

ČESKÉ VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V PRAZE

MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ



DIPLOMOVÁ PRÁCE

**Studie proveditelnosti platformy zaměřující se na
prodej videozpráv od známých osobností**

**Feasibility study of a platform focused on selling video
messages from celebrities**

2023

Bc. Filip Šedivý

Studijní program: Projektové řízení inovací

Vedoucí práce: doc. Ing. Dalibor Vytlačil, CSc.

Šedivý, Filip. *Studie proveditelnosti platformy zaměřující si na prodej videozpráv od známých osobností*. Praha: ČVUT 2023. Diplomová práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV
VYŠŠÍCH STUDIÍ
ČVUT V PRAZE**

I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Šedivý** Jméno: **Filip** Osobní číslo: **509723**
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**
Zadávající katedra/ústav: **Institut manažerských studií**
Studijní program: **Projektové řízení inovací**

II. ÚDAJE K DIPLOMOVÉ PRÁCI

Název diplomové práce:

Studie proveditelnosti platformy zaměřující se na prodej videozpráv od známých osobností

Název diplomové práce anglicky:

Feasibility Study of a Platform Focused on Selling Video Messages from Celebrities

Pokyny pro vypracování:

CÍL PRÁCE: Cílem práce je vypracování studie proveditelnosti zaměřující se na platformu, kde by si zákazníci mohli zakoupit personalizovanou videozprávu od známých osobností.

PŘÍNOS PRÁCE: Přínosem bude zjištění zda má tento projekt na území České republiky potenciál uspět.

OSNOVA: 1. Úvod; 2. Teoretická část – Obsah studie proveditelnosti; 3. Praktická část – Vypracování jednotlivých bodů studie proveditelnosti. Analýza trhu, Umístění, Pracovníci, Analýza rizik, Implementace projektu, Vyhodnocení; 4. Závěr.

METODY: Hodnocení ekonomické efektivity projektu, časové plánování, analýza trhu

Seznam doporučené literatury:

Ernst G. Frankel - Project Management in Engineering Services and Development - Butterworths, 1990

E. M. Bennatan - On time, Withing Budget, Software Project Management Practices and Techniques - QED Publishing Group, 1992

Harold Kerzner - Project Management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling, Wiley, 2022

Jack R. Meredith, Samuel J. Mantel, Jr. - Project Management: A managerial approach - Wiley, 2011

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) diplomové práce:

doc. Ing. Dalibor Vytlačil, CSc. katedra inženýrské informatiky FSv

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) diplomové práce:

Datum zadání diplomové práce: **09.12.2022**

Termín odevzdání diplomové práce: **27.04.2023**

Platnost zadání diplomové práce: _____

doc. Ing. Dalibor Vytlačil, CSc.
podpis vedoucí(ho) práce

Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.
podpis děkane(ky)

III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Diplomant bere na vědomí, že je povinen vypracovat diplomovou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v diplomové práci.

Datum převzetí zadání

Podpis studenta

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem svou diplomovou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupnění této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne: 24.4.2023

Podpis: Bc. Filip Šedivý

Poděkování

Při této příležitosti bych rád vyjádřil své díky vedoucímu mé diplomové práce, doc. Ing. Daliboru Vytlačilovi, CSc., za jeho odbornou asistenci během psaní této studie. Současně bych chtěl poděkovat své rodině za neustálou podporu, poskytnutí příjemného zázemí a neustálou motivaci při psaní této diplomové práce.

Abstrakt

Tato diplomová práce se věnuje analýze proveditelnosti inovativního projektu. V teoretické části jsou pečlivě rozebrány základní pojmy související s projektovým řízením. Dále jsou detailně rozpracovány jednotlivé kapitoly, které by měly být součástí studie proveditelnosti. Praktická část se zabývá projektem poskytujícím videozprávy od známých osobností. Cílem diplomové práce bylo navrhnout celý projekt a posoudit jeho investiční záměr, s následným rozhodnutím o schválení nebo zamítnutí.

Klíčová slova

Cameo, projektové řízení, studie proveditelnosti, celebrity, finanční analýza

Abstract

This diploma thesis is devoted to the analysis of the feasibility of an innovative project. In the theoretical part, basic concepts related to project management are carefully analyzed. Furthermore, the individual chapters that should be part of the feasibility study are elaborated in detail. The practical part deals with a project providing video messages from well-known personalities. The aim of the thesis was to design the entire project and assess its investment plan, with a subsequent decision on approval or rejection.

Keywords

Cameo, project management feasibility study, celebrities, financial analysis

Obsah

Úvod	11
1 Projektové řízení.....	13
2 Projekt	14
2.1 Životní cyklus projektu	16
2.2 Časový rozpis projektu	18
2.2.1 Typy síťového diagramu	19
2.2.2 Metoda kritické cesty (CPM – Critical Path Method)	21
2.2.3 Ganttův diagram.....	22
2.2.4 Risk management.....	23
3 Studie proveditelnosti	24
3.1 Postup při vytváření studie proveditelnosti	24
3.1.1 Souhrnný přehled výsledků studie	25
3.1.2 Pozadí a historie návrhu projektu	26
3.1.3 Kapacita trhu	26
3.1.4 Analýza konkurence.....	29
3.1.5 Suroviny, materiál a výrobní vstupy	32
3.1.6 Lokalita a pozemek.....	33
3.1.7 Technické řešení projektu.....	33
3.1.8 Organizace podniku a režijní náklady	34
3.1.9 Pracovní síla.....	35
3.1.10 Plán realizace projektu	36
3.1.11 Finanční a ekonomická analýza	37
4 Představení.....	43
5 Studie proveditelnosti	45
5.1 Přehled výsledků studie	45
5.2 Historie návrhu projektu	45
5.3 Kapacita trhu	46
5.3.1 Odhad poptávky	46
5.4 PEST analýza	51
5.4.1 Politické faktory.....	51
5.4.2 Ekonomické faktory.....	52
5.4.3 Sociální faktory	53
5.4.4 Technologické faktory.....	54
5.5 Porterova analýza 5 sil.....	54

5.6	SWOT analýza.....	55
5.6.1	Silné stránky	56
5.6.2	Slabé stránky	56
5.6.3	Příležitosti.....	57
5.6.4	Hrozby	58
5.7	STP analýza.....	59
5.7.1	Segmentace (Segmentation)	59
5.7.2	Zacílení (Targeting)	59
5.7.3	Umístění (Positioning)	60
5.8	Marketingový mix.....	60
5.8.1	Produkt (Product).....	60
5.8.2	Cena (Price)	61
5.8.3	Místo (Place).....	62
5.8.4	Propagace (Promotion)	62
5.9	Suroviny, materiál a výrobní vstupy	63
5.10	Lokalita a místo	63
5.11	Technické řešení projektu.....	64
5.11.1	Front-end.....	64
5.11.2	Back-end.....	65
5.12	Organizační struktura a režijní náklady	65
5.12.1	Organizační struktura	65
5.12.2	Režijní náklady.....	66
5.13	Pracovní síla.....	68
5.14	Plán realizace projektu	69
5.15	Finanční a ekonomická analýza	70
5.15.1	Stanovení výše počáteční investice	70
5.15.2	Výkaz zisku a ztráty.....	71
5.15.3	Přehled finančních toků	74
5.15.4	Čistá současná hodnota (NPV)	75
5.15.5	Doba návratnosti investice	76
5.15.6	Vnitřní výnosové procento	77
5.15.7	Ukazatele rentability	77
6	Analýza rizik.....	78
	Závěr.....	80
	Citovaná literatura.....	82
	Seznam obrázků	82

Seznam grafů.....	83
Seznam tabulek.....	83

Úvod

Studie proveditelnosti je zásadním aspektem při vývoji každého inovativního projektu, a to platí zejména v případě startupů, kde je šance na úspěch výrazně nižší než u zavedených společností. Tato diplomová práce si klade za cíl vypracovat komplexní studii proveditelnosti pro projekt Stario, startup zaměřený na poskytování videozpráv od celebrit fanouškům.

Práce bude strukturována do teoretické a praktické části. V teoretické části budou důkladně prozkoumány základní koncepty a principy související s projektovým řízením, což poskytne pevný základ pro praktickou aplikaci těchto konceptů při analýze obchodního modelu Staria. Teoretická část bude obsahovat informace čerpané z odborné literatury, která se dá považovat za nejkvalitnější ve svém oboru.

Praktická část studie se zaměří na obchodní model společnosti Stario, její potenciální trh a rizika a příležitosti spojené s tímto podnikem. Studie bude zahrnovat odhad poptávky, PEST analýzu, Porterovu analýzu pěti sil, SWOT analýzu, STP analýzu a finanční a ekonomickou analýzu. Tyto analýzy poskytnou komplexní pochopení proveditelnosti a potenciálního úspěchu projektu Stario.

Studie je důležitá, protože poskytne cenné poznatky o potenciálu projektu Stario a pomůže investorům a zúčastněným stranám činit informovaná rozhodnutí týkající se investic a rozvoje podniku. Studie navíc poskytne cenný příspěvek do oblasti projektového řízení, zejména v kontextu inovativních startupů, kde jsou rizika vysoká a šance na úspěch nejisté.

Projekt Stario je zajímavý, protože se snaží poskytovat jedinečnou a inovativní službu v odvětví celebrit, která uspokojuje rostoucí poptávku po personalizované interakci mezi fanoušky a jejich oblíbenými celebritami. Potenciál úspěchu tohoto projektu je vysoký vzhledem k rostoucí popularitě platform sociálních médií a trendu k personalizaci spotřebitelských služeb. Rizika spojená s tímto podnikem jsou však také významná, a proto je k zajištění životaschopnosti a potenciálu úspěchu projektu nezbytná důkladná studie proveditelnosti.

Teoretická část

1 Projektové řízení

V této kapitole se budu věnovat obecným informacím o projektovém řízení a budou zde popsány veškeré nástroje, které použiji v praktické části diplomové práce.

Jako původ projektového řízení lze brát již starobylé civilizace, jako jsou Egypťané, kteří používali vyspělé techniky plánování k budování pyramid. K dalšímu výraznému vývoji došlo v 19. století, kdy akcelerace industrializace zapříčinila vývoj projektového řízení. K výstavbě výrobních závodů, sofistikovaných budov, mostů, železnic apod. byla zapotřebí větší vyspělost k řízení, provádění a plánování těchto projektů.

Jedno z prvních jmen, které je spojováno s projektovým řízením je jméno Henryho Gantta, který se v 19. století proslavil vymyšlením Ganttova diagramu. Graf je vizualizace plánu projektu a uživatelům přináší možnost sledovat progres jednotlivých částí projektu a identifikovat potenciální zpoždění.

Polovina 20. století přinesla již vyspělejší techniky projektového řízení, které byly používány široce ve velkých vládních projektech, jako je systém Polaris, program Apollo Space apod. Jedná se například o metody kritické cesty CPM (Critical Path Method) a metoda PERT (Program Evaluation and Review Technique).

60. a 70. léta přinesla založení profesních organizací, jako je Institut pro řízení projektů (PMI – Project Management Institute), ze kterého se stal celosvětově nejvíce uznávanou organizací pro vzdělávání a certifikaci projektového řízení.

V dnešní době je projektové řízení velice důležitou oblastí v každé organizaci napříč každým odvětvím (stavebnictví, software, zdravotnictví atd.) Praktiky, které byly postupem času zdokonaleny, jsou dnes jedny z nejdůležitějších nástrojů ke kontrole, plánování a realizaci firemních strategií a vizí (Kerzner, 2013).

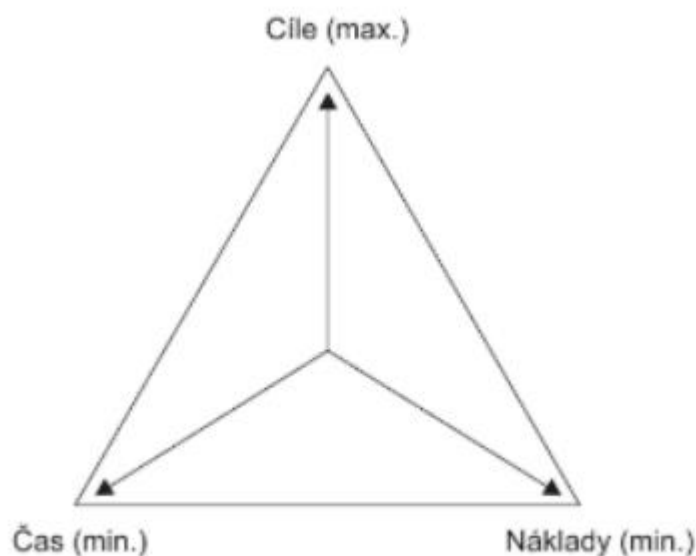
2 Projekt

Projekt můžeme definovat jako: "složitou sestavu vzájemně závislých úkolů, které musí být provedeny v určitém pořadí v daném období a v určitém rozpočtu." (Frankel, 1990)

Podle Harolda Kerzera můžeme projekt charakterizovat těmito vlastnostmi:

1. Časově omezený: Projekt má časově omezený charakter a má definované datum zahájení a ukončení.
2. Originální: Projekt je jedinečné úsilí se specifickým cílem, rozsahem a souborem výstupů.
3. Interfunkcionální: Projekt zahrnuje lidi z různých funkčních oblastí a oborů, kteří spolupracují na společném cíli.
4. Rizikové: Projekty zahrnují určitou úroveň rizika kvůli nejistotám souvisejícím s časem, náklady, rozsahem a kvalitou.
5. Cílově orientované: Projekty jsou zaměřeny na dosažení konkrétních cílů, které jsou definovány na začátku projektu.
6. Vzájemná závislost: Úspěch projektu závisí na koordinaci a integraci různých projektových aktivit a úkolů.
7. Komplexní: Projekty jsou složité a vyžadují použití specializovaných znalostí, dovedností a technik k jejich efektivnímu řízení.
8. Náročné na zdroje: Projekty vyžadují k úspěšnému dokončení značné zdroje, jako je čas, peníze, lidé a vybavení.
9. Zaměřené na zákazníka: Projekty jsou často iniciovány s cílem splnit potřeby a očekávání zákazníků nebo jiných zainteresovaných stran. (Kerzner, 2013)

Při řízení projektů také musíme brát v potaz projektový trojimperativ, který říká, že abychom úspěšně dokončili projekt, musíme zohlednit tři hlavní složky projektu – cíl, čas a náklady, známé také jako "Trojimperativ". Tyto složky musí být správně vyvážené a navzájem propojené.



