

ŠKODA AUTO VYSOKÁ ŠKOLA, O.P.S.

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R088 Podniková ekonomika a management provozu

Návrh systému pro event management ŠKODA Muzea

David MOUCHA

Vedoucí práce: prof. Ing. Radim Lenort, Ph.D.



ŠKODA AUTO Vysoká škola

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatel: **David Moucha**

Studijní program: Ekonomika a management

Obor: Podniková ekonomika a management provozu

Název tématu: **Návrh systému pro event management ŠKODA Muzea**

Cíl: Cílem práce je navrhnout systém pro automatické objednávání, schvalování a plánování technické přípravy akcí ve ŠKODA Muzeu.

Rámcový obsah:

1. Shrňte nejnovější poznatky z oblasti event managementu.
2. Analyzujte současný stav event managementu ve ŠKODA Muzeu.
3. Navrhněte systém pro automatické objednávání, schvalování a plánování event managementu ve ŠKODA Muzeu.

Rozsah práce: 25 – 30 stran

Seznam odborné literatury:

1. CATHERWOOD, D. W. – VAN KIRK, R. L. *Special Event Management*. USA: John Wiley and Sons, 1992. 306 p. ISBN 0-471-54908-8.
2. ŠINDLER, P. *Event marketing. Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 236 p. ISBN 80-247-0646-6.
3. HEJLOVÁ, D. *Public relations*. Praha: Grada Publishing, 2015. 250 p. ISBN 978-80-247-5022-4.

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury pod odborným vedením vedoucího práce.

Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná a v práci jsem neporušil autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Mladé Boleslavi dne 29. 11. 2016

Děkuji prof. Ing. Radim Lenort, Ph.D. za odborné vedení bakalářské práce, poskytování rad a informačních podkladů.

Obsah

Úvod.....	7
1 Event management.....	8
1.1 Základní pojmy.....	8
1.2 Event management v České republice.....	9
1.3 Propojení event managementu a event marketingu.....	10
2 Analýza pracovního místa.....	11
2.1 Základní okruhy otázek analýzy pracovního místa.....	12
2.2 Proces analýzy pracovních míst a jeho kroky	13
2.3 Metody zjišťování informací o pracovních místech.....	13
2.4 Metody používané k analýze pracovních míst.....	15
2.5 Účely analýzy pracovní pozice	17
3 Event management ve ŠKODA Muzeu.....	18
3.1 ŠKODA AUTO a.s. a event management	18
3.2 ŠKODA Muzeum	19
3.3 Analýza současného stavu.....	19
3.4 Návrh zlepšení systému objednávání konferenčních prostor	34
Závěr	42
Seznam literatury	43
Seznam obrázků a tabulek.....	44

Seznam použitých zkratek a symbolů

HR	Human Resources
IS	Interní sdělení
MPDQ	Management Position Description Questionnaire
OJ	Organizační jednotka
PAQ	Position Analysis Questionnaire
STC	Service Training Center
WS	Workshop

Úvod

Téma bakalářské práce bylo vybráno z důvodu absolvování povinné praxe ve firmě ŠKODA AUTO a.s., konkrétně na oddělení event management v budově ŠKODA Muzea. Úkolem autora této bakalářské práce v průběhu praxe bylo plánování chodu jednotlivých akcí pořádaných v konferenčních prostorách ŠKODA Muzea, kde dohlížel na správný chod oddělení a zabýval se problematikou, kterou podtrhuje v následující bakalářské práci. Výhradní účel ŠKODA Muzea je seznamovat návštěvníky s historií automobilky, nicméně druhotný účel je sloužit zaměstnancům společnosti ŠKODA AUTO a.s. či externím zájemcům jako poskytovatel konferenčních prostor pro účely pořádání meetingů, schůzek, školení, výstav, koncertů či dalších akcí, které spadají do oblasti event managementu. Hlavním snažením této bakalářské práce je navrhnout takový elektronický poloautomatický systém, který by usnadňoval chod a plánování obsazenosti jednotlivých sálů, jež slouží k účelům oddělení event management s přihlédnutím na financování systémů a vytížení jednotlivých pracovníků ŠKODA Muzea. Veškeré poznatky a informace vychází z několikaleté praxe, kterou autor získal v oddělení event management. Bakalářská práce je rozdělena na teoretickou část, ve které se autor zabývá základními pojmy v oblasti event managementu v České republice, teorií popisu pracovní pozice pro účely návrhu systému či samotnou firmou ŠKODA AUTO a.s. a budovou ŠKODA Muzea. Druhá část bakalářské práce se věnuje konkrétní problematice a návrhu chodu systému, který by mohl poloautomaticky plánovat a dohlížet na chod konferenčních prostor ve ŠKODA Muzeu. Účel návrhu systému je výrazné usnadnění a zefektivnění práce vedoucího pracovníka oddělení event managementu. V současné době je projekt ve fázi plánování, v uplynulém roce byla provedena analýza externí firmou, která má na starosti programování projektu a v horizontu několika let by měl být projekt skutečně spuštěn.

1 Event management

Tato kapitola se zabývá teoretickou částí a má za úkol seznámit čtenáře se základními pojmy, kterými se zabývá samotný event management. Dále se zde probírá vliv a působnost oblasti event management v České republice, propojení event managementu a marketingu. Následovně se tato kapitola zabývá analýzou pracovního místa, která je třeba k vytvoření rezervačního systému pro účely event managementu. V kapitole zaměřené na analýzu pracovního místa se zabývá autor základními otázkami analýzy, procesem analýzy, metodami získávání informací o pracovním místě a metodami zpracování výsledků analýzy.

1.1 Základní pojmy

Pojem „event“ lze přeložit do českého jazyka jako akci či událost, která má určitý účel a je časově ohraničena. Tento pojem se v následujících odstavcích týká především souvislosti s firemními akcemi.

Výstižnou definici pojmu Event management jakožto profese lze nalézt v knize Special Event Management: „Event management is a profession that requires public assembly for the purpose of celebration, education, marketing, and reunion. Each of these overarching activities is encompassed by the profession of event management.“ (Goldblatt, 2002).

Event management je možné do českého jazyka triviálně přeložit jakožto způsob pořádání a obstarávání akcí.

Event management slouží k aplikaci projektového managementu k účelu pořádání událostí menšího či většího rozsahu, jako jsou výstavy, konference, propagační akce pro nové modely, koncerty či schůzky. Jedná se tedy o nástroj, který pomáhá k naplánování a uskutečnění setkání firemních či nefiremních osob, případně představení produktu osobám. S pojmem event management nesouvisí pouze koordinace a plánování jednotlivých akcí, nicméně také vytvoření konceptu, technické aspekty akce a vedení zaměstnanců.

O způsobu použití eventu pojednává následující definice z knihy Public relations: „Eventy jsou nástrojem komunikace, který mohou využívat všechny typy firem

či organizací, od malých po velké korporace, od technologických firem po módní značky, firem cílících od nejnižších po nejvyšší příjmové skupiny. Eventy se využívají jak v interní komunikaci (uvnitř firmy či organizace, týmu, oddělení apod.), tak v externí komunikaci (pro širokou veřejnost, média, zákazníky či další skupiny stakeholderů).“ (Hejlová, 2015).

Event manager je osoba, která má na starosti plánování a koordinaci jednotlivých akcí. Přebírá odpovědnost za tvůrčí, logistické a technologické prvky. To znamená celkový design, marketingové a komunikační nástroje, scénář akce a další aspekty, ke kterým by během plánování či v průběhu samotné akce mohlo dojít.

Event marketing je určitá forma propagování produktu či služby prostřednictvím pořádání akcí ať už vnitřních nebo externích. Pojem Event marketing má mnoho definic, příkladem může být tato definice: „Pod pojmem event marketing rozumíme zinscenování zážitků stejně jako jejich plánování a organizaci v rámci firemní komunikace. Tyto zážitky mají za úkol vyvolat psychické a emocionální podněty zprostředkované uspořádáním nejrůznějších akcí, které podpoří image firmy a její produkty.“ (Šindler, 2003).

1.2 Event management v České republice

Event management je nástroj používaný v České republice již několik desítek let, nicméně úroveň a potřeba vnímání, případně efektivního využívání, je patrná u českých firem až v posledních letech, kdy zapůsobilo přejímání trendů ze zahraničí. V tomto případě se využívá nástroje event managementu k posílení motivace zaměstnanců, informovanosti podřízených, získání nových zaměstnanců, zákazníků, dodavatelů či řešení krizí v jednotlivých podnicích. Event management se stal nedílnou součástí správného HR¹ a marketingového managementu.

„Event management je o předání emocí. Pakliže si lidé určité sdělení či vizi spojí s pozitivní vzpomínkou nebo dokonce wow efektem, zafungují na úplně jiné úrovni než normálně.“ (Pýcha, 2016).

¹ HR – Human resources – získávání nových zaměstnanců a spolupracovníků

V následujících letech lze předpokládat nárůst využívání nástroje event managementu k propagování vlastních výrobků či služeb vzhledem k zvýšené orientaci na zákazníka. Event managementu se tedy bude přikládat větší důraz a pozornost, než tomu bylo doposud.

1.3 Propojení event managementu a event marketingu

Pojmy event management a event marketing spolu úzce souvisí, přičemž event marketing nemůže fungovat sám o sobě bez event managementu. Vzájemná spolupráce je velmi důležitá a prakticky bez ní nelze efektivně tyto nástroje využívat. Pojem event management můžeme vyjádřit následujícím vzorcem (Šindler, 2003):

„Event marketing = Event + marketing - Podíváme-li se na tento vzorec v úzké návaznosti na všechny dříve uvedené definice eventu a event marketingu, vyzorujeme některé základní a klíčové charakteristiky, které jak z pohledu marketingu, tak komunikace vyjadřují podstatu event marketingu. Těmito charakteristikami jsou:

- Zvláštní představení / výjimečná událost,
- prožitek, který je vnímám najednou více smysly,
- komunikované sdělení.“

Event management a event marketing patří mezi nejúčinnější způsoby propagace vlastní značky či zájmů, nicméně v České republice začaly být využívány poměrně nedávno a oproti zahraničním trhům jsou zde stále trhliny v efektivitě využitelnosti. Veškeré aktivity event marketingu mají jediný cíl – informovat zákazníky, dodavatele či zaměstnance o produktech nebo možnostech společnosti, a to prostřednictvím akcí. Do této kategorie se řadí předvádějící akce, konference, meetingy se zaměstnanci, spouštění nových produktů, teambuilding. Hodně využívané jsou tyto praktiky společností ŠKODA AUTO a.s.

