včetně makro světel, filtry, stativy, odrazné desky, vybavení do ateliéru, různé fotobrašny a fotobatohy, nabíječky, baterie, paměťové karty, kabely a dálkové ovládání. Kromě toho i kamery (digitální, autokamery, outdoorové kamery, příslušenství pro kamery i dnes tolik populární kvadroptéry – drony).

Zboží je možné také koupit levněji, a to ve výprodeji nebo bazaru. Výprodejové zboží znamená, že zboží bylo reklamováno nebo bylo používáno na prodejnách, produkty jsou funkční, avšak liší se zde délka záruky, které je u každého zboží rozdílná. Zboží v bazaru je rozbalené, bylo vráceno z důvodu odstoupení od smlouvy. Produkty jsou plně funkční a mají i plnou zákonnou záruční lhůtu 24 měsíců.

Další službou je pořádání fotokurzů na velké množství témat a s různým stupněm pokročilosti, konají se ve velkých městech po celé České republice – Praha, Ostrava, Plzeň, Liberec, Hradec Králové, Olomouc, České Budějovice či Pardubice. Všechny kurzy je možné nakoupit v e-shopu, pro začátečníky jsou vhodné kurzy, kde jsou vysvětleny základní fotografické pojmy a různé druhy nastavení fotoaparátu, zkušenější fotografové si mohou vybírat z tematicky laděných kurzů. Specialitou jsou online kurzy, ty se ovšem týkají jen sestavení již zmiňovaných CeWe fotoknih v programu na počítači. I tyto kurzy jsou rozděleny na začátečníky a pokročilé, začátečníci se učí ovládat základní funkce programu a úpravy fotografií, pokročilí pracují i s textem a různými efekty.

FOTOLAB nabízí možnost zakoupení dárkového poukazu na své zboží a služby v mnoha různých hodnotách. Stejně jako u předchozích společností je možné zapůjčit si těla fotoaparátů spolu s různými typy objektivů a dalším příslušenstvím mnoha značek, stejně jako GoPro kamery a jiné produkty. Jedná se o krátkodobý pronájem, cena je odvozena od počtu dní zápůjčky a je nutné zde složit kauci za vypůjčené zboží. Objednání této služby probíhá telefonicky, e-mailem nebo prostřednictvím kontaktního formuláře přímo na webových stránkách. Na těchto stránkách je sekce Moje galerie, která může registrovaným zájemcům sloužit jako online úložiště snímků a z těchto obrázků lze hned objednat již zmiňované fotoprodukty z vlastních fotografií. Na blogu jsou napsané aktuality, články o různých typech fotografování a o široké škále produktů, tyto články mohou zjednodušit jejich výběr.⁴⁶

⁴⁶ *CeWe fotoslužby a fotoaparáty: FOTOLAB.cz* [online]. Praha: FOTOLAB.cz, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.fotolab.cz/>

4.2.3. Porovnání nabízených fotoslužeb

V tomto srovnání jsou použity ukazatele, u kterých je alespoň u jedné společnosti nalezen rozdíl, tzn. pokud se například všechny firmy věnují prodeji fototechniky, není tento ukazatel zahrnut ve srovnávací tabulce.

	Právní forma	Typ společnosti	Rok založení společnosti	Více poboček	Zaměření	Klientela
FotoŠkoda	Fyzická osoba - podnikatel	Rodinná firma	1991	Ne	Prodej zboží (více), ale i služeb	Převážně profesionálové a cizinci
Megapixel	Společnost s ručením omezeným	Klasický podnik	2001	Ano	Převážně prodej zboží	Běžní zákazníci
FOTOLAB	Akciová společnost	Klasický podnik	1990	Ano	Převážně prodej služeb	Běžní zákazníci

Tabulka 2 – Porovnání tří vybraných společností (Zdroj: Vlastní zpracování)

