

MORAVSKÁ VYSOKÁ ŠKOLA OLOMOUC

Ústav ekonomie

Roman Ballek, DiS.

**Analýza konkurenčního postavení
bezpečnostní agentury na trhu**
Analysis of the Competitive Position
of the Security Agency in the Market

Bakalářská práce

Vedoucí práce: Ing. Jolana Kvičalová

Olomouc 2012

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracoval samostatně a použil v ní jen uvedenou literaturu a ostatní zdroje.

V Prostějově dne

2012

.....

vlastnoruční podpis

Na tomto místě bych rád poděkoval Ing. Jolaně Kvíčalové za odborné vedení a cenné rady při zpracování této bakalářské práce. Zároveň bych také rád poděkoval společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov za poskytnutí všech potřebných informací.

OBSAH

ÚVOD	6
1 POSTAVENÍ FIRMY V RÁMCI KONKURENČNÍHO PROSTŘEDÍ	7
1.1 Obecné pojetí marketingové koncepce a marketingu služeb	7
1.2 Marketingové prostředí	8
1.2.1 Vnější prostředí	8
1.2.1 Vnitřní prostředí	10
1.3 Význam marketingu v konkurenčním prostředí.....	11
1.4 SWOT analýza	13
1.5 Konkurenční strategie	15
1.5.1 Strukturální analýza odvětví	16
1.5.2 Generické konkurenční strategie.....	18
1.6 Marketingová situační analýza	19
2 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV	22
2.1 Historie společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov	22
2.2 Poskytované služby.....	23
2.2.1 Fyzická ostraha objektů, patrolovací služba	23
2.2.2 Ostraha objektů formou pultu centralizované ochrany	26
2.2.3 Dálkový kamerový dohled	29
2.2.4 On – line systém sledování polohy a ostraha mobilních objektů.....	30
2.2.5 Převoz finanční hotovosti.....	32
2.2.6 Úklidové služby	32
2.3 Struktura společnosti.....	32
2.3.1 Základní údaje o společnosti.....	33
2.3.2 Organizační struktura společnosti.....	34
2.4 Oprávnění k podnikání.....	35
3 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV	36
3.1 Aplikace Porterova modelu pěti sil v praxi	36
3.1.1 Potenciální noví konkurenti	36
3.1.2 Náhradní výrobky, služby (substituty).....	36
3.1.3 Vliv odběratelů (Kupující).....	37
3.1.4 Vliv dodavatelů	37

3.1.5 Konkurenti v odvětví	38
3.2 SWOT analýza	38
3.3 Analýza konkurence.....	40
3.3.1 Bezpečnostní agentura SBIS, s.r.o.	40
3.3.2 Bezpečnostní agentura BS Kings Security, s.r.o.....	42
3.4 Marketingový průzkum.....	45
4 NÁVRKY NA POLÍLENÍ KONKURENČNÍHO POSTAVENÍ BEZPEČNOSTNÍ AGENTURY SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV NA TRHU	53
ZÁVĚR	54
ANOTACE	56
SEZNAM LITERATURY.....	57
SEZNAM OBRÁZKŮ	60
SEZNAM TABULEK.....	61
SEZNAM GRAFŮ	62
SEZNAM PŘÍLOH.....	63
PŘÍLOHY	64

ÚVOD

Dynamické změny trhu nutí firmy všech oborů hledat stále nové a lepší formy obsluhy svých klientů. Nejinak je tomu i ve společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov, kterou jsem si zvolil ke spolupráci na této bakalářské práci. Kromě širokého územního rozsahu je doménou firmy nabídka širokého sortimentu služeb, a jejich neustálé rozšiřování a také zkvalitňování. Zároveň však musí společnost čelit negativnímu působení mnoha faktorů. Především je to velké množství firem poskytující podobné služby v Prostějovském regionu.

Cílem mé práce je analyzovat stávající situaci firmy, poskytnout náhled jak funguje bezpečnostní agentura, nalézt silná a slabá místa, analyzovat konkurenci v Olomouckém regionu a navrhnout možné zlepšení konkurenčního postavení společnosti na trhu. Budu čerpat z dostupné literatury, studijních materiálů, poznatků z praxe a materiálů poskytnutých společností SIDA, s.r.o. Prostějov.

Práce se zabývá jak teoretickou, tak i praktickou částí. V první kapitole popisují teoretická východiska, ze kterých vycházím a aplikuji je do praxe v dalších částech mé práce. Druhou kapitolu věnuji charakteristice společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov, kde se zaměřím na historii společnosti, její strukturu a především se budu věnovat nabídce poskytovaných služeb.

Ve třetí kapitole analyzuji silné a slabé stránky firmy, provedu také stručnou analýzu konkurence a prakticky budu aplikovat Porterův model pěti sil. Dalším důležitým krokem bude vypracování marketingového průzkumu, kde se budu snažit poskytnout obrázek o spokojenosti klientů společnosti SIDA s.r.o. Prostějov s poskytovanými službami.

V poslední kapitole se budu zabývat návrhy na posílení konkurenčního postavení společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov na trhu. Zde uvedu mnou navržené možnosti ke zlepšení konkurenceschopnosti.

Ve své práci budu používat metody deskripce, analýzy a komparace. Věřím, že moje práce bude přínosem a pomůže společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov k posílení konkurenčního postavení na trhu.

1 POSTAVENÍ FIRMY V RÁMCI KONKURENČNÍHO PROSTŘEDÍ

První kapitola Postavení firmy v rámci konkurenčního prostředí shrnuje teoretická východiska, která jsou poté aplikována v části praktické. Je zde popsána marketingová koncepce, kterou si musí každá společnost stanovit ke splňování svých cílů. Další důležitou součástí je popsání SWOT analýzy, jako jednoho z nejdůležitějších nástrojů firemní a konkurenční strategie.

1.1 Obecné pojetí marketingové koncepce a marketingu služeb

Marketingová koncepce je podniková filozofie vycházející ze stanoviska, že hlavním úkolem firmy je určit potřeby, požadavky a preference cílové skupiny a poskytnout požadovanou spokojenost. Klíč k dosahování cílů organizace spočívá ve schopnosti být efektivnější než konkurence, v určování potřeb a přání cílových trhů a v jejich uspokojování. Marketingová koncepce je založena na čtyřech základních pilířích, kterými jsou soustředění se na trh, orientaci na zákazníka, koordinovaný marketing a výnosnost firmy¹. Každý podnik musí pečlivě definovat svůj cílový trh, případně trhy a připravit si marketingový program, určený pro definovaný cílový trh. Marketing je orientován na zákazníka, má uspokojovat potřeby a přání z pohledu zákazníka a ne z vlastních hledisek. Integrovaný marketing znamená, že různé funkce marketingu musí být vzájemně integrovány také s ostatními odděleními. Účelem marketingové koncepce je dosahování cílů podniku, a tedy i zisku. Marketing služeb je specifický tím, že předmětem obchodu není výrobek, ale služba. Existují tu určité neměnné rozdíly, které ovlivňují marketing služeb:²

- nehmotný charakter služeb,
- neoddělitelnost,
- pomíjivost služeb – služby nelze vyrábět na sklad,
- heterogenita (variabilita),
- zničitelnost služby,

¹ KOTLER, P. *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. s. 18.

² VAŠTIKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. s. 20.

- nemožnost vlastnit službu.

1.2 Marketingové prostředí

Cíle organizace i cíle v oblasti marketingu jsou ovlivňovány vnějšími a vnitřními činiteli, které jsou ve vzájemné interakci. Marketingové prostředí tedy zahrnuje makroprostředí (vnější) a mikroprostředí (vnitřní). Makroprostředí zahrnuje širší společenské síly, které ovlivňují celé mikroprostředí. Jedná se o vlivy demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politické a sociálně kulturní. Oproti tomu mikroprostředí se skládá ze sil působících uvnitř společnosti, které ovlivňují její schopnost sloužit zákazníkům – společnost, dodavatelé, marketingoví zprostředkovatelé, zákazníci a konkurenti.

1.2.1 Vnější prostředí (makroprostředí)

Vnější prostředí působí vně firmy a ovlivňuje její činnost málo kontrolovaným způsobem.³ Mezi vnější prostředí patří vlivy demografické, ekonomické, přírodní, technologické, politické a sociální.⁴

- **Demografické prostředí**

Hlavní důraz je kladen především na obyvatelstvo, které je tvůrcem trhu. Jedná se především o rozsah obyvatelstva v dané lokalitě, věkovou strukturu, nebo tempo růstu populace. Důležitou složkou demografického prostředí je také vývoj porodnosti a úmrtnosti a změny v životním stylu.

- **Ekonomické prostředí**

Obyvatelstvo je závislé na běžných příjmech, cenách, naspořenému kapitálu a také na dlužích a dostupnosti půjček a úvěrů. Od tohoto se poté odvíjí jejich kupní síla. Proto je důležité zaměřit se na veškeré příjmy a také výdaje domácností a jedinců. Z makroekonomického pohledu se společnosti musí zaměřit také na jejich mzdy, míru nezaměstnanosti v dané lokalitě, stádium hospodářského cyklu a míru inflace.

³ KOTLER, P. *Moderní marketing*. s. 135.

⁴ Srov. Tamtéž, s. 135-160.

- **Přírodní prostředí**

Ochrana životního prostředí se stává v poslední době stále více důležitější. Každá společnost tedy musí dbát o životní prostředí a snažit se, aby její činnost byla v souladu se všemi novými zákony. Z tohoto hlediska se může jednat o potenciální ohrožení společnosti (zvyšující se náklady na energii), ale také nové příležitosti.

- **Technologické prostředí**

Sledování neustálého rozvoje všech nových technologií je důležité pro udržení konkurenčního postavení. Každá nová technologie může pozitivně ovlivnit vývoj společnosti a případně přivést další nové investory. Samozřejmostí je, že tyto technologie musí být cenově přístupné, aby poté mohly fungovat ve společnosti a poskytnout jí konkurenční výhodu.

- **Politické a legislativní prostředí**

Základ pro politické prostředí tvoří především zákony a legislativa na území státu, ve kterém společnost působí. Součástí jsou i veškeré vládní organizace a ministerstva. Společnosti a podnikatelské subjekty musí tyto zákony dodržovat a respektovat. Kromě těchto oficiálních ustanovení, činnost podniku závisí na chodu skupin veřejného zájmu, politických stran i nevládních organizací. Základní právní předpisy, které musí každý podnikatelský subjekt tedy dodržovat, jsou Obchodní zákoník, Občanský zákoník, Živnostenský zákon a také Zákon na ochranu spotřebitele.

- **Sociální a kulturní prostředí**

Sociální a kulturní prostředí je závislé na hodnotách a zvycích obyvatel v určité lokalitě. Během života se tyto hodnoty a zvyky mohou měnit. Proto každá organizace musí umět rozpoznat tyto změny a poté na ně reagovat. Cílový trh je ovlivněn společenskými a kulturními postoji. Je také důležité počítat s množstvím rozličných kultur a subkultur, které se ve společnosti vyskytují. Jedná se například o různá jazyková, náboženská nebo morální specifika, které se v každé subkultuře objevují.

1.2.2 Vnitřní prostředí (mikroprostředí)

Vnitřní prostředí souvisí především s hospodářskou činností firmy a je firmou bezprostředně ovlivnitelné.⁵ Patří sem společnost, dodavatelé, zprostředkovatelé, zákazníci a také konkurence.⁶

- **Společnost (organizace)**

Činnost každé společnosti závisí z organizačního hlediska na znalosti základních faktorů řízení. Tyto faktory jsou společností ovlivnitelné a jedná se především o organizační uspořádání podniku (organizační struktura), podnikovou komunikaci, rozložení pravomocí a vymezení zodpovědnosti. Další důležité faktory jsou ochota a postoj zaměstnanců a mezilidské vztahy. Zajištění těchto faktorů vede v ideálním případě k plnění stanovených cílů.

- **Dodavatelé**

Jedná se o obchodní partnery (společnosti i jednotlivci), kteří dodávají pro společnost veškeré zdroje, které jsou potřeba k její činnosti. Proto je důležité s dodavateli udržovat korektní pracovní vztahy a sledovat veškeré změny, které u nich mohou nastat.

- **Marketingoví zprostředkovatelé**

Jedná se o společnosti, pomáhající při propagaci, prodeji služeb a distribuci konečným zákazníkům. Patří mezi ně finanční a obchodní zprostředkovatelé, nebo distribuční agentury. Finanční zprostředkovatelé zastupují banky nebo úvěrové společnosti, které pomáhají financovat nákup a prodej zboží či služeb. Obchodní zprostředkovatelé mohou najít potenciální zákazníky, nebo s nimi uzavírat obchody. Distribuční agentury pomáhají při skladování a přepravě zboží

- **Zákazníci (spotřebitelé)**

Cílem každé společnosti je dodat své produkty či služby cílovým zákazníkům. Je nutné porozumět jejich požadavkům, získat o nich potřebné informace a na tomto základě poté určit svůj cílový trh. Existuje zde mnoho důležitých faktorů, kterým

⁵ KOTLER, P. *Moderní marketing*. s. 130.

⁶ Srov. Tamtéž, s. 130-135.

je třeba se věnovat. Jedná se především o hospodářskou a politickou situaci, velikost poptávky po nabízených službách. Proto je vhodné být informován o všech potřebách a očekáváních spotřebitelů. Tyto informace je možné získat pomocí dotazníků a pravidelně je poté vyhodnocovat. Na základě této analýzy poté můžeme určit budoucí vývoj společnosti.

- **Konkurenti**

Znalost konkurence je jedním ze základních činitelů, který rozhoduje o výnosnosti odvětví. Je důležité tedy každého konkurenta identifikovat, sledovat a na základě zjištěných informací použít tyto znalosti k maximálnímu vylepšení konkurenčního postavení. Konkurence musí být především sledována, abychom byli schopni reagovat na veškeré jejich změny. Největšími konkurenty jsou firmy podnikající ve stejné činnosti ve stejné lokalitě. Na základě jejich analýzy poté můžeme určit jejich silné a slabé stránky. Pomocí tohoto zjištění se dá potom určit potenciál konkurenční firmy, její konkurenceschopnost, nebo míra ohrožení. Existuje mnoho využitelných praktik. Například analýza reklamních a propagačních nástrojů nebo fyzická kontrola na místě. Cílem je hlavně vytvoření a následné udržení konkurenční výhody. Jedná se o dlouhodobou činnost, proto je třeba konkurenční společnosti stále sledovat a vyhodnocovat jejich postavení na trhu. Vzhledem k neustálému vývoji ve všech směrech (tedy i vývoj konkurenčních společností), je důležité s konkurencí držet neustále krok, aby byla naše konkurenční výhoda nejvyšší.

1.3 Význam marketingu v konkurenčním prostředí

Marketing je definován jako manažerský proces, zodpovídající za identifikaci, předvídání a uspokojování požadavků zákazníků při dosahování zisku.⁷ Cílem organizace je vytvořit získat a udržet si zákazníka. Aby organizace mohla vytvořit, získat a udržet si zákazníka, musí vyrobit, vytvořit a dodat zboží a služby, které lidé chtějí, oceňují, a to za podmínek atraktivních pro zákazníky. Zákazníků musí být takový počet, pro který bude výhodné dodávat. Má-li organizace být při realizaci těchto činností zisková, musí získat příjem přesahující náklady, dostatečně vysoký a pravidelný, který dokáže přilákat, udržet a rozvíjet kapitál. Organizace si musí udržet

⁷ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. s. 24.

náskok před konkurenční nabídkou. Žádná organizace nemůže tyto činnosti provádět instinktivně nebo náhodně. Musí objasnit své cíle, své strategie k dosažení cílů a plánů. V organizaci musí za tímto účelem existovat vhodný systém odměn, auditů a kontrol, jejichž pomocí lze zajistit plnění všech cílů, strategií, zjišťovat odchylky od cílů a plánů a korigovat je.⁸

Všechny marketingové aktivity se marketingově orientované organizaci soustřeďují na poznávání a uspokojování potřeb zákazníků. Faktory působící uvnitř organizace mohou však klást tomuto uspokojování určité meze. Jedná se totiž o to, aby potřeby zákazníků byly uspokojovány efektivně nejen pro zákazníka, ale i pro organizaci. Většina soukromých firem poskytující služby si klade za cíl dosáhnout určité míry nebo objemu zisku, návratnosti svých investic, produktivity vložených zdrojů. Pokud jim určitá skupina zákazníků není schopna přinést požadovaný zisk, pak zůstávají jejich potřeby naplněny.

Marketingová orientace v organizaci

Jedná se o orientaci organizace na zákazníka. Každá organizace musí dostatečně znát své cílové klienty a podle toho určovat svou strategii. Toto poznání potom každé společnosti umožňuje poskytovat jim co nejkvalitnější službu. Jednou ze základních praktik je snižování nákladů, které je zákazník nucen vynaložit na získání produktu (služby) a také zvyšování hodnoty obsažené v produktu. Organizace musí vědět, jakou hodnotu bude zákazník vyžadovat nejen v současnosti, ale i v budoucnosti. Orientace na konkurenci znamená, že organizace zná svou konkurenci. Je nutné konkurenci znát a sledovat nejen z krátkodobého hlediska, ale je nutné pochopit cíle a záměry konkurenčních společností i z hlediska dlouhodobého. Koordinace mezi těmito funkcemi organizace pak chápeme tak, že organizace může využívat veškeré své zdroje s cílem vytvářet pro zákazníky vysokou hodnotu. Zodpovědnost za vytváření hodnoty pro zákazníky nemají jen pracovníci marketingového oddělení, ale i lidé na ostatních pozicích.⁹

⁸ VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. s. 25.