2 Analýza pracovního místa

Následující část této bakalářské práce se ve velkém věnuje mimo jiné i plánování vytíženosti jednotlivých pracovníků a jejich úkolování pro účely pořádání akcí a další využívání oddělení event managementu. Tato kapitola má hned několik funkcí, nicméně jednou z hlavních je analýza pracovního místa administrativního pracovníka, jehož práci má pomoci usnadnit poloautomatický systém. Je tedy třeba vytvořit analýzu pracovního místa a co nejvíce úkolů nahradit poloautomatickým systémem.

K navržení správně fungujícího systému plánování a úkolování pracovníků oddělení event managementu je potřeba účelně analyzovat jednotlivé pracovní pozice a tuto analýzu následně aplikovat při návrhu systému.

Publikace Řízení lidských zdrojů pojednává o termínu analýzy pracovního místa následovně: „Analýza pracovního místa poskytuje obraz práce na pracovním místě a tím vytváří i představu o pracovníkovi, který by měl na pracovním místě pracovat. Při analýze pracovních míst jde tedy o proces zjišťování, zaznamenávání, uchovávání a analyzování informací o úkolech, metodách, odpovědnosti, vazbách na jiná pracovní místa, podmínkách, za nichž se práce vykonává a dalších souvislostech pracovních míst.“ (Koubek, 2000).

Analýza je v tomto případě zaměřená především na odpovědnost pracovního místa a obsah práce administrativního pracovníka. Na základě vyzorovaných informací je možné vyhodnotit, které úkony lze nahradit systémem, případně které úkony je možné vylepšit zavedením systému.

Pojmem odpovědnost je míněno dle knihy Řízení lidských zdrojů následující: „Důležitým pojmem je tzv. odpovědnost pracovního místa, která je dána vazbami na jiná pracovní místa v hierarchické linii a definuje to, za co či za koho je držitel pracovního místa odpovědný a komu.“ (Koubek, 2000).

Obsahem práce se zabývá publikace Řízení lidských zdrojů a definice je následující „Obsah práce je dán množstvím a typy úkolů dané práce, jejich složením a propojením.“ (Koubek, 2000).

2.1 Základní okruhy otázek analýzy pracovního místa

Analýzu pracovního místa lze rozlišit dle publikace Řízení lidských zdrojů na dva základní okruhy otázek a to (Koubek, 2000):

- A. Otázky týkající se pracovních úkolů a podmínek,
- B. otázky týkající se pracovníka.

Každý z okruhů poskytuje odpovědi na odlišné otázky, jejich použitelnost je při vytváření systému různá, nicméně je třeba si na ně odpovědět a vybrat ty odpovědi, které lze efektivně aplikovat při návrhu systému. Při návrhu systému autor používá především otázky týkající se pracovních úkolů a podmínek:

- A. Otázky týkající se pracovních úkolů a podmínek:

1. Kdo vykonává práci, jaký je název práce, pracovní funkce?
2. Co vyžaduje daná práce, jaká je její povaha?
3. Jak se práce provádí, jak jsou úkoly a povinnosti vykonávány?
4. Proč jsou úkoly a povinnosti vykonávány tak, jak jsou?
5. Kdy jsou úkoly a povinnosti vykonávány?
6. Kde jsou úkoly a povinnosti vykonávány?
7. Jaké je vzájemné, relativní postavení jednotlivých úkolů a povinností?
8. Komu je pracovník odpovědný?
9. Jaký je vztah pracovního místa k pracovním místům dalším?
10. Jaké jsou normy výkonu, jaký je standardní výkon?
11. Existuje možnost výcviku při vykonávání práce?
12. Jaké jsou obvyklé pracovní podmínky?

- B. Otázky týkající se pracovníka – fyzické a duševní požadavky, dovednosti, vzdělání a kvalifikace, pracovní zkušenosti, charakteristiky osobnosti a postojů. Tyto otázky nejsou směrodatným atributem při návrhu systému, administrativního pracovníka lze nahradit jinou osobou.

2.2 Proces analýzy pracovních míst a jeho kroky

V provádění analýzy je třeba postupovat systematicky a dodržovat předem určený plán. Použit lze například následující postup dle knihy Personnel Management. Theory and Practice (Cole, 1988):

1. Určit účel a cíle analýzy s přihlédnutím k potřebám dalších personálních činností,
2. předložit hrubý plán akce vedení podniku,
3. získat podporu vedoucích jednotlivých organizačních útvarů,
4. prodiskutovat plán s liniovými manažery a specialisty,
5. snažit se získat představitele zaměstnanců pro spolupráci,
6. sestavit podrobný plán s časovým rozvrhem,
7. vybrat a vyškolit osoby, které budou analýzu provádět – pokud je to zapotřebí,
8. informovat všechny pracovníky, na jejichž pracovní místa se analýza zaměří,
9. realizovat pilotní (ověřovací) krok analýzy,
10. kontrola výsledků a diskuse případných problémů,
11. realizace plánované akce v plné šíři,
12. kontrola a vyhodnocování výsledků,
13. zpracování popisů a specifikací pracovních míst.

Takovýto postup je zaměřen na velké skupiny pracovníků, pro účely této bakalářské práce lze využít pouze některé z výše zmiňovaných bodů.

2.3 Metody zjišťování informací o pracovních místech

Existuje několik různých metod zjišťování informací o pracovních místech. Každá z metod má své výhody i nevýhody, přičemž vždy by měla informace schraňovat osoba, která je řádně proškolená k tomuto účelu.

Základní skupiny metod zjišťování informací o pracovních místech mohou být například:

1. **Pozorování** – Nejjednodušší metoda pozorování, kdy osoba analyzující pracovní místo pozoruje osobu vykonávající práci a zaznamenává si informace popisující práci. Podle publikace Řízení lidských zdrojů to mohou být tyto informace „Co se dělá, jak se to dělá, jaký čas to zabírá, jaké jsou pracovní podmínky a pracovní prostředí, jaké zařízení a pomůcky jsou používány apod.“ (Koubek, 2000). Nevýhodou této metody je omezení na krátký a opakující se cyklus, u složitějších prací je tedy velmi náročné tuto metodu aplikovat. Zpravidla se používají formuláře, které jsou předem vytvořeny a vyžadují zapsání informací, které pozorovatel musí získat ke správné analýze pracovního místa.
2. **Pohovor** – Metoda, při které vykonává osoba analyzující pracovní místo pohovor s držitelem pracovního místa. Tento pohovor může být strukturovaný nebo nestrukturovaný.
 - a. **Strukturovaný** – rozhovor je předem připravený a probíhá dle předem daných bodů, které je třeba dodržet. Výhodou je získání veškerých aspektů k vytvoření analýzy pracovního místa. Umožňuje tedy porovnání získaných informací od různých lidí vykonávajících tutéž práci. Navzdory tomu může být dosti časově náročný, nicméně čas lze uspořit pomocí hromadného pohovoru.
 - b. **Nestrukturovaný** – Nedrží se předem určených bodů, což znamená, že nemusí být získány veškeré informace k vytvoření analýzy pracovního místa.
3. **Dotazníková metoda** – Tato metoda má značné množství variant dle toho, na jakou práci se zaměřuje či dle toho, kdo je zdrojem informací. Hlavní výhodou je časová úspora, kdy lze získat odpovědi na dotazy v relativně krátkém čase. Používá se v případech časového a finančního omezení. Příprava dotazníků je náročná na čas a nevýhodou může být skutečnost možnosti zkreslení výsledků jedním či dvěma dotázanými.

Pro účely této bakalářské práce byly využívány všechny výše popsané metody, kdy byly procesy popisovány pomocí pozorování a přímého účastnění na daném pracovním místě, pohovorem s pracovníky oddělení a následně i pomocí dotazníků u určitých pracovních míst.

2.4 Metody používané k analýze pracovních míst

Získané informace o individuálních pracovních místech je třeba za účelem zpracování popisu pracovního místa analyzovat. Opět se zde nabízí mnoho možností, jak daná data analyzovat. Metody ke zpracování dat může předurčit již způsob získávání informací o pracovním místě, avšak některé metody jsou univerzální a lze je použít bez ohledu na to, jakým způsobem byla data sbírána.

Zmiňovat lze následující tři základní metody dle knihy Řízení lidských zdrojů (Koubek, 2000):

1. Funkční analýza pracovních míst,
2. metoda PAQ,
3. metoda MPDQ.

Funkční analýza pracovních míst – bývá považována za univerzální metodu. Zpravidla se opírá o klasifikaci zaměstnání obsahující základní charakteristiky práce v těchto zaměstnání.

Metoda vychází z následujících skutečností:

1. Je třeba rozlišovat to, co se má udělat a to, co pracovníci dělají, aby bylo uděláno.
2. Vykonávané práce se týkají informací, lidí a věcí.
3. Všechny práce vyžadují, aby pracovníci věnovali pozornost informacím, lidem i věcem.
4. I přesto, že chování pracovníků a jejich úkoly mohou být popsány různě, existuje jen málo rozhodných funkcí, které pracovníci vykonávají.

Metoda PAQ² - jedná se opět o univerzální metodu, která je založena na určité kategorizaci činnosti pracovníka. Používá se v ní šest hlavních kategorií činností a 194 deskriptorů (zvaných prvky práce), které mají za úkol šest hlavních činností popisovat. Každý deskriptor je posuzován z hlediska míry používání při dané práci. Metoda využívá dotazník.