Jak je na první pohled patrné z tabulky, každá z firem má jinou právní formu. FotoŠkoda je rodinnou firmou založenou fyzickou osobou, tím se liší od konkurence a společnost si na tom patřičně zakládá. Všechny tři firmy působí na trhu již řadu let, to znamená, že se všem v podnikání daří. Filozofií společnosti FotoŠkoda je rodinná firma, která má jednu kamennou prodejnu v centru Prahy, kde se nachází vše potřebné okolo fotografie pod jednou střechou. Megapixel má sídlo a centrálu společnosti v Praze 7 – Holešovicích, další velké pobočky v Brně a Ostravě. FOTOLAB má nejrozšířenější síť poboček v České republice – 49 značkových kamenných prodejen (z toho 13 v Praze) a přes 600 výdejních míst po celé naší republice. Sídlo společnosti FOTOLAB je na Praze 4 – Chodově. Všechny tři společnosti nabízejí podobný sortiment zboží a služeb, v Tabulce 1 je zdůrazněna činnost, které dává firma přednost. Posledním sloupci je zmíněna převažující klientela.

4.3. Rozhovory ve sledované firmě

Ve společnosti byly provedeny rozhovory z různých pohledů, a to se zástupcem vedení, dále s prodávacem a se zákazníkem. Každý rozhovor byl veden trochu jinak, nicméně alespoň minimum otázek bylo stejných, kvůli možnému srovnání.

4.3.1. Rozhovor s vedením

Z vedení firmy s rozhovorem souhlasil Ing. Martin Škoda, zástupce ředitele firmy. Přes mnoho let, kdy pracuje v Centrum FotoŠkoda, je pro něj fotografování stále i koníčkem. Ve firmě pracuje přes 80 stálých zaměstnanců, s brigádníky a studenty se počet zvýší přes 100. Jak často sám Martin Škoda říká, je to největší koncentrace odborníků kolem fotografie na jednom místě na světě, protože nikde jinde neviděl jiné specializované místo s takovým počtem zaměstnanců. Nejvíce se soustředí na prodej fotoaparátů a objektivů, v případě služeb se nejvíce prodává klasický tisk fotografie, od malých formátů 9x13 cm až do největší o šíři 1,5 m. Největší zájem o zboží a služby je v prosinci, nejmenší v únoru. Na dotaz o hodnotě největší objednávky odpověděl, že ve firmě mají odborníky i na ty nejdražší fotoaparáty, respektive digitální zadní stěny – PhaseOne. Hodnota nejvyšší objednávky tedy přesáhla významně 1 milion korun. Na této práci Martina Škodu baví nové technologie, trendy a vylepšování procesů, jeho pracovní program je pokaždé jiný, z většiny naplánovaný předem a od 10 hodin do večera je v práci (ráno se snaží věnovat své čerstvě narozené dceři). Snaží se od práce také aktivně odpočívat, jeho největší hobby je lyžování.



Obrázek 9 – Ing. Martin Škoda

(Zdroj: <https://www.fotoskoda.cz/images/employees/135/2015-07-09-15-58-01-547-700-16-1441634281-img-4987.jpg>)

Silnými stránkami Centra FotoŠkoda jsou dle jeho názoru tradice, odbornost, specializace, místo setkávání fotografů a strategická myšlenka „Vše pro fotografie na jednom místě“ – v tomto případě v centru. Z toho, že jsou na jednom místě, vyplývá mnoho výhod, ale zároveň nevýhod: nejsou v každém městě – ale jsou na internetu, nedá se u nich zaparkovat – ale nacházejí se na centrálním uzlu metra a tramvají, dělají hodně věcí jako první – ale nešetří na kopírování řešení do jiných provozoven. Konkurenci má společnost v jiných fotoprodejcích, kteří staví podle jejich hodnot. Dalším typem je konkurence cenová a s lepší dostupností, což jsou elektra a masoví prodejci (podle GfK mass-merchandisers), jako je například Alza.cz. Firma se za posledních 25 let od jejího založení posunula obrovským způsobem, největší výzvou pro ně byla technologická změna v produktu, kdy analogovou fotografii nahradila digitální. Nové pobočky společnosti neplánují, ale každý rok se prodejna mění zásadním způsobem podle aktuálních trendů. První zakomponovali do prodejny Touch and Try systému a momentálně pracují na další změně, která bude realizována ještě letos. Martin Škoda přiznává, že sleduje obdobné firmy v zahraničí a s mnoha majiteli se zná osobně, jmenoval například FotoSauter v Mnichově. Vývoj do budoucna vidí pozitivně, fotoaparáty budou lidi stále provázet. Změna může být ve spojení s jinými technologiemi, ty tu jsou pro lidi, kteří chtějí aktivně fotografovat nebo vytvářet zajímavý fotografický obsah.