⁹ Srov. Tamtéž. s. 25.

1.4 SWOT analýza

SWOT analýza je rozdělena na dvě základní části. Jedná se o rozbor vnitřních a vnějších činitelů. Při rozboru vnitřních činitelů se společnost zaměřuje na své silné a slabé stránky. Naopak při rozboru vnějších činitelů jde o rozbor potenciálních příležitostí, které představují výhody a ohrožení podniku, které představují možné problémy v budoucnosti.¹⁰ Vyhodnocení této analýzy jsou potom důležité pro management firmy, jelikož ovlivňují rozhodovací všechny procesy – stanovení dlouhodobých a krátkodobých cílů, alokaci zdrojů i standardní činnost podniku.¹¹

Termínem SWOT analýza se tedy nazývá analýza tržních příležitostí a hrozeb a analýza silných a slabých stránek podniků. Název SWOT je odvozen od počátečních písmen anglických slov: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Jejím účelem je posoudit vnitřní předpoklady firmy k uskutečnění určitého podnikatelského záměru a současně podrobit rozboru i vnější příležitosti.

Pohled dovnitř firmy	SILNÉ stránky	SLABÉ stránky
Pohled vně firmy	PŘÍLEŽITOSTI	OHROŽENÍ
	Pozitiva	Negativa

Obrázek 1 – SWOT analýza (HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 46.).

¹⁰ HORÁKOVÁ, I. *Marketing v současné světové praxi*. s. 48.

¹¹ Tamtéž, s. 48.

Silné stránky (Strengths)

Jedná se o konkurenční výhody, které existují uvnitř společnosti. Tyto vlastnosti poté mohou být pro zákazníka důležitým faktorem, proč zvolit naši společnost. Je proto důležité, aby měl každý podnik co nejvíce silných stránek a to především v těch nejdůležitějších faktorech. Jedná se o dobré personální nebo manažerské dovednosti, vyškolení a zkušení pracovníci rozhodující podíl na místním trhu, dobré jména a dlouhá tradice, nebo výhodná geografická poloha. Silné stránky jsou dále nízké náklady, nebo dobrá firemní strategie, spojená s dobrou organizovaností podniku.¹²

Slabé stránky (Weaknesses)

Jsou to konkurenční nevýhody, které jsou opět uvnitř společnosti. Pomocí jejich identifikace poté můžeme učinit příslušná opatření k jejich eliminaci. Může to být naopak nedostatečná kvalifikovanost zaměstnanců, málo průbojná obchodní politika, špatně zvolená firemní strategie, zastaralý sortiment nabízených produktů (služeb), zastaralé technologie používané při výrobě, vysoká míra zadlužení, špatné rozdělení pravomocí, nízká motivace zaměstnanců, nízká ziskovost, nebo neschopnost předvídat a reagovat na změny.¹³

Příležitosti (Opportunities)

Jedná se o příznivé situace působící vně firmy. Hlavním cílem je rozpoznání potenciálních příležitostí. Pomocí jejich rozboru poté může firma profitovat a oproti konkurenci si zajistit náskok. Každá společnost by měla své příležitosti hodnotit podle jejich přitažlivosti a pravděpodobnosti uskutečnění. Patří zde růst firemního potenciálu technologický pokrok a jejich případný vliv na činnost společnosti, rozšíření činnosti z geografického pohledu a perspektiva pronikání na zahraniční trh, nebo oslovení nových zákazníků.¹⁴

Hrozby (Threats)

Jedná se o možné ohrožení podnikatelských aktivit. Tyto aktivity jsou těžko ovlivnitelné a vznikají na základě nepříznivého vývoje ve vnějším prostředí. Mohou tedy vést k ohrožení výroby, nebo prodeje a stejně jako příležitosti by měly být

¹² Srov. HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 35-40.

¹³ Srov. Tamtéž, s. 35-40.

¹⁴ Srov. Tamtéž, s. 35-40.

hodnoceny podle jejich závažnosti a pravděpodobnosti výskytu. Patří sem nebezpečí konkurence (nová strategie), vstup nových konkurentů, hospodářský vývoj (recese), vývoj cen a kurzu měny, zákony a právní regulace.¹⁵

1.5 Konkurenční strategie

Schopnost konkurence je jádrem úspěchu nebo neúspěchu podniků. Konkurence rozhoduje o vhodnosti těch činností podniku, které mohou přispět k jeho výkonnosti, např. inovací, soudržného chování nebo dobré realizace záměrů. Konkurenční strategie je hledání příznivého konkurenčního postavení v určitém odvětví, v základní aréně, v níž se konkurence projevuje. Konkurenční strategie má za cíl vybudovat výnosné a udržitelné postavení vůči silám, které rozhodují o schopnosti konkurence v daném odvětví.¹⁶

Existují dvě základní otázky při výběru vhodné konkurenční strategie. První je přitažlivost odvětví z hlediska dlouhodobé výnosnosti a faktory, které ji určují. Ne všechna odvětví nabízejí stejnou příležitost pro trvalou výnosnost, ale základní složkou, která rozhoduje o výnosnosti podniku, je inherentní výnosnost jeho odvětví. Druhou ústřední otázkou v konkurenční strategii jsou rozhodující činitelé, určující vzájemné konkurenční postavení uvnitř daného odvětví. Ve většině odvětví mají některé firmy mnohem větší zisky než jiné firmy, bez ohledu na to, jaká je v daném odvětví průměrná výnosnost. Ani jedna z těchto dvou otázek nestačí sama o sobě k tomu, aby usměrnila volbu konkurenční strategie. I podnik ve velmi přitažlivém odvětví nemusí dosahovat přitažlivého zisku, jestliže si vybral nevalné konkurenční postavení. A naopak, podnik ve vynikajícím konkurenčním postavení může působit v tak ubohém odvětví, že jeho zisk je nevalný, ale další úsilí o zlepšení jeho konkurenčního postavení bude bez patrného prospěchu.¹⁷

Obě tyto otázky jsou dynamické: přitažlivost odvětví i konkurenční postavení se mění. Odvětví se v průběhu času stávají více nebo méně přitažlivými a konkurenční postavení odráží nikdy nekončící bitvu mezi konkurenty. I dlouhá období stability mohou být náhle ukončena obratnými konkurenčními tahy. Jak přitažlivost odvětví, tak konkurenční postavení, může podnik spoluutvářet, a to je právě to, co činí výběr

¹⁵ Srov. HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 35-40.

¹⁶ PORTER, M. E., *Konkurenční výhoda*. s. 19.

¹⁷ Tamtéž, s. 19.

konkurenční strategie náročným a vzrušujícím. Zatímco přitažlivost odvětví je zčásti odrazem faktorů, které může podnik jen málo ovlivňovat, konkurenční strategie má značnou schopnost učinit určité odvětví více nebo méně přitažlivým. Zároveň může podnik svou volbou strategie jasně zlepšit nebo zhoršit své postavení uvnitř daného odvětví. Konkurenční strategie tedy nejen odpovídá danému prostředí, ale snaží se také toto prostředí utvářet ve prospěch podniku.¹⁸

Konkurenční výhoda vyrůstá ve své podstatě z hodnoty, kterou je podnik schopen vytvořit pro své kupující a která převyšuje náklady podniku na její vytvoření. Hodnota je to, co kupující jsou ochotni zaplatit, a vyšší hodnota pramení z toho, že podnik nabídne nižší ceny než konkurenti za rovnocennou užitnou hodnotu, anebo že poskytne zvláštní výhody, které více než vynahradí vyšší cenu. Jsou dva základní typy konkurenční výhody: vůdčí postavení v nízkých nákladech, a diferenciací¹⁹.

1.5.1 Strukturální analýza odvětví

Prvním základním určujícím faktorem výnosnosti podniku je přitažlivost odvětví.²⁰ Konkurenční strategie musí vyrůstat z vysoce náročného pochopení pravidel konkurence, která o přitažlivosti daného odvětví rozhodují. Konečným cílem konkurenční strategie je vyrovnat se s těmito pravidly, a pokud je to jen možné, změnit je ve prospěch podniku.

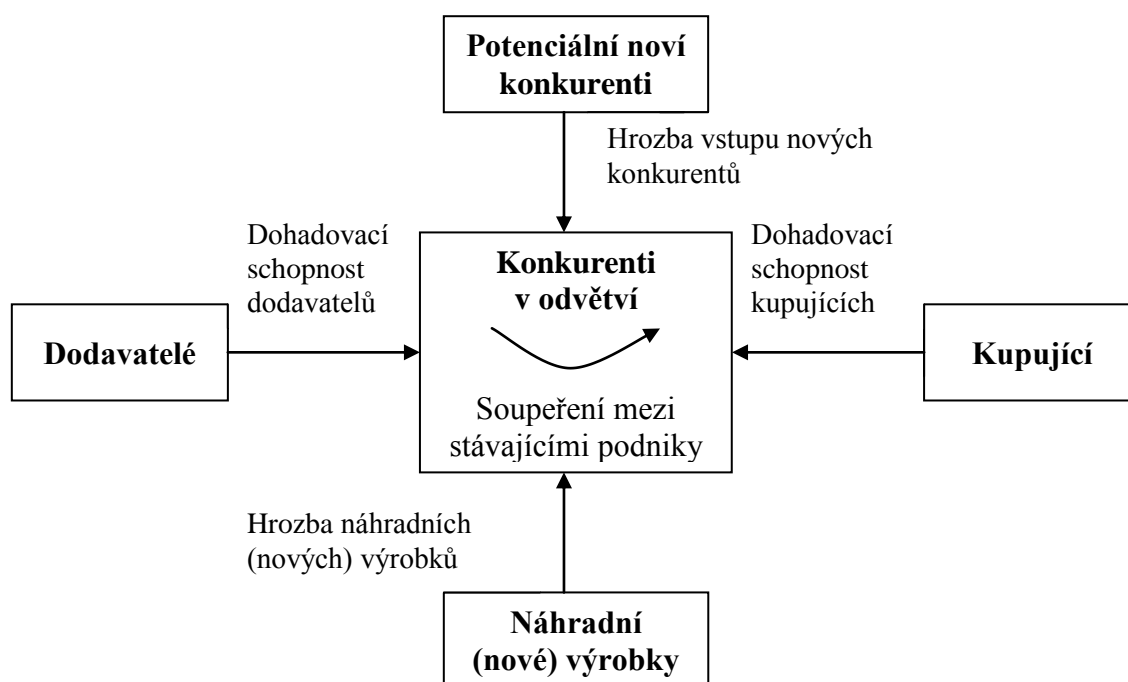
V kterémkoli odvětví, ať vyrábí výrobky nebo poskytuje služby, jsou pravidla konkurence vtělena do pěti dynamických konkurenčních faktorů: vstup nových konkurentů, hrozba nových výrobků nebo služeb (jež nahradí dosavadní), dohadovací schopnost kupujících, dohadovací schopnost dodavatelů a soupeření mezi existujícími konkurenty (viz obrázek 2). Společné působení těchto pěti dynamických konkurenčních faktorů rozhoduje o schopnosti firem v daném odvětví vytěžit z investic takové zisky, které převyšují cenu vloženého kapitálu. Síla působení těchto pěti faktorů je od odvětví k odvětví různá a může se měnit, jak se odvětví vyvíjí. Výsledkem je, že všechna odvětví nejsou z hlediska inherentní výnosnosti stejná.²¹

¹⁸ PORTER, M. E., *Konkurenční výhoda*. s. 20.

¹⁹ Tamtéž, s. 20.

²⁰ Tamtéž, s. 22.

²¹ Srov. Tamtéž, s. 22.



Obrázek 2 – Pět dynamických konkurenčních faktorů, které rozhodují o výnosnosti odvětví - Porterova teorie konkurenčních sil (PORTER, M, *Konkurenční výhoda*. s. 23.).

Těchto pět dynamických faktorů rozhoduje o výnosnosti odvětví, protože ovlivňují ceny, náklady a potřebné investice firem v daném odvětví, což jsou základní složky pro návratnost investic. Dohadovací schopnost kupujících ovlivňuje ceny, které si firmy mohou účtovat, a stejně působí i hrozba zavedení nových výrobků. Dohadovací schopnost kupujících může také ovlivnit náklady a investice, protože velmi schopní kupci požadují nákladný servis. Dohadovací schopnost dodavatelů rozhoduje o nákladech na suroviny a další vstupy. Intenzita soupeření ovlivňuje ceny a zároveň i náklady na soupeření v takových oblastech, jako vývoj výrobních zařízení, vývoj výrobků, propagace a množství personálu prodeje. Hrozba vstupu nových konkurentů limituje ceny a vyvolává nové investice k odrazení nových konkurentů.²²

²² PORTER, M. E., *Konkurenční výhoda*. s. 22.

1.5.2 Generické konkurenční strategie

Druhou základní otázkou v konkurenční strategii je relativní postavení podniku uvnitř jeho odvětví. Postavení, které podnik získá, rozhoduje o tom, zda jeho výnosnost bude nad nebo pod průměrem dosahovaným v daném odvětví. Podnik, který dokáže získat dobré postavení, může dosahovat vysokou míru zisku, i když struktura odvětví je nepříznivá a průměrný výnosnost odvětví je proto skromná. Nezbytným základem nadprůměrného výkonu je dlouhodobě udržitelná konkurenční výhoda. I když podnik může mít nesčetné množství silných a slabých stránek při srovnání s jeho konkurenty, existují dva základní typy konkurenční výhody, kterou může daný podnik mít: nízké náklady nebo diferenciaci. Význam, kterékoli silné nebo slabé stránky podniku je funkcí jejího dopadu na poměrné náklady nebo diferenciaci. Výhoda nízkých nákladů a diferenciaci zase pramení ze struktury odvětví. Jsou výsledkem schopnosti daného podniku vyrovnat se s oněmi pěti dynamickými faktory lépe než soupeři. Tyto dva základní typy konkurenční výhody spolu s rozsahem činností, pro které se je podnik snaží získat, vedou ke třem generickým strategiím pro dosažení nadprůměrné výkonnosti v daném odvětví: vůdčí postavení v nízkých nákladech, diferenciaci a fokus. Generické strategie jsou uvedeny na obrázku 3.²³

		KONKURENČNÍ VÝHODA	
		Nížší náklady	Diferenciaci
KONKURENČNÍ ROZSAH	Široký cíl	1. Vůdčí postavení v nízkých nákladech	2. Diferenciaci
	Úzký cíl	3A.Soustředění pozornosti na nízké náklady	3B.Soustředění pozornosti na diferenciaci

Obrázek 3 – Generické strategie (PORTER, M., *Konkurenční výhoda*. s. 31.).

²³ Srov. PORTER, M. E., *Konkurenční výhoda*. s. 22.

Každá z těchto generických strategií znamená zásadně odlišnou cestu ke konkurenční výhodě, přičemž spojuje volbu typu hledané konkurenční výhody s rozsahem strategického cíle, ve kterém se má konkurenční výhoda dosáhnout. Strategie vůdčího postavení v nízkých nákladech a strategie diferenciací hledají konkurenční výhodu v široké řadě segmentů odvětví, kdežto fokální strategie soustřeďují pozornost na výhodu nízkých nákladů (cost focus) nebo na diferenciaci (differentiation focus) v některém úzkém segmentu. Specifická opatření potřebná k realizaci každé z těchto generických strategií se od odvětví k odvětví velmi různí, právě tak jako se různí vhodné strategie v daném odvětví. I když však výběr a realizace generické strategie zdaleka nejsou jednoduché, představují logické cesty ke konkurenční výhodě, které musejí být v každém odvětví prozkoumány. Základem pojetí generických strategií je myšlenka, že konkurenční výhoda je jádrem každé strategie a že dosažení konkurenční výhody vyžaduje, aby podnik provedl výběr. Jestliže totiž daný podnik má dosáhnout konkurenční výhody, musí si vybrat ty konkurenční výhody, o kterou bude usilovat, a rozsah, v němž ji chce získat. Být „vším pro všechny lidi“ je recept pro strategickou průměrnost a podprůměrnou výkonnost, protože to často znamená, že daný podnik vůbec žádnou konkurenční výhodu nemá.²⁴

1.6 Marketingová situační analýza

Plánovací proces začíná provedením marketingové situační analýzy. Marketingová situační analýza (marketingový audit)²⁵ je kritické, nestranné, systematické i důkladné.²⁶

- zkoumání vnitřní situace podniku (s důrazem položeným na marketingové činnosti)
- šetření postavení podniku v daném prostředí (s důrazem položeným na analýzu trhu)

²⁴ PORTER, M. E., *Konkurenční výhoda*. s. 22.

²⁵ Marketingový audit je komplexní, systematické, nezávislé a periodické zkoumání marketingového prostředí, cílů, strategie a aktivit firmy – nebo obchodní jednotky – s cílem určit problémové oblasti a marketingové příležitosti a doporučit plán opatření pro zlepšení marketingových výsledků firmy (KOTLER, P. *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. Praha: Victoria Publishing, 1995, s. 781.).

²⁶ HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 34.

Analýza se uskutečňuje ve třech časových horizontech:²⁷

- Dosavadní vývoj (kde se podnik nacházel v minulosti).
- Současný stav (pozice podniku v současnosti).

Díličními kroky šetření dosavadního vývoje a současného stavu, které by měly být vždy provedeny, jsou analýza prodeje, analýza trhu, analýza nákladů, analýza konkurence, analýza faktorů vnějšího prostředí.