Obrázek 1 - Trojimperativ projektu – zdroj J. Doležal

Cíl projektu: Pro stanovení cílů projektu se používá celosvětově známá metoda SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-Bound).

S – Specifický: Cíl by měl být jasně definovaný a konkrétní, nenechávat prostor pro nejednoznačnost.

M – Měřitelný: Cíl by měl být kvantifikovatelný nebo měřitelný, aby bylo možné sledovat a hodnotit pokrok.

A – Dosažitelný: Cíl by měl být dosažitelný s dostupnými zdroji, dovednostmi a znalostmi.

R – Relevantní: Cíl by měl být relevantní k celkovému účelu a vizi projektu, nebo organizace.

T – Časově omezený: Cíl by měl mít definovaný termín, nebo časovou osu pro dokončení.

2.1 Životní cyklus projektu

Životní cyklus projektu je důležitým pojmem v projektovém řízení, protože poskytuje rámec pro pochopení fází, kterými projekt prochází od jeho koncepce až po dokončení. Rozdělením projektu do fází umožňuje projektovým manažerům plánovat a provádět každou fázi projektu strukturovaným a organizovaným způsobem.

Životní cyklus projektu také pomáhá při identifikaci klíčových výstupů, milníků a termínů. Umožňuje projektovým manažerům identifikovat potenciální rizika a příležitosti, efektivně alokovat zdroje a efektivně řídit rozpočty projektů. Navíc usnadňuje komunikaci mezi zúčastněnými stranami projektu, včetně členů týmu, klientů a vrcholového vedení.

Model životního cyklu projektu navíc poskytuje způsob, jak vyhodnotit výkonnost projektu v různých fázích a zajistit, aby projekt splňoval požadované standardy kvality, časové osy a cíle. Sledováním a kontrolou průběhu projektu během každé fáze může projektový tým včas identifikovat potenciální problémy a přijmout nápravná opatření ke zmírnění případných rizik a zajistit, že projekt zůstane na správné cestě. (Larson, a další, 2017)

Fáze koncepce:

Fáze koncepce označuje začátek životního cyklu projektu, kde se zrodí myšlenka projektu. Během této fáze sponzor projektu identifikuje potřebu projektu a je vypracována studie proveditelnosti, která určí, zda je projekt realizovatelný. Studie proveditelnosti zahrnuje průzkum trhu, analýzu rizik a analýzu nákladů a výnosů, aby bylo zajištěno, že projekt odpovídá strategickým cílům organizace.

Fáze plánování:

Ve fázi plánování projektový manažer vypracuje komplexní plán projektu, který zahrnuje rozsah projektu, harmonogram, rozpočet a požadavky na zdroje (finanční, lidské apod.) Projektového plánu se projektový tým drží po celou dobu realizace.

Fáze realizace:

Ve fázi realizace se provádí skutečná práce na projektu a vytvářejí se výstupy projektu. Projektový tým spolupracuje na dokončení úkolů nastíněných v plánu projektu a pokrok je sledován podle harmonogramu projektu.

Fáze monitorování:

Během fáze Monitorování a kontroly projektový manažer sleduje pokrok projektu oproti plánu, identifikuje odchylky a přijímá nápravná opatření, aby projekt udržel na správné cestě. Projektový manažer také sděluje stav projektu zúčastněným stranám, aby zajistil, že si každý bude vědom jakýchkoli změn v plánu projektu.

Fáze uzavření:

Nakonec je ve fázi uzavření projekt formálně uzavřen a provede se poprojektová revize, aby se zjistily získané poznatky a osvědčené postupy pro budoucí projekty. Projektový manažer dokončuje veškerou projektovou dokumentaci a provádí závěrečnou kontrolu projektu se zúčastněnými stranami (Kerzner, 2013).

2.2 Časový rozpis projektu

Důležitost časového rozpisu projektu shrnuje Larson a Gray pomocí těchto 5. bodů.

1. Pomáhá stanovit očekávání: Časová osa projektu poskytuje jasný obrázek o tom, kdy budou dokončeny určité úkoly a kdy se očekává dokončení projektu jako celku. To umožňuje zúčastněným stranám nastavit očekávání a podle toho plánovat.
2. Poskytuje plán: Časová osa poskytuje plán projektu, který pomáhá projektovému týmu zůstat na správné cestě a ujistit se, že se projekt ubírá správným směrem.
3. Usnadňuje koordinaci: Časová osa usnadňuje koordinaci mezi členy týmu, protože pomáhá identifikovat závislosti mezi úkoly a kdy je třeba každý úkol dokončit. To umožňuje členům týmu plánovat svou práci a efektivněji spolupracovat.
4. Umožňuje monitorování a kontrolu: Časová osa projektu je nástroj pro monitorování a řízení projektu. Umožňuje projektovému týmu sledovat pokrok oproti plánu, identifikovat potenciální zpoždění nebo problémy a přijímat nápravná opatření k udržení projektu na správné cestě.
5. Poskytuje základ pro komunikaci: Časová osa projektu poskytuje obecné porozumění harmonogramu projektu, což pomáhá usnadnit komunikaci mezi zúčastněnými stranami projektu, včetně členů týmu, klientů a vrcholového vedení.

V dnešní době se k vytvoření časového rozpisu projektu celosvětově používají síťové diagramy.

První výhodou síťových diagramů je, že síťové diagramy poskytují vizuální reprezentaci aktivit projektu a jejich vzájemných závislostí. To umožňuje projektovým manažerům a členům týmu porozumět složitosti projektu a vizualizovat, jak jsou aktivity propojeny.

Druhým benefitem je identifikace krizové cesty. Síťové diagramy pomáhají identifikovat kritickou cestu, což je soubor činností, která určuje nejkratší možnou dobu trvání projektu. Identifikací kritické cesty mohou projektoví manažeři zaměřit svou pozornost na činnosti, které mají největší dopad na harmonogram projektu.

Třetí výhodou těchto diagramů je snadnější alokování zdrojů. Síťové diagramy mohou pomoci identifikovat omezení zdrojů a problémy s přidělováním. Díky pochopení závislostí mezi aktivitami mohou projektoví manažeři zajistit, že zdroje jsou alokovány správně a že nedochází ke konfliktům zdrojů, které by mohly ovlivnit plán projektu.

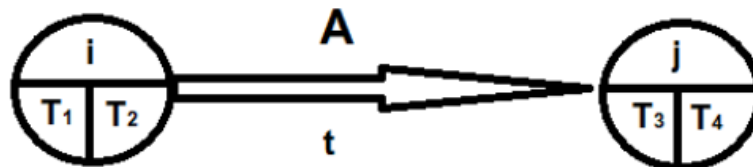
Čtvrtou výhodou je, že Síťové diagramy pomáhají projektovým manažerům řídit plán projektu a zajistit, aby činnosti byly dokončeny ve správném pořadí. Identifikací závislostí mezi aktivitami se mohou projektoví manažeři vyhnout zpožděním a udržet projekt na správné cestě.

Poslední výhodou je snadnější komunikace – síťové diagramy mohou projektovým manažerům pomoci sdělit plán projektu zúčastněným stranám, včetně členů týmu, klientů a vrcholového vedení. Poskytnutím vizuální reprezentace aktivit projektu a jejich vzájemných závislostí mohou síťové diagramy pomoci zúčastněným stranám porozumět složitosti a harmonogramu projektu.

2.2.1 Typy síťového diagramu

V praxi rozlišujeme 2 druhy síťových diagramů – hranově definovaný síťový diagram a uzlově definovaný síťový diagram.

Hranově definovaný uzlový diagram má tuto podobu:



Obrázek 2 - Hranově definovaný síťový diagram, vlastní zpracování

Síťový graf, který je definován pomocí hran, ukazuje směr činnosti mezi počátečním a cílovým uzlem hrany. Tento typ grafu je znázorněn na druhém obrázku.

A = činnost

t = doba trvání jednotlivé činnosti

$T1$ = nejdříve možný začátek

$T2$ = nejpozději přípustný konec

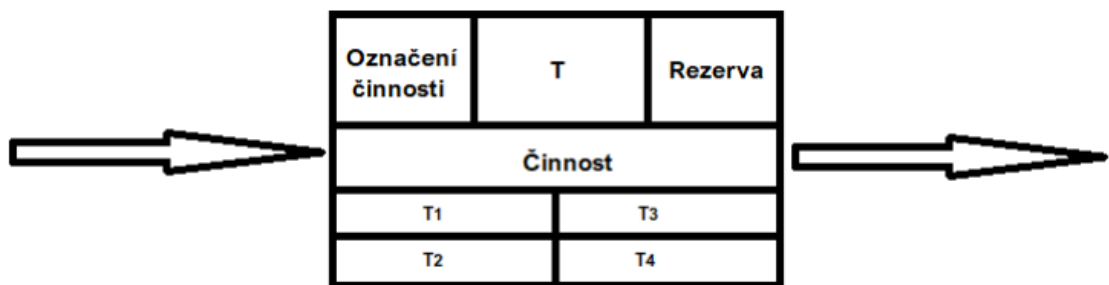
$T3 =$ nejdříve přípustný konec

$T4 =$ nejpozději přípustný konec

$j =$ koncový uzel činnosti

$i =$ počáteční uzel

Uzlově definovaný síťový diagram má tuto podobu:



Obrázek 3 - Uzlově definovaný síťový diagram, vlastní zpracování

Síťový diagram definovaný uzly vyjadřuje aktivity, které jsou reprezentovány jednotlivými uzly propojenými hranami grafu. Každý uzel grafu zastupuje jednu specifickou aktivitu.

$T =$ doba trvání činnosti

$T1 =$ nejdříve možný začátek

$T2 =$ nejpozději přípustný začátek

$T3 =$ nejdříve možný konec

$T4 =$ nejpozději přípustný konec

Pro další fázi plánování potřebujeme určit, jak dlouho bude každá činnost trvat. Je důležité nezapomenout zohlednit také počet zdrojů, které budeme na danou činnost potřebovat. Pro výpočet délky trvání činností je třeba, aby odborníci provedli odhad, který by měl co nejpřesněji odrážet reálné podmínky. Je nutné mít na paměti, že se stále jedná pouze o odhad, který se může lišit od skutečnosti. K výpočtu délky trvání činností můžeme použít vzorec z obrázku č. 4. Vzorec používá 3 varianty dob trvání činnosti a to optimistickou (a_{ij}), realistickou (m_{ij}) a pesimistickou (b_{ij}) (Doležal, a další, 2009)

$$\bar{y}_{ij} = \frac{a_{ij} + 4m_{ij} + b_{ij}}{6}$$

Obrázek 4 - Doba trvání jednotlivé činnosti, zdroj: (Doležal, a další, 2009)

2.2.2 Metoda kritické cesty (CPM – Critical Path Method)

Identifikace činností: Prvním krokem při vytváření CPM je identifikace všech činností potřebných k dokončení projektu. To zahrnuje rozdělení projektu na menší, zvládnutelné činnosti.

Seřadit činnosti: Jakmile jsou všechny činnosti identifikovány, dalším krokem je seřadit je v pořadí, v jakém mají být dokončeny. To se provádí vytvořením vztahů mezi aktivitami, tj. které aktivity musí být dokončeny, než mohou začít ostatní.

Odhadovaná doba trvání: Ke každé aktivitě by měla být přiřazena odhadovaná doba trvání, což je doba potřebná k dokončení aktivity.

Vytvořit síťový diagram: Pomocí informací shromážděných v předchozích krocích lze vytvořit síťový diagram. Toto je vizuální znázornění projektových aktivit a jejich vztahů se šipkami označujícími závislosti mezi aktivitami.

Určete kritickou cestu: Kritická cesta je nejdelší posloupnost činností, které musí být dokončeny včas, aby bylo zajištěno, že projekt bude dokončen podle plánu. To je určeno výpočtem celkové doby trvání každé cesty přes síťový diagram.

Identifikujte časové rezervy: Činnosti, které nejsou na kritické cestě, mají určitou rezervu, což znamená, že mohou být zpožděny, aniž by došlo ke zpoždění celkového data dokončení projektu. Identifikací časových rezerv mohou projektoví manažeři určit, které činnosti mohou být zpožděny a které činnosti jsou rozhodující pro úspěch projektu.

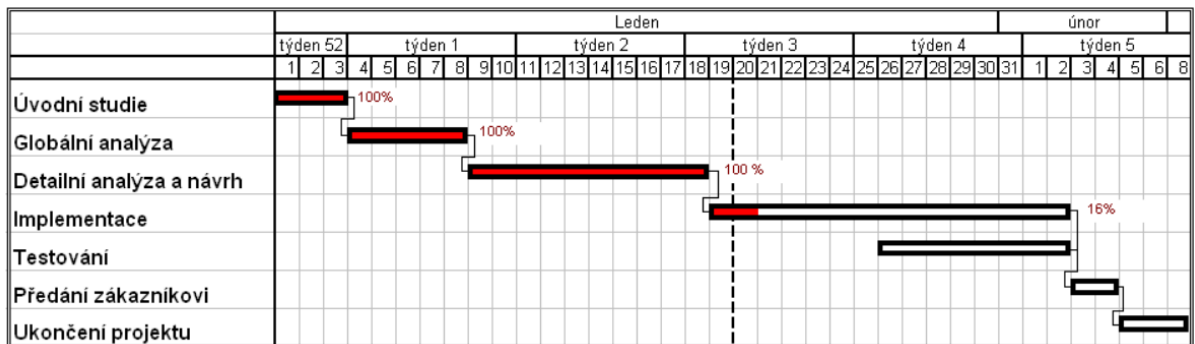
Monitorování pokroku: Jakmile je CPM vyvinuta, mohou ji projektoví manažeři použít ke sledování pokroku a identifikaci potenciálních zpoždění nebo problémů, které mohou ovlivnit datum dokončení projektu (Kerzner, 2013).

2.2.3 Ganttův diagram

Ganttův diagram je typ sloupcového grafu, který znázorňuje harmonogram projektu. Vodorovná osa grafu představuje časovou osu projektu, rozdělenou na dny, týdny nebo měsíce v závislosti na rozsahu projektu. Vertikální osa představuje činnosti, které je třeba dokončit k dosažení cílů projektu.