4.3.2. Rozhovor s prodáváčem

Oslovila jsem pana Davida R., který byl ochoten poskytnout rozhovor. Fotografování byl pro něj především koníček, věnoval se mu od dětství, kdy si půjčoval fotoaparát od svého otce. První vlastní fotoaparát dostal k 15. narozeninám a dodnes ho má vystavený doma. Díky znalostem a velkému zájmu o tento obor se mu podařilo získat zaměstnání ve firmě FotoŠkoda. Začínal zde při studiu na brigádě a po studiích přešel na hlavní pracovní poměr. Pracuje jako odborný prodáváč nové fototechniky a bazarového zboží. V jeho oddělení se nejvíce prodávají fotoaparáty a objektivy, zejména amatérské zrcadlovky. Největší zájem je před létem, kdy mnoho lidí pořizuje nové vybavení kvůli snímkům z dovolené, ovšem rekordní tržby bývají v předvánočním období. Nejmenší, podobně jako u ostatních prodejců, na začátku roku.

Během této práce má dostatek času na samotné fotografování a natáčení videí, kterému se věnuje ve volném čase a má ho jako přivýdělek. Naplňuje ho pomoc lidem,

kteří si přijdou pro odbornou radu a potěší ho rozhovor s člověkem, který je do fotografování stejně zapálený jako on. Negativa této práce, která zmínil – je stále jen prodavač, čemuž odpovídá i výše platu, navíc je zde omezený kariérní vzestup. Proto, jako někteří bývalí kolegové, uvažuje o změně kariéry, ve které by se zabýval samotným fotografováním a natáčením. Přesto má tuto společnost rád, dle jeho slov považuje za silné stránky Centra FotoŠkoda dlouholetou tradici, patří ke špičce v České republice, má dobrou pověst a líbí se mu také komplexnost služeb a jejich koncentrace na jednom místě. Pouze jedna prodejna je ale zároveň nevýhodou, protože celá řada možných zákazníků dle jeho názoru nechce dojíždět a raději zvolí prodejnu konkurence v místě bydliště. Část zákazníků využívá Centrum FotoŠkoda jen jako zdroj informací a odborných rad, samotné zboží si poté koupí levněji přes internet u jiných prodejců – to vidí jako další negativum. Nejsilnější konkurence jsou právě tyto firmy, které prodávají ve velkém množství a mohou si dovolit nasadit nižší ceny. Dle jeho názoru by založení více poboček mohlo mít kladný dopad na přiblížení se více zákazníkům, cenovou politiku a zisk. Společnost by tím ale ztratila své kouzlo a jedinečnost, komplexnost služeb a prodeje pod jednou střechou, díky které ho naopak navštěvují cizinci a domácí profesionálové.

4.3.3. Rozhovor se zákazníkem

Jako zákaznice byla vybrána Alena Š. z Prahy, které je 23 let a zabývá se pouze běžným fotografováním, které je jejím koníčkem. V současné době používá digitální fotoaparát DSLR Nikon D3200, vlastní 3 výměnné objektivy, stativ a další vybavení. Do obchodu FotoŠkoda chodí hlavně kvůli perfektním službám a odbornému personálu, který ji vždy dokázal správně poradit. Ze služeb nejvíce využívá vyvolání fotografií a bazarové služby – nákup a prodej starší fototechniky. Prodej nových přístrojů i některé základní služby jsou podle jejího názoru dražší než v jiných konkurenčních firmách, proto je zde nevyužívá. I přesto zde tráví asi 10 – 20 minut za jednu návštěvu, kamennou prodejnu navštíví 3 – 5x do roka a naposledy zde byla v listopadu 2016. Během této návštěvy zadávala výrobu vánočního dárku – kalendáře z vlastních fotografií, na jehož kvalitě jí velmi záleželo, a proto zvolila Centrum FotoŠkoda.