- Odhad možného budoucího vývoje (kam chce podnik dospět v budoucnosti).

Provedené prognózování by mělo vždy zahrnovat tržní potenciál, tržní podíl, prodeje a zisk.

Situační analýza je prostředek, který na základě analytického zhodnocení minulého vývoje a současného stavu a na základě kvalifikovaného odhadu pravděpodobného budoucího vývoje ve strategickém období může pomoci při formulování budoucí tržní pozice podniku. Šetří vnitřní situaci organizace (schopnosti, dovednosti, jedinečnosti, zdroje) především vzhledem k trhům a konkurenci a zkoumá komplexně vliv faktorů vnějšího prostředí na organizaci. Představuje dva typy analýzy – interní a externí. Interní podmínky (které jsou do jisté míry z pozice podniku ovlivnitelné a kontrolovatelné) vypovídají o vnitřní situaci, která je podložena významnými firemními schopnostmi (vynikající výrobek, vrcholná technologie, lépe rozpoznatelná a zapamatovatelná značka, vhodnější služby) a specifickými zdroji nebo je ovlivněna vnitřními nedostatky a chybami (například opakem vyjmenovaných předností), zakládajícími budoucí nevýhody a problémy.

Externí podmínky, kterou jsou z pozice podniku neovlivnitelné a nekontrolovatelné, silně ovlivňují podnikovou situaci. Mění atraktivnost tržních příležitostí, působí i na intenzitu ohrožení, pomáhají identifikovat situace, které mohou nastat v prostředí a spoluvytvářejí řadu specifických situací. Aby byla situační analýza účinná, musí pokrývat všechny základní marketingové aktivity podniku, musí být komplexní. Jedině tak může pomoci odhalit příčiny budoucích marketingových problémů a potíží, ale i úspěchů, a být vhodným nástrojem pro vytipování klíčových faktorů ovlivňujících marketingovou i podnikovou výkonnost (jedná se zejména o klíčové faktory limitující podnikovou výkonnost). Výsledky vyplývající z provedené analýzy determinují podnikové schopnosti i jedinečnosti a jsou podkladem

²⁷ HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 35.

pro stanovení marketingových cílů, formulování marketingových strategií a sestavení plánů.²⁸

Ve shodě s výsledky provedené analýzy podnik může:²⁹

- pochopit:
 - jaká je jeho vnitřní situace (vhodnost organizační struktury, schopnosti a zdroje, úroveň marketingového systému, náklady a zisky spojené s marketingem, účinnost marketingového mixu...),
 - v jakém vztahu je k prostředí (vliv makroekonomických faktorů, schopnost čelit tlakům prostředí, trhy – jejich velikost, struktura a umístění, tržní potenciál, trendy vývoje, konkurenční postavení na trhu),
- pochopit, rozpoznat a identifikovat:
 - vnitřní silné a slabé stránky,
 - vnější příležitosti a ohrožení,
 - vnitřní přednosti a slabiny ve vztahu k vnějším příležitostem a ohrožením a posoudit možnosti jejich využití ve vzájemných souvislostech.

Podnikové příležitosti nemohou být založeny pouze na prosté existenci skutečností vně podniku nebo pouze na vnitřních podnikových silných stránkách při uvažování slabin organizace. Marketingoví manažeři „měří“ strategické příležitosti i ohrožení na základě vnitřních způsobilostí a nesouladů, porovnávají silné a slabé stránky s tržními příležitostmi i hrozbami, a to je vede k základnímu zmapování možných marketingových strategických směrů.³⁰

²⁸ HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. s. 35.

²⁹ Tamtéž, s. 35.

³⁰ Tamtéž, s. 35.

2 CHARAKTERISTIKA SPOLEČNOSTI SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV

Soukromá bezpečnostní agentura SIDA s.r.o. Prostějov je bezpečnostní agentura, která působí prioritně v Olomouckém kraji a to především v okrese Prostějov. Za dobu své působnosti se stala stabilizovanou společností, jejíž struktura a stále se rozvíjející technické zázemí dovolují trvale nabízet a dodávat kvalitní služby.

2.1 Historie společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov

Soukromá bezpečnostní agentura SIDA, s.r.o. Prostějov byla založena jako právnická osoba v březnu roku 1994. Od svého založení se společnost profilovala jako bezpečnostní služba poskytující především ochranu majetku formou:

- fyzické ostrahy objektů,
- ostrahu prostřednictvím pultů centralizované ochrany,
- ostrahu formou kamerového dohledu,
- převozy finančních hotovostí a cenin.

Jako další produkt začala společnost vykonávat úklidy průmyslových objektů a kanceláří tak, aby dodávka služeb pro koncového odběratele byla komplexní a společnost nemusela do systému dodávek zapojovat další subdodavatele. V průběhu růstu společnosti se ukázalo jako nezbytné zahájit vlastní systém školení a výcviku svých zaměstnanců za účelem jejich profesního růstu a zvyšování kvality dodávaných služeb. Z tohoto důvodu vzniká další činnost společnosti a to provádění školení a kursů a výuka a výcvik ve střelbě se zbraní. Jako poslední v řadě, zahájila společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nepřetržitou ostrahu mobilních objektů (vozidel) jako certifikovaný partner systému ONI.

V roce 2006 byl společnosti SIDA s.r.o. schválen dlouhodobý projekt pro zkvalitnění profesního vzdělávání a zaměstnávání osob v bezpečnostní službě – „Bezpečnostní služba“, který je spolufinancován evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.

Od 1. ledna 2009 zavedla společnost novou službu, vyplývající z platnosti zákona č. 187/2006 Sb., o nemocenském pojištění, "Kontrola práce neschopných", která naplňuje právo zaměstnavatele kontrolovat své pracovníky při dodržování stanoveného režimu dočasně práce neschopného zaměstnance. Na základě plné moci od zaměstnavatele provádějí pracovníci společnosti SIDA s.r.o. v prvních 14 dnech dočasné pracovní neschopnosti kontrolu, zda se nemocní zaměstnanci zdržují v místě pobytu. Další významnou možností v rámci dodávky služeb je uplatnění náhradního plnění u větších odběratelů a možnost těchto odběratelů splnit zákonnou podmínku naplnění povinného podílu při zaměstnávání osob se zdravotním postižením odběrem od společnosti SIDA s.r.o.

Společnost SIDA s.r.o. má certifikován (Best Quality) systém managementu jakosti dle normy ČSN EN ISO 9001 : 2000, je držitelem Osvědčení č. 000678 Národního bezpečnostního úřadu České republiky pro seznamování se s utajovanými informacemi a také je členem Hospodářské komory ČR a dodržuje její etický kodex.³¹

2.2 Poskytované služby

Společnost SIDA s.r.o. Prostějov je bezpečnostní agentura, která poskytuje velké množství kvalitních služeb. Základním pilířem činnosti je fyzická ochrana objektů.

2.2.1 Fyzická ostraha objektů, patrolovací služba

Jelikož se jedná o službu, která je finančně náročná (neustále rostoucí náklady na mzdy zaměstnanců - Nařízení vlády ČR č. 333/1993 Sb.), tak společnost SIDA, s.r.o. Prostějov hledá vždy tu nejvýhodnější variantu ostrahy pro cílového zákazníka. Jedná se o kombinaci základních nabízených služeb a to - fyzické ostrahy, Pultu centralizované ochrany (PCO), kamerového dohledu a patrolovací služby. Pro další zefektivnění dodávky služby je výhodné, aby zákazník mimo hlavní jím zadané úkoly stanovil i další, dílčí úkoly, které je poté možné plnit v rámci vrátní a pochůzkové služby (pokud byly tyto úkoly doposud plněny vlastními zaměstnanci). Příkladem

³¹ Srov. <http://www.sida.cz/index.html> <http://www.sida.cz/index.html>.

těchto dalších úkolů jsou především úkoly telefonní ústředny, poštovní služby či dohled nad technologickými zařízeními.³²

Další variantou dodávky fyzické ostrahy je možnost tzv. „náhradního plnění“, kdy zákazník odběrem služeb od společnosti SIDA s.r.o. naplní svůj povinný podíl zaměstnávat osoby se zdravotním postižením v souladu se zákonem č. 435/2004 Sb., O zaměstnanosti.

Fyzická ostraha jednotlivých objektů se posuzuje podle hlavních rizik pro napadení objektu. Posouzení těchto základních rizik provádí odborný pracovník společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov ve spolupráci s pověřeným zástupcem zákazníka. Toto posouzení je na náklady společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov a jedná se nejen o zpracování samotných rizik, ale i o zpracování celého plánu ostrahy, včetně cenového návrhu. Hlavní úkoly prováděné formou fyzické ostrahy:

Strážní služba:

- obchůzková činnost,
- uzavírání a otevírání všech prostor v čase a počtu dle určení zákazníka,
- základní protipožární dohled,
- obsluha a dohled nad jednoduchými technologickými zařízeními,
- hlásná povinnost.

Vrátní služba:

- evidence a kontrola všech vcházejících a vycházejících osob,
- evidence a kontrola všech vjíždějících a vyjíždějících vozidel,
- ohlašování návštěv,
- dohled nad lokálními střežícími a kamerovými systémy.³³

Pro efektivnější využití vrátní a strážní služby (snížení celkových nákladů zákazníka) je také možné při výkonu ostrahy objektu přesunout na vrátné (strážné) další úkoly spojené především:

- s obsluhou podnikové ústředny,

³² Srov. <http://www.sida.cz/01-fyzicka-ostaha-objektu-patrolovaci-sluzba.html>.

³³ Srov. Tamtéž.

- poštovní služby v areálu (vyřízení zásilek, jejich frankování a jejich následný odvoz na Českou Poštu)
- další možné úkoly stanovené zákazníkem (slučitelné s výkonem vrátní a strážní služby).³⁴

Poštovní služba v areálu

Jedná se o velmi užitečný způsob využití vrátných zařazených k ostraze jednotlivých objektů. Společnost SIDA, s.r.o. Prostějov má uzavřenu smlouvu s Českou poštou na zpracování zásilek. Při tomto způsobu využití poštovní služby v areálu je možné vést pro zákazníka kompletní poštovní službu ve střeženém objektu. Veškeré zásilky jsou evidovány, vyplaceny a poté předány na poštu. Provoz frankovacího stroje je hrazen společností SIDA, s.r.o. Prostějov. Zákazníkovi je účtováno pouze jeho poštovné společně s dodávkou ostrahy.³⁵

Obsluha podnikové ústředny

Využití vrátní služby k nahrazení spojovatele hovorů.

Obsluha kotelen a obdobných zařízení

V rámci obchůzkové činnosti může vrátný (strážný) na základě požadavků zákazníka a příslušného proškolení provádět jednoduchou obsluhu plynových kotelen a podobných zařízení.

Obchůzkový kontrolní systém

Na základě požadavků zákazníka instaluje společnost SIDA, s.r.o. Prostějov elektronický kontrolní obchůzkový systém v objektu. Tento systém je instalován na náklady společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov a umožňuje zpětnou kontrolu při provádění obchůzkové činnosti (především včasnost a řádnost). Funkce kontrolního systému je zajišťována řadou čipů, umístěných po střeženém objektu a čtecím zařízením, které u sebe má příslušný vrátný při obchůzce. Do tohoto čtecího zařízení načítá jednotlivé čipy. Konečný výstup z tohoto kontrolního systému může zákazník

³⁴ Srov. <http://www.sida.cz/01-fyzicka-ostaha-objektu-patrolovaci-sluzba.html>.

³⁵ Srov. Tamtéž.

kdykoliv požadovat po společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov ke zpětné kontrole plnění smlouvy o ostraze.³⁶

Posílení ostrahy o zásahovou skupinu PCO (Pult centralizované ostrahy)

V každé oblasti, kde působí současně i zásahové skupiny PCO společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov dostává zákazník zdarma i službu zásahu na objektu. V případě mimořádné události v objektu je do objektu přizvána i zásahová skupina PCO k posílení ostrahy a zamezení vzniku dalších škod.³⁷

Patrolovací služba

Patrolovací služba je využívána ke kontrole objektů tam, kde z hlediska ekonomického a taktického není vhodné použít klasickou fyzickou ostrahu objektu. Služba spočívá v nepravidelných kontrolách objektů členy zásahové skupiny PCO. Při těchto náhodných kontrolách se zjišťuje stav objektu a to především neporušenost dveří a vstupů, pohyb osob v areálu, kontrola technologických zařízení a často bývají také plněny další úkoly stanovené zákazníkem. Četnost těchto kontrol je určena na základě analýzy bezpečnostních rizik, provedené při zpracování plánu ostrahy. Patrolovací službu je vhodné kombinovat s dalšími prvky ostrahy zejména PCO a kamerovým systémem³⁸.

2.2.2 Ochrana objektů formou pultu centralizované ochrany

Od roku 1996 společnost SIDA, s.r.o. Prostějov rozšířila rozsah svých poskytovaných služeb o ochranu a ostrahu objektů formou neustálého monitorování stavu objektu pultem centralizované ochrany (dále jen PCO). Tento způsob ostrahy objektů spočívá v okamžitém zjištění změny stavu elektronického zabezpečovacího systému (dále jen EZS) nebo elektronického požárního systému (dále jen EPS), které jsou instalovány v příslušných střežených objektech. Při případném zjištění změny stavu těchto elektronických bezpečnostních zařízení (narušení a vniknutí pachatele, změna stavu technologických zařízení, požár v objektu) je ihned k objektu vyslána zásahová skupina PCO, která na základě zjištěného stavu zamezí vzniku další škody.

³⁶ Srov. <http://www.sida.cz/01-fyzicka-ostraha-objektu-patrolovaci-sluzba.html>.

³⁷ Tamtéž.

³⁸ Srov. Tamtéž.

Při volbě druhu PCO vycházela společnost SIDA, s.r.o. Prostějov z předpokladu, že se neustále zvyšuje trestná činnost a tudíž je nutné ochránit střežící systém proti snadné sabotáži (neustálá vlastní sebekontrola systému PCO).

Pro nejefektivnější bezpečnost střeženého objektu společnost zvolila použití několika nezávislých systémů PCO. Tímto se minimalizovali nevýhody a naopak maximalizovali veškeré výhody jednotlivých systémů.³⁹

Používané systémy pro ochranu formou PCO:⁴⁰

1. Rádiový pult firmy Elektronreg:

- okamžitý přenos změnových hlášení,
- neustálá sebekontrola systému proti sabotáži,
- základní informace o stavu objektu,
- monitorování objektu bez nutnosti vlastnit telefonní linku,
- informace o době zastřežení a odstřežení,
- beznákladový přenos změnových hlášení,
- kompletní přenos zpráv z telefonního komunikátoru rádiovým vysíláním,
- všechny formáty přenosu, včetně CID.

2. Telefonní pult firmy NAM system:

- množství získávaných informací o pohybu pachatele,
- nenáročnost připojení na PCO,
- kontrola jednotlivých sekcí střeženého objektu,
- kontrola stavu technologických zařízení,
- informace o době zastřežení a odstřežení, včetně identifikace uživatele,
- všechny formáty přenosu, včetně CID.

3. Telefonní pult firmy GENOVA:

- okamžitý přenos změnových hlášení,
- neustálá kontrola přenosové linky proti sabotáži,
- beznákladový přenos změnových hlášení,
- tento systém není již z naší strany inovován.

³⁹ Srov. <http://www.sida.cz/02-centralizovana-ochrana.html>.

⁴⁰ Tamtéž.

4. Telefonní GPRS pult firmy NAM system Reggae:

- bez nutnosti využít telefonní linku v případě využití GPRS přenosu,
- neomezené množství získávání zpráv z objektu (alarm, stav zastřežení, požár, stav technologických zařízení),
- možnost nasazení systému všude v dosahu GSM signálu (3 operátoři),
- cena za přenosy pouze 150,- Kč/měsíc ve službě data-nonstop,
- všechny používané formáty přenosů, včetně Contact ID.

5. Telefonního GSM pultu firmy NAM:

- bez nutnosti využít telefonní linku v případě využití GSM brány,
- neomezené množství získávání zpráv z objektu (alarm, stav zastřežení, požár, stav technologických zařízení),
- všechny používané formáty přenosů, včetně Contact ID.

Operační středisko PCO

Operační středisko PCO je nejdůležitější částí, při ochraně objektů touto formou. Je nutné dbát na neustálý a řádný dohled nad zprávami, přicházejícími z příslušných střežených objektů. Je tedy nutné, aby náplní práce operátora PCO bylo pouze sledování případných změn na PCO v operačním středisku. Toto operační středisko se nachází v Prostějově v sídle společnosti. Operátoři jsou neustále k dispozici všem zákazníkům, při řešení nejrůznějších problémů a při vyřizování všech požadavků. Základním předpokladem pro správné vyhodnocování všech alarmových zpráv je tedy neustálý a kvalifikovaný dohled operátora nad PCO.⁴¹

Zásahové skupiny PCO

Nedílnou součástí ochrany formou PCO jsou zásahové skupiny PCO. Je nezbytně nutné mít v systému PCO zapojeno dostatečné množství zásahových skupin, které provádí samotný zásah na narušeném objektu. Je tedy velice důležité, aby byla zachována včasná a efektivní kombinace těchto dvou základních operací (sledování alarmových zpráv a následný výjezd zásahové skupiny).