Každá aktivita je v grafu znázorněna jako pruh, přičemž délka pruhu označuje dobu trvání aktivity. Lišta je obvykle barevně označena, aby označovala osobu nebo tým odpovědný za dokončení aktivity. Po dokončení činností se graf aktualizuje a zobrazuje dosažený pokrok.

Ganttovy diagramy jsou efektivním nástrojem pro vizualizaci celkového harmonogramu projektu a sledování průběhu každé činnosti. Mohou být také použity k identifikaci potenciálních konfliktů plánování, zpoždění nebo omezení zdrojů, které mohou ovlivnit datum dokončení projektu (Meredith, a další, 2011).



Obrázek 5 - Ganttův diagram příklad, neznámý autor

2.2.4 Risk management

Řízení rizik lze charakterizovat jako: „proces identifikace, hodnocení a stanovení priorit rizik, po kterém následuje koordinovaná a hospodárná aplikace zdrojů k minimalizaci, sledování a kontrole pravděpodobnosti nebo dopadu nešťastných událostí“ (Bennatan, 1995).

Bennatan dále popisuje kroky, které je třeba podstoupit, aby byl projekt úspěšný a nepodlehli některým z rizik.

Důležitá je identifikace potenciálních rizik, které by mohly ovlivnit projekt. Autoři navrhují k identifikaci rizik používat techniky, jako je brainstorming a kontrolní seznamy. Druhý krok je hodnocení rizik – to zahrnuje posouzení pravděpodobnosti a dopadu každého identifikovaného rizika. Autoři navrhují použít matici rizik k upřednostnění rizik na základě jejich pravděpodobnosti a dopadu. Třetím krokem je plánování reakce na rizika. To zahrnuje vývoj strategií pro řízení identifikovaných rizik. Doporučuje se použití řady strategií, včetně vyhýbání se riziku, přenosu rizika, zmírňování rizika a přijímání rizika. Čtvrtým krokem je monitorování a kontrola rizik. Tento krok obsahuje sledování identifikovaných rizik a implementaci plánovaných strategií řízení rizik. Autoři doporučují používat ke sledování rizik pravidelné zprávy o stavu a registry rizik.

3 Studie proveditelnosti

Studie proveditelnosti je kritickým krokem v procesu projektového řízení. Jde o systematickou analýzu potenciálních silných a slabých stránek navrhovaného projektu a pomáhá projektovým manažerům určit, zda je projekt realizovatelný, praktický a ziskový.

Studie proveditelnosti zahrnuje několik klíčových kroků, včetně identifikace rozsahu projektu, definování cílů, posouzení požadovaných zdrojů, analýzy nákladů a výnosů, vyhodnocení rizik a nejistot. Studie také bere v úvahu právní, environmentální a sociální faktory, které mohou projekt ovlivnit.

Jednou z klíčových výhod studie proveditelnosti je, že pomáhá projektovým manažerům činit informovaná rozhodnutí o tom, zda v projektu pokračovat či nikoli. Identifikací potenciálních rizik a výzev mohou projektoví manažeři vyvinout strategie ke zmírnění těchto rizik a zajistit úspěch projektu. Studie proveditelnosti také pomáhá projektovým manažerům identifikovat zdroje a dovednosti potřebné k dokončení projektu, což jim může pomoci vytvořit efektivní plán projektu (Larson, a další, 2017).

3.1 Postup při vytváření studie proveditelnosti

V této diplomové práci se budu držet postupu na vypracování studie proveditelnosti, který popsal Němec ve své knize Projektový management. Při vypracování studie proveditelnosti je třeba myslet na charakter projektu a více se zaměřit na ty kapitoly, které jsou pro projekt důležitější než ty jiné.

1. **Souhrnný přehled výsledků studie** – Shrnutí výsledků studie zahrnuje nejdůležitější informace z kapitol a slouží k poskytnutí přehledného informačního materiálu pro rozhodovací orgány.
2. **Pozadí a historie návrhu projektu** – Kapitola týkající se pozadí a historie projektu zahrnuje ekonomické podmínky v daném území a popisuje pozadí a umístění projektu.
3. **Kapacita trhu** – Kapitola o kapacitě trhu zahrnuje marketingovou analýzu poptávky a předpovědi prodeje, což slouží jako východisko pro stanovení kapacity trhu.

4. **Suroviny, materiál a výrobní vstupy** – Kapitola o surovinách, materiálech a výrobních vstupech se zaměřuje na dostupnost surovin, náhradních dílů a časovou dostupnost továrních dodávek.
5. **Lokalita a pozemek** – Lokalita a pozemek jsou také hodnoceny z hlediska vlivu na životní prostředí, infrastrukturu a socio-ekonomické aspekty.
6. **Technické řešení projektu** – Technické řešení projektu zahrnuje popis výrobního programu a kapacity produkce videozpráv, včetně zhodnocení výhod a nevýhod vybrané technologie a potřebného školení zaměstnanců.
7. **Organizace společnosti a režijní náklady** – Vysvětlení organizační složky společnosti a rozdělení do jednotlivých nákladových středisek.
8. **Pracovní síla** – Kapitola o pracovní síle se zaměřuje na požadavky na zaměstnance z hlediska jejich kvalifikace, počtu, výběru, výcviku a mzdových nákladů.
9. **Realizace projektu** – V kapitole o realizaci projektu se vypočítává doba trvání výstavby a instalace zařízení.
10. **Finanční analýza** – Analýza finančního a ekonomického aspektu studie proveditelnosti zahrnuje výpočet všech výdajů, odpisů a hodnotí projekt a dobu návratnosti. Na závěr jsou uvedeny hlavní výhody a slabosti projektu (Němec, 2002).

3.1.1 Souhrnný přehled výsledků studie

Souhrn výsledků studie proveditelnosti by měl poskytnout stručný a jasný přehled klíčových zjištění a doporučení studie. Měl by obsahovat prohlášení o cílech projektu, shrnutí metod použitých ve studii a popis hlavních faktorů, které byly analyzovány. Shrnutí by také mělo upozornit na nejdůležitější zjištění, včetně všech významných silných a slabých stránek projektu, příležitostí a hrozeb na trhu a finanční proveditelnosti navrhovaného podniku. Závěrem shrnutí by mělo být jasné doporučení, zda v projektu pokračovat či nikoli, a pokud ano, jaké kroky je třeba podniknout, aby byl zajištěn jeho úspěch. Shrnutí by mělo být stručné, snadno srozumitelné a mělo by poskytovat osobám s rozhodovací pravomocí informace, které potřebují k informovanému rozhodování o projektu (Němec, 2002).

3.1.2 Pozadí a historie návrhu projektu

Za prvé, kapitola by měla poskytnout historický kontext projektu, včetně všech vnějších faktorů a událostí, které vedly k jeho vzniku. To může zahrnovat změny na trhu, technologii, strategické cíle, provozní potřeby nebo jakékoli jiné faktory, které přispěly k rozvoji projektu.

Za druhé, kapitola by měla pojednávat o konkrétním kontextu a pozadí daného projektu, včetně organizační struktury a kultury, klíčových zainteresovaných stran a jakýchkoli dalších faktorů, které mohou ovlivnit úspěch projektu. To může zahrnovat analýzu historie, vize a poslání organizace, stejně jako jakýchkoli politických nebo kulturních faktorů, které mohou ovlivnit vývoj projektu.

Za třetí, kapitola by měla pojednávat o cílech a rozsahu projektu, včetně jakýchkoli konkrétních cílů a výstupů, které byly identifikovány. To by mělo zahrnovat analýzu souladu projektu s celkovou strategií organizace, stejně jako hodnocení jeho proveditelnosti, rizik a potenciálních přínosů.

Konečně by tato kapitola měla poskytnout komplexní přehled o časovém plánu a rozpočtu projektu, včetně všech klíčových milníků nebo termínů, a také analýzu zdrojů potřebných k dosažení cílů projektu. To by mohlo zahrnovat hodnocení finanční a provozní proveditelnosti projektu, jakož i posouzení rizik a příležitostí spojených s projektem (Kerzner, 2013).

3.1.3 Kapacita trhu

Za prvé, kapitola by měla pojednávat o cílovém trhu pro navrhovaný produkt nebo službu. To by mohlo zahrnovat analýzu velikosti a potenciálu růstu trhu, demografické údaje a charakteristiky cílového zákazníka a jakékoli trendy nebo vzorce, které mohou ovlivnit poptávku po produktu nebo službě.

Poté by tato kapitola měla posoudit kapacitu zařízení potřebnou k podpoře projektu. To by mohlo zahrnovat analýzu vybavení a nástrojů potřebného k výrobě a dodání produktu nebo služby, stejně jako vyhodnocení jakýchkoli existujících kapacitních omezení nebo omezení.

Nakonec by tato kapitola měla pojednávat o všech rizicích nebo problémech spojených s trhem a kapacitou zařízení, včetně vyhodnocení jakýchkoli regulačních, právních nebo environmentálních faktorů, které mohou mít dopad na projekt. To by mělo zahrnovat posouzení celkového rizikového profilu projektu a analýzu potenciálních strategií zmírňování, aby se minimalizoval dopad jakýchkoli identifikovaných rizik.

Jakmile se dokončí tyto činnosti, je čas přejít na další, a to je marketingová strategie.

3.1.3.1 Marketingová strategie

Marketingová strategie je klíčovou součástí studie proveditelnosti, protože pomáhá posoudit potenciální úspěch navrhovaného projektu. Vyhodnocením marketingového potenciálu navrhovaného produktu nebo služby může kapitola o marketingové strategii poskytnout cenné poznatky o proveditelnosti projektu.

Dobře navržená marketingová strategie může pomoci identifikovat cílový trh, posoudit velikost a růstový potenciál trhu a vyhodnotit konkurenční prostředí. Může také poskytnout analýzu různých marketingových kanálů a taktik, které budou použity k oslovení cílového zákazníka, stejně jako vyhodnocení cenové strategie a jakýchkoli slev nebo pobídek, které budou nabízeny.

Posouzením těchto faktorů může marketingová strategie pomoci identifikovat potenciální rizika a příležitosti spojené s projektem a také poskytnout náhled na prognózu prodeje a potenciál příjmů. Může také pomoci identifikovat jakékoli regulační, právní nebo environmentální faktory, které mohou ovlivnit marketingový potenciál projektu, a poskytnout plán pro zmírnění jakýchkoli rizik spojených s marketingovou strategií.

Celkově je kapitola o marketingové strategii ve studii proveditelnosti klíčová, protože poskytuje komplexní analýzu marketingového potenciálu navrhovaného projektu, který je kritickým faktorem při určování celkové proveditelnosti projektu.

V této studii proveditelnosti bude použit Porterův model 5 sil, SWOT analýza, PEST analýza a STP analýza.

3.1.3.2 Marketingový mix

Marketingový mix je důležitou součástí studie proveditelnosti, protože pomáhá vyhodnotit celkovou marketingovou strategii pro navrhovaný produkt nebo službu. Díky pochopení toho, jak bude navrhovaný produkt nebo služba umístěna na trhu a jak bude propagována, může studie proveditelnosti poskytnout cenné poznatky o potenciálním úspěchu projektu. K vypracování marketingového mixu se používá model 4P (Product, Price, Promotion, Place).

Produkt: Produktová složka marketingového mixu pomáhá vyhodnotit vlastnosti, výhody a jedinečné prodejní body navrhovaného produktu nebo služby. Po pochopení vlastností a výhod produktu může studie proveditelnosti určit, zda navrhovaný produkt nebo služba splňuje potřeby cílového trhu a zda bude úspěšná.

Cena: Cenová složka marketingového mixu pomáhá vyhodnotit cenovou strategii pro navrhovaný produkt nebo službu. Po pochopení cenové strategie může studie proveditelnosti určit, zda je navrhovaný produkt nebo služba cenově konkurenceschopná a zda je pravděpodobné, že bude zisková.

Propagace: Propagační složka marketingového mixu pomáhá vyhodnotit marketingové kanály a taktiky, které budou použity k propagaci navrhovaného produktu nebo služby. Po pochopení propagační strategie může studie proveditelnosti určit, zda navrhovaný produkt nebo služba pravděpodobně dosáhne svého cílového trhu a generuje dostatečnou poptávku.

Místo: Složka místa v marketingovém mixu pomáhá vyhodnotit distribuční strategii pro navrhovaný produkt nebo službu. Na základě pochopení distribuční strategie může studie proveditelnosti určit, zda navrhovaný produkt nebo služba budou snadno dostupné pro cílový trh a zda jsou distribuční kanály nákladově efektivní.

3.1.4 Analýza konkurence

Analýza konkurence je důležitou součástí studie proveditelnosti, protože pomáhá poskytnout komplexní pochopení konkurenčního prostředí, ve kterém bude navrhovaný projekt fungovat. Identifikací potenciálních rizik a příležitostí spojených s projektem a vyhodnocením jeho konkurenčního potenciálu může analýza konkurence pomoci při celkovém posouzení proveditelnosti a podpořit informovaná rozhodování.

Identifikujte potenciální konkurenty: Analýza konkurence pomáhá identifikovat potenciální konkurenty na cílovém trhu, jejich silné a slabé stránky a jejich podíl na trhu. Tyto informace mohou pomoci identifikovat potenciální rizika a příležitosti spojené s projektem a informovat o celkové marketingové a obchodní strategii.

Posouzení konkurenčního prostředí: Analýza konkurence pomáhá posoudit celkové konkurenční prostředí na cílovém trhu, včetně tržních trendů, chování spotřebitelů a dynamiky odvětví. Tyto informace mohou pomoci identifikovat potenciální výzvy a příležitosti spojené s projektem a poskytnout informace pro celkové posouzení proveditelnosti.

Vyhodnocení tržního podílu a stanovení cen: Analýza konkurence pomáhá vyhodnotit tržní podíl stávajících konkurentů, jejich cenové strategie a nabídky produktů. Tyto informace mohou pomoci určit, zda navrhovaný projekt může účinně konkurovat na cílovém trhu a zda je cenová strategie vhodná.