Základní kategorie činností:

1. Informační vstupy,
2. mentální procesy,
3. fyzické činnosti,
4. vztahy s ostatními lidmi,
5. pracovní prostředí,
6. jiné souvislosti.

Metoda MPDQ³ - Tato metoda může být příkladem metody analýzy vhodné pro určitou kategorii pracovních míst. Jedná se o vysoce strukturovaný dotazník navržený speciálně pro analýzu manažerských pracovních míst. Metoda využívá 208 položek, které seskupuje do 13 kategorií.

Kategorie MPDQ dle knihy Řízení lidských zdrojů (Koubek, 2000):

1. Plánování výrobní, marketingové a finanční strategie,
2. koordinace s ostatními útvary a pracovníky organizace,
3. vnitropodniková kontrola,
4. odpovědnost za výrobu a služby,
5. vztahy k veřejnosti a zákazníkům,
6. konzultování vyšší úrovně,
7. autonomie činností,

² Position Analysis Questionnaire

³ Management Position Description Questionnaire

8. schvalování finančních závazků,
9. služby poskytované zaměstnancům,
10. vedení a kontrola pracovníků,
11. složitost práce a stres,
12. zvýšená finanční odpovědnost,
13. široká odpovědnost v oblasti personální práce.

2.5 Účely analýzy pracovní pozice

Analýza pracovní pozice si klade za cíl vytvořit přehled o následujících informacích z důvodu řízení výkonnosti, popisu pracovní pozice a hodnocení. Dle publikace *A Handbook of HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICE* se analýza pracovní pozice zaobírá především následujícími body (Michael Armstrong, 2006):

- „Overall purpose – why the role exists and, in essence, what the role holder is expected to contribute.
- Organization – to whom the role holder reports and who reports to the role holder.
- Key result areas or accountabilities – what the role holder is required to achieve in each of the main elements of the role.
- Competency requirements – the specific technical competencies attached to the role; what the role holder is expected to know and to be able to do.“

Z hlediska správnosti sbírání informací o dané pozici není potřeba, aby analýzu vytvářel přímo pracovník oddělení HR, nýbrž analýzu může vytvářet i vedoucí pracovník, což je příklad této bakalářské práce, jelikož hlavním účelem je vytvoření všeobecného přehledu aktivit na jednotlivých pracovních pozicích. Publikace *A Handbook of HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICE* popisuje, kdo je schopen vytvářet analýzu pracovní pozice následovně: „Role analysis may be carried out by HR or other trained people acting as role analysts. But line managers can also carry out role analysis in conjunction with individual members of their teams as an important part of their performance management responsibilities.“ (Michael Armstrong, 2006).

3 Event management ve ŠKODA Muzeu

Třetí kapitola této bakalářské práce se věnuje praktické části event managementu ve ŠKODA Muzeu. V následujících odstavcích je popisováno využívání event managementu společností ŠKODA AUTO a.s., historie budovy ŠKODA Muzeum a především současný stav plánování a koordinování akcí v konferenčních prostorách ŠKODA Muzea. Tedy popis aktuálních prostor, jejich využití, zainteresovaných osob, způsob zpracování dat a především proces objednávání prostor pro interní a externí zákazníky. Zároveň je popisován současný stav z hlediska výhod i nevýhod.

V druhé polovině praktické části této bakalářské práce je popisován návrh zlepšení pomocí poloautomatického systému koordinování a objednávání konferenčních prostor. Sledovány jsou především možné změny oproti současnému stavu, vylepšení a zefektivnění způsobu využívání konferenčních prostor. Sledovanými atributy jsou opět i výhody a nevýhody navrhovaného stavu.

3.1 ŠKODA AUTO a.s. a event management

Společnost ŠKODA AUTO a.s. patří v České republice mezi firmy, které využívají nástroj event managementu k propagaci svých produktů a posílení motivace zaměstnanců. Disciplínou event managementu se zabývá několik oddělení, přičemž každé z nich má poněkud odlišné pole působnosti a akce od jednotlivých oddělení se podstatně liší jak zaměřením, tak i místy či délkou samotné akce. Podle typu osob lze pořádání akcí rozdělit na dvě základní skupiny:

- Externí – akce zaměřené na zákazníky nebo dodavatele z důvodu předvedení nového produktu za účelem získání či obnovení kontraktu.
- Interní – akce pořádané pro zaměstnance firmy z důvodů informování nebo posílení motivace.

V České republice se akce konají hned na několika místech, především ve městech, kde se automobily vyrábí a jsou zde soustředěni zaměstnanci společnosti, tedy v Mladé Boleslavi, Kvasinách, Vrchlabí a v Praze, kde jsou umístěny některé administrativní budovy společnosti. V Mladé Boleslavi se nachází hned několik míst, kde jsou eventy pořádány. Jedná se o areály

Na Karmeli, STC⁴ Kosmonosy a ŠKODA Muzeum. Budova ŠKODA Muzea nabízí několik menších či větších multifunkčních sálů, které byly speciálně navrženy pro marketingové účely firmy vyrábějící automobily.

3.2 ŠKODA Muzeum

Budova ŠKODA Muzea je nejstarším objektem areálu ŠKODA AUTO a.s. v Mladé Boleslavi a patří ke komplexu budov z přelomu 19. a 20. století, které sloužily zakladatelům společnosti Václavu Laurinu a Václavu Klementovi jako první výrobní prostory. V září 1995 při stém výročí byly veřejnosti otevřeny prostory muzea s tehdejšími názvem Škoda Auto Muzeum. Již tehdy se počítalo s využíváním muzea k pořádání kulturních a firemních akcí, měsíc po oficiálním spuštění provozu muzea byl otevřen multifunkční sál Laurin & Klement Fórum. Ten je využíván k pořádání konferencí, koncertů a akcí pro management ŠKODA AUTO a.s. dodnes. (Historie muzea, 2016).

V roce 2012 prošlo celé muzeum rekonstrukcí a změněno bylo i jméno na ŠKODA Muzeum. K renomovanému sálu Laurin & Klement Fórum přibyly tři menší konferenční sály – Hieronimus I, Hieronimus II a Kolowrat. Do budoucna je pravděpodobné další rozšíření množství konferenčních prostor ve ŠKODA Muzeu. (Historie muzea, 2016).

3.3 Analýza současného stavu

Tato kapitola popisuje současné procesy objednávání konferenčních prostor pro externí i interní zákazníky ŠKODA Muzea. Vymezuje základní pojmy jako konferenční sály, pracovníci oddělení a jednotlivé kroky rezervace, zpracování dat, opětovné využívání dat a úkolování zaměstnanců oddělení.

⁴ STC - Service Training Center

3.3.1 Základní pojmy a zainteresovaní pracovníci

V tabulce 1 jsou popisovány jednotlivé sály, kterými ŠKODA Muzea disponuje. Každý sál má jinou velikost, možnost rozestavení nábytku a technické specifikace.

Tab. 1 Konferenční sály ŠKODA Muzea

Název sálu	Modifikace	Kapacita (osob)
Kolowrat	Varianta U	26
	Kino	56
Hieronimus I	Varianta U	20
	Kino	40
Hieronimus II	Varianta U	38
	Kino	96
Laurin & Klement Fórum	Polovina hlavní tribuny	152
	Hlavní tribuna + boční tribuny	376
	Hlavní tribuna + boční tribuny + 4x řada židlí	532

V tabulce 2 jsou uvedeny zaměstnanci ŠKODA Muzea oddělení event management, kteří jsou potřeba k chodu konferenčních prostor a zajišťují jak technickou, tak i administrativní stránku příprav a odbavení akcí.

Tab. 2 Zaměstnanci oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu

Název pozice	Počet osob
Administrativní pracovník	3
Zvukař	2
Technik videokonference	2
Osvětlovač	1
Správce budov	1

Externí zákazník – zájemce či koncový zákazník pronájmu sálu, který není zaměstnancem společnosti ŠKODA AUTO a.s. V tomto případě není pronájem prostor financován z interních zdrojů této společnosti.

Interní zákazník – zaměstnanec společnosti ŠKODA AUTO a.s., který poptává konferenční prostory ŠKODA Muzea pro své účely nebo účely oddělení, na kterém působí. Případně osoba, která je úzce spjata se společností ŠKODA AUTO a.s. V tomto případě určitý interní zaměstnanec zajistí financování pronájmu formou interní objednávky.

Objednávka ploch a služeb ŠKODA Muzea – interní formulářová objednávka pro zaměstnance ŠKODA AUTO a.s., kteří rezervují konferenční prostory pro své účely nebo pro účely oddělení, na kterém působí. Odevzdání podepsané objednávky je protislužba oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu za rezervaci konferenčních prostor.

Externí smlouva – právní dokument pojednávající o pronájmu konferenčních prostor pro externí zákazníky a upravující podmínky pronájmu.

Produkční list – seznam požadavků externího zákazníka k jednotlivým akcím pořádaných ve ŠKODA Muzeu. Může obsahovat technické požadavky i požadavky na pronájem prostor. Je podepisován externím zákazníkem v den konání akce.

Interní sdělení o vystavení faktury – interní formulář zasílaný účetnímu oddělení k účelům vystavení faktury pro externí zákazníky.

Kalendář GKM Ferman – kalendář akcí ve ŠKODA Muzeu vedený administrativními pracovníky oddělení event managementu. Kalendář obsahuje informace o jednotlivých akcích a je přístupný k náhledu pro ostatní pracovníky ŠKODA Muzea.

Blocker – údaj v kalendáři, který blokuje danou konferenční místnost na přesně daný termín.

Location Check – obhlídka sálů externím či interním zákazníkem. Zákazník se dostaví do ŠKODA Muzea osobně v určitý termín a administrativní pracovník představí jednotlivé konferenční prostory a sdělí jejich možnosti. Účelem této schůzky je vybrat sál vyhovující potřebám zákazníka.