Ochrana formou PCO zamezuje především vzniku větších a poté také následných škod. Tato forma ochrany zamezuje delšímu setrvání pachatele v objektu

⁴¹ Srov. <http://www.sida.cz/02-centralizovana-ochrana.html>.

či rozsáhlým krádežím. Vhodná kombinace elektronických bezpečnostních prvků, pasivních bezpečnostních prvků (zámky, mříže) a rychlosti zásahové skupiny PCO může zamezit větším vzniklým škodám a co nejrychleji zabezpečit pachatele. Z těchto důvodů funguje ve společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov více nezávislých zásahových skupin. Tímto se zvyšuje efektivita zásahu na objektu.⁴²

2.2.3 Dálkový kamerový dohled

Od května 2006 začala společnost SIDA, s.r.o. Prostějov poskytovat službu dálkového kamerového dohledu. K tomuto kroku společnost sáhla především díky rozvoji a zlevnění veškerých potřebných součástí (cena kamerového systému a internetového připojení).

Funkce dálkového kamerového dohledu

Funkce kamerového systému je velice jednoduchá. Funguje na základě webserveru, na který jsou vyvedeny všechny kamerové prvky ve střeženém objektu zákazníka. Tento webserver zajišťuje dálkovou komunikaci (přenos obrazu pomocí sítě internet na dohledové pracoviště). Jednotlivé komponenty kamerového systému se dají dále doplňovat díky stavebnicovému řešení a celkový počet přenášených kamer je omezen prakticky pouze možností přenosové trasy mezi kamerovým systémem (střežený objekt) a dohledovým pracovištěm.

Jako přenosová trasa se v současnosti bezpečně a spolehlivě využívá rychlé sítě internet, popřípadě vlastní mikrovlnné připojení (vyšší náklady na pořízení). Prostřednictvím této přenosové trasy je poté videosignál přenášen na dispečerské pracoviště SIDA, s.r.o. Prostějov, kde je dále softwarově zpracováván a vyhodnocován. Dispečerské pracoviště je vybaveno pro účely dálkového video dohledu dostatečným technickým a personálním zázemím. Jednotlivé kamery se poté dají z tohoto pracoviště ovládat, přepínat, ovládat nahrávání, popřípadě vytvořit detailní obraz snímaného pohledu. A hlavně v případě pohybu před kamerou nastavovat vyhlášení alarmu.

Po zachycení alarmu kamerovým systémem přechází dispečer na dohledovém pracovišti SIDA, s.r.o. Prostějov k neustálému dozoru nad konkrétním kamerovým systémem v objektu. Vyhodnotí stav v objektu (vyhledání videozáznamu v historii)

⁴² Srov. <http://www.sida.cz/02-centralizovana-ochrana.html>.

a v případě nutnosti vyšle do objektu zásahovou skupinu PCO, která provede další prověření stavu objektu, případně zásah v objektu. Vhodnou kombinací fyzické ostrahy objektu a kamerového systému, můžeme opět předejít nejrůznějším nepříjemnostem.⁴³

Kamerové systémy s dálkovým dohledem je vhodné instalovat všude tam, kde zákazník potřebuje mít neustálý dozor nad pohybem v určených prostorách a všude tam, kde neustále se zvyšující cena lidské práce při ostraze objektu již nepřiměřeně zasahuje do ekonomické přijatelnosti způsobu ostrahy. U menších objektů lze tímto způsobem nahradit fyzickou ostrahu úplně.⁴⁴

2.2.4 On-line systém sledování polohy a ostraha mobilních objektů

Společnost SIDA s.r.o. je certifikovaným smluvním partnerem systému ONI. Zásahová vozidla a dispečink jsou vybaveny unikátní technologií systému ONI sloužící k zjištění napadení střeženého vozidla a jeho dohledání. Systém ONI využívá dvě základní funkce. Jedná se o sledování a střežení.

ONI Sledování

Služba ONI Sledování je určena pro uživatele, kteří chtějí mít dokonalý přehled o aktuální poloze, historii pohybu svých vozidel a chtějí snížit provozní náklady a zjednodušit administrativu. Služba ONI Sledování je tedy službou určenou převážně k logistickým potřebám firem.⁴⁵

Základní dodávané aplikace⁴⁶

- **Aplikace do mobilních telefonů MINI-NET-G**

Používá se ke sledování pohybu vozového parku zákazníka. Jedná se o aplikaci v mobilních telefonech, která umožní oprávněné osobě zjištění okamžité polohy vlastních vozidel a jejich zobrazení na mapovém podkladu (nízké náklady).

⁴³ Srov. <http://www.sida.cz/03-kamerovy-dohled.html>.

⁴⁴ Srov. Tamtéž.

⁴⁵ <http://www.sida.cz/04-ostraha-vozidel-navigace.html>.

⁴⁶ Srov. Tamtéž..

- **Kniha Jízd XP**

Jedná se o elektronickou knihu jízd, která udává veškeré potřebné informace o objednaném počtu vozidel.

- **Navigace v systému ONI**

Připojením PDA, MDA nebo notebooku s libovolným navigačním softwarem k jednotce NCL 03, lze přímo ve vozidle provádět on-line navigaci. Komunikace s jednotkou NCL 03 je zajištěna přes modul Bluetooth nebo přímým kabelovým propojením přes sériovou linku.

- **TomTom Navigator 5**

Jeden z nejvíce propracovaných navigačních systémů (mapové podklady celé Evropy a hlasová navigace v češtině).

ONI Střežení

Služba ONI Střežení funguje na základě ostrahy a následného dohledání napadeného vozidla. Služba je učena pro ty uživatele, kteří chtějí minimalizovat riziko ztráty svého vozidla. Do systému ONI střežení je zapojeno 140 zásahových vozidel rozmístěných po celé České republice, což znamená nejrychlejší reakci na případné napadení vozidla. Zásahová flotila je vybavena speciálním radarovým zařízením pro dohledávání napadených vozidel⁴⁷.

2.2.5 Převoz finančních hotovostí a cenností⁴⁸

Tato služba je rozdělena do dvou základních kategorií:

- **Převoz finančních hotovostí a cenností**

Společnost SIDA, s.r.o. Prostějov se zavazuje, že zákazníkovi v rámci dodávky služeb přepraví požadovanou finanční hotovost nebo cennosti v určitém místě a tentýž den. Tímto přebírá i veškerou zodpovědnost za ztrátu nebo zničení. Přeprava je pojištěna společností SIDA, s.r.o. Prostějov. Přítomnost zákazníka není vyžadována.

⁴⁷ <http://www.sida.cz/04-ostraha-vozidel-navigace.html>.

⁴⁸ Srov. <http://www.sida.cz/05-prevoz-financni-hotovosti.html>.

- **Doprovod převozu finančních hotovostí a cenností**

V tomto případě se jedná pouze o ochranu zásilky, kdy musí být přítomen samotný zákazník. Společnost SIDA, s.r.o. Prostějov neodpovídá za ztrátu, zničení ani zcizení a přeprava také není pojištěna společností.

2.2.6 Úklidové služby⁴⁹

Základní úklid v objektech lze rozdělit do dvou základních částí:

- **Ruční úklid v objektech**

Využíván pro úklidy v kancelářských, provozních a obchodních prostorech a také všech sociálních zařízení. Veškeré náklady jsou zahrnuty v ceně samotného úklidu. Lze provádět pravidelně, nebo jednorázově.

- **Strojní úklid v objektech**

Využíván pro úklidy v průmyslových halách a prostorách s větší podlahovou plochou a malou členitostí prostor. Veškeré náklady jsou opět zahrnuty v ceně samotného úklidu. A stejně jako u ručního úklidu lze provádět pravidelně, nebo jednorázově.

2.3 Struktura společnosti

Společnost SIDA, s.r.o. Prostějov se i při neustálém rozvoji a také růstu počtu zaměstnanců snaží držet plošného způsobu řízení bez zbytečných mezistupňů v hierarchii společnosti. Toto vede ke kvalitnímu řízení firmy na všech pozicích a blízký kontakt odpovědných pracovníků s nadřízenými i se samotnými zákazníky. V této kapitole jsou uvedeny základní údaje o společnosti SIDA s.r.o. Prostějov, logo společnosti a také organizační struktura, která má jednoduchý liniový charakter.

⁴⁹ Srov. <http://www.sida.cz/06-uklidove-sluzby.html>.

2.3.1 Základní údaje o společnosti

Tabulka 1 – Základní údaje o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov⁵⁰

Název společnosti	SIDA s.r.o. Prostějov
Právní forma	Společnost s ručením omezením
Základní kapitál	510 000,- Kč
Sídlo společnosti	Krapkova 28, 796 01 Prostějov
IČ	606 97 148
DIČ	CZ60697148
Zápis do OR	vedeného Krajským soudem v Brně oddíl C, vložka 51096
Statutární orgán	Jan Mazurák, jednatel

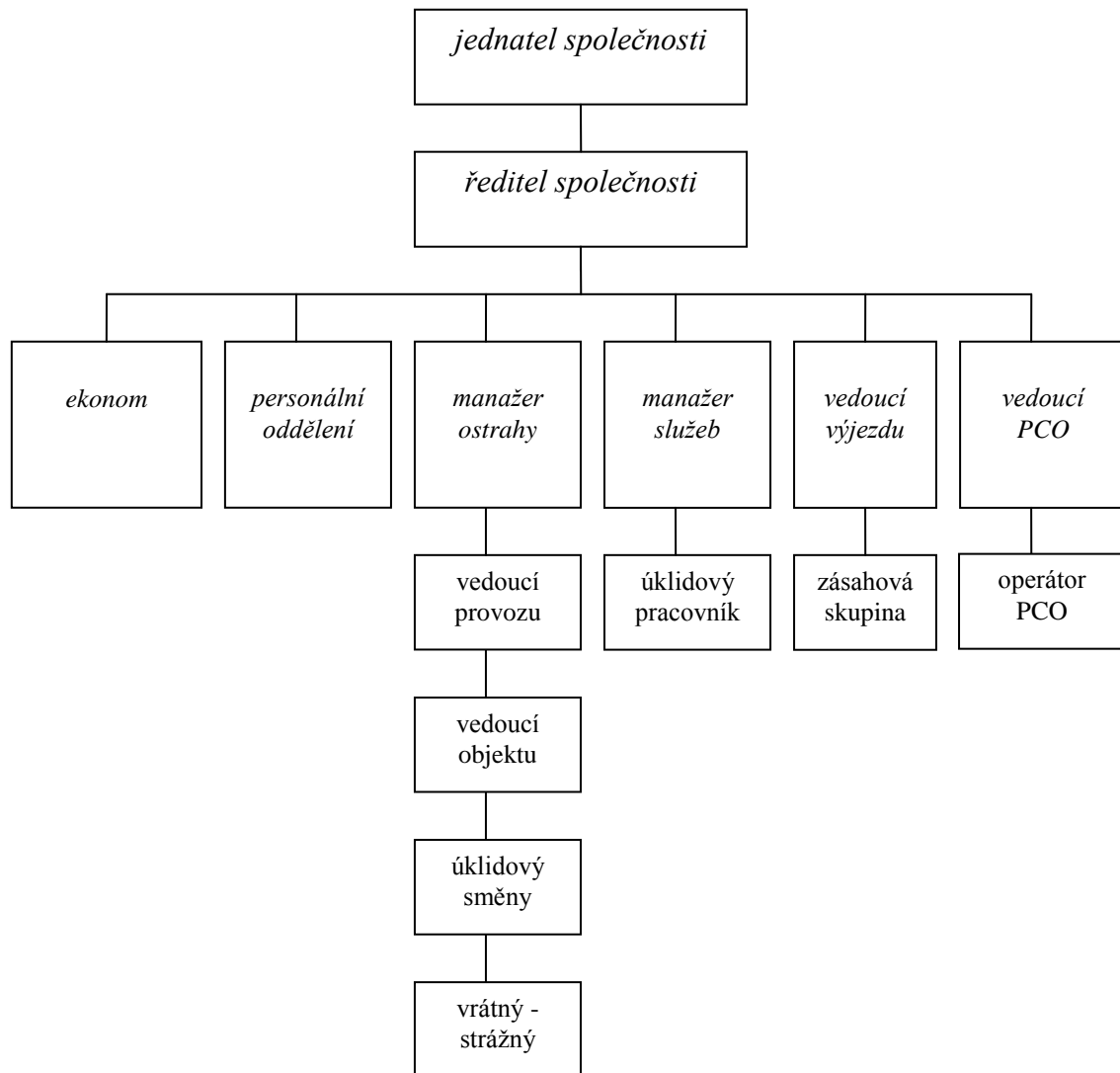
Logo společnosti



Obrázek 4 – Logo společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov (z: <http://www.sida.cz/08-kontakty.html>).

⁵⁰ <http://www.sida.cz/img/velke/doc-DPH.jpg>.

2.3.2 Organizační struktura



Obrázek 5 – Organizační struktura společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov (<http://www.sida.cz/08-kontakty.html>).

2.4 Oprávnění k podnikání⁵¹

Na základě uvedených koncesních listin má společnost SIDA, s.r.o. Prostějov oprávnění podnikat v následujících činnostech:

- **fyzická ostraha objektů a osob;** koncesní listina ev.č. 370900-32833-01,
 - služba vrátní, obchůzková, patrolovací, možnost využití psů a zbraní, možnost doplňkových služeb - telefonní ústředna, zpracování pošty, obsluha technologických zařízení,
- **ostraha objektů formou PCO;** koncesní listina ev.č. 370900-32833-01,
 - ostraha pulty telefonními prostřednictvím jednotné telefonní sítě, GPRS prostřednictvím mobilních operátorů, radiovými prostřednictvím vlastní radiové sítě - povolení ČTÚ,
- **převoz a doprovod převozu finančních hotovostí a cenností;** koncesní listina ev.č. 370900-32833-01,
 - s pojištěním převozu vlastním vozidlem,
- **služby soukromých detektivů;** koncesní listina ev.č. 370900-32878-01,
 - zjišťování informací obchodního charakteru, vnitřní bezpečnostní audit,
- **výuka a výcvik ve střelbě se zbraní;** koncesní listina ev.č. 370900-42247-01
 - pro potřeby získání zbrojního průkazu, pravidelný výcvik zaměstnanců držitelů zbrojní licence,
- **provádění školení a kursů;** živnostenský list ev.č. 370901-32845-01,
 - kvalifikační a rekvalifikační kurzy v oboru ostrahy majetku a osob,
- **provádění úklidových prací;** živnostenský list ev.č. 370901-48282-01,
 - ruční a strojní úklidové práce, doplňkové služby,
- **zprostředkovatelská činnost;** živnostenský list ev.č. 370901-32906-01,
- **obchodní činnost;** živnostenský list ev.č. 370901-32846-02,
 - prodej komponent elektronických zabezpečovacích systémů.

⁵¹ Interní dokumenty společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov.

3 ANALÝZA KONKURENCESCHOPNOSTI SPOLEČNOSTI SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV

V této kapitole se budu věnovat vlastní analýze konkurenceschopnosti. Provedu SWOT analýzu, porovnáám společnost SIDA, s.r.o. Prostějov s největšími konkurenty v Prostějovském regionu a také zhodnotím spokojenost zákazníku s nabídkou a kvalitou poskytovaných služeb.

3.1 Aplikace Porterova modelu pěti sil v praxi

V této kapitole jsem na základě teoretického popisu aplikoval Porterův model pěti sil na službu komerční bezpečnosti a zaměřil jsem se na Prostějovský region.

3.1.1 Potenciální noví konkurenti

Jako první je důležité věnovat se možnosti vstupu nových potenciálních konkurentů na trh s komerční bezpečností. Vzhledem k situaci, která momentálně panuje v Prostějovském regionu, kde všechny největší a nejdůležitější objekty (průmyslové, zemědělské, obchodní) jsou již střeženy kvalitními bezpečnostními agenturami (popřípadě vlastními zaměstnanci), je málo pravděpodobné obávat se vstupu potenciálních klientů na trh. Navíc v Prostějovském regionu působí značné množství bezpečnostních agentur, z nichž má společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nejsilnější pozici. Podle mého názoru by bylo velice složité pro nové bezpečnostní agentury hledat v daném regionu obchodní partnery, kvůli čemuž se toto odvětví stává neatraktivní pro vstup nových klientů.

3.1.2 Náhradní výrobky, služby (substituty)

Za náhradní výrobky (služby) se v oblasti komerční bezpečnosti dá považovat střežení objektů vlastními zaměstnanci a tím pádem nenajímání bezpečnostních agentur ke střežení daných objektů. V této se jedná především o velké obchodní řetězce na území města Prostějov (Tesco, Kaufland, Interspar), kde strážní službu v těchto objektech vykonávají přímo zaměstnanci jmenovaných obchodních řetězců.

V tomto sektoru je velice těžké se prosadit, jelikož tyto řetězce tímto tahem mohou ušetřit vynaložené prostředky. Bezpečnostní agentura SIDA, s.r.o. Prostějov by tomuto mohla předcházet například poskytnutím kvalitnější ochrany objektů, než v případě vlastních zaměstnanců a to v přijatelnějších cenových relacích, které by byly pro jednotlivé obchodní řetězce akceptovatelné.