Identifikujte potenciální mezery na trhu: Analýza konkurence pomáhá identifikovat potenciální mezery na trhu, oblasti neuspokojených potřeb zákazníků a potenciální mezery, které by navrhovaný projekt mohl zaplnit. Tyto informace mohou pomoci informovat o celkových obchodních a marketingových strategiích a identifikovat potenciální příležitosti pro projekt (Kerzner, 2013). K vytvoření kvalitní analýzy konkurence je vhodné využít SWOT analýzu a Porterův model 5 sil jako zdroje poznatků a dat.

3.1.4.1 SWOT analýza

SWOT analýza je důležitou součástí studie proveditelnosti, protože pomáhá poskytnout komplexní pochopení vnitřních a vnějších faktorů, které by mohly ovlivnit úspěch navrhovaného projektu. Identifikací potenciálních oblastí silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb může SWOT analýza pomoci zúčastněným stranám činit informovaná rozhodnutí a vyvinout strategie, které zajistí úspěch projektu.

SWOT analýza pomáhá identifikovat silné a slabé stránky navrhovaného projektu. Tyto informace mohou pomoci identifikovat potenciální oblasti konkurenční výhody nebo oblasti, kde je k zajištění úspěchu zapotřebí zlepšení.

Analýza SWOT pomáhá posoudit externí faktory, které by mohly ovlivnit navrhovaný projekt, včetně tržních trendů, dynamiky odvětví a regulačních problémů. Tyto informace mohou pomoci identifikovat potenciální příležitosti a hrozby spojené s projektem a poskytnout informace pro celkové posouzení proveditelnosti.

SWOT analýza může pomoci při informování o celkovém rozhodovacím procesu tím, že poskytuje komplexní pochopení vnitřních a vnějších faktorů, které by mohly ovlivnit navrhovaný projekt. Tyto informace mohou pomoci zúčastněným stranám činit informovaná rozhodnutí o tom, zda s projektem pokračit a jak jej nejlépe umístit pro úspěch.

Analýza SWOT může pomoci usnadnit strategické plánování tím, že identifikuje potenciální oblasti zaměření a oblasti, kde je zapotřebí zlepšení. Tyto informace mohou informovat o celkových obchodních a marketingových strategiích a pomoci nastavit navrhovaný projekt k úspěchu.



Obrázek 6 - SWOT matice, zdroj: <https://cs.wikipedia.org/wiki/SWOT#>

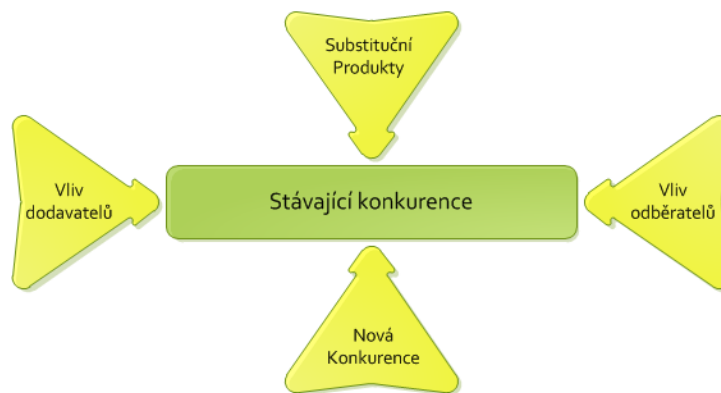
3.1.4.2 Porterův model pěti sil

Porterův model pěti sil je důležitým nástrojem ve studii proveditelnosti, protože pomáhá vyhodnotit konkurenční prostředí navrhovaného projektu a poskytnout podklady pro celkové posouzení proveditelnosti. Identifikací potenciálních výzev a příležitostí spojených s navrhovaným projektem může Porterův model 5 sil pomoci zúčastněným stranám vyvinout informované strategie a umístit projekt tak, aby byl úspěšný.

Porterův model 5 sil pomáhá posoudit úroveň konkurence v odvětví, včetně intenzity rivality mezi stávajícími konkurenty. Tyto informace mohou pomoci při celkovém posouzení proveditelnosti a identifikovat potenciální výzvy a příležitosti spojené s navrhovaným projektem.

Porterův model 5 sil také pomáhá identifikovat potenciální účastníky v odvětví a nahradit produkty nebo služby, které by mohly ovlivnit úspěch navrhovaného projektu. Tyto informace mohou pomoci zúčastněným stranám vyvinout strategie pro odlišení navrhovaného projektu a jeho umístění pro úspěch.

Porterův model 5 sil pomáhá vyhodnotit vyjednávací sílu dodavatelů a kupujících v odvětví. Tyto informace mohou pomoci zúčastněným stranám porozumět charakteru odvětví a vyvinout strategie pro řízení vztahů s dodavateli a zákazníky.



Obrázek 7 - Porterův model 5 sil, zdroj:

https://cs.wikipedia.org/wiki/Porterova_anal%C3%BDza_p%C4%9Bti_sil

3.1.5 Suroviny, materiál a výrobní vstupy

Cílem této části studie proveditelnosti je odhadnout potřebné množství surovin, energie, materiálu a s tím spojené náklady. V této kapitole se bude autor zabývat odhadem potřebného vstupního materiálu. Němec, autor knihy o projektovém managementu navrhuje, že při celkovém výpočtu nákladů na spotřebu je nutné zohlednit několik témat, jako je přímý a režijní materiál, paliva, elektrická energie, opravy a servis, dopravní podniky, voda, mobilní a internetové služby a nevýrobní služby (Němec, 2002).

Při provádění studie proveditelnosti je důležité zvážit požadované materiály, energii a související náklady, protože tyto faktory mohou významně ovlivnit životaschopnost a udržitelnost projektu. Odhadem nezbytných vstupů může studie proveditelnosti identifikovat potenciální omezení zdrojů a úvahy o nákladech, které mohou ovlivnit celkovou proveditelnost projektu. Tato analýza může pomoci projektovým manažerům činit informovaná rozhodnutí o alokaci zdrojů, výběru technologie a provozních procesech s cílem optimalizovat využití zdrojů a minimalizovat plýtvání. Porozumění

nákladům na různé vstupní materiály a zdroje energie může navíc projektovým manažerům pomoci vytvořit přesnější rozpočet a finanční projekce, které jsou nezbytné pro zajištění financování a zajištění dlouhodobé finanční životaschopnosti projektu.

3.1.6 Lokalita a pozemek

Kapitola „Lokalita a pozemek“ je nezbytnou součástí studie proveditelnosti, protože umístění a lokalita projektu může významně ovlivnit jeho úspěch či neúspěch. V této kapitole by studie proveditelnosti měla zhodnotit různé aspekty lokality, včetně její geografické polohy, dostupnosti, dostupnosti inženýrských sítí a místních předpisů.

Volba místa může ovlivnit mnoho faktorů, včetně ceny půdy, dostupnosti pracovních sil a materiálů, přístupu k dopravě a logistice, blízkosti trhů a zákazníků a potenciálních dopadů na životní prostředí. Pečlivým posouzením umístění a lokality projektu může studie proveditelnosti pomoci projektovým manažerům identifikovat potenciální výzvy, příležitosti a rizika spojená s danou lokalitou a vyvinout vhodné strategie pro jejich zmírnění nebo využití.

Kromě toho může umístění a hodnocení lokality pomoci určit celkovou proveditelnost a finanční životaschopnost projektu. Pokud se například projekt nachází v oblasti s vysokými náklady na půdu a pracovní sílu, může být obtížnější dosáhnout ziskovosti nebo přilákat investory. Naopak dobře zvolená lokalita s výhodnými podmínkami může pomoci snížit provozní náklady a zlepšit celkovou návratnost investice do projektu (Němec, 2002).

3.1.7 Technické řešení projektu

Technické řešení projektu je základním aspektem studií proveditelnosti, protože pomáhá vyhodnotit technickou proveditelnost projektu, identifikovat potenciální výzvy a určit časový plán a rozpočet projektu. Zvážením technických aspektů projektu

během studie proveditelnosti mohou zúčastněné strany činit informovaná rozhodnutí o životaschopnosti a potenciálním úspěchu projektu.

Během studie proveditelnosti pomáhá technické řešení projektu určit, zda je projekt na základě jeho technických požadavků proveditelný či nikoli. Pokud například projekt vyžaduje specializované vybavení nebo materiály, které nejsou snadno dostupné, může být považován za neproveditelný kvůli nákladům nebo dostupnosti těchto zdrojů.

Kromě toho technické řešení projektu také pomáhá identifikovat případné technické problémy, které mohou nastat během fáze realizace projektu. To by mohlo souviset s problémy s návrhem, konstrukcí nebo údržbou projektu a jejich časná identifikace může pomoci zmírnit rizika a zajistit úspěch projektu.

Technické řešení projektu navíc pomáhá určit časovou osu a rozpočet potřebný pro projekt. To je důležité, protože to pomáhá vyhnout se zpožděním a neočekávaným nákladům během implementační fáze, které by mohly ohrozit úspěch projektu (Bennatan, 1995).

3.1.8 Organizace podniku a režijní náklady

Organizace podniku a režijní náklady, jsou kritickými faktory, které je třeba zvážit ve studii proveditelnosti. Studie zkoumá různé aspekty projektu nebo podnikání, včetně jeho technické, finanční, právní a provozní proveditelnosti.

Obchodní organizace je zásadním faktorem ve studii proveditelnosti, protože určuje strukturu a řízení navrhovaného podnikání. Dobře organizovaný podnik bude mít jasně definované role a odpovědnosti, efektivní komunikační kanály a zefektivněné procesy, což povede ke zvýšení produktivity a ziskovosti. Na druhé straně může špatně organizovaný podnik čelit provozní neefektivitě, zdvojování úsilí a zvýšeným režijním nákladům, což nakonec vede k neúspěchu.

Režijní náklady jsou nepřímé náklady vynaložené podnikem, které nejsou přímo vázány na výrobu zboží nebo služeb. Tyto náklady zahrnují nájemné, energie, kancelářské potřeby a platy administrativních pracovníků. Režijní náklady jsou

důležitým faktorem ve studii proveditelnosti, protože mohou významně ovlivnit ziskovost podniku. Vysoká úroveň režijních nákladů může podniku ztížit udržení konkurenceschopnosti a může snížit jeho finanční výkonnost.

Zahrnutím organizačních a režijních nákladů do studie proveditelnosti může podnikatel posoudit životaschopnost svého navrhovaného projektu nebo obchodního podniku. Studie může identifikovat oblasti, kde lze zlepšit organizační strukturu, snížit režijní náklady a zlepšit ziskovost. Studie proveditelnosti navíc může poskytnout vhled do potenciálních výzev spojených s provozováním podniku a umožnit podnikateli činit informovaná rozhodnutí před investováním značného času a zdrojů (Němec, 2002).

3.1.9 Pracovní síla

Pracovní síla je páteří každé organizace a hraje klíčovou roli v úspěchu projektu. Studie proveditelnosti musí posoudit dostupnost, dovednosti a kapacitu pracovní síly potřebné k úspěšné realizaci navrhovaného projektu. Bez kompetentní a kvalifikované pracovní síly může realizace projektu čelit značným problémům a nemusí být proveditelná.

Ve studii proveditelnosti je pracovní síla hodnocena na základě několika faktorů, jako je velikost, dostupnost a sady dovedností. Velikost pracovní síly potřebné k realizaci projektu je zásadní pro určení celkové proveditelnosti projektu. Projekt může vyžadovat malou nebo velkou pracovní sílu v závislosti na rozsahu, velikosti a složitosti projektu. Studie proveditelnosti musí zhodnotit dostupnost pracovní síly v místní oblasti a v případě potřeby identifikovat potenciální zdroje pracovních sil.

Ve studii proveditelnosti je také nezbytné vzít v úvahu soubory dovedností pracovní síly. Projekt může vyžadovat specifické technické, manažerské nebo specializované dovednosti, které nejsou snadno dostupné místní pracovní síle. V takových případech musí studie proveditelnosti posoudit proveditelnost dovozu kvalifikované pracovní síly, poskytování školení místní pracovní síle nebo outsourcingu požadovaných služeb.

Schopnost pracovní síly dodat projekt včas a v rámci rozpočtu je dalším kritickým faktorem ve studii proveditelnosti. Studie musí posoudit produktivitu, efektivitu a

schopnost pracovní síly pracovat pod tlakem. Schopnost pracovní síly spolupracovat a pracovat jako tým je rovněž nezbytná pro zajištění úspěchu projektu (Frankel, 1990).

3.1.10 Plán realizace projektu

Plán implementace projektu je kritickou složkou každé studie proveditelnosti, protože nastiňuje podrobné kroky, které je třeba podniknout, aby se projekt uvedl do praxe. Tento plán je nezbytný, protože stanoví plán pro realizaci navrhovaného projektu a zajišťuje, že jej lze provést realistickým a dosažitelným způsobem.

Existuje několik důvodů, proč je plán realizace projektu důležitý pro studii proveditelnosti. Za prvé, umožňuje týmu posoudit proveditelnost projektu komplexnějším způsobem. Rozdělením projektu na menší, zvládnutelné úkoly a určením zdrojů potřebných k dokončení každého z nich může tým lépe porozumět nákladům a rizikům spojeným s projektem. To zase pomáhá identifikovat potenciální překážky a umožňuje týmu vypracovat pohotovostní plány k jejich zmírnění.

Za druhé, plán implementace projektu poskytuje projektovým manažerům a zúčastněným stranám jasný plán. Nastiňuje časové osy, milníky a výstupy, které musí být splněny, aby byl projekt úspěšný. To pomáhá zajistit, aby všichni zapojení do projektu byli na stejné vlně a pracovali na stejných cílech, což snižuje riziko nedorozumění.

Za třetí, plán realizace projektu je důležitý, protože pomáhá zajistit, aby byl projekt dokončen v rámci rozpočtu a včas. Rozdělením projektu na menší, zvládnutelné úkoly může tým identifikovat všechny potenciální oblasti, kde může dojít k překročení nákladů nebo ke zpoždění. To mu umožňuje včas přijmout nápravná opatření a zajistit, aby byl projekt dokončen v rámci stanoveného rozpočtu a časových plánů.

A konečně, plán implementace projektu pomáhá zajistit, aby byl projekt prováděn systematickým a organizovaným způsobem. Poskytuje rámec pro projektové manažery pro správu zdrojů, přidělování úkolů a sledování pokroku. To pomáhá zajistit, že projekt zůstane na správné cestě a že všechny zúčastněné strany budou informovány o pokroku a případných problémech (Bennatan, 1995).