Nákladové středisko – Nákladové středisko slouží ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. k rozlišení oddělení z hlediska účetnictví. Každé oddělení má přiřazeno čtyřmístné číslo nákladového střediska, dle kterého se identifikuje.

Oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu má k dispozici několik techniků, přičemž každý z nich má určitou roli. Na sálech Hieronimus I, Hieronimus II a Kolowrat jsou jednotliví technici zastupitelní, ovšem na sále Laurin a Klement existují tři základní role techniků – osvětlovač, technik videokonference a zvukař. Od každé role je ve ŠKODA Muzeu pouze jeden či dva technici (viz Tab. 2).

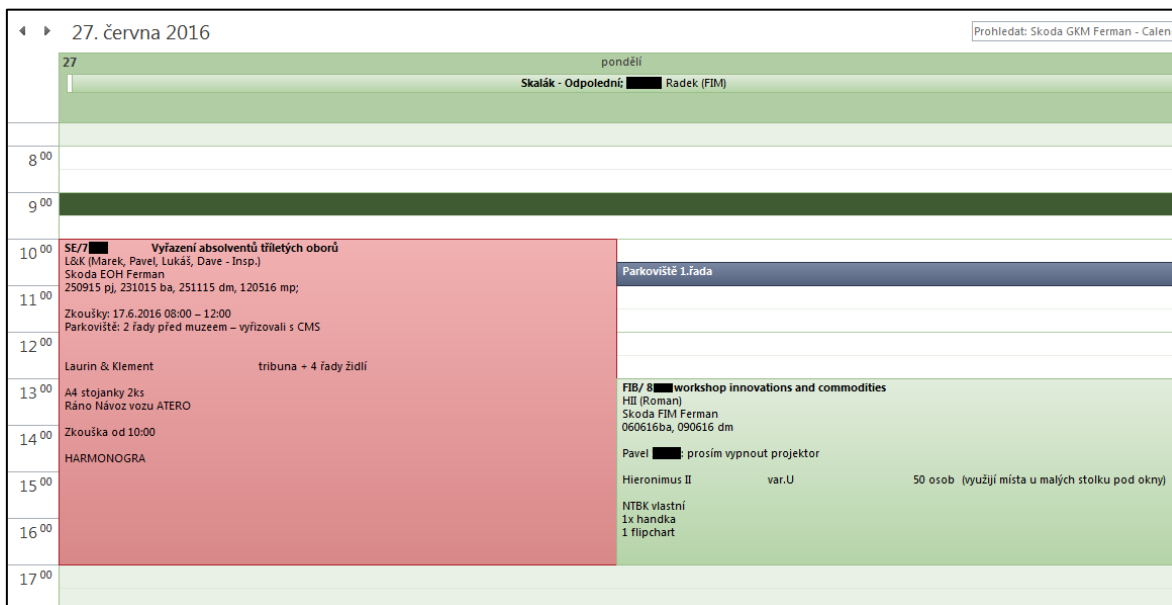
Na sálech Hieronimus I, Hieronimus II a Kolowrat je vždy jeden technik před začátkem akce půl hodiny, aby organizátorům pomohl s technickými záležitostmi (většinou připojení přineseného počítače k promítací technice sálu). Na sále Laurin & Klement Fórum jsou role techniků a jejich množství dle charakteru a rozsahu akce. Vzhledem k množství techniky a složitosti sálu Laurin & Klement Fórum je při akcích většího rozsahu nasazen tým techniků – 1x osvětlovač, 1x zvukař, 1x technik videokonference. Na sále Laurin & Klement Fórum mohou mít technici role poradní, kdy radí třetím osobám ohledně odbavení akcí či mohou přímo akce odbavovat samostatně.

3.3.2 Proces objednávání konferenčních prostor pro interní zákazníky

Interní zákazník objednává konferenční prostory pro své potřeby nebo potřeby svého oddělení ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. Za současného stavu informuje interní zákazník administrativního pracovníka ŠKODA Muzea ohledně poptávky konferenčních prostor na určitý datum a čas prostřednictvím telefonu, e-mailu nebo osobně. Administrativní pracovník zpracuje poptávku, ověří dostupnost jednotlivých sálů v daném termínu a obratem sděluje zákazníkovi, zda v jím vybraném termínu je některý z vyhovujících sálů volný.

Jestliže některý z vyhovujících sálů je volný v daném termínu na samostatnou akci, je vyžadován od zákazníka interní formulář s názvem Objednávka ploch a služeb ŠKODA Muzea prostřednictvím e-mailu nebo interní poštou. Následně je dle požadavků a informací z formuláře Objednávka ploch a služeb ŠKODA Muzea zanesen záznam do interního kalendáře programu Microsoft Outlook s označením Kalendář GKM Ferman viz obr. 1. Záznamy do kalendáře GKM Ferman jsou zapisovány ručně, často zmatečně, přičemž neexistuje ucelená forma, která by přesně určovala, jak by měl zápis vypadat.

Zákazník může před samotnou akcí sjednat location Check s administrativním pracovníkem na určitou dobu. V termínu naplánovaném na společnou schůzku Location check musí být sál přístupný a neobsazený jinou akcí. Termíny Location Check se nezavádí do kalendáře GKM Ferman, administrativní pracovník si tyto termíny zapisuje pouze do osobního kalendáře a vlivem toho vznikají nepřehledné situace, kdy sál je obsazen, a přesto je naplánována schůzka location Check.



Obr. 1 Příklad zápisu jednoho dne do kalendáře GKM Ferman



Obr. 2 Příklad zápisu interní akce do kalendáře GKM Ferman

Náhled zápisu jedné akce v kalendáři GKM Ferman v programu Microsoft Outlook ukazuje obrázek 2.

Pro zanesení záznamu do kalendáře s označením Kalendář GKM Ferman je nutné, aby zákazník sdělil následující informace:

- čas a datum konání akce,
- počet zúčastňujících se osob,
- technické požadavky,
- specifikaci sálu a případné poznámky k lepší orientaci administrativního pracovníka ŠKODA Muzea.

Přijalo účastníků: 1, nezávazně přijalo: 0, odmítlo: 0.
Je v konfliktu s jinou událostí.

Komu...

Předmět: VTK / ██████████ Workshop

Místo konání: KW (Marek)

Čas zahájení: út 15.11.2016 8:00 Celý den

Konec: út 15.11.2016 16:30

130916 dm
Kolowrat var. U 25 osob (I-5, E-20)

Technika:
NTBK vlastní
Vizualizér

Ing. ██████████, VTK – Zákaznické centrum
ŠKODA AUTO a.s., Tř. Václava Klementa 869, 293 60 Mladá Boleslav, Czech Republic
T +420 326 8 ██████████ F +420 326 8 ██████████, ██████████@skoda-auto.cz,
www.skoda-auto.cz, www.skoda-auto.com

Ve sdílené složce: Skoda GKM Ferman Poslední změnu provedl uživatel Skoda GKM Ferman, datum/čas: 31.10.2016

Obr. 3 Zobrazení detailu akce kalendáře GKM Ferman

Vytváření zápisu do kalendáře GKM Ferman ukazuje obrázek 3. Z tohoto příkladu lze vyčíst, že blocker byl vytvořen 13. září 2016 Davidem Mouchou (viz kód 130916 dm). Daná akce s názvem Workshop se konala v sále Kolowrat dne 15. listopadu 2016 od 8:00 do 16:30. Akce se zúčastnilo 25 osob z toho 20 osob externích a 5 osob interních. Sál byl postaven ve variantě U a účastníci využívali k promítání přes dataprojektor vlastní notebook a vizualizér. Akci z techniků ŠKODA Muzea obsluhoval Marek a ve spodní části zápisu je uvedena kontaktní

osoba, která sál objednávala a její organizační jednotka, která je uvedena i v předmětu akce. V předmětu akce je dále uvedeno nákladové středisko objednavajícího.

V mnoha případech zákazník pouze ověřuje dostupnost sálů, nemá tedy dostatečně ucelené informace pro zanesení detailního zápisu. V takovém případě je vytvořen v kalendáři GKM Ferman předběžný zápis, do kterého se zanesou informace, které je již poptávající schopen poskytnout s tím, že je vyžadováno, aby dodatečné informace poskytl, jakmile je bude mít k dispozici. Tento postup často znamená, že oddělení event managementu nemá dostatečné informace včas a musí opět kontaktovat poptávajícího před začátkem akce, což vede k neefektivitě.

Po odeslání interní objednávky schválené a podepsané vedoucím pracovníkem zákazníka je přiřazeno k akci interní nákladové středisko. Jednotlivé objednávky jsou odesílány jako scan skrz e-mail nebo prostřednictvím interní pošty. Po obdržení jsou objednávky založeny do šanonu, neexistuje elektronická databáze objednávek a zpětné vyhledávání objednávek je složité a zdlouhavé. Nákladové středisko zapsané do záznamu kalendáře GKM Ferman k jednotlivým akcím je indikací, že byla zaslána interní objednávka a je založena ve své fyzické podobě v šanonu s názvem Eventy 2016. Některé objednávky nejsou doručeny a často musí administrativní pracovník kontaktovat zákazníka zpětně ohledně dodatečného dodání objednávky.

Týden před samotnou akcí je ručně přiřazen technik dle technických požadavků a usouzení administrativního pracovníka oddělení event managementu ŠKODA Muzea. Technik je seznámen se službou prostřednictvím emailu, do kalendáře je poznamenáno jméno technika do jasně určené kolonky. Technik je veden jako účastník schůze a o jakékoliv změně v zápisu je informován pomocí e-mailu, který jej obeznámí s technickými detaily a s termínem akce. Technici jsou vybaveni služebními mobilními telefony a osobním kalendářem, kam se jim po přijmutí akce převedou potřebné informace.