Nejčastěji chodí do prodejny prohlížet novinky, ev. zajímavé bazarové nabídky. Služby e-shopu nevyužívá, protože potřebuje odbornou radu, bez které si netroufne nákup realizovat. Ani bazarové fotovybavení si nekupuje přes internet, protože je důležité znát

jeho historii a aktuální stav. Při výběru obchodu záleží na účelu návštěvy – pokud se jedná o služby, je pro ni rozhodující rychlost vyřízení, cena a kvalita, v případě nákupu nebo prodeje zboží především kvalitní odborná rada a též cena. Z důvodu vyšších cen v této společnosti využívá i služeb jiných firem, zvláště pro drobné nákupy a služby (paměťové karty, náhradní baterie, průkazové fotografie). Zákaznice využívá kamennou prodejnu v centru Prahy, má ji nejbliž ke svému bydlišti, vyhovuje jí dopravní dostupnost (metro, tramvaj) a dle jejího vyjádření neví, zda tato firma má další pobočku – v Praze nebo jiných městech.

4.4. Doporučení možných zlepšení

Vzhledem k tomu, že společnost Centrum FotoŠkoda se na trhu pohybuje řadu let a je na vysoké úrovni, není lehký úkol doporučit velké množství zlepšení. Nicméně jedním z nich by mohlo být založení nové pobočky v dalším velkém českém městě, v případě úspěšnosti i na Slovensku. Aby společnost mohla stále dodržovat své moto „Vše kolem fotografie pod střechem“, není vhodné zvýšit počet kamenných prodejen v Praze, ale pokusit se zřídit podobné místo prodeje zboží, velkého množství služeb a setkávání fotografů, jako je v Praze.

Další je otázka ceny zboží a služeb, protože ta je důležitý nástroj marketingového mixu. Snížení cen by společnosti mohlo přivést větší množství nakupujících, kteří v současné době preferují nákup zboží přes internet a případně fotografují pouze na mobilní telefon. Tato otázka je ovšem velmi problematická a souvisí s mnoha faktory, například celkové náklady, dosahované tržby v současnosti, podnikatelská filozofie a prestiž společnosti.

Velmi oblíbenou službou jsou fotokurzy na různá témata, případně několikadenní fotoexpedice. Vhodné by bylo rozšíření těchto expedic na delší časový úsek, kdy dané školení mimo bydliště a mimo sídlo firmy může fotograf pojmout zároveň jako dovolenou. Zvýšení počtu klasických fotokurzů v sídle firmy, na kterých se bude Centrum FotoŠkoda prezentovat, může zvýšit zájem o místní zboží a služby. Pokud se lidem na kurzu zalíbí nějaká technika nebo služba a přímo v místě ji společnost nabízí, není důvod nakupovat u jiného prodejce.

Obliba fotografování je stále na vzestupu i mezi dětmi. Zároveň mnoho rodičů řeší otázku, jak naplnit volný čas dětem o prázdninách, proto by stálo za úvahu tyto dva zájmy skloubit. Mohlo by se jednat o pořádání klasických letních táborů pro děti se zaměřením na různé tematické celky, samozřejmostí by bylo rozdělení dětí dle věku a pokročilosti (buď v jednom turnusu, nebo v případě velkého zájmu uspořádání více turnusů). Další možností je pořádání příměstských táborů, v této variantě je vhodné spojit teorii, vyučovanou v sídle Centra FotoŠkoda s praxí, získávanou průběžně ve městě nebo v přírodě. Obě varianty mohou v budoucnu přivést nové klienty – rodiče dětí nebo samotné děti.