3.1.11 Finanční a ekonomická analýza

Finanční a ekonomická analýza hraje klíčovou roli ve studiích proveditelnosti pro podnikatelské projekty. Tyto analýzy jsou nezbytné pro stanovení životaschopnosti projektu a jeho potenciálu pro ziskovost. Zkoumáním finančních a ekonomických aspektů projektu mohou analytici zhodnotit proveditelnost projektu a určit jeho potenciální rizika a přínosy.

Jedním z klíčových důvodů, proč je finanční a ekonomická analýza zásadní pro studie proveditelnosti, je to, že poskytuje komplexní obrázek o finančním zdraví projektu. Tato analýza pomáhá investorům a projektovým manažerům identifikovat potenciální rizika a oblasti, kde by bylo možné projekt zlepšit, aby se zvýšila ziskovost. Vyhodnocením cash flow projektu, čisté současné hodnoty, návratnosti investic a dalších finančních ukazatelů mohou analytici určit, zda se projekt vyplatí realizovat a zda je finančně udržitelný.

Další zásadní výhodou finanční a ekonomické analýzy ve studiích proveditelnosti je to, že poskytuje základ pro rozhodování. Finanční a ekonomická analýza umožňuje projektovým manažerům a investorům činit informovaná rozhodnutí o tom, jak alokovat zdroje a kam investovat své peníze. Tyto informace jsou klíčové pro vypracování zdravého obchodního plánu, který bere v úvahu potenciální rizika a odměny.

Pro získání financování je navíc klíčová finanční a ekonomická analýza. Investoři a věřitelé často vyžadují podrobné finanční projekce a studie proveditelnosti, než se zavážou investovat do projektu. Dobře připravená studie proveditelnosti, která zahrnuje důkladnou finanční a ekonomickou analýzu, může investorům a věřitelům pomoci činit informovaná rozhodnutí a zajistit financování (Kerzner, 2013).

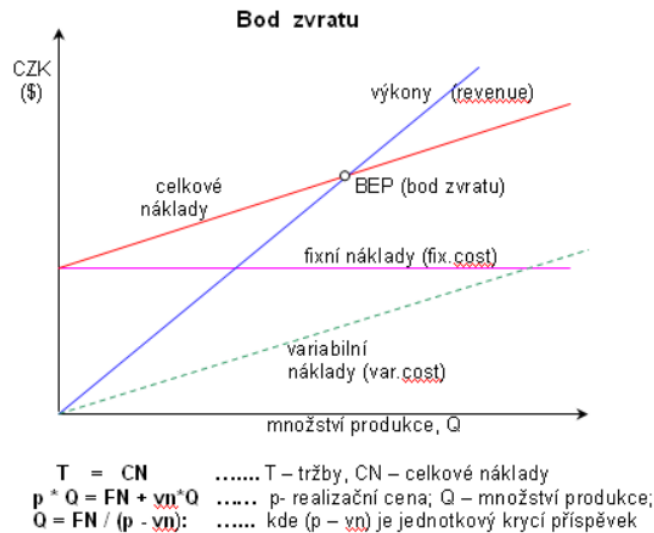
3.1.11.1 Analýza bodu zvratu

Analýza bodu zvratu je klíčovým aspektem každé studie proveditelnosti, protože poskytuje cenné poznatky o finanční životaschopnosti projektu nebo podnikání. Tato analýza se používá k určení bodu, ve kterém bude projekt nebo podnik generovat dostatečné příjmy, aby pokryl své náklady a začal generovat zisk.

Bod zvratu se vypočítá vydělením fixních nákladů na projekt nebo podnikání rozdílem mezi cenou za jednotku a variabilními náklady na jednotku. Tento výpočet pomáhá projektovým manažerům a majitelům podniků porozumět tomu, jaké příjmy potřebují generovat, aby pokryli své náklady a začali vytvářet zisk.

Pochopení bodu zvratu je důležité pro studii proveditelnosti, protože pomáhá zúčastněným stranám činit informovaná rozhodnutí o tom, zda je projekt nebo podnikání finančně proveditelné. Pokud je bod zvratu příliš vysoký, může to být známkou toho, že projekt nebo podnikání není finančně udržitelné. Na druhou stranu, pokud je bod zvratu nízký, může to znamenat, že projekt nebo podnik má velkou šanci na úspěch.

Kromě pomoci zúčastněným stranám určit, zda je projekt nebo podnikání finančně životaschopné, lze analýzu bodu zvratu použít také k vyhodnocení různých scénářů a činění strategických rozhodnutí. Pokud například projektový manažer zvažuje zvýšení ceny za jednotku nebo snížení variabilních nákladů, může pomocí analýzy bodu zvratu určit, jak tyto změny ovlivní finanční výkonnost projektu nebo podnikání.



Obrázek 8 - Bod zvratu, zdroj: https://cs.wikipedia.org/wiki/Bod_zvratu

3.1.11.2 Ukazatele rentability

Při provádění studie proveditelnosti obchodního podniku nebo investiční příležitosti je důležité zvážit několik finančních metrik, včetně ROE (návratnost vlastního kapitálu), ROA (návratnost aktiv), ROI (návratnost investic) a ROS (návratnost tržeb). Tyto metriky pomáhají posoudit potenciální ziskovost a celkové finanční zdraví podniku nebo investiční příležitosti.

ROE měří výši zisku vytvořeného společností ve vztahu k výši investovaného vlastního kapitálu. Vysoká ROE naznačuje, že společnost efektivně využívá svůj vlastní kapitál k vytváření zisků, což může být atraktivní metrika pro potenciální investory.

$$ROE = EAT / \text{Vlastní kapitál}$$

ROA měří výši zisku vytvořeného společností ve vztahu k jejím celkovým aktivům. Vysoká ROA naznačuje, že společnost efektivně využívá svá aktiva k vytváření zisku, což může být známkou dobrého finančního řízení.

$$ROA = EAT / \text{Aktiva}$$

ROI měří výši návratnosti investice v poměru k nákladům na tuto investici. Vysoká návratnost investic naznačuje, že investice přinesla značné výnosy v poměru k investované částce, což může být pro potenciální investory atraktivní metrika.

$$ROI = EAT / (\text{Celková aktiva} - \text{krátkodobé cizí zdroje})$$

ROS měří výši zisku vytvořeného společností ve vztahu k jejím celkovým příjmům. Vysoké ROS naznačuje, že společnost efektivně řídí své náklady a generuje vysokou úroveň zisku ze svých výnosů.

$$ROS = EAT / (\text{Tržby z prodeje vlastních výrobků a služeb} + \text{Tržby z prodeje zboží})$$

Doba návratnosti je zásadním faktorem při hodnocení proveditelnosti projektu. Vztahuje se k množství času, který trvá, než se počáteční investice vrátí prostřednictvím peněžního toku generovaného projektem. Kratší doba návratnosti ukazuje na rychlejší návratnost investice a tím činí projekt atraktivnějším. Naproti tomu delší doba návratnosti může způsobit, že projekt bude hůře proveditelný, protože může vyžadovat značné množství investic předem bez jakékoli okamžité návratnosti.

Diskontování je proces úpravy budoucích peněžních toků tak, aby odrážely časovou hodnotu peněz. To je důležité, protože koruna přijata v budoucnu má hodnotu méně, než koruna přijata dnes kvůli inflaci a potenciálu získat úrok z peněz, pokud jsou investovány jinde. Diskontováním budoucích peněžních toků můžeme určit jejich současnou hodnotu a zahrnout je do výpočtu NPV.

NPV je další důležitá metrika používaná k určení proveditelnosti projektu. Zvažuje časovou hodnotu peněz a vypočítává současnou hodnotu všech budoucích peněžních toků generovaných projektem, přičemž bere v úvahu náklady na kapitál. Kladná NPV znamená, že projekt je finančně životaschopný a měl by se v něm pokračovat, zatímco záporná NPV znamená, že projekt pravděpodobně nebude ziskový.

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}$$

Kde:

NPV – čistá současná hodnota

CF_t – peněžní toky v jednotlivých letech

n – doba životnosti projektu

r – diskontní úroková míra

IRR je míra návratnosti, díky které se NPV projektu rovná nule. Měří ziskovost projektu a pomáhá určit, zda se do projektu vyplatí investovat. Vyšší IRR znamená ziskovější projekt a činí jej atraktivnějším pro investory.

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t}$$

Kde:

IRR – vnitřní výnosové procento

CF_t – peněžní toky v jednotlivých letech

n – doba životnosti projektu

Praktická část

4 Představení

Platformy sociálních médií změnilы způsob, jakým komunikujeme mezi sebou navzájem a se světem kolem nás. Vzestup těchto platform dal vzniknout novým způsobům komunikace a zapojení, zejména v zábavním průmyslu. Fanoušci stále více hledají přímější a osobnější interakci se svými oblíbenými celebritami a influencery, což vedlo ke vzniku konceptu personalizovaných videozpráv.

Personalizované video zprávy se pro fanoušky staly oblíbeným způsobem, jak získat od svých idolů jedinečný a nezapomenutelný zážitek. Tento koncept dal vzniknout platformám jako Cameo, které fanouškům umožňují rezervovat si personalizované zprávy od svých oblíbených osobností. Cameo rychle roste na popularitě a poskytuje jedinečnou příležitost pro celebrity a influencery zpeněžit svou fanouškovskou základnu a zároveň poskytuje personalizovaný a nezapomenutelný zážitek pro jejich následovníky.

V tomto kontextu zkoumá studie proveditelnosti prezentovaná v této práci životaschopnost projektu „Stario“ v České republice. Projekt si klade za cíl nabízet personalizované videozprávy od celebrit a influencerů jejich fanouškům na základě konceptu Cameo. Projekt Stario si klade za cíl nabídnout fanouškům jedinečný a poutavý způsob, jak se spojit se svými idoly a vytvořit si osobnější a nezapomenutelný zážitek.

Stario využije sílu sociálních médií a internetu k poskytnutí bezproblémové platformy pro rezervaci a doručování personalizovaných video zpráv. Platforma nabídne fanouškům různé možnosti, včetně možnosti vybrat si své oblíbené osobnosti nebo influencery a odeslat vlastní pokyny pro obsah zprávy. Projekt také nabídne řadu příležitostí, pro které lze rezervovat zprávy, včetně narozenin, svateb, promócí a dalších.

Studie proveditelnosti prezentovaná v této práci si klade za cíl prozkoumat různé aspekty projektu Stario, včetně průzkumu trhu, analýzy konkurence, finančních projekcí a dalších. Cílem studie je poskytnout vhled do proveditelnosti projektu, jeho potenciálu pro úspěch a výzev, které mohou nastat.

Projekt Stario má potenciál změnit způsob, jakým se fanoušci spojují se svými oblíbenými celebritami a influencery v České republice. Projekt nabízí fanouškům jedinečný a poutavý způsob, jak se spojit se svými idoly, a má potenciál vytvořit nový zdroj příjmů pro celebrity a influencery. Studie proveditelnosti prezentovaná v této práci si klade za cíl poskytnout komplexní analýzu projektu Stario, včetně jeho potenciálu pro úspěch a výzev, které mohou nastat, a poskytnout cenné poznatky pro budoucí vývoj projektu.

5 Studie proveditelnosti

5.1 Přehled výsledků studie

Po provedení komplexní studie proveditelnosti pro projekt Stario lze dojít k závěru, že projekt má vysoký potenciál úspěchu. Analýza vnějšího prostředí pomocí různých nástrojů, jako je PEST analýza a Porterův model pěti sil, ukázala, že trh s videozprávami celebrit rychle roste a má významné příležitosti k expanzi. SWOT analýza navíc identifikovala několik silných stránek Staria, včetně inovativního obchodního modelu, doporučení celebrit a jedinečné nabídky pro zákazníky.

Analýza STP prokázala, že Stario může cílit na více zákaznických segmentů, jako jsou firemní klienti a individuální spotřebitelé, pomocí marketingových strategií na míru. Finanční a ekonomická analýza dále podpořila životaschopnost projektu a naznačovala většinou kladnou čistou současnou hodnotu a vnitřní míru návratnosti.

Přestože s projektem jsou spojena určitá rizika, jako je intenzivní konkurence a potenciální legislativní problémy, výsledky studie proveditelnosti naznačují, že Stario má dobré vyhlídky na úspěch. S pečlivým plánováním a realizací může Stario zachytit významný podíl na trhu video zpráv celebrit a stát se ziskovým a udržitelným obchodním podnikem.

5.2 Historie návrhu projektu

Myšlenka na Stario se zrodila z rostoucího trendu influencerů sociálních médií a celebrit, kteří využívají platformy jako Cameo k nabízení personalizovaných videozpráv svým fanouškům. Cameo je americká platforma, která spojuje fanoušky s jejich oblíbenými celebritami pro personalizované zprávy a pozdravy. Tento koncept byl úspěšný v USA a získal si popularitu po celém světě.

Stario si klade za cíl přinést tento koncept do České republiky, kde není Cameo ani jiná konkurence přítomna a nabídnout fanouškům jedinečný a poutavý způsob, jak se spojit se svými idoly. Návrh projektu předložil tým podnikatelů, kteří viděli příležitost zaplnit mezeru na českém trhu pro tento typ služeb. Podnikatelský plán projektu je takový, že z každé „videozprávy“ si bude Stario brát provizi za zprostředkování, která by se

ideálně měla v průměru pohybovat kolem 30 % z koncové ceny zprávy. Částku, kterou za zprávu zákazník zaplatí si celebrita bude určovat sama.

Cílem studie proveditelnosti pro Stario je posoudit životaschopnost a potenciál projektu, který vychází z konceptu společnosti Cameo. Studie bude analyzovat různé faktory, včetně tržní poptávky, konkurence, legislativních požadavků, provozní logistiky a finančních projekcí. Cílem je zjistit, zda je Stario realizovatelný a ziskový projekt v České republice a identifikovat případné výzvy nebo rizika spojená s realizací. Výsledky studie budou podkladem pro rozhodovací proces pro zahájení projektu a poskytnou plán jeho úspěšné realizace.

Investory projektu je skupina tří kamarádů, kteří se znají ze střední školy a každý z nich je zaměřen na různé obory, které by měly projektu umožnit úspěšné fungování. Základní kapitál bude činit 400 000 Kč a spuštění projektu se plánuje na začátek roku 2024. Právní forma společnosti bude společnost s ručením omezeným (s.r.o.).