Rezervace konferenčních prostor v této fázi není závazná a zákazník ji může zrušit nebo změnit. Administrativní pracovník se snaží, aby měl veškeré potřebné informace o akci nejpozději dva dny před jejím konáním. V případě stornování

požadavku na rezervaci konferenčních prostor ze strany interního zákazníka nedochází k žádnému postihu. Zákazník není ničím vázán, zřídka se stane, že zákazník na plánovanou akci nedorazí. V případě stornování akce je blocker vymazán z kalendáře GKM Ferman, nelze zpětně dohledat zápis.

U větších akcí je třeba blokace sálu na několik dní dopředu kvůli přípravám sálu a techniky. Na základě požadavků zákazníka administrativní pracovník rozhodne, kolik dní či hodin je třeba před samotnou akcí vyhradit pro přípravu sálu. Vytvoří se blocker s přívlastkem „přípravy“, kdy není možné sál využívat pro jiné potřeby než přípravu dané akce. Takový blocker vytváří administrativní pracovník podle svého vlastního uvážení, není ucelená šablona na přípravný čas sálu, tudíž může vznikat neefektivita z hlediska nevyužívání sálu.

3.3.3 Proces objednávání konferenčních prostor pro externí zákazníky

Objednávání konferenčních prostor pro externí zákazníky je obdobné jako u interních zákazníků, s tím rozdílem, že externí zákazník je vázán smlouvou o pronájmu konferenčních prostor.

Externí zákazník kontaktuje administrativního pracovníka oddělení event managementu prostřednictvím telefonu, e-mailu či osobně. Na základě poptávky jsou zákazníkovi odeslány podklady s informacemi o jednotlivých sálech a ceník pronájmu. Následně dle těchto informací, případně na osobní prohlídce sálu location check, se zákazník rozhodne, který sál nejlépe vyhovuje dané akci. Dále je vytvořen pomocí programu Microsoft Outlook v kalendáři nazvaném GKM Ferman zápis s předběžnou rezervací v daném termínu na daný sál. Zákazníkovi je odeslána upravená smlouva o pronájmu dle poskytnutých informací (fakturační adresa, DIČ) a předběžná kalkulace, která je vytvořena ručně v programu Microsoft Excel a zaslána zákazníkovi do e-mailové schránky. Příklad vytváření předběžné kalkulace je zobrazen na obrázku 4, kde lze nalézt vzorovou kalkulaci pro pronájem sálu Hieronimus I a další techniky, která se sálem souvisí.

Komu... [Lukas (GKM); Radek (GKM); Marek (GKM)]

Odeslat aktualizaci

Předmět: Ext. konference

Místo konání: LK, KW - kino (Lukáš, Radek, Marek) Místnosti...

Čas zahájení: st 16.11.2016 10:00 Celý den

Konec: st 16.11.2016 16:00


210616 ba

Parkoviště před Muzeem uzavřeno (mají vozy LPG – nemůžou do Bondy do podzemí)
Ostraha 1 člověk CMS + 1 z orga týmu bude identifikovat najíždějící, vozy nebudou označeny

KW kino 60 židlí + 3 pro řečníky do čela
Bez techniky
Flipchart 1x

LK středová tribuna s boky – zapáskovat tanzami vrch středové tribuny v úrovni bočnic viz plánek


Pevné stěny
Podium 0cm
2 stoly u vstupu na LK
24 stolů, ke každému 4 židle - podél sálu viz plánek
1x stůl na boku podia + 1 flipchart

 LK layout...

Galerie na každé straně 20 židlí viz plánek + 2x flipchart - na každé straně 1ks

Technika:
Klícker
2x handka na stůl na podiu

Program:
Úvod 2 řečníci
2x video
Prezentace jednatel č.1
Prezentace jednatel č.2
Závěrečné slovo 2 řečníci

Ve sdílené složce:  Skoda GKM Ferman Poslední změnu provedl uživatel Barбора (GKM) v 8:56

Obr. 5 Příklad zápisu externí akce do kalendáře GKM Ferman

V den konání akce je vytvořený produkční list, který je připraven ze souboru Kalkulace a doplněn o kolonku k podpisu. Produkční list stvrzuje požadavky externího zákazníka a je třeba jej podepsat v den konání akce. Pokud se požadavky externího zákazníka v den konání akce liší oproti předběžné kalkulaci, je produkční list ručně upraven podle aktuálních požadavků. Produkční list je přílohou smlouvy o pronájmu a slouží jako důkaz k fakturaci skutečných požadavků.

Po průběhu akce jsou k dispozici následující dokumenty:

- 2x podepsaná smlouva zákazníkem,
- 1x podepsaný produkční list zákazníkem.

Dva výtisky smlouvy jsou zadány k podpisu vedoucímu pracovníku ŠKODA Muzea. Po podepsání dvou výtisků smlouvy vedoucím pracovníkem ŠKODA Muzea a externím zákazníkem je jeden výtisk uložen v archívu oddělení event managementu a jeden výtisk zaslán poštou na adresu zákazníka.

Následně je zadán na účetní oddělení požadavek o vystavení faktury, jejíž dobou splatnosti je 14 dní. Jako požadavek o vystavení faktury slouží zaslání interní poštou následujících dokumentů:

- 1x kopie podepsané nájemní smlouvy,
- 1x originál interní sdělení podepsané vedoucím pracovníkem ŠKODA Muzea,
- 1x kopie produkčního listu podepsaného zákazníkem.

Na základě těchto informací je vystavena faktura zákazníkovi, oddělení event managementu nemá další informace o průběhu fakturování a proplacení.

Dokumenty ohledně externích pronájmů jsou ukládány na dvou místech – fyzický archív v šanonech, kam se ukládají následující dokumenty:

- 1x originál podepsaná nájemní smlouva,
- 1x originál podepsaný produkční list,
- 1x kopie interního sdělení o vystavení faktury.

Všechny vytvořené dokumenty i jejich modifikace jsou ukládány do systémového úložiště, nicméně pouze pracovní vytvořené soubory, nikoliv kopie s podpisy. Na systémovém úložišti je vytvořena složka EVENT, kde se vytvářejí podsložky s pojmenováním a očíslováním jednotlivých akcí, viz obrázek 6. Složky vytváří a ručně spravuje administrativní pracovník. Ukládané dokumenty do jednotlivých složek akcí ukazuje obrázek 7.

Název položky	Datum změny	Typ
0001_Seznam smluv	1.11.2016 16:21	Složka souborů
001_VZORY Dokumentů	30.9.2016 13:57	Složka souborů
02_██████████	30.9.2016 11:31	Složka souborů
03_██████████	7.10.2016 8:59	Složka souborů
04_████████████████████	30.9.2016 11:32	Složka souborů
05_██████████████████	30.9.2016 11:32	Složka souborů
06_██████████████████	30.9.2016 11:32	Složka souborů
07_██████████	30.9.2016 11:32	Složka souborů
08_██████████	30.9.2016 11:32	Složka souborů
09_██████████	30.9.2016 11:33	Složka souborů
10_██████████████████	30.9.2016 11:33	Složka souborů

Obr. 6 Uložení složek s dokumenty pro externí akce na systémovém úložišti

Název položky	Datum změny	Typ	Ve
08_Nájemní smlouva ██████████	19.2.2016 15:21	Microsoft Word 9...	
IS ██████████	17.3.2016 11:16	Microsoft Word D...	
Price_list_██████████	12.2.2016 8:05	Adobe Acrobat D...	
Price_list_██████████	23.2.2016 11:10	Microsoft Excel 97...	

Obr. 7 Uložení dokumentů v složce pro externí akce na systémovém úložišti

Přiřazování techniků k jednotlivým interním či externím akcím probíhá vždy na týden dopředu a provádí je administrativní pracovník oddělení event managementu ručně pomocí zadání jmen a informací do kalendáře GKM Ferman.

V případě stornování požadavku na rezervaci konferenčních prostor ze strany externího zákazníka do lhůty tří dní před začátkem akce a podepsání smlouvy o pronájmu, je zákazník povinen zaplatit 10 % z celkové částky pronájmu. Při lhůtě kratší než tři dny do začátku akce je zákazník povinen zaplatit 100 % z celkové ceny pronájmu. Při stornování akce je blocker vymazán z kalendáře GKM Ferman, nelze zpětně dohledat zápis.

U větších akcí je třeba blokace na několik dní dopředu na přípravu sálu nebo techniky. Na základě požadavků zákazníka administrativní pracovník sám

rozhodne, kolik dní či hodin je třeba před samotnou akcí vyklidit a připravovat sál. Vytvoří se blocker s přívlastkem „přípravy“, kdy není možné sál využívat pro jiné potřeby než přípravu dané akce. Takový blocker vytváří administrativní pracovník podle svého vlastního uvážení, není ucelená šablona na přípravný čas sálu, tudíž může vznikat neefektivita z hlediska nevyužívání sálu.

Termíny location check jsou svolávány stejně jako u interních zákazníků a opět si je administrativní pracovník zapisuje pouze do svého osobního kalendáře.

3.3.4 Statistiky oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu

Veškeré proběhlé i budoucí akce jsou zaznamenávány do interních statistik, které slouží k informaci vedoucího pracovníka ŠKODA Muzea. Statistiky jsou vytvářeny ručně v programu Microsoft Excel do předem připravené šablony. Jednotlivé akce se do statistik zapisují ručně pomocí kalendáře GKM Ferman. Do statistik se zahrnují následující informace:

- Den konání akce,
- název akce,
- počet účastníků – rozlišují se interní a externí návštěvníci,
- sál, ve kterém je akce pořádána,
- organizační jednotka,
- nákladové středisko oddělení.

Obrázek 8 ukazuje příklad statistiky návštěvnosti pro dvě interní akce, které se konaly na sálech Hieronimus I a Kolowrat.