4.5. Predikce v oblasti fotografie

V případě zaměření se na budoucnost digitální fotografie jako celku nalezneme mnoho názorů. To je pochopitelné – říká se, kolik lidí, tolik názorů a nikdo si nemůže být pravdivostí svého tvrzení jistý. Také je možné se na toto téma podívat z mnoha úhlů, zde jsou popsány alespoň některé z nich.

O celkové budoucnosti fotografie, zejména její papírové podobě, vyšel článek s majitelem mnohokrát zmiňované firmy FotoŠkoda Milanem Škodou a jeho synem Martinem, který zároveň zástupcem majitele firmy. Dle jejich názoru papírová fotografie nezanikne a stále bude existovat určitá skupina lidí, kteří si budou chtít své snímky tisknout. Otázkou je, jak velká tato skupina bude, patřit do ní ale nejspíš nebudou mladí lidé, kteří své snímky netisknou. Problematické je uchování fotografií v digitální podobě, protože když člověk poctivě nezálohuje, může je snadno ztratit. Navíc vůbec není jisté, zda formáty, které se nyní používají, budou za 100 let čitelné. Naopak skleněná deska vytvořená v roce 1900 uchovává obrázek stále a je možné ji použít i dnes.⁴⁷

Poslední dobou získávají velkou oblibu drony – bezpilotní letadla neboli UAV (Unmanned Aerial Vehicle). Drony jsou vojenské a nevojenské, ty nevojenské se užívají pro zábavu běžných lidí nebo pro profesionální fotografii a video. Dalším dělením je způsob ovládání, a to na dálkové ovládání a autonomní (předem naprogramované úkoly, využívané převážně armádou).⁴⁸ Moderní historii dronů vnímá veřejnost v posledních letech, kdy se díky rychlému vývoji a klesající ceně staly dostupnými i běžným lidem, ti zručnější si je mohou sestavit doma sami. Drony jsou cesta k pořízení fotografií z neobvyklých úhlů, natáčení akčních videí a díky tomu bude jejich obliba nejspíše stále stoupat.⁴⁹

⁴⁷ Rozhovor s majiteli FotoŠkoda: Nadšení lidí pro fotografii nemizí: Jak vidí současné trendy a trh s fotovýbavou majitelé Centra FotoŠkoda Milan a Martin Škodovi. *Digitální Foto Magazin* [online]. Praha: Omega Publishing Group, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://www.digifotomag.cz/1.466.aktuality.clanek-rozhovor-s-majiteli-fotoskoda-nadseni-lidi-pro-fotografii-nemizi>

⁴⁸ Co je to dron a jaké může mít využití? *Droni* [online]. Praha: Petr Mišák, 2015 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <https://www.droni.cz/co-je-to-dron>

⁴⁹ Fotografie z výšky pomocí dronu. *FotoAparát.cz: rádce fotografa* [online]. Praha: PhotoHint.com, 2015 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <https://www.fotoaparar.cz/clanek/1322/fotografie-z-vysky-pomoci-dronu-11540>



Obrázek 10 – Dron na dálkové ovládní

(Zdroj: <https://www.drone.cz/wp-content/uploads/2015/07/Co-je-to-dron-a-jake-ma-vyuziti-2-6.jpg>)

Jedinečným druhem snímků, které přímo vtáhnou diváka do děje, jsou cinemagrafy. Za touto technikou stojí dva autoři, Kevin Burg a Jamie Beck. Jamie je fotografka, která pořizuje základní snímky, Kevin coby grafik zpracuje iluzi jejich oživení. Kevin Burg k rozhýbání obrázků nepoužívá mezi lidmi známý formát GIF, ale HTML5, kvůli vyšší kvalitě, která je nutná na větší plátna a pro výstavní účely.⁵⁰ Cinemagrafy (v originále Cinemagraphs) vytvořili v roce 2011 a začali tak oživovat módní a zpravodajské fotografie. Jedná se o krátký stále dokola se opakující pohyb jedné části, díky čemuž se snímek hýbe, ale stále zůstává snímkem – vytvořili tak nový svět mezi videem a fotografií. Autoři žijí a tvoří v New Yorku, odkud se tento fenomén rychle šíří do světa.⁵¹