Zpracovatel studie proveditelnosti je Bc. Filip Šedivý a studie by měla být vyhotovena do konce června roku 2023.

5.3 Kapacita trhu

5.3.1 Odhad poptávky

V této kapitole se budu zaměřovat zejména na kapacitu trhu, jelikož, vzhledem k charakteru projektu je kapacita společnosti téměř do nekonečna škálovatelná. Kapacitu trhu je v tomto konkrétním případě velice těžké odhadnout, jelikož se jedná o zbrusu nový projekt pro Českou republiku a žádná data, od kterých bychom mohli velikost trhu odvodit v současné době neexistují. K odhadnutí trhu tudíž použiji postup odhadu vývoje samotného projektu, a tudíž se zde zaměřím na projekci tržeb a marže pro Stario. Použity budou tři varianty odhadů. První bude pesimistický, druhý realistický a poslední optimistický. Nejvyšší váhu budu při vyhodnocování studie pochopitelně přiřazovat odhadu realistickému.

Tato kapitola poskytne přehled předpokládaných tržeb a zisků společnosti Stario za první rok provozu.

Projekce jsou založeny na předpokladu, že Stario se úspěšně spustí, získá na trhu trakci a poskytne cennou službu fanouškům, kteří hledají personalizované zprávy od svých oblíbených celebrit a influencerů.

5.3.1.1 Pesimistický odhad výdělečnosti projektu

Tabulka 1 - Pesimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování

Prognóza vývoje - pesimistický odhad výdělečnosti projektu												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Počet osobností	20	23	26	29	32	37	41	45	50	55	62	68
Počet objednávek na osobnost	1	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
Průměrná cena jedné objednávky (Kč)	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Měsíční tržby (Kč)	6000	7245	8190	9135	10080	11655	13530	14850	16500	18150	20460	22440
Marže (%)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Celková marže (Kč)	1200	1449	1638	1827	2016	2331	2706	2970	3300	3630	4092	4488

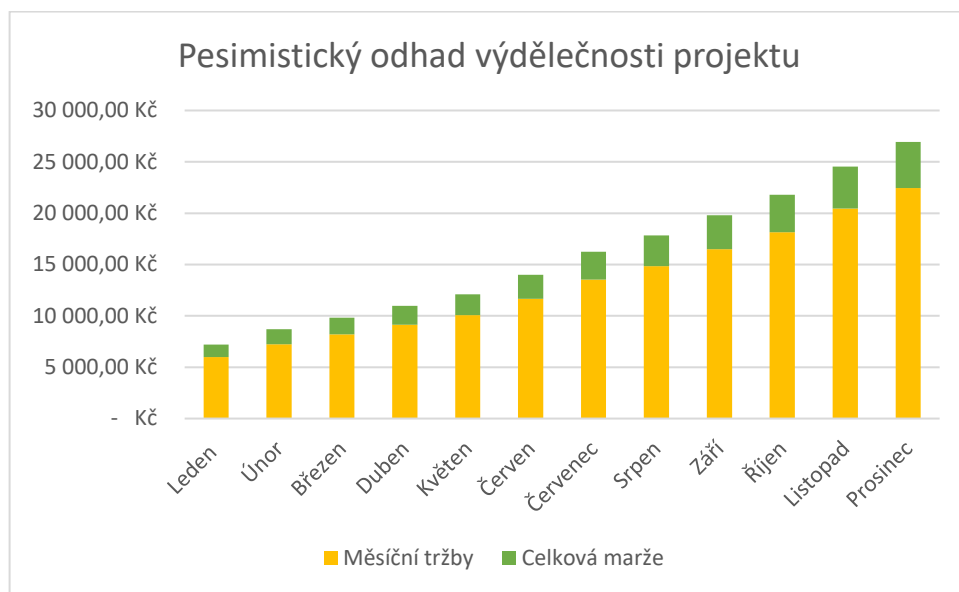
Pesimistický odhad počítá s údaji, které nejsou projektu tolik nakloněny a měl by znázorňovat takzvaný „nejhorší scénář“. Jak si můžeme všimnout z tabulky, v tomto případě se počítá, že poptávka po této službě bude relativně malá, vzhledem k tomu, že by se do začátku roku podařilo sehnat pouze 20 lidí s mírným nárůstem v následujících měsících. Nicméně i v tomto případě by se nejednalo o katastrofu, jelikož i za těchto podmínek je projekt ziskový vzhledem k podnikatelskému plánu. Veškerou práci totiž budou majitelé projektu v prvních letech jeho působení dělat zadarmo a nebudou si vyplácet žádné peníze.

I když se projekt nedostává do záporných čísel, výsledné hodnoty nejsou nijak uspokojivé pro majitele projektu. Důležitá je nicméně rostoucí tendence v zelené části

sloupců, která reprezentuje zisk, a i když se v prvním roce nenachází v zajímavých číslech, je pravděpodobné možné, že by se za několik let tvrdé práce mohly objevovat hodnoty, které již budou pro majitele projektu dobré.

Projekt také počítá s nižším průměrným počtem objednávek na daný měsíc a také s marží nízko pod žádoucími 30 %.

Graf 1 - Pesimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování



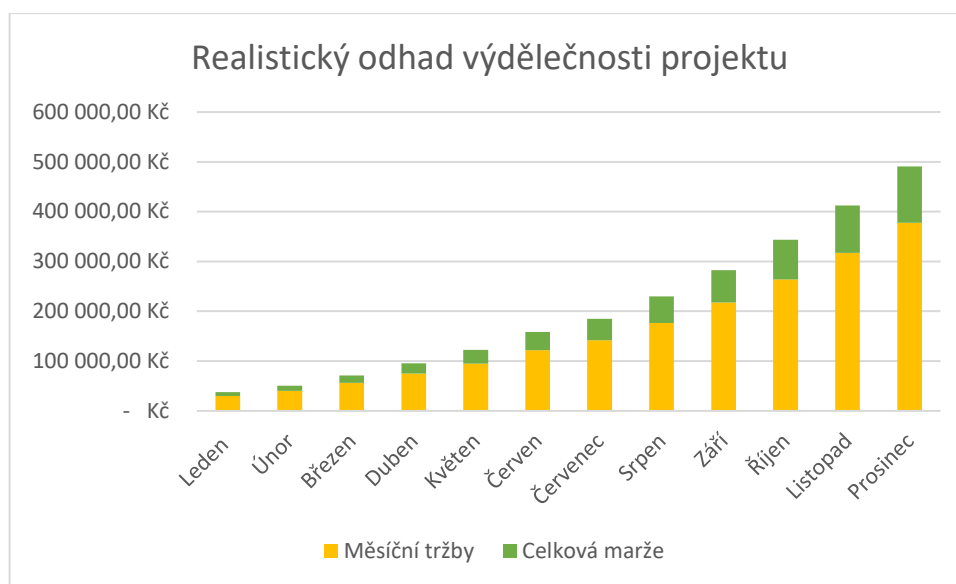
5.3.1.2 Realistický odhad výdělečnosti projektu

Tabulka 2 - Realistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování

Prognóza vývoje – realistický odhad výdělečnosti projektu												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenc	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Počet osobností	50	60	75	95	115	140	160	195	235	280	330	385
Počet objednávek na osobnost	2	2,1	2,2	2,25	2,3	2,35	2,4	2,45	2,5	2,55	2,6	2,65
Průměrná cena jedné objednávky (Kč)	300	320	340	350	360	370	370	370	370	370	370	370
Měsíční tržby (Kč)	30000	40320	56100	74813	95220	121730	142080	176768	217375	264180	317460	377493
Marže (%)	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Celková marže (Kč)	7500	10483	15147	20948	27614	36519	42624	53030	65213	79254	95238	113 248

Realistický odhad by měl co nejvíce odrážet realitu a znázorňovat tak odhad, kterému dává zpracovatel studie největší váhu. V tomto případě je již investice do projektu relativně zajímavá, jelikož se již ke konci roku generuje zajímavé marže. Samozřejmě, i nadále počítáme s tím, že náklady na mzdy jsou nulové a majitelé projektu zatím veškerou práci dělají zadarmo. Počítá se, že projekt bude spuštěn s padesáti osobnostmi a postupně zvyšujícím se nárůstem osobností v projektu. Realistický odhad také počítá s tím, že se neustále bude zvyšovat počet objednávek jednotlivým osobnostem a marže se postupem času dostane na požadovaných 30 %.

Graf 2 - Realistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování



5.3.1.3 Optimistický odhad výdělečnosti projektu

Tabulka 3 - Optimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování

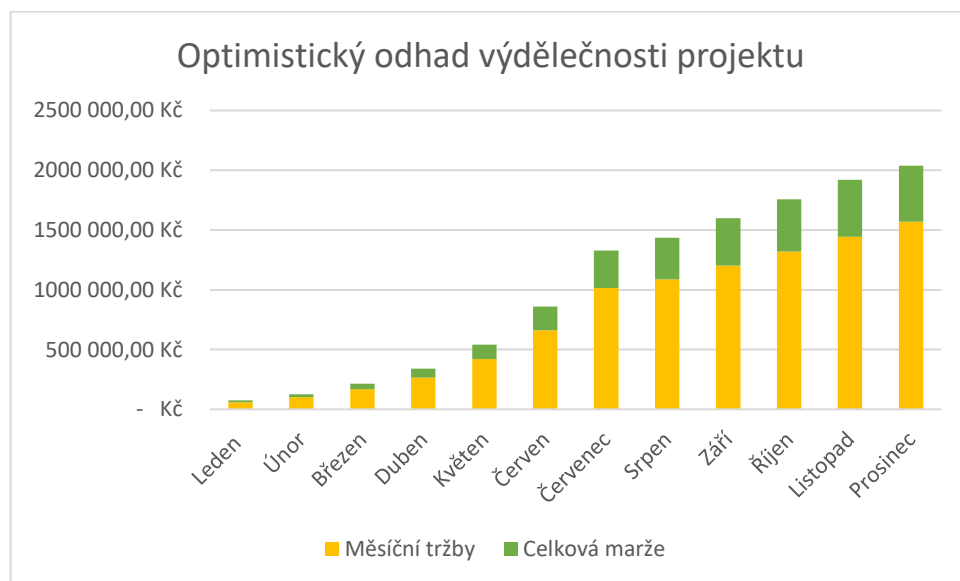
Prognóza vývoje - optimistický odhad výdělečnosti projektu												
	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Počet osobností	100	150,00	225,00	338,00	507,000	761,00	1142,00	1200,00	1300,00	1400,00	1500,00	1600,00
Počet objednávek na osobnost	2	2,1	2,2	2,25	2,3	2,35	2,4	2,45	2,5	2,55	2,6	2,65
Průměrná cena jedné objednávky	300	320	340	350	360	370	370	370	370	370	370	370
Měsíční tržby (Kč)	60000	100800	168300	266175	419796	661690	1014096	1087800	1202500	1320900	1443000	1568800
Marže (%)	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29	0,3	0,31	0,32	0,33	0,33	0,33	0,3
Celková marže (Kč)	15000	26208	45441	74529	121740	198506	314370	348096	396825	435897	476190	470640

Optimistický odhad počítá s tím nejlepším možným scénářem. U projektu tohoto charakteru je možné, že se stane populárním a že se strhne vlna popularity a stane se takzvaně „virálním“. Toto představuje zejména řádek „Počet osobností“, který počítá s geometrickým nárůstem osobností, které by měly zájem se na platformě objevit. Finanční stránka věci již v tomto případě vypadá velice pozitivně a majitelé projektu by

tak zajisté byli velice spokojeni. Tento scénář je velice příznivý ale ne zcela nereálný. Jak jsem již zmiňoval výše, projekt je možné velice snadno škálovat a s „onboardingem“ nových osobností by neměl být problém.

Na druhou stranu, tento odhad počítá s tím, že se projekt stane virálním a i když projekt tento potenciál má, je velice složité predikovat, co se virálním stane a co ne, tudíž bych se i nadále držel zejména realistického odhadu.

Graf 3 - Optimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování



5.4 PEST analýza

5.4.1 Politické faktory

Politické prostředí v České republice je celkově stabilní, což poskytuje společnosti Stario příznivé podnikatelské klima. Země je parlamentní demokracií se systémem více stran a má relativně stabilní vládu, která provedla několik reforem na podporu podnikání a inovací. Česká republika je členem Evropské unie, která poskytuje přístup na velký trh a obchodní příležitosti.

Existují však specifické předpisy a zákony týkající se práv duševního vlastnictví, které bude muset společnost Stario dodržovat. Projekt bude muset zajistit, aby měl řádné patenty, ochranné známky a autorská práva na ochranu svého duševního vlastnictví. Společnost Stario si navíc bude muset být vědoma zákonů týkajících se obsahu vytvářeného uživateli a zajistit, aby měla mechanismy, které je budou dodržovat.

Finanční stabilitu projektu může ovlivnit i daňová politika v České republice. Česká republika má relativně nízkou sazbu daně právnických osob ve výši 19 %, což by mohlo být pro Stario výhodou. Projekt však bude muset vzít v potaz i další daně, jako je daň z přidané hodnoty (DPH) a daň z příjmu fyzických osob. Stario může mít také nárok na daňové pobídky a granty nabízené českou vládou na podporu inovačních a technologických projektů.

5.4.2 Ekonomické faktory

Ekonomické prostředí v České republice je pro Stario obecně příznivé. Země má rozvinutou a diverzifikovanou ekonomiku s vysoce kvalifikovanou pracovní silou, která poskytuje dobrý základ pro podnikání a inovace. Země zažívá v posledních letech stabilní hospodářský růst s tempem růstu HDP 4,3 % v roce 2019, před vypuknutím pandemie COVID-19.

Pandemie COVID-19 však měla významný dopad na globální ekonomiku, což může ovlivnit financování a zájem investorů o projekt. Pandemie způsobila ekonomickou nejistotu, volatilitu trhu a narušila dodavatelské řetězce, což by mohlo ovlivnit schopnost Stario zajistit financování a zájem investorů.