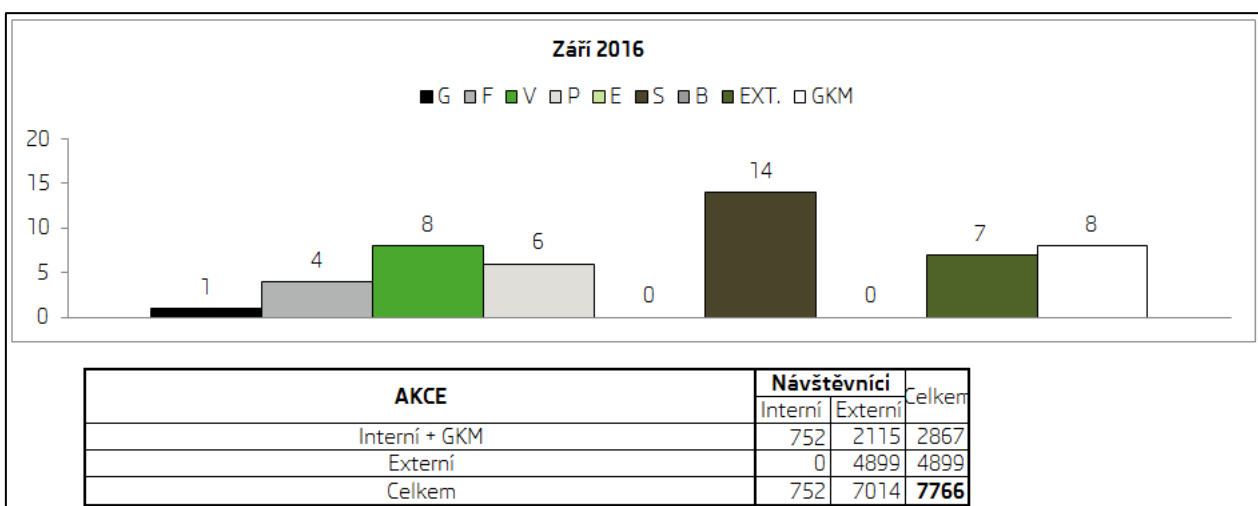
Datum	Event	Interní návštěvníci	Externí návštěvníci	Laurin & Klement	Foyer	Hieronimus I.	Hieronimus II.	Kolowrat	Celkem	Org. jednotka	NS
1.6.2016	Návštěva Maroco	3	12			x				S	
1.6.2016	Jednání v týmu nářadovna	10						x		S	

Obr. 8 Příklad statistiky návštěvnosti ve ŠKODA Muzeu

Níže zobrazovaný obrázek 9 vytváří přehled o návštěvnosti ŠKODA Muzea v období jednoho roku pro interní zákazníky s rozdělením na jednotlivé měsíce a organizační jednotky, přičemž v tomto příkladu se jedná o organizační jednotky G a F. Obrázek 10 následně ukazuje grafické zpracování statistik pro jeden měsíc z hlediska návštěvnosti rozdělené na jednotlivé organizační jednotky a externí akce.

OJ - počet akci	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	prosinec	celkem
G	2	1	8	9	5	15	2	10	1	3	2	0	58
F	11	16	6	2	7	5	4	2	4	8	2	0	67

Obr. 9 Příklad statistiky návštěvnosti dle měsíců a OJ⁵ ve ŠKODA Muzeu



Obr. 10 Příklad statistiky návštěvnosti dle měsíců a OJ ve ŠKODA Muzeu

Hlavními sledovanými atributy je externí a interní návštěvnost, které spadají dále do statistik návštěvnosti ŠKODA Muzea a jsou předávány k účelům dalších oddělení. Při ručním zadávání statistik často dochází k chybám a kvůli absenci jednotlivých objednávek mohou být nepřesné. Zadávání zápisů do statistik ručně je neefektivní a často nepřesné, administrativní pracovník musí obvykle kontaktovat zpět interní zákazníky ŠKODA Muzea a vyžadovat data, které je třeba do statistik zařadit.

⁵ OJ – Organizační jednotka

3.3.5 Výhody a nevýhody současného stavu

Mezi hlavní výhody současného plánování a odbavování akcí ve ŠKODA Muzeu patří finanční nenáročnost, kdy administrativní pracovník nevyužívá speciální a nákladný software. Další výhodou je určitá uživatelská přívětivost a jednoduchost, které nabízejí klasické programy z balíku Microsoft Office a jejich vzájemná propojenost, nicméně prvotní určení není to, k čemu jsou v event management oddělení využívány.

Hlavní nevýhodou je zcela určitě chybovost, která se vyskytuje kvůli lidskému faktoru, jehož úkolem je zadávat informace či statistiky do počítačové podoby ručně. V důsledku přehlédnutí, opomenutí opravení informace a nezajištění dostatečných informací dochází k chybám, neinformovanosti techniků či externích agentur a dalších pracovníků, jejichž práce závisí na administrativním pracovníku.

Časová náročnost je další nevýhodou, kdy administrativní pracovník vyplňuje veškeré formuláře a tabulky ručně, přičemž není schopen při velkých frekvencích akcí zjišťovat dostatečné informace. Zadáváním informací do systému zákazníkem se také přenáší zodpovědnost na stranu zákazníka, který mnohdy nedostatečně popíše průběh akce či požadavky, přičemž zodpovědnost doposud spočívá na oddělení event managementu. S tím souvisí i nedostatečná průkaznost, kdy většina rezervací probíhá prostřednictvím telefonátů. Není tedy možné zpětně zjistit, zda zákazník skutečně včas zajistil vše pro bezproblémový průběh akce.

Nepřehlednost zápisu je nevýhodou, která komplikuje práci technikům či externím firmám, které mají přístup k datům. Zápis v kalendáři GKM Ferman vytvářený administrativním pracovníkem nemá přesnou šablonu, podle které by se řídil, to znamená, že technik dostává jednak zbytečné informace, které k vykonávání své práce nepotřebuje a zároveň musí složitě získávat ze zápisu jednotlivé specifikace, čímž vzniká neefektivita.

Zákazník nemusí být znalý dané tematiky a nemusí být zcela seznámen s možnostmi ŠKODA Muzea a tak může zvolit sál nevyhovující jeho akci či nedokáže dostatečně posoudit, která technika bude pro odbavení jeho akce dostatečná.

Neefektivní využívání sálů z hlediska vytížení je opět řazeno mezi nevýhody. Plánované přípravy mohou být kratší nebo delší než skutečně jsou. Tento problém může nastat například při zvolení delšího přípravného času administrativním pracovníkem v případě nedostatečných informací.

3.4 Návrh zlepšení systému objednávání konferenčních prostor

Současný způsob vedení informací a objednávání konferenčních prostorů ve ŠKODA Muzeu je procesně příliš zdlouhavý, bez automatizace a náchylný k chybám. Následující kapitola navrhuje změny některých procesů poloautomatickým systémem, který usnadní běh oddělení, úkolování techniků, plánování jednotlivých akcí a vytváření statistik.

3.4.1 Základní pojmy a zainteresovaní pracovníci

Zainteresovaní pracovníci jsou stejní jako při současném stavu. Technici zastávají stále své určené pozice, změna nastává u administrativního pracovníka oddělení, ze kterého se stává administrátor systému, jehož úkoly jsou v navrhovaném systému odlišné než u současného stavu. Role administrativního pracovníka je nyní především kontrolní a rozhodovací.

Možnosti jednotlivých sálů jsou neměnné, proto návrh zlepšení je vytvářen na současný stav a množství konferenčních prostor, nicméně do budoucna počítá s rozšiřováním či úpravou možností jednotlivých sálů.

Rozlišování interních a externích zákazníků opět zůstává jako u současného stavu, nicméně změna nastává u financování pronájmu interními zákazníky, kdy probíhá přeúčtování interních nákladů mezi jednotlivými odděleními.

Blocker – údaj v kalendáři, který blokuje danou konferenční místnost na přesně daný termín.

Location Check – obhlídka sálů externím či interním zákazníkem. Zákazník se dostaví do ŠKODA Muzea osobně v určitý termín a administrativní pracovník představí jednotlivé konferenční prostory a sdělí jejich možnosti. Účelem této schůzky je vybrat sál vyhovující potřebám akce zákazníka.

3.4.2 Proces objednávání konferenčních prostor pro interní zákazníky

Následující kapitola navrhuje způsob objednávání konferenčních prostor pro interní zákazníky prostřednictvím formuláře v lokálním intranetu společnosti ŠKODA AUTO a.s. Přístup do formuláře mají veškerý zaměstnanci ŠKODA AUTO a.s. s počítačem a lokálním účtem.

Proces objednávání konferenčních prostor přes webový formulář je velice podobný systému, který je ve společnosti využíván například k objednávání služebního telefonu či automobilu.

Přes webové rozhraní zájemce o daný sál vytvoří poptávku, ve které jsou uvedeny veškeré informace ohledně budoucí akce. Informace potřebné k odeslání poptávky:

- Jaký sál zákazník objednává,
- množství účastníků akce – rozdělení na interní a externí účastníky,
- termín akce,
- technické specifikace sálu,
- oddělení a nákladové středisko pro přeúčtování nákladů,
- kontaktní údaje.

Při opětovném objednávání konferenčních prostor interním zákazníkem dochází k využití informací, které zákazník vyplnil v předchozí objednávce. Při zadání nákladového střediska se automaticky vyplní informace o interním zákazníku, nikoliv však specifikace sálů.

Následně je poptávka odeslána administrativnímu pracovníku oddělení event management, který je zároveň obeznámen o nové poptávce prostřednictvím automatického upozornění skrz e-mailovou schránku.

Po odeslání poptávky zájemcem je vytvořen blocker v interním kalendáři s označením „nepřijato“, tento blocker se vytváří automaticky a obsahuje již informace zadané poptávajícím.

Administrativní pracovník event managementu vstoupí do systému pomocí svého přihlašovacího jména a hesla. V administrativním systému je vytvořen kalendář, do kterého jsou zasílány poptávky zájemců. Administrativní pracovník rozhoduje dle možností a vytíženosti sálů ŠKODA Muzea, které z poptávek jsou uskutečnitelné, a na základě toho jim přiřazuje stavy:

- Odmítnuto – není možné akci uskutečnit,
- přijato – akci lze uskutečnit, je zadána do kalendáře jako závazná a pokud ji poptávající nebo administrativní pracovník nezruší, proběhne.