Obrázek 11 - Kevin Burg & Jamie Beck

(Zdroj: <https://static1.squarespace.com/static/51c748abe4b0c275d0aa86bf/t/56da06fb40261d3847cdf58d/1465938031797/?format=750w>)

⁵⁰ Fotografie budoucnosti? Umělci stvořili mrkající snímky. *Lidovky.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2012 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/fotografie-budoucnosti-umelci-stvorili-mrkajici-snimky-pk7-/kultura.aspx?c=A120512_191815_In-media_mpr

⁵¹ The history of Cinemagraphs. *Cinemagraphs* [online]. New York: Kevin Burg & Jamie Beck, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://cinemagraphs.com/about>

Za poslední dobu zaznamenává fotografický svět velkou proměnu. Rychlý rozvoj chytrých telefonů poznamenal i poptávku po fotoaparátech, razantně se snižuje množství prodaných kompaktních fotoaparátů, rapidně klesá výroba fotografií klasickou cestou v temných komorách a skutečná alba jsou nahrazována elektronickými. Nic nenasvědčuje tomu, že by se tyto trendy zastavily. V dnešní době téměř každý majitel chytrého mobilního telefonu na něj zachycuje snímky (jejichž kvalita už je srovnatelná se současnými kompaktními fotoaparáty nižší třídy), samozřejmostí je rychlé upravení fotografie v aplikaci telefonu a často její okamžité sdílení na sociální sítě a bude tomu tak i v nejbližší budoucnosti. Proto se výrobci fotoaparátů snaží tento nedostatek eliminovat, přidávají Wi-Fi, GPS a další funkce, takže je možné snímky okamžitě přenést do počítače, tabletu nebo mobilního telefonu. Často diskutované je také ukládání fotografií na cloud, místo obvyklé úschovy v počítači.⁵²

⁵² Zaspali výrobci foťáků dobu? Jaká je budoucnost fotografie. *Technet.cz: Technika kolem nás* [online]. Praha: MAFRA, 2014 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/budoucnost-fotografie-0b3-/tec_foto.aspx?c=A140924_115116_tec_foto_kuz

5. Závěr

Na trhu se dobře uplatňují všechny formy podnikání v oblasti digitální fotografie, každá má svoje výhody a samozřejmě také nevýhody. I jednotlivý podnikatel (fyzická osoba) je schopný se dobře uplatnit na trhu a je pouze na něm či na vedení firmy, kterou cestou se rozhodne vydat – v případě právní formy i filozofie prodeje. Tou může být masový prodej za nižší cenu nebo menší objem prodávaného zboží, ale s větším důrazem na kvalitu. Ovšem všechny společnosti musí sledovat novinky v oboru a současné trendy, pokud nechtějí zaostat a mají zájem se v tomto oboru dlouhodobě uplatňovat.

Vzhledem k tomu, že obor fotografování patří mezi velmi oblíbené aktivity lidí ve volném čase, je dostupný každému a zájem o něj neupadá (spíše naopak), je výhodným pro zahájení podnikatelské činnosti. Na druhou stranu to s sebou nese také rizika, právě pro jeho oblíbenost je značná konkurence, což znamená vyšší možnost neúspěchu pro nově vznikající subjekty na trhu.

Všechny tři firmy, srovnávané v praktické části, patří v tomto oboru ke špičce, ačkoli každá uplatňuje jinou formu podnikání, jinou filozofii prodeje a jiný přístup k zákazníkovi. To je způsobeno tím, že každý člověk je jiný, má specifická přání a požadavky. Společnosti vytváří žádoucí konkurenci na trhu, která je nutí sledovat trendy a nové technologie v oboru, čímž se každá z firem rozvíjí a posouvá dál. Firmy mají dlouholetou tradici a mají své pevné místo na trhu a jsou stabilní, proto se v nejbližší době nedá předpokládat odchod z trhu některou ze sledovaných společností.