Inflace je v době psaní diplomové práce velice vysoká. V lednu 2023 byla inflace v České republice 17,5 % (Český statistický úřad, 2023). Vysoká inflace je obecně považována za špatnou pro startupy, protože může vytvořit náročné ekonomické prostředí, které jim ztěžuje provoz a růst. Zde je několik důvodů, proč může být vysoká inflace pro startupy škodlivá:

Snížená kupní síla: Vysoká inflace snižuje kupní sílu spotřebitelů, což může vést ke snížení poptávky po zboží a službách. To může pro startupy ztížit získávání nových zákazníků a generování příjmů.

Snížené investice: Vysoká inflace může snížit množství investičního kapitálu dostupného pro začínající podniky. Investoři mohou být opatrnější při investování do nových podniků, když je míra inflace vysoká, protože mohou raději držet svůj kapitál v aktivech, která nabízejí lepší výnosy a stabilnější hodnotu.

Zvýšené úrokové sazby: Vysoká míra inflace může vést k vyšším úrokovým sazbám, což může startupům zdražit půjčování peněz. To pro ně může ztížit financování růstu, rozšíření provozu nebo investice do nových projektů.

5.4.3 Sociální faktory

Demografie: Česká republika má přibližně 10,53 milionu obyvatel s mediánem věku 43 let. Země má také relativně vysokou úroveň vzdělání s téměř 100% mírou gramotnosti (Český statistický úřad, 2023). Tyto demografické údaje naznačují, že pro projekt Stario existuje potenciální trh, zejména mezi mladšími, vzdělanými spotřebiteli.

Kulturní faktory: Česká republika má bohatou kulturní historii a rozmanité obyvatelstvo. Země je známá svou láskou k hudbě, sportu a literatuře, což by mohlo být pro projekt relevantní, pokud by zahrnoval některou z těchto oblastí. Česká republika má navíc silnou tradici podnikání, což může vytvořit podpůrné prostředí pro startupy, jako je Stario.

Technologické přijetí: Česká republika je technologicky vyspělá země s vysokou mírou dostupnosti internetu a rozšířeným používáním mobilních zařízení. To naznačuje, že pro projekt Stario může existovat trh, zejména pokud zahrnuje technologie nebo digitální platformy.

Sociální postoje: Společenské postoje v České republice jsou obecně liberální a progresivní, se silným důrazem na svobodu jednotlivce a lidská práva. Země však v

posledních letech také zažila politickou a sociální polarizaci, která by mohla pro Stario vytvořit výzvy, pokud bude její projekt vnímán jako kontroverzní nebo politicky citlivý.

5.4.4 Technologické faktory

Česká republika má dobře rozvinutou internetovou infrastrukturu s vysokou dostupností internetu, která společnosti Stario poskytuje příležitost využívat digitální platformy a online kanály pro marketing, interakci se zákazníky a zainteresovanými stranami. Kromě toho, s vysokým využíváním mobilních zařízení v zemi, zejména smartphonů, může Stario vyvíjet mobilní aplikace nebo služby pro zlepšení zapojení a dostupnosti uživatelů. Vysoce kvalifikovaná pracovní síla v zemi, zejména v technologickém sektoru, umožňuje společnosti Stario přístup ke kvalifikovaným zaměstnancům s odbornými znalostmi v oblasti vývoje softwaru, analýzy dat a kybernetické bezpečnosti.

5.5 Porterova analýza 5 sil

Hrozba nových účastníků: Hrozba nových účastníků pro Stario je relativně nízká. Česká republika má sice příznivé prostředí pro startupy, ale trh s podobnými projekty nemusí být dostatečně velký, aby přilákal mnoho nových hráčů. Kromě toho může mít Stario výhodu prvního hráče na trhu, což by mohlo ztížit novým účastníkům získat oporu.

Vyjednávací síla dodavatelů: Vyjednávací síla dodavatelů pro Stario bude pravděpodobně nízká. Projekt Stario nemusí silně záviset na žádném konkrétním dodavateli nebo skupině dodavatelů a samotní dodavatelé nemusí mít významnou vyjednávací sílu.

Vyjednávací síla kupujících: Vyjednávací síla kupujících pro Stario je střední až vysoká. Projekt Stario může být zaměřen na jednotlivé spotřebitele, kteří mohou mít na trhu řadu možností, ze kterých si mohou vybrat. To znamená, že kupující mohou být schopni

vyjednat nižší ceny nebo hledat alternativní řešení, pokud nejsou spokojeni s nabídkou Stario.

Hrozba substitutů: Hrozba substitutů za Stario je mírná. I když nemusí existovat mnoho přímých náhrad za projekt Stario, spotřebitelé mohou mít alternativní způsoby, jak dosáhnout podobných výsledků nebo naplnit podobné potřeby. Spotřebitelé se například mohou rozhodnout použít jinou aplikaci nebo službu, aby dosáhli stejného efektu jako projekt Stario.

Konkurenční rivalita: Konkurenční rivalita pro Stario bude pravděpodobně nízká až střední. I když na trhu mohou existovat někteří konkurenti, koncept těchto projektů může být v České republice relativně nový, což znamená, že úroveň konkurence může být omezená.

5.6 SWOT analýza

<u>Silné stránky</u> Inovativní služba Nízká konkurence Příznivé startupové prostředí Škálovatelnost projektu Nízké provozní náklady	<u>Slabé stránky</u> Závislost na technologii Neosvědčený koncept Potenciální konkurence GDPR Investice do marketingu
<u>Příležitosti</u> Expanze na jiné trhy Spolupráce s technologickými firmami Pokrok v inovacích Diverzifikace nabídka	<u>Hrozby</u> Konkurence v zábavním průmyslu Současná inflace v ČR Změny v legislativě Změna preferencí zákazníků Selhání technologie (výpadky)

5.6.1 Silné stránky

Projekt Stario má několik silných stránek, které mu mohou pomoci uspět na trhu. Jednou z hlavních předností je jeho originální podnikatelský koncept. Koncept personalizovaných videozpráv společnosti Stario je inovativní a v současné době není na Českém trhu nabízen. Tato jedinečnost může potenciálně přilákat velkou zákaznickou základnu a vytvořit si loajální následovníky.

Projekt navíc sídlí v České republice, která má pro startupy příznivé prostředí. Země má vysokou úroveň technologického přijetí a kvalitní zázemí pro podnikání. Toto prostředí může společnosti Stario poskytnout přístup ke zdrojům, sítím a možnostem financování, které mohou pomoci projektu růst a expandovat.

Projekt Stario má potenciál pro škálovatelnost. Projekt může snadno škálovat své operace tak, aby uspokojil poptávku a rozšířil nabídku svých služeb, protože získá na popularitě a přiláká více zákazníků. Tato potenciál škálovatelnosti může pomoci projektu rychle růst a zvýšit jeho výnosový potenciál bez výrazného zvýšení nákladů.

A konečně, projekt využívá inovativní technologie k poskytování svých služeb, které mohou zákazníkům nabídnout jedinečný a poutavý zážitek. Využití technologií může také pomoci zefektivnit provoz, snížit náklady a zvýšit efektivitu.

5.6.2 Slabé stránky

Jednou z potenciálních slabin projektu Stario je jeho závislost na technologii. Zatímco technologie může být silnou stránkou, pokud jde o nabízení jedinečného zážitku, může být také slabinou. Technické problémy nebo výpadky by mohly vést k narušení služby, což by mohlo poškodit pověst projektu a ovlivnit spokojenost zákazníků.

Další slabinou je, že projekt je založen na novém konceptu, který se zatím na trhu neosvědčil. To znamená, že existuje riziko, že zákazníci nebudou mít o koncept zájem nebo nebudou plně rozumět jeho hodnotové nabídce. V důsledku toho může mít projekt potíže s přilákáním zákazníků nebo generováním příjmů.

Kromě toho může projekt Stario čelit výzvám z hlediska konkurence. Jak projekt získá na popularitě a úspěchu, může přilákat konkurenty, kteří se budou snažit tento koncept napodobit. To by mohlo vést k cenovým válkám a snížení ziskovosti projektu.

Projekt se navíc může potýkat s právním a regulatorním prostředím v České republice. Země má složité předpisy a byrokratické procesy, které mohou pro startupy představovat výzvy. To by mohlo mít za následek zpoždění při získávání potřebných povolení a souhlasů, což by mohlo zpomalit postup projektu.

A konečně, projekt může čelit výzvám v oblasti marketingu a propagace svých služeb. Projekt je založen na novém konceptu, což znamená, že povědomí a chápání služeb projektu může být omezené. Projekt může vyžadovat značné investice do marketingových a propagačních aktivit, aby přilákal zákazníky a vytvořil svou značku.

5.6.3 Příležitosti

Projekt Stario má několik příležitostí, které může využít k rozšíření svých operací a zvýšení potenciálu příjmů. Jednou z hlavních příležitostí je expandovat na nové trhy. Jak bude projekt v České republice získávat na popularitě a úspěchu, mohou se Stario objevit příležitosti k expanzi na další trhy. Jedinečný koncept projektu a inovativní využití technologie mohou potenciálně přilákat zájemce z celého světa a potenciál škálovatelnosti může pomoci usnadnit expanzi.

Další příležitostí pro projekt je navázání partnerství a spolupráce s dalšími společnostmi v zábavním průmyslu. Platforma Stario může potenciálně spolupracovat s organizátory akcí, produkčními společnostmi a platformami sociálních médií, aby rozšířila svůj dosah, propagovala své služby a vytvořila nové zdroje příjmů. Tato partnerství mohou společnosti Stario také poskytnout přístup k novým zdrojům a odborným znalostem, které mohou pomoci projektu růst a inovovat.

Projekt Stario může navíc diverzifikovat nabídku svých produktů a zvýšit tak svůj výnosový potenciál. Projekt může potenciálně nabídnout různé typy zážitků, jako jsou personalizované video zprávy nebo živé virtuální události, které uspokojí různé potřeby a preference zákazníků.

A konečně, projekt Stario může využít nejnovější technologické pokroky k inovaci a vylepšení svých služeb. Projekt může potenciálně prozkoumat využití virtuální reality, rozšířené reality nebo umělé inteligence k vytvoření působivějších a personalizovanějších zážitků pro zákazníky. Tyto technologické pokroky mohou také pomoci zefektivnit provoz a snížit náklady.

5.6.4 Hrozby

Jednou z hlavních hrozeb, kterým Stario čelí, je vysoce konkurenční povaha zábavního průmyslu. Trh je přesycen četnými konkurenty, z nichž někteří mohou mít více zdrojů a silnější identitu značky. Tato konkurence může společnosti Stario ztížit přilákání a udržení zákazníků, zejména pokud se snaží odlišit od svých konkurentů.

Další hrozbou, před kterou projekt Stario stojí, je potenciál ekonomické nestability. Ekonomika České republiky jako každá jiná podléhá výkyvům, které mohou ovlivnit spotřebitelské chování. Vysoká míra inflace může například snížit spotřebitelské výdaje a znesnadnit začínajícím podnikům generovat příjmy. Tato nestabilita může negativně ovlivnit projekt Stario a bránit jeho růstovému potenciálu.

Kromě toho je Stario silně závislé na technologii. Jakékoli technologické selhání, závady nebo narušení bezpečnosti mohou negativně ovlivnit provoz projektu. Tuto hrozbu lze zmírnit zavedením vhodných bezpečnostních opatření a vytvořením pohotovostních plánů pro řešení potenciálních problémů.

Legislativní změny mohou také představovat hrozbu pro projekt Stario. Změny v daňových zákonech mohou například ovlivnit finanční životaschopnost projektu. Udržování aktuálního stavu s regulačními změnami a přizpůsobení se jim může pomoci projektu zmírnit tuto hrozbu.

A konečně, preference a vkus zákazníků se mohou změnit. I když může být koncept videozpráv společnosti Stario inovativní a jedinečný, nemusí oslovit všechny zákazníky. Projekt si musí být vědom těchto změn a přizpůsobit své nabídky tak, aby zůstaly relevantní a atraktivní pro zákazníky.

5.7 STP analýza

5.7.1 Segmentace (Segmentation)

Cílový trh Staria lze segmentovat na základě zájmů, demografie a geografické polohy. Jelikož je projekt založen na konceptu personalizované zprávy od celebrit, influencerů nebo umělců, přilákají specifický typ publika.

Zájmy potenciálních zákazníků Stario budou zahrnovat hudbu, umění a zábavu, stejně jako sport, outdoorové aktivity nebo zdraví a wellness. Demografická segmentace bude cílit na mladší, technicky zdatné spotřebitele, kteří se zajímají o digitální platformy a sociální média. Geografická segmentace se zpočátku zaměří na Českou republiku.

5.7.2 Zacílení (Targeting)

Na základě výše popsaných segmentačních kritérií Stario zaměří své marketingové úsilí na konkrétní skupiny zákazníků, u kterých je větší pravděpodobnost, že budou mít zájem o jeho služby. Zacílením na tyto zákazníky Stario vytvoří efektivnější marketingovou strategii, která přinese lepší výsledky.

Jednou skupinou zákazníků, na kterou bude Stario cílit, jsou uživatelé sociálních sítí, kteří jsou aktivní na platformách jako Facebook, Instagram a TikTok. Tito uživatelé jsou již zvyklí na personalizovaný obsah a specializované zkušenosti na těchto platformách, takže je pravděpodobnější, že se budou zajímat o nabídky Stario. Stario vytvoří silnou přítomnost na sociálních sítích díky partnerství s influencery a umělci, kteří mají na těchto platformách silnou sledovanost, čímž rozšíří svůj dosah a přiláká více zákazníků.

Další skupinou, na kterou se Stario může zaměřit, jsou hudební a zábavní nadšenci, kteří v těchto oblastech hledají jedinečné a personalizované zážitky. Stario může spolupracovat s místními hudebníky a umělci a poskytovat svým zákazníkům exkluzivní obsah a zážitky. Stario se tak může odlišit od konkurence a vytvořit silnou identitu značky v hudebním a zábavním průmyslu.

Stario může také cílit na outdoorové a sportovní nadšence, kteří mají vášeň pro outdoorové aktivity, sport nebo zdraví a wellness. Tyto zákazníky mohou zajímat personalizované zážitky související s jejich zájmy, jako je exkluzivní přístup k

tréninkům nebo outdoorovým expedicím s jejich oblíbenými sportovci nebo influencery.