3.1.3 Vliv odběratelů (Kupující)

Vliv odběratelů má na chod bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov veliký význam. Koncová cena poskytované služby je vždy ovlivněna základními požadavky klienta, kdy si klient stanoví formu a rozsah ochrany svého majetku. Poté je na základě jeho stanovených parametrů vypracován plán na ochranu tohoto majetku (na náklady zprostředkovatelské bezpečnostní agentury). Klient se poté rozhodne, zda nabídku přijme či nikoli. Při ochraně majetku se jedná především o fyzickou ostrahu, která zahrnuje strážní a vrátní službu. Tato fyzická ostraha je většinou kombinována s ochranou formou pultu centralizované ochrany, aby byly maximalizovány všechny výhody jednotlivých forem ochrany. Klienti bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov si poté můžou kdykoliv vyžádat veškeré bezpečnostní záběry, nebo konečné výstupy ze čtecích a kontrolních systémů ke zpětné kontrole plnění smlouvy o ostraze.

3.1.4 Vliv dodavatelů

Při zjišťování vlivu dodavatelů je důležité stanovit si, kdo je pro bezpečnostní agenturu SIDA, s.r.o. Prostějov dodavatel. Jedná se především o dodavatele z řad informačních technologií, automobilového průmyslu a také oděvnictví. Jelikož se neustále vyvíjí veškeré informační a přenosové technologie, je důležité neustále udržovat s těmito dodavateli korektní vztahy, aby byla společnost vždy co nejdříve informována o nových možnostech při zabezpečení majetku. Dalším důležitým dodavatelem společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov je Automechanika, a.s., kde se jedná především o servis celého vozového parku společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov (automobily Škoda). Pro společnost SIDA, s.r.o. Prostějov se jedná o klíčové dodavatele v zajištění odpovídající kvality poskytovaných služeb, proto je nutné si tyto dodavatele dlouhodobě udržet. Vliv těchto klíčových dodavatelů se dá omezit jen velmi těžko, protože každá z uvedených společností se na chodu bezpečnostní agentury podílí

významným způsobem. Jejich dodavatelské služby jsou proto pro činnost společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov velice důležité a těžko nahraditelné.

3.1.5 Konkurenti v odvětví

Při soupeření konkurentů ve stejném odvětví je nejdůležitější zvolení konkurenční strategie a také stanovení cílů. Tyto cíle v oblasti komerční bezpečnosti bývají zpravidla podobné. Jedná se o poskytnutí kvalitních služeb za přijatelnou cenu a to dostatečně kvalifikovaným personálem. Analýza konkurence je provedena v kapitole „3.2 Analýza konkurence“.

Na základě této praktické aplikace Porterova modelu pěti sil je možné stanovit, že po zvážení všech faktorů, není pro nové konkurenty příliš atraktivní vstupovat do tohoto sektoru podnikání v Prostějovském regionu. Hlavní bariérou vstupu je postavení silných konkurentů (včetně společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov), jejich dlouhodobé vztahy s klienty a také nedostatečný počet potenciálních klientů. Současní konkurenti ve městě Prostějov a v jeho okolí se snaží poskytovat své služby na co možná nejvyšší úrovni, aby si udrželi své klienty. Z tohoto pohledu se opět dá říct, že společnost SIDA, s.r.o. Prostějov si drží své silné a stabilní postavení v rámci zmiňovaného regionu.

3.2 SWOT analýza

Jedním z nejdůležitějších článků firemní a konkurenční strategie je vytvoření dobré a kvalitní SWOT analýzy. S její pomocí může firma ovlivnit své konkurenční postavení na trhu. Informace, které nám poskytuje SWOT analýza, jsou tedy z tohoto hlediska pro firmu životně důležité. SWOT analýza byla sestavena společně s vedením společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov (manažer ostrahy, manažer služeb), opírá se tedy o skutečná fakta i z pohledu společnosti.

Silné stránky

- dlouhá tradice a dobré jméno firmy,
- silné postavení firmy v regionu,
- široký záběr poskytovaných služeb,

- člen dlouhodobého projektu „Bezpečnostní služba“, který slouží ke zkvalitnění profesního vzdělávání a zaměstnávání osob v bezpečnostní službě,
- vybavenost kvalitní výpočetní technikou,
- kvalitní vozový park,
- odpovídající kvalifikace zaměstnanců,
- dobrá komunikace ve firmě,
- dostatek kvalitních informací o konkurenčních firmách na trhu, které poskytují prostor pro tvorbu marketingové strategie podniku.

Slabé stránky

- chybějící marketingové oddělení,
- špatná adaptibilita starších zaměstnanců přejít na nové, moderní vybavení,
- nespolehlivost některých zaměstnanců.

Příležitosti

- rozšíření trhu z geografického hlediska po celém území České Republiky,
- možnost spolupráce se zahraničními bezpečnostními agenturami (Slovensko, Polsko, Rakousko),
- outsourcing podnikových procesů (marketing),
- rozvoj a využití nových distribučních cest (internet),
- oslovení nových zákaznických segmentů.

Ohrožení

- velké množství firem poskytující podobné služby,
- možný přechod firem ke konkurenci,
- problémy se zavedením nových technologií,
- příchod konkurence na trh s novým řešením, produktem nebo službou.

3.3 Analýza konkurence

Vzhledem k tomu, že každý podnik má své konkurenty a musí se proti nim prosazovat na trhu, je jednou ze stěžejních součástí marketingového výzkumu trhu analýza konkurence. Stále tvrdší tržní podmínky vyžadují nejen perfektní znalost vlastních možností, ale i možností konkurence. Z dostupných informací vyplývá, že největšími konkurenty společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov jsou firmy nabízející podobné služby v Prostějovském regionu.

V následující kapitole jsou shrnuty veškeré dostupné informace o některých konkurentech společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov v prostějovském regionu. Také jsou zde uvedeny poskytované služby jednotlivých firem a porovnání se společností SIDA, s.r.o. Prostějov.

3.3.1 Bezpečnostní agentura SBIS, s. r. o. bezpečnostní a úklidová služba

Bezpečnostní agentura SBIS s.r.o. zahájila činnost 1. února 1995. Momentálně působí převážně v Olomouckém a Přerovském regionu. Sídlo společnosti je v Němčicích na Hané. Za dobu své činnosti se řadí k soukromým bezpečnostním agenturám, které nabízí velké množství služeb širokému spektru zákazníků. Základním pravidlem společnosti je společnosti SBIS, s.r.o. je poskytnutí komplexních bezpečnostních služeb a tím na sebe převzít veškerou zodpovědnost za ochranu majetku. Velký důraz je kladen na korektní vztahy mezi všemi složkami (pracovníci, vedení, zákazníci). Pracovníci, kterých je kolem 130, nosí ve službě uniformy s identifikačními znaky agentury a služebním průkazem. Ve službě používají na vybraných stanovištích a objektech také krátkou střelnou zbraň.⁵²

Poskytované služby společností SBIS, s. r. o.:⁵³

- fyzická ostraha majetku, osob a cenných zásilek,
- výuka a výcvik ve střelbě se zbraní,
- návrh a realizace zabezpečovacích systémů v bytech, rodinných domech, prodejnách a průmyslových objektech,

⁵² Srov. http://www.sbis.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=26.

⁵³ Srov. http://www.sbis.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=30.

- připojení objektů na vlastní pult centralizované ochrany (PCO) v Kojetíně a Němčicích nad Hanou a výjezd ozbrojené hlídky v případě narušení objektu,
- návrhy a realizace docházkových a kamerových systémů, videotelefonů,
- správa a údržba nemovitostí,
- úklidové služby administrativních prostor,
- praktický výcvik frekventantů rekvalifikačních kurzů „Ostraha objektu“,
- činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence,
- služby soukromých detektivů.

Základní údaje o společnosti

Tabulka 2 – Základní údaje o společnosti SBIS, s.r.o.⁵⁴

Název společnosti	SBIS, s. r. o. bezpečnostní a úklidová služba
Právní forma	Společnost s ručením omezením
Základní kapitál	200 000,- Kč
Sídlo společnosti	Masarykova 597, 79827 Němčice nad Hanou
IČ	26961105
DIČ	CZ26961105
Zápis do OR	v obchodním rejstříku, vedeném Krajským soudem v Brně oddíl C, vložka 48314

Porovnání se společností SIDA, s.r.o. Prostějov

Společnost SBIS, s.r.o. disponuje menšími finančními prostředky a zaměřuje se především na ostrahu objektů na Prostějovsku a Přerovsku. Cílem společnosti je serióznost, vysoká profesionalita poskytovaných služeb v přijatelných cenových relacích a spokojenost zákazníka v oblasti ochrany svého majetku.

Ve srovnání poskytovaných služeb je na tom společnost SBIS, s.r.o. podobně jako společnost SIDA, s.r.o. Prostějov, jen s tím rozdílem že společnost SIDA, s.r.o. Prostějov používá modernější technologie v oblasti sledování pomocí Pultu

⁵⁴ http://wwwinfo.mfcr.cz/cgi-bin/ares/darv_or.cgi?ICO=26961105&odp=html&jazyk=cz&xml=true.

centralizované ochrany (PCO). Oproti tomu však společnost SBIS, s.r.o. zajišťuje praktický výcvik frekventantů rekvalifikačních kurzů „Ostraha objektu“ a také činnost účetních poradců, vedení účetnictví, vedení daňové evidence nebo služby soukromých detektivů. V celkovém měřítku i co do počtu střežených objektů společnost SBIS, s.r.o. značně zaostává za společností SIDA, s.r.o. Prostějov, jelikož se jedná pouze o menší regionální bezpečnostní agenturu.

3.3.2 Bezpečnostní agentura BS Kings security, s.r.o.

Bezpečnostní agentura B. S. Kings Security, s.r.o. byla založena v roce 1993 jako právnická osoba. Za své dlouholeté působení na trhu s komerční bezpečností se vypracovala na jednu ze špičkových bezpečnostních agentur působících v daném regionu. Velká výhodou společnosti B. S. Kings Security, s.r.o. je působení v rámci celé České Republiky. Hlavní činností firmy je fyzická ostraha objektů a také jejich elektronické a kamerové zajištění. Hlavním cílem společnosti je dlouhodobá a nadstandardní péče při ochraně majetku všech zákazníků. Společnost sídlí v Prostějově a Prostějovský region je také hlavní základnou, kde má společnost své klienty. Další výhodou společnosti je, že na přání zákazníka zhotoví projekt na zabezpečení objektu a do 10 dnů je schopna nainstalovat veškerou potřebnou techniku.⁵⁵

Společnost má také stanoveny své vlastní vnitřní kritéria (*Desatero výhod našich služeb*⁵⁶), podle kterých se řídí. Jedná se o soubor pravidel, jejichž cílem je, aby byly koncovému zákazníkovi poskytnuty co nejkvalitnější služby. Například:⁵⁷

- Ostraha a ochrana objektů je prováděna fyzicky zdatnými pracovníky, kteří mají odborný výcvik,
- V případě potřeby je ostraha zabezpečena pomocí cvičených psů,
- Ostraha a ochrana při přepravě cenných zásilek, peněz a nadměrných nákladů je zajišťována školeným personálem,
- Cena za zabezpečení ostrahy objektů, majetků a osob je individuální a určuje se podle charakteru a obtížnosti.

⁵⁵ Srov. <http://www.bskings.cz/index.html>.

⁵⁶ <http://www.bskings.cz/onas.html>.

⁵⁷ Tamtéž.

Poskytované služby společností BS Kings security, s.r.o.:⁵⁸

- docházkové systémy,
- elektronické zabezpečovací systémy,
- elektronická požární signalizace,
- kamerové systémy,
- přístupové systémy,
- docházkové systémy,
- recepční služba,
- strážní služba,
- pult centrální ochrany PCO,
- obchůzkové systémy,
- úklidová služba.

Základní údaje o společnosti

Tabulka 3 – Základní údaje o společnosti BS Kings security, s.r.o.⁵⁹

Název společnosti	BS Kings security, s.r.o.
Právní forma	Společnost s ručením omezením
Základní kapitál	100 000,- Kč
Sídlo společnosti	Palackého 8 - 10, 79601 Prostějov
IČ	25332589
DIČ	CZ25332589
Zápis do OR	v obchodním rejstříku, vedeném Krajským soudem v Brně oddíl C, vložka 26602

Porovnání se společností SIDA, s.r.o. Prostějov

Společnost BS Kings security, s.r.o. působí na trhu o rok déle než bezpečnostní agentura SIDA, s.r.o. Prostějov. Za dobu své působnosti si našla své dlouhodobé klienty

⁵⁸ Srov. <http://www.bskings.cz/sluzby.html>.

⁵⁹ <http://www.bskings.cz/img/osvedceni/2.jpg>.

v rámci Prostějovského regionu, ale i v rámci celé České republiky. Z tohoto geografického hlediska je na tom tedy lépe než společnost SIDA, s.r.o. Prostějov, která se zatím specializuje výhradně na oblast v okolí města Prostějov. I přes menší finanční prostředky, kterými společnost BS Kings security, s.r.o. disponuje v porovnání se společností SIDA, s.r.o., se snaží poskytovat své služby na vysoké úrovni. V porovnání poskytovaných služeb je na tom společnost BS Kings security, s.r.o. podobně jako společnost SIDA, s.r.o. Prostějov, která však používá modernější a dle mého názoru také výhodnější funkci pultu centralizované ochrany, kdy propojuje více na sobě nezávislých zařízení, aby zamezila všem negativním důsledkům, které mohou v rámci přenosu signálu působit. Za jednu z výhod společnosti BS Kings security, s.r.o. by se dala považovat i služba docházkových systémů, která se používá ke kontrole zaměstnanců při nástupu do zaměstnání. Při celkovém pohledu se společnost BS Kings security, s.r.o. jeví jako největší konkurent společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov. Při pohledu na výčet klientů společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov, uvedených v příloze 8 je ale jasné, že všechny nejdůležitější průmyslové objekty v Prostějově a jeho okolí střeží společnost SIDA, s.r.o. Prostějov. Nejdůležitějším střeženým objektem společnosti BS Kings security, s.r.o. je společnost MUBEA, s.r.o. zabývající se velkovýrobou pružin a stabilizátorů do osobních automobilů. Zde je také zaměstnáno nejvíce zaměstnanců společnosti BS Kings security, s.r.o.

V Prostějovském regionu se dále nachází větší množství soukromých bezpečnostních agentur, ale v rámci nabídky poskytovaných služeb, jejich kvalitou a také příznivou cenou je společnost SIDA, s.r.o. Prostějov bezpečnostní agenturou, která v Prostějovském regionu nabízí tyto služby na nejvyšší úrovni. Také ve výčtu střežených objektů, jsou veškeré důležité průmyslové i zemědělské objekty střeženy zaměstnanci společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov. Menší nevýhodou by se mohlo zdát, že obchodní řetězce na území města Prostějov (Tesco, Kaufland, Interspar) mají své vlastní zaměstnance, kteří vykonávají strážní službu. Proto by mohly tyto řetězce být pro společnost SIDA, s.r.o. Prostějov budoucí potenciální zákazníci.

Společnost SIDA, s.r.o. Prostějov si i přes neustálý rozvoj drží svůj vysoký standard, a jak již jsem zmínil, z mého pohledu je v Prostějovském regionu nejsilnější a nejstabilnější bezpečnostní agenturou.

3.4 Marketingový průzkum

V této kapitole jsem vyhodnotil vlastní marketingový průzkum. Cílem mého marketingového průzkumu bylo zjištění spokojenosti klientů s poskytovanými službami firmou SIDA s.r.o. Prostějov.

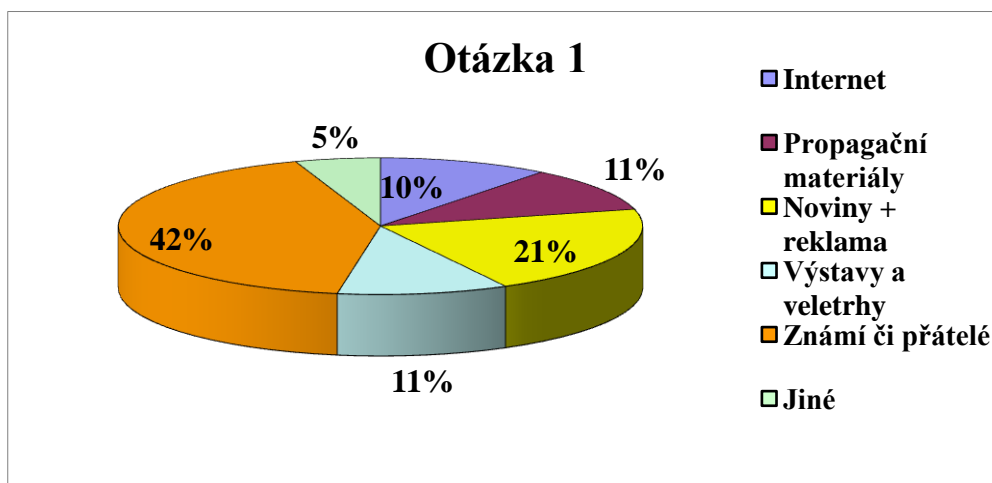
Cílem mého marketingového průzkumu bylo:

- zjistit spokojenost klientů s poskytovanými službami,
- zjistit přednosti firmy podle klientů,
- zjistit nedostatky firmy podle klientů,
- návrhy na vylepšení do budoucnosti podle klientů.

Dotazník jsem rozdál do všech 19 - ti firem uvedených v příloze 8, kterým společnost SIDA, s.r.o. poskytuje své služby. Dotazník obdrželi pracovníci na manažerských pozicích, takže by dotazník měl co nejlépe vypovídat o tom, jaká je spokojenost s poskytovanými službami společností SIDA s.r.o. Prostějov. Dotazník je také uveden jako příloha 8 této bakalářské práce.