6. Seznam použitých zdrojů

Tištěné zdroje

- **ANG, Tom.** *Průvodce digitálního fotografa*. Vyd. 1. V Praze: Knižní klub, 2003, 407 s. ISBN 80-242-1062-2.
- **BÜLOW, Heinz von.** *Kurz digitální fotografie: rady, tipy, triky a návody*. Vyd. 1. Praha: Knižní klub, 2002, 80 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-242-0782-6.
- **CLEMENTS, John.** *Fotografujeme makra*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2006, 144 s. Edice digitální fotografie. ISBN 80-251-1007-9.
- **DEE NESIBA, David.** *Vybíráme fotoaparát. Počítač pro každého*. Burda Praha, 2011, (speciál), 8-12 str. ISSN 1212-0723 MK ČR E 7931.
- **FREEMAN, John.** *Fotografie v praxi*. Praha: Rebo Productions, 1998, 254 s. ISBN 80-723-4002-6.
- **HEDGECOE, John.** *Velká kniha fotografie: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Čes. vyd. 3. Praha: Jan Vašut, 1999, 264 s. ISBN 80-723-6110-4.
- **JINDRA, Jan.** *Reklamní a produktová fotografie: Kreativní techniky a neobvyklé postupy*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3112-1.
- **KINCLEROVÁ, Miroslava.** *Digitální fotografie pro ženy: [jak se dívat a jak lépe fotografovat]*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 158 s. ISBN 978-80-251-2357-7.
- **KOLÁŘOVÁ, Monika.** *Velká kniha pro podnikání pro fyzické i právnické osoby - aneb vše, co potřebujete znát během podnikání*. 2. vyd. Olomouc: Rubico, 2013. ISBN 978-80-7346-157-7.
- **LAFORET, Vincent.** *Velká kniha reportážní fotografie*. Brno: Computer Press, 2012. ISBN 978-80-251-3720-8.
- *Obchodní korporace: zákon o obchodních korporacích + rejstřík: 2014 : redakční uzávěrka 3.2.2014*. Ostrava: Sagit, 2014, 288 s. ÚZ. ISBN 978-80-7488-039-1.
- **PORVICOVÁ, Jana.** *Ekonomika a podnikání: Daně, poplatky, odvody*. Olomouc: Rubico, 2002. ISBN 80-85839-80-6.
- **ŘEHOŘ, Václav a Jitka SRPOVÁ.** *Základy podnikání: Teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha. Vyd. 1: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.
- **SOUKUP, Roman.** *Začínáme fotografovat digitálně: rady, tipy, triky a návody*. 1. vyd. Praha: Grada, 2004, 115 s. Snadno a rychle (Grada). ISBN 80-247-0997-X.

- **STROUHAL, Jiří.** *Ekonomika podniku*. 2. vyd. Praha: Institut certifikace účetních, 2014. ISBN 978-80-86716-90-9.