Systém pracuje s interním kalendářem, který poptávajícího upozorní ve webovém formuláři, pokud zadává termín jím poptávané akce na datum a čas, kde je již zadaná položka v kalendáři jako „přijato“. Nemůže se tedy stát, že by poptávající zadal termín akce takový, který je již obsazen a potvrzen administrativním pracovníkem event managementu.

Pokud je akce označena jako „přijato“ je poptávající upozorněn e-mailem, že jeho termín je vyhovující a lze akci naplánovat. Zároveň se odešle žádost o schválení poptávky na nadřízeného poptávajícího s daným podpisovým právem. Nadřízený poptávajícího je vyzván k odsouhlasení akce. Na odsouhlasení akce běží lhůta 14 dní od zadání poptávky, případně sedm dní do začátku akce. Pokud je akce schválena nadřízeným v daném termínu, je zanesena jako závazná. Pokud není potvrzena nadřízeným poptávajícího v daném termínu, je akce brána jako stornovaná. Poptávající může akci prostřednictvím systému stornovat maximálně sedm dní před začátkem akce i přes závazné objednání. Pokud interní zákazník zruší závaznou objednávku pronájmu konferenčních prostor v lhůtě kratší než sedm dní, z jeho oddělení bude odvedeno na účet oddělení event managementu 50 % z koncové ceny pronájmu pro interní zaměstnance. V případě stornování akce je zápis v interním kalendáři označen jako „stornováno“ a lze zpětně vyhledat informace o tomto zápisu, což je změna oproti současnému stavu.

Přeúčtování interních nákladů probíhá automaticky pomocí systému, který pracuje s nákladovými středisky jednotlivých oddělení. Cena pronájmu pro interní zákazníky je 20 % z celkových nákladů pro externí zákazníky. Hodnota 20 % byla

vyměřena dle roku 2015, aby bylo možné financovat oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu obdobně jako v předchozích letech, nicméně nyní již s přeúčtováním nákladů. V současném stavu se přeúčtování nákladů neprovádí a oddělení event management ve ŠKODA Muzeu pracuje s balíkem peněz, který je přiřazován na začátku kalendářního roku. Tento balík je určen k provozu ŠKODA Muzea a k investičním účelům, které jsou plánovány v delším časovém horizontu.

Administrativní pracovník oddělení event managementu má v jakékoliv fázi objednávání a realizace příprav pronájmu možnost upravovat či stornovat objednávku bez jakéhokoliv postihu. Administrativní pracovník dostává informace od systému, nicméně rozhodnutí připadají na něj. Může rozhodnout i v rozporu s tím, jak mu systém radí. Veškeré změny a rozhodnutí jsou zaznamenávány a v případě potřeby je možné dohledat, který uživatel je provedl.

Systém zároveň dokáže plánovat i dobu přípravy jednotlivých sálů, kdy mezi různými rozestavěními sálu mohou být rozlišné doby přípravy. Na základě toho dokáže systém sám vytvořit blocker potřebný na přípravu sálu či techniky s ohledem na předchozí akci. Blocker na přípravu následující akce může zasahovat do předchozí akce, na což upozorní systém administrativního pracovníka a ten rozhodne, zda je možné akci uspořádat. Přípravné rezervace jsou vytvářeny s určitou rezervou z hlediska možné prodlevy přípravy či technického problému.

V interním kalendáři má administrativní pracovník vytvořit blocker s poznámkou „location check“. Tento blocker není brán jako rezervace sálu a zákazníkům je umožněna automatická rezervace sálu. Termíny Location check jsou v interním kalendáři jasně viditelné, rozlišené oproti rezervaci místnosti a jsou k ní přiřazeni jednotliví administrativní pracovníci, kteří mají akce na starosti. V případě rezervace místnosti v termínu Location check automaticky systém přehodí blocker Location check na jinou hodinu či den a čeká na schválení administrativního pracovníka. Po schválení administrativního pracovníka je zákazník zúčastňující se schůzky location check upozorněn na změnu pomocí e-mailu.

3.4.3 Proces objednávání konferenčních prostor pro externí zákazníky

Proces objednávání konferenčních prostor pro externí zákazníky probíhá velice podobně jako u systému pro interní zákazníky s tím, že externí zákazník vstupuje do systému jinou cestou.

Externí zákazník má možnost zadat poptávku prostřednictvím webového formuláře umístěného na stránkách ŠKODA Muzea, který je veřejně přístupný. Na základě vyplnění tohoto formuláře je administrativní pracovník oddělení event managementu upozorněn na poptávku. Blocker na určitý termín a sál je vytvořen v interním kalendáři, přičemž administrativní pracovník s poptávkou dále pracuje.

Při vyplňování zákazník zadá informace o vlastní akci, tedy:

- Objednávaný sál,
- množství účastníků akce,
- termín akce,
- technické specifikace sálu,
- fakturační údaje,
- kontaktní údaje.

Při opětovném objednávání konferenčních prostor externím zákazníkem dochází k využití informací, které zákazník vyplnil v předchozí objednávce. Při zadání názvu firmy se automaticky vyplní informace o externím zákazníku, nikoliv však specifikace sálů.

Na základě těchto informací je informován o nákladnosti pronájmu konferenčních prostor a sám si může požadavky upravovat podle vlastních finančních možností. Veškeré položky jsou ve formuláři neceněny a zákazník tak může postupovat metodicky, přičemž k dispozici má dostatečně detailní ceník a vysvětlivky, co spolu s jednotlivými položkami obdrží a co všechno obsahují. Odpadá zde tedy několik kroků, které by musel administrativní pracovník zadávat ručně a kontaktovat kvůli těmto záležitostem zákazníka.

Po odeslání nezávazné poptávky zákazníkem dostává informaci o rezervaci pronájmu pracovník event management oddělení, který ji dále zpracovává.

Ověřuje především, zda je možné na základě požadavků akci ve ŠKODA Muzeu provést a zda jsou schopny konferenční prostory vyhovět všem požadavkům. Pokud ano a termín není v rozporu s žádnou jinou akcí, potvrdí možnost pořádání akce administrativní pracovník v systému, přičemž zákazník je automaticky informován prostřednictvím e-mailu o přijetí rezervace konferenčních prostor. Nyní se stává poptávka závaznou a zákazník má určitou lhůtu, do které lze stornovat danou rezervaci bez finančního postihu. Lhůta pro stornování akce je sedm dní před začátkem příprav akce, do tohoto termínu lze zákazníkem stornovat objednávku sálu bez finančního postihu. Pokud externí zákazník zruší závaznou objednávku pronájmu konferenčních prostor v lhůtě kratší než sedm dní, zaplatí 100 % z ceny pronájmu.

Administrativní pracovník oddělení event managementu má v jakékoliv fázi objednávání a realizace příprav pronájmu možnost stornovat či upravovat objednávku konferenčních prostor. Vzhledem k charakteru jednotlivých akcí však musí rozhodovat, zda je to nutné. V případě stornování či úpravy objednávky je zákazník informován automaticky prostřednictvím e-mailu.

Při potvrzení rezervace také dochází k vytvoření veškerých dokumentů potřebných pro právní uskutečnění pronájmu – smlouvy a produkční list. Tyto dokumenty jsou vytvořeny automaticky na základě zákaznickem poskytnutých informací, administrativní pracovník dokumenty zkontroluje a zajistí jejich podpis na straně ŠKODA Muzea. Konečný akt podepsání smluv i stranou zákazníka proběhne v den konání akce. Produkční list odpovídá skutečným požadavkům zákazníka, je vytvořen automaticky, ovšem lze editovat, takže v případě dodatečných požadavků v den konání akce jej lze ručně upravit a probíhá podepsání produkčního list. Popsané dokumenty administrativní pracovník oddělení event managementu oskenuje a ukládá do systému do složky pod jednotlivé akce. Originály jsou zakládány do šanonu.

Fakturace probíhá na základě pokynu oddělení event managementu, kdy pracovník vyplní interní formulář o vystavení faktury. To zajišťuje separátní program, který již ve společnosti ŠKODA AUTO a.s. funguje. Administrativní pracovník ŠKODA Muzea převede fakturační údaje a další informace do tohoto systému, načež účetní oddělení vystaví fakturu. V systému je možné pozorovat průběh fakturování, takže oddělení event managementu může sledovat, zda byla

faktura poslána či částka za poskytnutí konferenčních prostor již byla připsána na daný účet. Ideální řešení propojit systém pro objednávání konferenčních prostor ve ŠKODA Muzeu s fakturačním systémem ŠKODA AUTO a.s., tak aby spolu minimálně komunikovali automaticky a krok zadávání fakturačních údajů byl automatizován.

Systém zároveň vytváří další funkce, které jsou potřeba pro koordinování samotných techniků, a do kalendáře automaticky plánuje úkoly pro jednotlivé profese. Systém se řídí charakteristikou akcí, datem, dispozicí a profesí techniků. V praxi to znamená interní kalendář s propojením na jednotlivé kalendáře techniků, přičemž každý z techniků nezávisle na jejich funkci vlastní služební chytrý mobilní telefon s aplikací, ve které je možný jednotlivé úkoly kontrolovat a prohlížet si svůj osobní pracovní kalendář přidělený systémem.

Systém automaticky vytváří statistiky, to znamená, že administrativní pracovník již nemusí ručně zadávat veškeré údaje do tabulek, ale je schopný generovat soubory se statistikami, které přesně potřebuje. Pomocí systému dokáže vyfiltrovat ze statistik jednotlivá období, místnosti, interní oddělení a další atributy.