3.3.1 Vyhodnocení dotazníku

Otázka 1 Odkud jste se dozvěděli o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

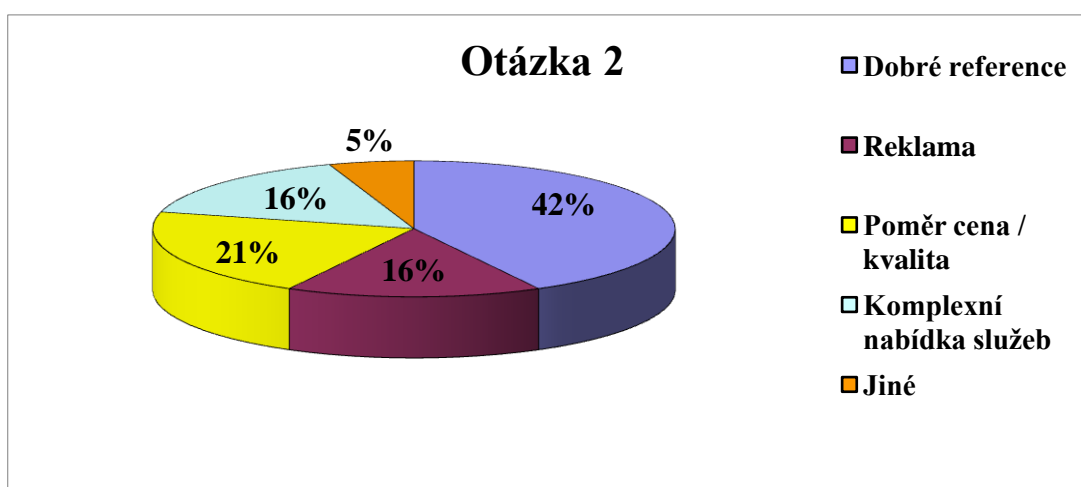


Graf 1 - Odkud jste se dozvěděli o firmě?

Vyhodnocení otázky 1

Z grafu 1 vyplývá, že největší část zákazníků, se o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov dozvědělo, případně bylo doporučeno jinými firmami, či přáteli. Důležitou součástí reklamy jsou propagační materiály v novinách a různých letáčích a také internetové stránky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov. Nedílnou rolí propagace společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov jsou také reklamní spoty v místních rádiích.

Otázka 2 Podle čeho jste se rozhodovali, při výběru bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov?

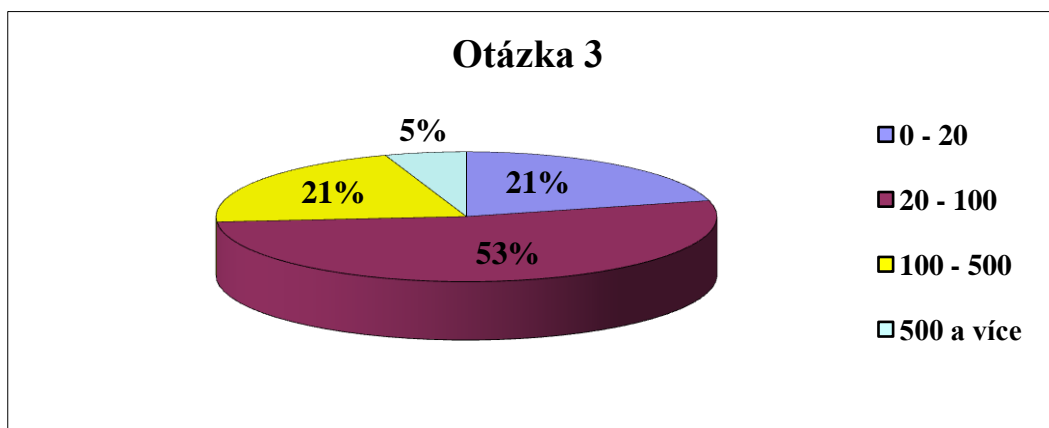


Graf 2 - Podle čeho jste se rozhodovali, při výběru bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov?

Vyhodnocení otázky 2

Podle grafu 2 je možné určit, že základním pilířem zákazníků při výběru společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov jsou především dobré reference, která společnost v Prostějovském regionu má. Dalšími důležitými faktory, které hráli roli při výběru společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov byl poměr ceny za poskytnuté služby ke kvalitě a také komplexní nabídka služeb.

Otázka 3 Kolik zaměstnanců zaměstnává Vaše firma?

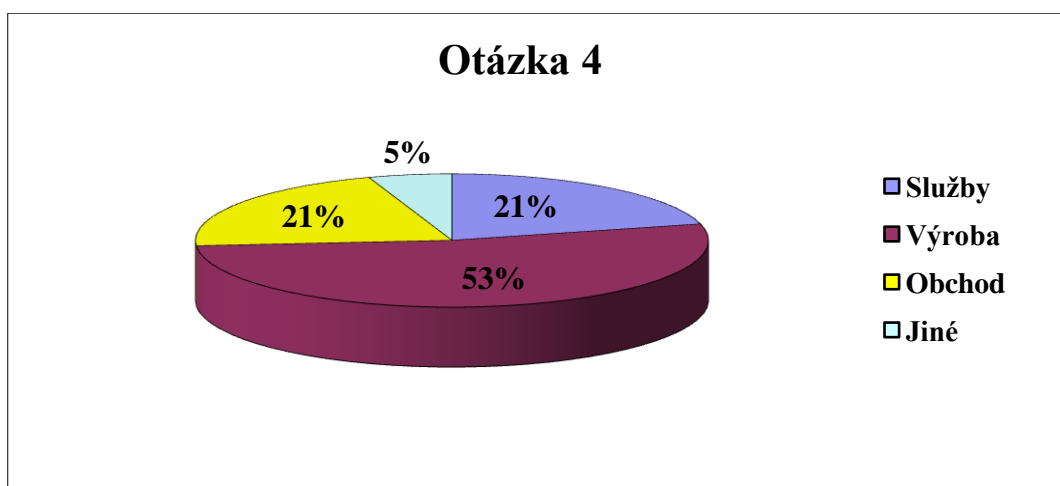


Graf 3 - Kolik zaměstnanců zaměstnává Vaše firma?

Vyhodnocení otázky 3

Firma SIDA s.r.o. Prostějov poskytuje své služby převážně menším a středním společnostem, což je na první pohled patrné z grafu 3. Mezi nejznámější a nejvýznamnější klienty patří Hanácké železárny a pérovny, a.s., kde je také zaměstnáno nejvíce zaměstnanců společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov. Dalšími důležitými klienty jsou Agrostroj Prostějov, a.s., PRECIOSA, a.s., WINDMÖLLER a HÖLSCHER Prostějov, s.r.o., CUKROVAR VRBÁTKY, a.s., nebo HOPI, s.r.o. Prostějov. Seznam všech klientů společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov je uveden v příloze 7 této bakalářské práce.

Otázka 4 V jakém oboru podnikáte?

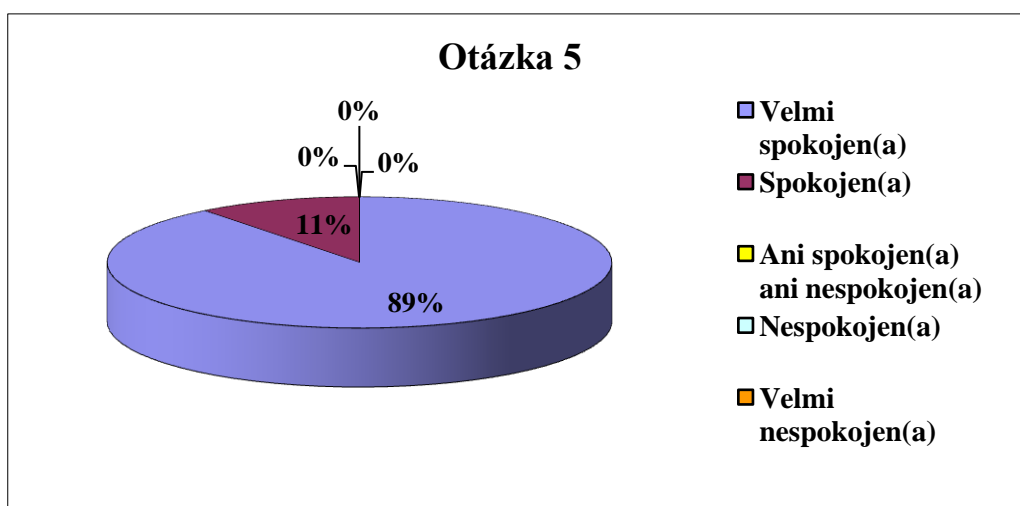


Graf 4 - V jakém oboru podnikáte?

Vyhodnocení otázky 4

Většina dotázaných firem, podniká v oboru výroby a služeb, zaměřených hlavně na průmyslové a zemědělské využití (Hanácké železářny a pérovny, a.s. a Agrostroj Prostějov a.s.).

Otázka 5 Jak jste spokojeni s poskytovanými službami?

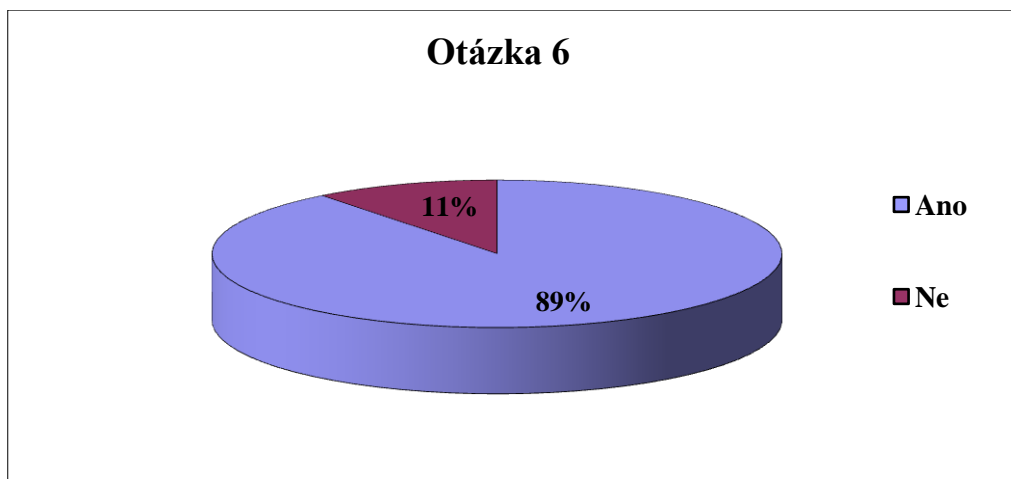


Graf 5 - Jak jste spokojeni s našimi službami?

Vyhodnocení otázky 5

Z grafu 5 je patrné, že všechny firmy jsou se službami, poskytovanými společností SIDA, s.r.o. Prostějov spokojeny. Téměř 90% z dotázaných je potom dokonce velmi spokojeno. A to především díky serióznosti, vysoké profesionalitě poskytovaných služeb v přijatelných cenových relacích a spokojenosti v oblasti ochrany svého majetku.

Otázka 6 Myslíte si, že jste dostatečně informováni o službách, které společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nabízí a o jejich rozsahu?

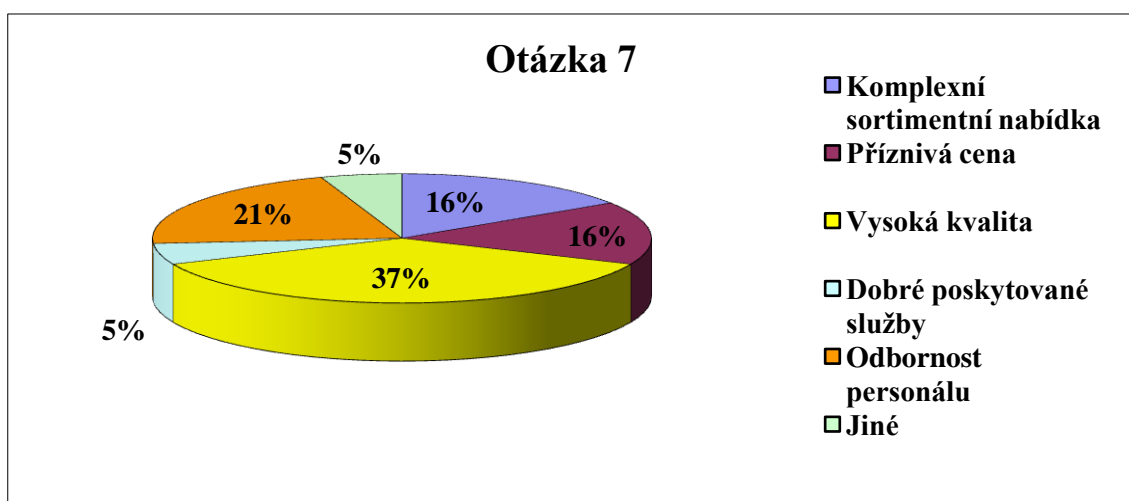


Graf 6 - Myslíte si, že jste dostatečně informováni o službách, které společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nabízí a o jejich rozsahu?

Vyhodnocení otázky 6

Na otázku 6 „Myslíte si, že jste dostatečně informováni o službách, které společnost nabízí a o jejich rozsahu?“ odpovědělo opět téměř 90% z dotázaných, že jsou kvalitně a včas informováni o službách, které společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nabízí v rámci ochrany jejich majetku. Problém může nastat například při nedostatečné informovanosti personálu, popřípadě ve špatné komunikaci mezi společností a koncovým zákazníkem.

Otázka 7 Které přednosti společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov považujete za největší?

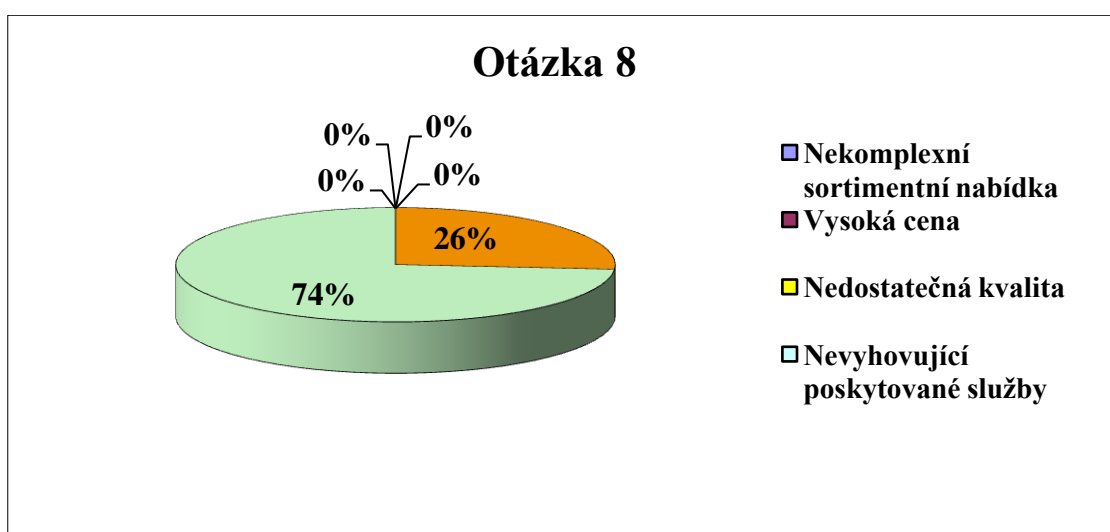


Graf 7 - Které přednosti společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov považujete za největší?

Vyhodnocení otázky 7

Z grafu 7 vyplývá, že za největší přednosti společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov považují klienti především vysokou kvalitu poskytovaných služeb, odbornost personálu a také příznivou cenu poskytovaných služeb. Toto se poté slučuje i s hlavním cílem společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov, poskytovat kvalitní služby za příznivou cenu.

Otázka 8 Jaké jsou naopak největší nedostatky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

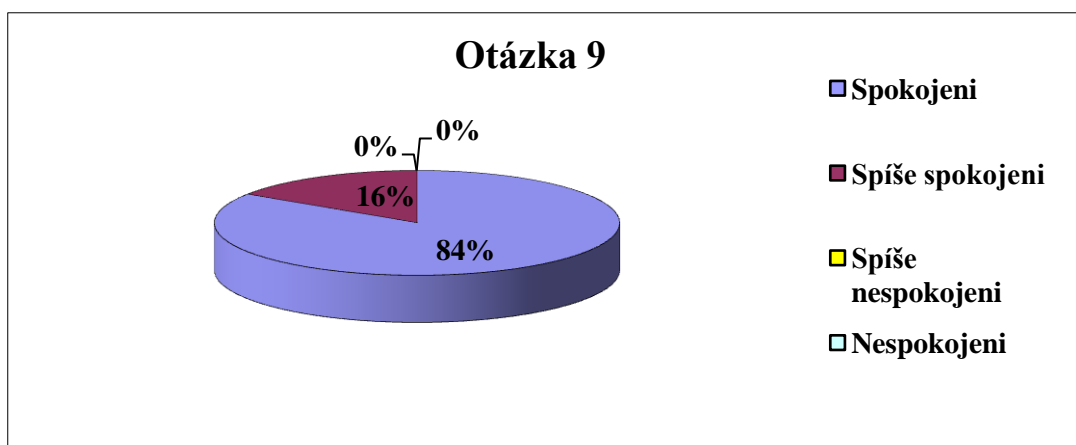


Graf 8 - Jaké jsou naopak největší nedostatky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

Vyhodnocení otázky 8

Z grafu 8 naopak vyplývá, že největší nedostatky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov vidí klienti v přístupu některých zaměstnanců. Další nedostatek, který byl v dotazníku častokrát vyplněn, se týkal nedostatečné komunikace mezi personálem. Tento problém by se mohl vyřešit například pomocí různých školení a přednášek.