Elektronické zdroje

- *Centrum FotoŠkoda: digitální fotoaparáty, objektivy, stativy, paměťové karty, videokamery* [online]. Praha: Centrum FotoŠkoda, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.fotoskoda.cz>
- *CeWe fotoslužby a fotoaparáty: FOTOLAB.cz* [online]. Praha: FOTOLAB.cz, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.fotolab.cz/>
- Co je to dron a jaké může mít využití? *Droni* [online]. Praha: Petr Mišák, 2015 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <https://www.droni.cz/co-je-to-dron>
- Fotografie budoucnosti? Umělci stvořili mrkající snímky. *Lidovky.cz* [online]. Praha: MAFRA, 2012 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/fotografie-budoucnosti-umelci-stvorili-mrkajici-snimky-pk7-/kultura.aspx?c=A120512_191815_In-media_mpr
- Fotografie z výšky pomocí dronu. *FotoAparát.cz: rádce fotografa* [online]. Praha: PhotoHint.com, 2015 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <https://www.fotoaparát.cz/clanek/1322/fotografie-z-vysky-pomoci-dronu-11540>
- *Megapixel.cz: digitální fotoaparáty a videokamery Sony, Canon, Nikon, Olympus, Panasonic a další* [online]. Praha: Megapixel.cz, 2017 [cit. 2017-01-21]. Dostupné z: <https://www.megapixel.cz>
- Rozhovor s majiteli FotoŠkoda: Nadšení lidí pro fotografii nemizí: Jak vidí současné trendy a trh s fotovýbavou majitelé Centra FotoŠkoda Milan a Martin Škodovi. *Digitální Foto Magazín* [online]. Praha: Omega Publishing Group, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://www.digifotomag.cz/1.466.aktuality.clanek-rozhovor-s-majiteli-fotoskoda-nadseni-lidi-pro-fotografii-nemizi>
- The history of Cinemagraphs. *Cinemagraphs* [online]. New York: Kevin Burg & Jamie Beck, 2016 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: <http://cinemagraphs.com/about>
- Zaspali výrobci foťáků dobu? Jaká je budoucnost fotografie. *Technet.cz: Technika kolem nás* [online]. Praha: MAFRA, 2014 [cit. 2017-01-11]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/budoucnost-fotografie-0b3-/tec_foto.aspx?c=A140924_115116_tec_foto_kuz

Seznam otázek pro zástupce vedení firmy

- Je to Váš koníček nebo jen obchod? Jak a kdy jste s fotografováním začal (a pamatujete si svůj první fotoaparát)?
- Kolik máte v současné době zaměstnanců, je to dostatečný počet?
- Jaké zboží se nejvíce prodává a jaká služba?
- Jaký měsíc je o zboží a služby největší zájem a jaký naopak nejméně?
- Jaká byla hodnota největší objednávky?
- Co Vás na této práci baví a má nějaká negativa?
- Jak vypadá Váš typický pracovní den?
- Zbývá Vám čas na koníčky? Jak odpočíváte?
- Co jsou silné stránky FotoŠkoda? V čem je unikátní?
- A naopak slabé, v čem má konkurence navrch?
- Koho považujete za nejsilnější konkurenci?
- Kam se firma posunula oproti svým začátkům?
- Uvažujete o rozšíření – založení více poboček nebo o nějakém dalším vylepšení?
- Sledujete obdobné zahraniční firmy a nové trendy? Máte nějaký vzor?
- Jak vidíte vývoj FotoŠkody a vývoj obecně v tomto odvětví do budoucna (např. analogová x digitální fotografie)?

Seznam otázek pro zaměstnance společnosti (prodavač)

- Je fotografování pro Vás i koníček nebo jen zaměstnání?
- Kdy a jak jste s fotografováním začal (a pamatujete si svůj první fotoaparát)?
- V jakém oddělení společnosti pracujete?
- Jak dlouho zde pracujete a proč právě FotoŠkoda?
- Jaké zboží se nejvíce prodává a jaká služba?
- Jaký měsíc je o zboží a služby největší zájem a jaký naopak nejmenší?
- Co Vás na této práci baví?
- Má i nějaká negativa?
- Co jsou silné stránky FotoŠkoda a v čem je unikátní?
- A naopak slabé? V čem má konkurence navrch?
- Koho považujete za nejsilnější konkurenci?
- Myslíte, že by bylo vhodné rozšíření firmy – založení více poboček nebo o nějaké další vylepšení?

Seznam otázek pro zákazníka

- Proč chodíte do obchodu FotoŠkoda a za jakým účelem (jste amatér nebo profesionál)?
- Jak dlouho zde nakupuje a jak často?
- Kdy jste naposledy byl v tomto obchodě?
- Využíváte i služby e-shopu?
- Jaké služby využíváte a co nakupujete?
- Co se Vám zde líbí a nelíbí?
- Co rozhoduje při výběru obchodu?
- Chodíte i jinam?
- Co si myslíte o dostupnosti tohoto obchodu – lokalita v centru, jedna pobočka, atd.?