Veškeré informace ohledně externích a interních akcí či schůzek location check se zapisují do jednoho kalendáře, ve kterém má ovšem administrativní pracovník možnost filtrovat a zobrazovat pouze jím vybrané informace. Metodika práce s termíny location check je stejná jako u interních zákazníků.

3.4.4 Výhody a nevýhody navrhovaného stavu

Hlavní výhodou oproti současnému stavu je poloautomatizace a jasně vyhranění působnosti administrativního pracovníka event managementu. Jednotlivé kroky objednávání konferenčních prostor probíhají prostřednictvím systému, který dokáže posoudit dostupnost jednotlivých sálů, čímž se zvyšuje vytíženost konferenčních prostor a odpadá povinnost administrativního pracovníka zadávat informace ručně.

Jedním z největších problémů oddělení event managementu ŠKODA Muzea je chybovost, která je způsobena lidským faktorem a je přirozená. Chybovost je odstraněna poloautomatickým systémem, který je schopný podle určitého

algoritmu vyhodnotit, zda je možné určitou akci v daném termínu uspořádat. Systém zároveň počítá s časem příprav jednotlivých sálů, takže zaměstnanci event managementu mají vždy dostatečný čas na přípravu sálů.

Další výhodou je přenesení zodpovědnosti na zákazníka, kdy bude existovat jasný důkaz o tom, co přesně zákazník navolil a jaké byly jeho požadavky na čas. Nenastane situace, kdy zákazník v den konání akce tvrdí, že objednával určitou specifikaci, kterou mu oddělení event managementu ŠKODA Muzea nepřipravilo a administrativní pracovník nemůže zákazníkovi dokázat, že o tuto specifikaci nepožádal. Administrativní pracovník má kontrolní funkci. Zodpovědnost za objednávané prostory přechází na zákazníka. Administrativní pracovník je schopný dohledat objednávku, kterou zákazník odeslal.

Systém je schopný sám plánovat blocker na přípravy jednotlivých uspořádání sálů, to znamená větší efektivitu a lepší využití obsazenosti sálů.

Díky přívětivému uživatelskému rozhraní a vysvětlivkám u jednotlivých specifikací má zákazník přehled o tom, co si přesně objednává a které technické řešení i sál bude jeho požadavkům vyhovovat nejlépe. Zákazník sálu může vybírat místnost i podle aktualizovaných vizualizací.

Velkým bodem je také informovanost techniků, kteří při navrhovaném stavu dostávají pouze ty informace, které potřebují k výkonu své činnosti, nikoliv informace, jež jsou určeny ostatním technikům, takže neztrácejí čas filtrováním informací ze zápisu.

V interním kalendáři je možné zpětně dohledávat informace ze zápisů stornovaných akcí. Zároveň lze u jednotlivých kroků zjišťovat, kdo je v systému odsouhlasil.

Nevýhodou je nákladnost systému, přičemž prvotní investice na návrh a spuštění systému je poměrně vysoká a její návratnost naplánována na několik let. Nejedná se o software, který by byl součástí výbavy klasického počítače ve společnosti ŠKODA AUTO a.s.

Závěr

Úkolem této bakalářské práce bylo zabývat se problematikou plánování pořádání akcí ve ŠKODA Muzeu a pokusit se vylepšit, případně automatizovat procesy, které jsou s plánováním spojené. Autor bakalářské práce se v teoretické části věnoval základním pojmům a především analýze pracovního místa a dalších spojitostí, které bylo třeba vyzorovat k nahrazení úkonů poloautomatickým systémem. V rámci praktické části se poznatky z teoretické části implementovaly do návrhu poloautomatického systému pro účely oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu a dalších interních či externích zákazníků, kteří jsou s tímto oddělením spjati. Podařilo se navrhnout takový systém, který se zabývá veškerými procesy, které je třeba projít v případě vytváření rezervace konferenční místnosti ŠKODA Muzea. Systém zároveň usnadňuje práce administrativním pracovníkům oddělení a systematicky informuje techniky oddělení. Administrativní pracovník přechází do role rozhodovací a hlavní zátěž odpovědnosti přechází na zákazníka. V návrhu systému je také přistoupeno k financování pronájmů pro interní zákazníky prostřednictvím přeúčtování nákladů, což je proti stávajícímu chodu oddělení event managementu výrazná změna. Aplikace poloautomatického systému přinese řadu výhod oproti stávajícímu stavu, jakožto minimalizace chybovosti, vytváření statistik návštěvnosti, přehlednost a uživatelská přívětivost. Nicméně hlavní nevýhodou aplikace systému je v současné době jeho nákladnost, avšak do budoucna se počítá s jeho skutečným zavedením a přechodem na poloautomatizovaný systém objednávání konferenčních prostor ve ŠKODA Muzeu.

Seznam literatury

ARMSTRONG, M. *A Handbook of HUMAN RESOURCE MANAGEMENT PRACTICE*. 10. Vyd. London: Kogan Page Limited, 2006. ISBN 0-7494-4631-5

COLE, G. A. *Personnel Management. Theory and Practice*. 4. Vyd. London: Cengage Learning EMEA, 1988. ISBN 978-1858051673

GOLDBLATT, J. *Special Events TWENTY-FIRST CENTURY GLOBAL EVENT MANAGEMENT*. 3. Vyd. New York: John Wiley & Sons, Inc., 2002. ISBN 0-471-39687-75

HEJLOVÁ, D. *Public relations*. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5022-4

Historie muzea. *Museum.skoda-auto* [online]. [cit. 2016]. Dostupné z: <http://museum.skoda-auto.cz/muzeum>

KOUBEK, J. *Řízení lidských zdrojů. : Základy moderní personalistiky*. 2. vyd. Praha: MANAGEMENT PRESS, 2000. ISBN 80-85943-51-4

PÝCHA, Norbert. *Moderní trendy v eventech* [online]. 2016. Dostupné z URL: <http://www.event-management.cz/inspirace/moderni-trendy-v-eventech>

ŠINDLER, P. *Event marketing. : Jak využít emoce v marketingové komunikaci*. Praha: Grada Publishing a.s., 2003. ISBN 80-247-0646-6

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 1 Příklad zápisu jednoho dne do kalendáře GKM Ferman	23
Obr. 2 Příklad zápisu interní akce do kalendáře GKM Ferman	23
Obr. 3 Zobrazení detailu akce kalendáře GKM Ferman	24
Obr. 4 Příklad předběžné kalkulace pro externí zákazníky	27
Obr. 5 Příklad zápisu externí akce do kalendáře GKM Ferman	28
Obr. 6 Uložení složek s dokumenty pro externí akce na systémovém úložišti	30
Obr. 7 Uložení dokumentů v složce pro externí akce na systémovém úložišti	30
Obr. 8 Příklad statistiky návštěvnosti ve ŠKODA Muzeu.....	31
Obr. 9 Příklad statistiky návštěvnosti dle měsíců a OJ ve ŠKODA Muzeu	32
Obr. 10 Příklad statistiky návštěvnosti dle měsíců a OJ ve ŠKODA Muzeu.....	32

Seznam tabulek

Tab. 1 Konferenční sály ŠKODA Muzea	20
Tab. 2 Zaměstnanci oddělení event managementu ve ŠKODA Muzeu	20

ANOTAČNÍ ZÁZNAM

AUTOR	David Moucha		
STUDIJNÍ OBOR	6208R088 Podniková ekonomika a management provozu		
NÁZEV PRÁCE	Návrh systému pro event management ŠKODA Muzea		
VEDOUCÍ PRÁCE	prof. Ing. Radim Lenort, Ph.D.		
KATEDRA	KLAT - Katedra logistiky, kvality a automobilové techniky	ROK ODEVZDÁNÍ	2016
POČET STRAN	34		
POČET OBRÁZKŮ	10		
POČET TABULEK	2		
POČET PŘÍLOH	0		
STRUČNÝ POPIS	<p>Tato bakalářská práce je zaměřena na proces plánování akcí pro různé účely. Práce se zabývá teorií disciplíny event managementu v České republice a v budově ŠKODA Muzeum, analýzou pracovního místa a následně teoretické poznatky aplikuje do praxe při plánování akcí oddělením event managementu ve ŠKODA Muzeu. Cílem této bakalářské práce je zlepšení efektivity oddělení, zjednodušení procesu a minimalizace chybovosti. Navrhovaným řešením je v tomto případě poloautomatický systém, který obsluhuje administrativní pracovník. Poloautomatický systém zvyšuje efektivitu plánování akcí, minimalizuje chybovost a vylepšuje proces, nicméně je značně nákladný. Systém by měl být skutečně uveden do provozu.</p>		
KLÍČOVÁ SLOVA	Event management, event marketing, konferenční prostory, analýza pracovního místa, poloautomatický systém, proces objednávky		
PRÁCE OBSAHUJE UTAJENÉ ČÁSTI: Ne			

ANNOTATION

AUTHOR	David Moucha		
FIELD	6208R088 Business Management and Production		
THESIS TITLE	Design of the system for event management at ŠKODA Museum		
SUPERVISOR	prof. Ing. Radim Lenort, Ph.D.		
DEPARTMENT	KLAT - Department of Logistics, Quality and Automotive Technology	YEAR	2016
NUMBER OF PAGES	34		
NUMBER OF PICTURES	10		
NUMBER OF TABLES	2		
NUMBER OF APPENDICES	0		
SUMMARY	<p>This thesis is focused on process of planning events for various purposes. Thesis deals with the theory of discipline event management in the Czech Republic, in the building of ŠKODA Museum and job analysis. Then apply the theoretical knowledge into practice for purposes of actions planned by event management department at ŠKODA Museum. The aim of this work is to improve the efficiency of the department, simplify the process and minimize errors. The proposed solution is a semi-automated system operated by administrative staff. Semi-automated system increases the efficiency of event planning, minimize errors and improve the process, however, it is very expensive. The system should be truly put into operation in future.</p>		
KEY WORDS	Event management, event marketing, conference facilities, job analysis, semi-automatic system, order process		
THIS INCLUDES UNDISCLOSED PARTS: No			