Otázka 9 Jak jste spokojeni s dodržováním termínů ze strany společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

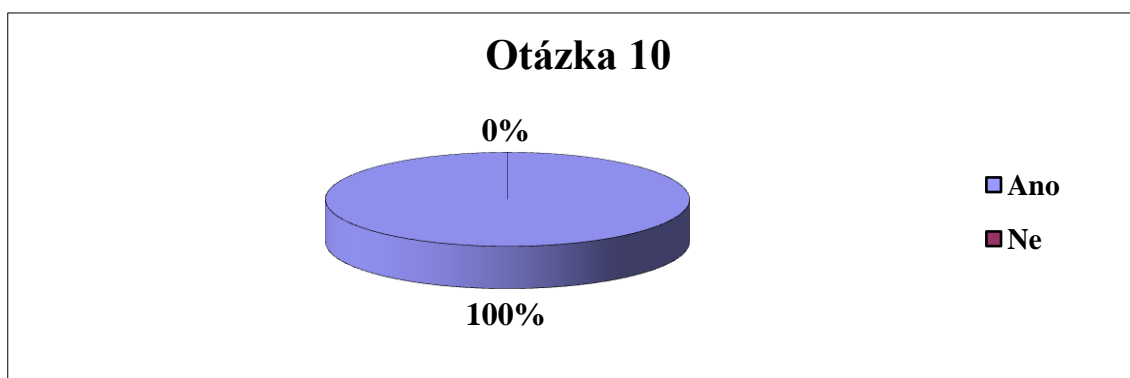


Graf 9 - Jak jste spokojeni s dodržováním termínů ze strany společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

Vyhodnocení otázky č. 9

Z grafu č. 8 opět plyne, že společnost SIDA, s.r.o. Prostějov se snaží vždy o dodržování daných termínů a za dobu své působnosti si vytvořila své stabilní místo na trhu s komerční bezpečností a dodávce úklidových služeb.

Otázka 10 Doporučili byste společnost SIDA, s.r.o. Prostějov svým známým popřípadě ostatním firmám?



Graf 10 - Doporučili byste společnost SIDA, s.r.o. Prostějov svým známým popřípadě ostatním firmám?

Vyhodnocení otázky 10

Na otázku 10 „Doporučili byste firmu svým známým či přátelům?“ odpovědělo 100% dotázaných, že by společnost SIDA, s.r.o. Prostějov určitě doporučili svým přátelům či ostatním firmám.

4 NÁVRHY NA POSÍLENÍ KONKURENČNÍHO POSTAVENÍ SPOLEČNOSTI SIDA, S.R.O. PROSTĚJOV NA TRHU

- **Pořádání školení a přednášek**

Pravidelné pořádání přednášky a školení zaměstnanců na téma bezpečnostní služby může pomoci zkvalitnit odbornost personálu. Profesní vzdělávání zaměstnanců je důležité pro udržení konkurenceschopnosti a zvyšuje odbornost pro práci v bezpečnostní agentuře.

- **Průběžné sledování konkurence**

Více sledovat konkurenci nejen v Olomouckém regionu, kdy stále tvrdší tržní podmínky vyžadují nejen perfektní znalost vlastních možností, ale i možností konkurence. Sledovat nejen současné, ale i potencionální konkurenty a na základě toho zvolit vhodnou marketingovou strategii.

- **Možné zavedení marketingového oddělení**

Marketingové oddělení by bylo zodpovědné za propagaci firmy. Vytvoření více propagačních materiálů společnosti (tužky, trička s logem). K dispozici by mělo být i stručné video, obsahující nejdůležitější údaje. Toto video by mohlo být dostupné pro veškeré obchodní partnery.

- **Zkvalitnění komunikace ve firmě**

Pomocí již dříve zmiňovaných přednášek zlepšit interpersonální komunikaci, aby nedocházelo ke zbytečným nejasnostem a hádkám.

- **Častější zpětná vazba od zákazníků**

Průběžné rozdávání dotazníků, popřípadě častější střetávání se zákazníky k získání zpětné vazby, která by pomohla opět vylepšit konkurenční postavení.

- **Provádění častějších kontrol zaměstnanců**

ZÁVĚR

V podmínkách tržního hospodářství, kdy se trh ve všech oborech dynamicky mění, je stále těžší nejen posílit, ale vůbec udržet dosavadní postavení společnosti na trhu. Úspěšná společnost musí mít stanoven svůj směr a především si musí stanovit své cíle, jak krátkodobé, ale hlavně ty dlouhodobé. Je tedy nutné vhodné zvolení firemní a konkurenční strategie a způsob, jakým lze vytyčených cílů dosáhnout. Jedním z nejdůležitějších článků firemní a konkurenční strategie je snaha o posílení konkurenčního postavení společnosti na trhu. K zefektivnění této snahy jsou především potřebné informace, které poskytují SWOT analýza, analýza konkurence a marketingový průzkum.

Cílem mé bakalářské práce bylo analyzovat stávající situaci společnosti SIDA s.r.o. Prostějov, poskytnout náhled jak funguje bezpečnostní agentura, nalézt silná a slabá místa, analyzovat konkurenci v Prostějovském regionu a navrhnout možné zlepšení konkurenčního postavení společnosti na trhu.

První provedenou analýzou byla SWOT analýza, kde jsem popsal silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Za největší přednosti firmy považuji komplexní sortimentní nabídku služeb, která spolu s příznivou cenou a vysokou kvalitou výrazně pomáhá ke zlepšení konkurenčního postavení. Naopak za největší nedostatek považuji přístup a ochotu některých zaměstnanců přejít na modernější vybavení a chybějící marketingové oddělení. Z hlediska vnějších faktorů za největší příležitost považuji rozšíření trhu z geografického hlediska po větším území ČR. Naopak největším ohrožením může být přechod obchodních partnerů ke konkurenci.

Dále jsem se zabýval analýzou konkurence, kde hlavním cílem bylo analyzovat konkurenční postavení a porovnat služby, které poskytuje společnost SIDA, s.r.o. Prostějov, se službami, které poskytují podobné firmy v Prostějovském regionu. Zde jsem vybral dvě bezpečnostní agentury SBIS, s.r.o. a BS Kings Security, s.r.o. a porovnal je se společností SIDA, s.r.o. Prostějov. Dalším provedeným krokem byla aplikace Porterova modelu pěti sil na službu bezpečnostní agentury. Na základě těchto dvou analýz jsem došel k tomu, že společnost SIDA, s.r.o. Prostějov je silnou a stabilní společností poskytující široký okruh služeb a tudíž ob stojí v konkurenci ostatních bezpečnostních agentur v Prostějovském regionu.

Při tvorbě marketingového průzkumu, bylo mým cílem zjištění spokojenosti klientů společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov s jejími poskytovanými službami. Z vypracovaných grafů vyplývá, že firmy jsou spokojeny hlavně s vysokou kvalitou a se širokým spektrem poskytovaných služeb a opět tedy lze říci, že společnost SIDA, s.r.o. Prostějov poskytuje své služby na vysoké úrovni a s příznivými cenami.

V poslední kapitole jsem shrnul návrhy na posílení konkurenčního postavení společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov na trhu. Za nejdůležitější považuji průběžné sledování konkurence, analyzováním nejen současných, ale i potencionálních konkurentů, předpovídat jejich reakce a na základě toho zvolit vhodnou marketingovou strategii. Výhodné by také bylo pořádání školení pro zaměstnance a jejich častější kontrola.

ANOTACE

Jméno a příjmení autora:	Roman Ballek, DiS.
Instituce:	Moravská vysoká škola Olomouc o.p.s
Název práce v českém jazyce:	Analýza konkurenčního postavení bezpečnostní agentury na trhu
Název práce v angl. jazyce:	Analysis of the Competitive Position of the Security Agency in the Market
Vedoucí práce:	Ing. Jolana Kvíčalová
Počet stran:	74
Počet příloh:	8
Rok obhajoby:	2012
Klíčová slova v českém jazyce:	Bezpečnostní agentura, konkurenční postavení, konkurence, marketing, SWOT analýza.
Klíčová slova v anglickém jazyce:	Security Agency, competitive position, competition, marketing, SWOT analysis.

Práce se zabývá analýzou konkurenčního postavení bezpečnostní agentury na trhu. První část popisuje a definuje teoretická východiska, která jsou poté aplikována v praktické části. Druhá část charakterizuje bezpečnostní agenturu SIDA, s.r.o. Prostějov. Je zde popsána historie společnosti, její struktura a především poskytované služby. Dále se tato práce zaměřuje na analýzu konkurenceschopnosti společnosti, kde je uvedena SWOT analýza společnosti, analýza konkurence, Porterův model pěti sil a také marketingový průzkum. Závěrem jsou uvedeny možné návrhy na posílení konkurenčního postavení společnosti na trhu.

This work deals with the Analysis of the Competitive Position of the Security Agency in the market. The first part describes and defines the theoretical bases, which are applied in practical part of this work. Second part characterizes Security Agency SIDA, Ltd. Prostějov. There is described history of the company, structure and especially services, provided by the company. Furthermore, this work focuses on the competitiveness of the company, where is indicated SWOT analysis of the company, analysis of competition, Porter's five forces model and marketing research. Finally, there are possible proposals for reinforcement of the competitive position of the company in the market.

SEZNAM LITERATURY A POUŽITÝCH ZDROJŮ

Literatura

HESKOVÁ, M. *Category management*. Praha: Profese Consulting, 2006, 184 s. ISBN: 978-80-7259-049-0.

HORÁKOVÁ, H. *Strategický marketing*. Praha: Grada Publishig, 2000, 150 s. ISBN 80-7169-996-9.

HORÁKOVÁ, I. *Marketing v současné světové praxi*. Praha: Grada Publishig, 1992, 359 s. ISBN 80-85424-83-5

KOTLER, P., ARMSTRONG, G. *Marketing*. Praha: Grada Publishig, 2004, 835 s. ISBN 80-247-0513-3.

KOTLER, P. *Marketing management: analýza, plánování, realizace a kontrola*. Praha: Victoria Publishing, 1995, 787 s. ISBN 80-85605-08-2.

KOTLER, P. *Moderní marketing*. Praha: Grada Publishig, 2008, 1011 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

PORTER, M. E. *Konkurenční strategie*. Praha: Victoria Publishing, 1994, 394 s. ISBN 80-85605-11-2.

PORTER, M. E. *Konkurenční výhoda*. Praha: Victoria Publishing, [1995], 623 s. ISBN 80-85605-12-0.

SYNEK, M. a kol. *Podniková ekonomika*. Praha: C. H. Beck, 2010, 500 s. ISBN 978-80-7400-336-3.

SYNEK, M. a kol. *Manažerská ekonomika*. Praha: Grada Publishig, 2011, 480 s. ISBN 978-80-247-3494-1.

VAŠTÍKOVÁ, M. *Marketing služeb efektivně a moderně*. Praha: Grada Publishing, 2008, 231 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

VENKATRAM, R. *Budoucnost konkurence*. Praha: Prahalad K.C., 2005, 280 s. ISBN 80-7261-126-7.

Ostatní zdroje

Interní materiály společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Úvodní stránka [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/index.html> <http://www.sida.cz/index.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Fyzická ostraha objektů, patrolovací služba [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/01-fyzicka-ostraha-objektu-patrolovaci-sluzba.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Ochrana objektů formou pultu centralizované ochrany služba [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/02-centralizovana-ochrana.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Dálkový kamerový dohled [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/03-kamerovy-dohled.html> <http://www.sida.cz/03-kamerovy-dohled.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: On-line systém sledování polohy a ostraha mobilních objektů [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/04-ostraha-vozidel-navigace.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Převoz finančních hotovostí a cenností [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/05-prevoz-financi-hotovosti.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Úklidové služby [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/06-uklidove-sluzby.html>.

SBIS, s.r.o. bezpečnostní a úklidová služba: O nás [online]. © 2012 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: http://www.sbis.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=26.

SBIS, s.r.o. bezpečnostní a úklidová služba: Kompletní nabídka [online]. © 2012 [cit.2012-03-15]. Dostupné z: http://www.sbis.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=20&Itemid=30.

BS Kings Security, s.r.o. Prostějov: Home [online]. 2009 [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.bskings.cz/index.html>.

BS Kings Security, s.r.o. Prostějov: O nás [online]. 2009 [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.bskings.cz/onas.html>.

BS Kings Security, s.r.o. Prostějov: Služby [online]. 2009 [cit. 2012-03-19]. Dostupné z: <http://www.bskings.cz/sluzby.html>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Výpis z obchodního rejstříku [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/img/velke/doc-vypis-z-OR.jpg>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Osvědčení o registraci [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/img/velke/doc-DPH.jpg>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Živnostenský list [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/img/velke/doc-zivnost-uklid.jpg>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Osvědčení podnikatele [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/img/velke/NBU-osvedceni.jpg>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Koncesní listina [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/img/velke/doc-koncesni-listina-ostraha.jpg>.

SIDA, s.r.o. Prostějov: Členská karta Okresní hospodářské komory v Prostějově. [online]. © 2006 - 2011 [cit. 2012-03-15]. Dostupné z: <http://www.sida.cz/pdf/OHK%202011.pdf>.

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1. SWOT analýza	13
Obrázek 2. Pět dynamických konkurenčních faktorů, které rozhodují o výnosnosti odvětví (Porterova teorie konkurenčních sil).....	17
Obrázek 3. Generické strategie	18
Obrázek 4. Logo společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov	33
Obrázek 5. Organizační struktura společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov	34

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1. Základní údaje o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov	33
Tabulka 2. Základní údaje o společnosti SBIS, s.r.o.	41
Tabulka 2. Základní údaje o společnosti BS Kings Security, s.r.o.....	43

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1. Odkud jste se dozvěděli o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?.....	45
Graf 2. Podle čeho jste se rozhodovali, při výběru bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov?.....	46
Graf 3. Kolik zaměstnanců zaměstnává Vaše firma?	47
Graf 4. V jakém oboru podnikáte?.....	47
Graf 5. Jak jste spokojeni s poskytovanými službami?	48
Graf 6. Myslíte si, že jste dostatečně informováni o službách, které společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nabízí a o jejich rozsahu?.....	49
Graf 7. Které přednosti společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov považujete za největší?	49
Graf 8. Jaké jsou naopak největší nedostatky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?.....	50
Graf 9. Jak jste spokojeni s dodržováním termínů ze strany společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?.....	51
Graf 10. Doporučili byste společnost SIDA, s.r.o. Prostějov svým známým popřípadě ostatním firmám?	51

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha 1. Výpis z obchodního rejstříku	64
Příloha 2. Osvědčení o registraci	65
Příloha 3. Živnostenský list	66
Příloha 4. Koncesní listina	67
Příloha 5. Osvědčení podnikatele	68
Příloha 6. Členská karta Okresní hospodářské komory v Prostějově	69
Příloha 7. Seznam střežených objektů společností SIDA, s.r.o. Prostějov	70
Příloha 8. Dotazník	72

PŘÍLOHY

Příloha 1 – Výpis z obchodního rejstříku⁶⁰

KOPIE - staženo z internetu

KRAJSKÝ SOUD V BRNĚ
pracoviště Husova 15, BRNO

V ý p i s

z obchodního rejstříku, vedeného
Krajským soudem v Brně
oddíl C, vložka 51096

Datum zápisu: 3.března 1994

Obchodní firma: SIDA s.r.o.

Sídlo: Prostějov, Krapkova 28, PSČ 796 01

Identifikační číslo: 606 97 148

Právní forma: Společnost s ručením omezeným

Předmět podnikání:

- služby soukromých detektivů
- podniky zajišťující ostrahu majetku a osob
- provádění školení a kursů
- obchodní živnost-koupě zboží za účelem jeho dalšího prodeje a prodej
- zprostředkovatelská činnost
- výuka a výcvik ve střelbě se zbraní
- provádění úklidových prací

Statutární orgán:

jednatel: Jan Mazurák, r.č. 781002/5311
Přáslavice 87, PSČ 783 54
den vzniku funkce: 23.prosince 2005

Způsob zastupování:
jménem společnosti jedná a podepisuje jednatel

Společníci:

Jan Mazurák, r.č. 781002/5311
Přáslavice 87, PSČ 783 54
Vklad: 510 000,- Kč
Splaceno: 510 000,- Kč
Obchodní podíl: 100%

Základní kapitál: 510 000,- Kč

----- Správnost tohoto výpisu se potvrzuje -----

Krajský soud v Brně

Číslo výpisu: 25867/2006

Vyhotovil: Marie Hedejová



Výpis vyhotoven: 27.03.2006 13:24:16 Strana: 1/1

⁶⁰ <http://www.sida.cz/img/velke/doc-vypis-z-OR.jpg>.

Příloha 2 – Osvědčení o registraci⁶¹

KOPÍE - staženo z internetu

Finanční úřad v Prostějově
Křížkovského 1
796 01 PROSTĚJOV
Čj.: 24533/06/325900/1904
Vyřizuje: Dadáková Bohuslava
Telefon: 582 327 489 linka: 489
Fax: 582 342 247 č.dveří: 105

V Prostějově
dne 24.02.2006

Daňový subjekt:

SIDA s.r.o.
Krapkova 28
PROSTĚJOV
796 01 PROSTĚJOV 1

Číslo spisu: 1355/1994

O S V Ě D Ě N Í o registraci

Podle § 33 odst. 11 a 12 zákona č.337/1992 Sb., o správě daní a poplatků, ve znění pozdějších předpisů (dále jen "zákon o správě daní"), jste u shora uvedeného správce daně zaregistrován s účinností od 01.10.1994 a je Vám přiděleno toto daňové identifikační číslo:

DIČ: CZ60697148

Současně se ukončuje platnost Osvědčení o registraci
čj. 117932/02/325900/1904 ze dne 09.10.2002.

Podle § 5 odst.3 zákona č.588/1992 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů, a podle § 111 bodu 3 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů

jste
**plátcem daně z přidané hodnoty
s účinností od 01.10.1994**

Daňové identifikační číslo musíte uvádět ve všech případech komunikace se správcem daně a v dalších případech, pokud tak stanoví zvláštní zákon (§ 33 odst.11 zákona o správě daní). Při všech platbách, pucakovaných správci daně, použijte jako variabilní symbol kmenovou část DIČ (tj. číslo za kódem CZ).

Veškeré změny údajů, týkající se Vaší registrace, jste povinen oznámit shora uvedenému správci daně do 15 dnů ode dne, kdy nastaly (§ 33 odst.7 zákona o správě daní).

Proti tomuto rozhodnutí se můžete odvolat do 30 dnů ode dne, který následuje po jeho doručení, písemně nebo ústně do protokolu u shora uvedeného správce daně. Odvolání nemá odkladný účinek (§ 48 zákona o správě daní).



Marie Holásková
pracovník oddělení registrace
a evidence daní

datum podpisu rozhodnutí: 24.2.2006

⁶¹ <http://www.sida.cz/img/velke/doc-DPH.jpg>

Příloha 3 – Živnostenský list⁶²

Městský úřad v Prostějově
odbor obecní živnostenský úřad
796 01 PROSTĚJOV, Nám. T.G.Masaryka 12-14

Č. j.: OŽÚ 1578/2006
Ev. č.: 370901-48282

Živnostenský list

vydaný právnické osobě

se na základě oznámení změny
- změny obchodní firmy
ze dne 16.02.2006

dle § 49 odst. 2 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění
pozdějších předpisů, mění takto:

Obchodní firma:	SIDA s.r.o.
Identifikační číslo:	60697148
Sídlo:	Krapkova 3421/28 796 01, Prostějov
Předmět podnikání:	Provádění úklidových prací

Živnostenský list se vydává na dobu neurčitou.
Den vzniku živnostenského oprávnění: 05.05.1999

v Prostějově dne 17.02.2006



Orálková
Bc. Ing. Antonie Orálková
vedoucí odboru obecní živnostenský úřad

ID RZP 1146432 ZIV 1 1p002/1008 OPR 0045 019

⁶² <http://www.sida.cz/img/velke/doc-zivnost-uklid.jpg>.

Příloha 4 – Koncesní listina⁶³

Městský úřad v Prostějově
odbor obecní živnostenský úřad
796 01 PROSTĚJOV, Nám. T.G.Masaryka 12-14

Č. j. OŽÚ 1572/2006
Ev. č. 370903-32833

Koncesní listina

vydaná právnické osobě

se na základě oznámení změny
- změny obchodní listiny
ze dne 16.02.2006

dle § 56 odst. 2 zákona č. 455/1991 Sb. o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění
předějších předpisů, mění takto

Obchodní firma:	SIDA s.r.o.
Identifikační číslo:	60697148
Sídlo:	Krapkova 3421/28 796 01, Prostějov
Předmět podnikání:	Podniky zajišťující ostrahu majetku a osob

Koncese se vydává na dobu neurčitou
Den vzniku práva provozovat živnost : 03.03.1994

v Prostějově dne 17.02.2006



Orálková
Bc. Ing. Antonie Orálková
vedoucí odboru obecní živnostenský úřad

HJKZP 1140452

⁶³ <http://www.sida.cz/img/velke/doc-koncesni-listina-ostraha.jpg>.

Příloha 5 – Osvědčení podnikatele⁶⁴

NÁRODNÍ BEZPEČNOSTNÍ ÚŘAD ČESKÉ REPUBLIKY
(NATIONAL SECURITY AUTHORITY OF THE CZECH REPUBLIC/
AUTORITÉ NATIONALE DE LA SÉCURITÉ DE LA RÉPUBLIQUE TCHÈQUE)
Pošt. příhr. 49
150 06 Praha 56

Národní bezpečnostní úřad České republiky vydává podle § 121 zákona č. 412/2005 Sb., o ochraně utajovaných informací a o bezpečnostní způsobilosti
(The National Security Authority of the Czech Republic issues according to Section 121 of Act No. 412/2005 Coll., on protection of classified information and security capacity / L'Autorité Nationale de la Sécurité de la République tchèque délivre d'après l'article 121 de la Loi n° 412/2005 Recueil des lois, relative à la protection des informations classifiées et d'aptitude de sécurité)

OSVĚDČENÍ
podnikatele
(CERTIFICATE of Facility Security Clearance / CERTIFICAT d'habilitation d'entreprise)

Číslo / Number / Numéro: 000678

Držitel osvědčení / Holder of certificate / Possesseur du certificat:

SIDA s.r.o.
IČ: 606 97 148
Prostějov, Krapkova 28, PSČ 796 01

Toto osvědčení umožňuje přístup k utajované informaci nejvýše stupně utajení
(This certificate allows access to classified information up to the level / Ce certificat permet l'accès aux informations classifiées jusqu'au niveau)

VYHRAZENÉ/RESTRICTED/DIFFUSION RESTREINTE
(stupeň utajení / Level of classification / Niveau de classification)

Forma přístupu / Form of access / Forme d'accès:
Na základě tohoto osvědčení má podnikatel podle § 20 odst. 1 zákona č. 412/2005 Sb., přístup k utajované informaci:
b) která u něho nevzniká, ani mu není poskytována, ale ke které mají přístup zaměstnanci podnikatele nebo osoby jednající jménem podnikatele nebo za podnikatele, a to v souvislosti s výkonem pracovní nebo jiné činnosti pro podnikatele na základě smlouvy.
This certificate allows access of the facility to classified information according to Section 20(1) of Act No. 412/2005 Coll.:
b) is not originated by or released to the facility, but which is accessible by employees of the facility or persons acting on behalf of or for the facility, in connection with performance of work or other activities for the facility on the basis of the contract.
D'après l'article 20.1 de la Loi n° 412/2005 Recueil des lois, ce certificat permet l'accès à l'information classifiée à l'entreprise:
b) quand celle-ci ne se produise pas ou elle ne lui est pas fournie, mais à la quelle ont l'accès les employés de l'entreprise ou les personnes agissant au nom ou pour l'entreprise conformément à leurs travail ou autre activité pour l'entreprise suite au contrat.

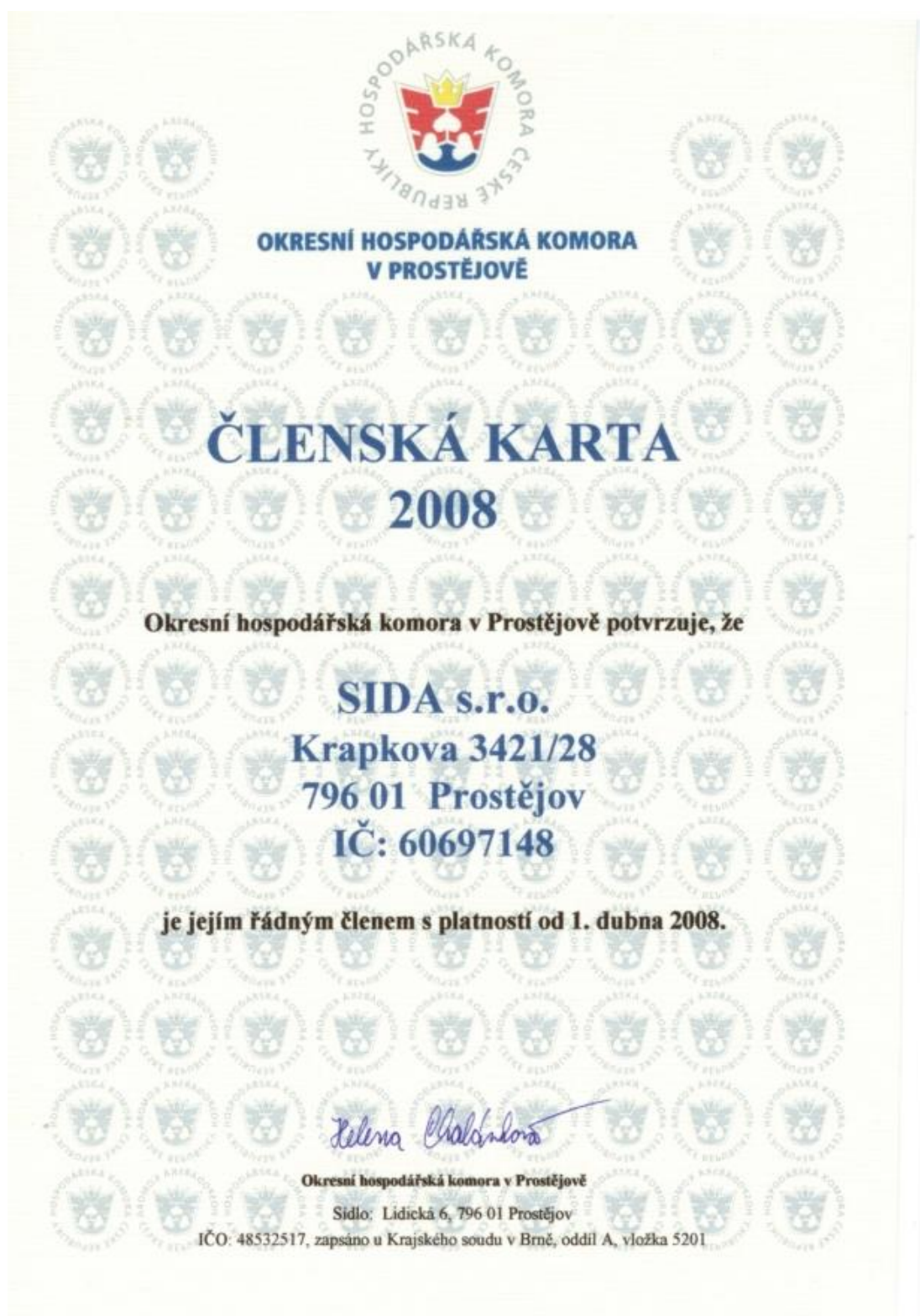
Datum vydání / Date of issue / Date de délivrance: **12.12.2007**

Platnost do / Valid until / Validité jusqu'à: **11.12.2019**

otisk úředního razítka / Official stamp / Cachet officiel:
podpis oprávněného zástupce / Signature of the NSA's authorized representative / Signature du représentant de l'ANS: **000781**

⁶⁴ <http://www.sida.cz/img/velke/NBU-osvedceni.jpg>.

Příloha 6 – Členská karta Okresní hospodářské komory v Prostějově⁶⁵



⁶⁵ Dostupné z: <http://www.sida.cz/pdf/OHK%202011.pdf>.

Příloha 7 – Seznam střežených objektů společností SIDA, s.r.o. Prostějov⁶⁶

P. č.	Název střeženého objektu, telefon vrátnice	Vrátní služba	Počet vrátných
1	AGROSTROJ PROSTĚJOV, a.s. Vrahovická 41, Provtějov Tel.: 582 313 224	Po-pá 18-06 So,ne, sv. 06-18 18-06	4
2	AGROP NOVA, a.s. Plumlov 49 Tel.: 582 393 196	Po-pá 20-06 So,ne, sv. 20-06	3
3	ALIKA,a.s. Čelčice 104, Klenovice n. Hané Tel.: 606 250 241	Po-pá 22-06 So,ne, sv. 22-06	2
4	ANAH SLÉVÁRNA PV, s.r.o. Vrahovická 43, Prostějov, Tel.: 582 313 768	Po-pá 18-06 So,ne, sv. 18-06	2
5	CUKROVAR VRBÁTKY, a.s. Vrbátky 65 Tel.: 582 301 111	Po-pá 06-18 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	5
6	FORTE, a.s. Mostkovice 529 Tel.: 582 363 325	Po-pá 06-18 18-06 So,ne, sv. 06-18 18-06	7
7	DOCO International, s.r.o. Kralický Háj 352 Tel.: 582 360 332	Po-pá 16-07:30 So, ne, sv. 06-18 18-06	3
9	CENTRO PV, s.r.o. OC ARCADA, Konečná 23, Prostějov Tel. stráž.: 723 243 439	Po-pá 14-21 So,ne, sv. 10-16 16-21	3
10	HELAR, s.r.o., Za Olomouckou 2359, Prostějov Tel.: 582 300 950, 775 139 572	Po-pá 06-18 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	5

⁶⁶ Interní dokumenty společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov.

11	HANÁCKÉ ŽELEZÁRNY A PÉROVNY, a.s. Dolní 100, Prostějov Tel.: 582 312 302	Po-pá 06-18 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	15+2
12	PRECIOSA, a.s. Brodek u Konice 13 Tel.: 582 391 105, 488 116 112	Po-pá 06-18 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	6+1
13	ROLS LEŠANY, s. r.o. Lešany 173 Tel.: 582 373 411	Po-pá 18-06 So,ne, sv. 18-06	2
14	STATEK PROSTĚJOV, s.r.o Určická 1749/94 Tel.: 582 333 995	Po-pá 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	3
15	STROJÍRNY PROSTĚJOV, a.s. Kojetínská 5, Prostějov Tel.: 582 301 680, 776 380 174	Po-pá 06-18 18-06 So, ne, sv. 06-18 18-06	6
16	ZIMNÍ STADION Prostějov U Stadionu 4452, Prostějov Tel.: 582 351 411	Po-pá 11-24 So,ne, sv. 06-24	3
17	WINDMÖLLER a HÖLSCHER Prostějov, s.r.o. Háj 357, Kralice n H Tel.: 582 310 011	Po-pá 06-18 18-06 So,ne, sv. 06-18 18-06	5
18	Městský Úřad Prostějov Nám TGM 14, Školní 4 Tel. 724 433 936,724 433 939	Po-pá 06-18	4
19	HOPI, s.r.o. Prostějov Háj 328, Kralice na Hané tel.: +420 582 416 111	Po-pá 06-18 18-06 So,ne, sv. 06-18 18-06	7

Příloha 8 – Dotazník

Dotazník k bakalářské práci (Analýza konkurenčního postavení bezpečnostní agentury na trhu)	
Střežený objekt:	
Zodpovědná osoba:	
Datum:	

Otázka 1 Odkud jste se dozvěděli o společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

Odpověď A: Internet

Odpověď B: Propagační materiály

Odpověď C: Noviny + reklama

Odpověď F: Výstavy a veletrhy

Odpověď E: Známi či přátelé

Odpověď F: Jiný zdroj

Otázka 2 Podle čeho jste se rozhodovali, při výběru bezpečnostní agentury SIDA, s.r.o. Prostějov?

Odpověď A: Dobré reference

Odpověď B: Reklama

Odpověď C: Poměr cena / kvalita

Odpověď D: Komplexní nabídka služeb

Odpověď E: Jiné

Otázka 3 Kolik zaměstnanců zaměstnává Vaše firma?

Odpověď A: 0 - 20

Odpověď B: 20 - 100

Odpověď C: 100 - 500

Odpověď D: 500 a více

Otázka 4 V jakém oboru podnikáte?

Odpověď A: Služby

Odpověď B: Výroba

Odpověď C: Obchod

Odpověď D: Jiné.....

Otázka 5 Jak jste spokojeni s poskytovanými službami?

Odpověď A: Velmi spokojen (a)

Odpověď B: Spokojen (a)

Odpověď C: Ani spokojen (a) ani nespokojen (a)

Odpověď D: Nespokojen (a)

Odpověď E: Velmi nespokojen (a)

Otázka 6 Myslíte si, že jste dostatečně informováni o službách, které společnost SIDA, s.r.o. Prostějov nabízí a o jejich rozsahu?

Odpověď A: Ano

Odpověď B: Ne

Otázka 7 Které přednosti společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov považujete za největší?

Odpověď A: Komplexní sortimentní nabídka

Odpověď B: Příznivá cena

Odpověď C: Vysoká kvalita

Odpověď D: Dobré poskytované služby

Odpověď E: Odbornost personálu

Odpověď F: Jiné

Otázka 8 Jaké jsou naopak největší nedostatky společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

Odpověď A: Nekomplexní sortimentní nabídka

Odpověď B: Vysoká cena

Odpověď C: Nedostatečná kvalita

Odpověď D: Nevyhovující poskytované služby

Odpověď E: Přístup personálu

Odpověď F: Jiné.....

Otázka 9 Jak jste spokojeni s dodržováním termínů ze strany společnosti SIDA, s.r.o. Prostějov?

Odpověď A: Spokojeni

Odpověď B: Spíše spokojeni

Odpověď C: Spíše nespokojeni

Odpověď D: Nespokojeni

Otázka 10 Doporučili byste společnost SIDA, s.r.o. Prostějov svým známým popřípadě ostatním firmám?

Odpověď A: Ano

Odpověď B: Ne