Z hlediska geografického cílení se Stario může zpočátku zaměřit na zákazníky v České republice, kde sídlí. Při expanzi může cílit na zákazníky v sousedních zemích nebo v jiných regionech, kde je o její nabídku velký zájem. Stario může pomocí datové analýzy identifikovat regiony s vysokým potenciálem růstu a podle toho přizpůsobit své marketingové úsilí.

5.7.3 Umístění (Positioning)

Stario se může prezentovat jako jedinečná a inovativní platforma, která nabízí personalizované zážitky v oblastech hudby, umění, zábavy, sportu a outdoorových aktivit. Projekt se může odlišit od konkurence využitím nových technologií a datové analýzy, aby svým zákazníkům poskytoval vysoce personalizované zážitky.

Stario se také bude prezentovat jako společensky odpovědná platforma, která podporuje místní umělce, hudebníky a umělce. Stario tak osloví zákazníky, kteří oceňují udržitelnost a sociální dopad.

5.8 Marketingový mix

5.8.1 Produkt (Product)

Hlavním produktem Staria jsou personalizované videozprávy, které nabízí zákazníkům. Zákazníci mohou obdržet personalizovanou zprávu od své oblíbené celebrity nebo influencera. Produkt je navržen tak, aby zákazníkům nabízel jedinečný a nezapomenutelný zážitek a poskytoval jim pocit spojení a exkluzivity.

Kromě personalizovaných zpráv a vystoupení může Stario také nabídnout exkluzivní přístup k událostem a zážitkům souvisejícím s hudbou, zábavou, sportem a outdoorovými aktivitami. Poskytováním řady nabídek může Stario uspokojit různé

preferance a zájmy zákazníků, čímž se jeho produkt stává atraktivnějším a relevantnějším pro širší publikum.

Jednou z klíčových výhod produktu Stario je jeho exkluzivita. Nabídkou personalizovaných zážitků a přístupu k exkluzivním akcím se může Stario odlišit od konkurence a poskytnout zákazníkům jedinečný a nezapomenutelný zážitek. To může pomoci vybudovat loajalitu zákazníků a vytvořit silnou identitu značky Stario.

5.8.2 Cena (Price)

Cenová strategie Stario bude založena na odstupňované cenové struktuře, která zohledňuje úroveň personalizace a exkluzivity nabízené každou celebritou nebo influencerem. Cenu za každou personalizovanou zprávu určí celebrita nebo influencer, což jim umožní stanovit vlastní cenu na základě jejich tržní hodnoty a poptávky. Dá se říct, že nejlépe svoji hodnotu na trhu zná právě daná osobnost, tudíž zakladatelé projektu nechají cenu čistě na nich. V případě, že by se osobnosti na platformě nedařilo, mohou zakladatelé navrhnout osvědčená doporučení tak, aby zvýšili prodeje dané celebritě.

Kromě standardních personalizovaných zpráv nabídne Stario zákazníkům možnost obdržet video do 24 hodin, což bude spojeno s vyšší cenovkou. Tato zrychlená služba uspokojí zákazníky, kteří chtějí své personalizované zprávy rychle a jsou ochotni za to zaplatit prémiovou cenu. Normálně má osobnost na doručení 7 dní.

Společnost Stario rovněž nabídne zákazníkům možnost nákupu personalizovaných zpráv nebo představení pro komerční účely, jako jsou např. reklamy nebo propagační materiály. Tato služba bude mít vyšší cenu, která odráží zvýšenou hodnotu obsahu pro komerční využití.

Nabídkou různých cenových úrovní může Stario uspokojit širší rozsah zákaznických rozpočtů, potřeb a preferencí, díky čemuž je služba dostupnější a relevantnější pro širší publikum. Vrstvená cenová struktura také umožňuje společnosti Stario získat větší tržby od zákazníků, kteří jsou ochotni zaplatit více za vyšší úroveň personalizace a exkluzivity.

5.8.3 Místo (Place)

Stario bude zpočátku založeno čistě online, prostřednictvím webové stránky, kde si zákazníci mohou procházet výběr různých celebrit a vybrat si požadovanou personalizovanou zprávu. Webová stránka bude primárním kanálem pro přístup zákazníků k službě Staria a bude navržena tak, aby poskytovala bezproblémový a uživatelsky přívětivý zážitek.

V budoucnu, pokud Stario zaznamená významný růst a poptávku zákazníků, se může naskytnout příležitost vyvinout speciální mobilní aplikaci, aby zákazníci měli ještě jednodušší přístup k službě. Tato aplikace by zákazníkům poskytla efektivnější a pohodlnější způsob přístupu k personalizovaným zážitkům Stario na cestách a mohla by potenciálně pomoci rozšířit zákaznickou základnu.

Protože je služba Stario zcela digitální, nejsou nutné žádné fyzické distribuční kanály. Webové stránky a potenciální aplikace však budou muset být optimalizovány pro různé webové prohlížeče a uživatelskou zkušenost, aby bylo zajištěno, že službu mohou zákazníci snadno objevit a získat k ní přístup.

5.8.4 Propagace (Promotion)

Primární propagační strategií Stario bude využití přítomnosti celebrit a influencerů na platformě na sociálních sítích. Stario bude povzbuzovat své známé osobnosti, aby propagovaly svůj profil na Stariu svým stávajícím sledujícím na sociálních sítích, což pomůže vyvolat poptávku a zájem o platformu.

Stario poskytne svým osobnostem předpřipravené, personalizované propagační materiály, které budou sdílet na svých účtech na sociálních sítích. Tyto materiály budou zahrnovat personalizované odkazy na jejich profil na Stariu, takže jejich sledující budou mít snadný přístup k zakoupení videozpráv.

Kromě propagace na sociálních sítích celebritami a influencersy bude Stario investovat také do digitálních reklamních kampaní, aby zvýšilo návštěvnost platformy. To bude zahrnovat cílené reklamy na sociálních sítích a marketing ve vyhledávačích, jejichž

cílem je oslovit potenciální zákazníci, kteří mají zájem o personalizované zprávy od svých oblíbených celebrit a influencerů.

5.9 Suroviny, materiál a výrobní vstupy

Jako zcela online projekt Stario nevyžaduje žádné fyzické suroviny ani výrobní vstupy. Front-end webu je vytvořen pomocí WordPress, široce používaného systému pro správu obsahu, který je postaven na technologii open source. To znamená, že přední část webových stránek Stario je primárně tvořena kódovými a designovými prvky, nikoli fyzickými materiály.

Pro back-end webu Stario využívá cloudovou platformu Amazon Web Services (AWS) k hostování a správě dat. AWS poskytuje řadu cloudových služeb, včetně úložiště, výpočetního výkonu a správy databází, které společnosti Stario umožňují provozovat svou platformu škálovatelným a flexibilním způsobem.

Kromě těchto digitálních vstupů se bude Stario spoléhat také na služby celebrit a influencerů na platformě při vytváření personalizovaných zpráv.

5.10 Lokalita a místo

Přestože Stario bude sídlit v České republice, online povaha platformy znamená, že ke službě může přistupovat kdokoli s připojením k internetu bez ohledu na fyzickou polohu. Tato globální dostupnost poskytuje Stariu příležitost oslovit širokou a různorodou zákaznickou základnu a spojit fanoušky s jejich oblíbenými celebritami a influencery z celého světa.

Online povaha platformy Stario také poskytuje projektu významnou flexibilitu a škálovatelnost. Jak platforma roste a vyvíjí se, může Stario zvážit expanzi na nové trhy nebo nabízet zákazníkům další služby bez omezení fyzického umístění nebo souvisejících nákladů a logistických problémů.

Z hlediska designu webových stránek se Stario zaměří na vytvoření bezproblémového a uživatelsky přívětivého prostředí pro zákazníky. Webové stránky budou optimalizovány pro viditelnost pro vyhledávače a uživatelskou zkušenost, což zajistí, že zákazníci mohou snadno objevit a získat přístup k požadované personalizované zprávě.

5.11 Technické řešení projektu

5.11.1 Front-end

Front-end online platformy Stario bude vyvíjen pomocí WordPress, oblíbeného a flexibilního systému (CMS), který umožňuje snadnou tvorbu a správu webových stránek. WordPress je známý svým uživatelsky přívětivým rozhraním a rozsáhlými možnostmi přizpůsobení, díky čemuž je ideální volbou pro budování dynamické a poutavé platformy, jako je Stario.

WordPress umožní Stariu vytvořit vizuálně přitažlivé a intuitivní rozhraní, které je optimalizováno pro uživatelskou zkušenost a viditelnost pro vyhledávače. Toho bude dosaženo použitím responzivního webového designu, který zajistí, že platforma bude snadno dostupná a použitelná na všech zařízeních, včetně stolních počítačů, notebooků, tabletů a mobilních telefonů.

Front-end Staria bude navržen tak, aby poskytoval bezproblémový uživatelský zážitek od začátku do konce. To bude zahrnovat jasné a stručné zaslání zpráv, intuitivní navigaci a uživatelsky přívětivé rozhraní, které zákazníkům usnadní procházení a výběr oblíbené celebrity.

Front-end Staria bude také obsahovat řadu přizpůsobitelných možností, které zákazníkům umožní přizpůsobit si své zkušenosti a komunikovat s platformou způsobem, který vyhovuje jejich individuálním potřebám a preferencím. To může zahrnovat funkce, jako jsou možnosti vyhledávání a filtrování, personalizovaná doporučení a možnost ukládat oblíbené celebrity nebo influencery.

5.11.2 Back-end

Back-end online platformy Stario bude vyvíjen pomocí Amazon Web Services (AWS), cloudové platformy, která poskytuje širokou škálu služeb pro vytváření a správu webových aplikací. AWS je známá svou škálovatelností, spolehlivostí a bezpečnostními funkcemi, díky čemuž je ideální volbou pro budování komplexní a dynamické platformy, jako je Stario.

AWS poskytne Stariu bezpečnou a spolehlivou infrastrukturu pro ukládání, zpracování a správu zákaznických dat. To bude zahrnovat řadu databázových a úložných možností, stejně jako nástroje pro monitorování a optimalizaci výkonu systému.

Back-end technického řešení Staria bude také zahrnovat řadu API (Application Programming Interfaces), které umožňují bezproblémovou integraci se službami a aplikacemi třetích stran. To může zahrnovat platební brány, platformy sociálních médií a další nástroje a služby, které jsou nezbytné pro vybudování robustní a dynamické platformy.

AWS také nabízí řadu bezpečnostních funkcí a certifikací shody, které jsou navrženy tak, aby vyhovovaly potřebám moderních podniků, včetně šifrování, řízení přístupu a souladu s různými předpisy, jako je GDPR a HIPAA. To pomůže zajistit, že platforma Stario je bezpečná a v souladu s příslušnými předpisy a standardy.

5.12 Organizační struktura a režijní náklady

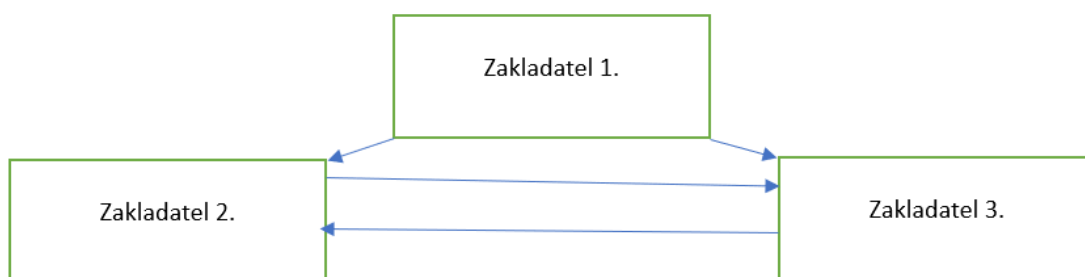
5.12.1 Organizační struktura

Organizační struktura Staria se bude skládat ze tří spoluzakladatelů, kteří budou zodpovědní za různé aspekty projektu. První spoluzakladatel, který bude vlastnit 40 % společnosti, bude mít na starosti celkové řízení projektu. Tato osoba bude mít hlavní odpovědnost za získávání nových spoluprací s celebritymi a agenturami, které je zastupují, a také za dohled nad každodenním provozem podniku.

Druhý spoluzakladatel, který bude vlastnit 30 % společnosti, bude mít na starosti front-end webu včetně designu a marketingu. Tato osoba bude zodpovědná za vytváření

poutavého a uživatelsky přívětivého zážitku pro zákazníky na platformě Staria a také za vývoj a implementaci účinných marketingových strategií k přilákání nových zákazníků.

Třetí spoluzakladatel, který bude zároveň vlastnit 30 % společnosti, bude mít na starosti back-end a všechny technické aspekty projektu. Tato osoba bude zodpovědná za rozvoj a údržbu technické infrastruktury platformy Stario a také za zajištění bezpečnosti a spolehlivosti zákaznických dat.



Obrázek 9 - Organizační struktura, zdroj: vlastní zpracování

5.12.2 Režijní náklady

Jako u každého podnikání, i u Staria vzniknou režijní náklady, které je třeba pečlivě řídit, aby byla zajištěna dlouhodobá životaschopnost. Některé z klíčových režijních nákladů, kterým bude Stario čelit, zahrnují tyto položky.

Náklady na hosting a infrastrukturu: Stario bude zcela online, takže bude muset investovat do vysoce kvalitního hostingu a infrastruktury, aby bylo zajištěno, že jeho platforma bude rychlá, spolehlivá a bezpečná. To může zahrnovat platby za služby AWS nebo jiná řešení „cloud computing“ a také investice do robustních opatření kybernetické bezpečnosti na ochranu uživatelských dat.

Marketingové a reklamní náklady: Aby Stario přilákalo nové zákazníky a rozšířilo svou uživatelskou základnu, bude muset investovat do marketingu a reklamy. To může zahrnovat digitální marketingové kampaně, reklamu na sociálních sítích a partnerství s influencery, které mohou být nákladné.

Právní a regulační náklady: Jako společnost působící v online prostoru pro zaslání zpráv od celebrit bude muset Stario splňovat různé právní a regulační požadavky. To může zahrnovat registraci podniku, získání nezbytných licencí a povolení a najmutí právního poradce k zajištění souladu se všemi příslušnými zákony a předpisy.

Zaměstnanecké platy a benefity: I když zakladatelé Stario naznačili, že si na začátku nebudou vyplácet mzdu, budou pravděpodobně muset najmout další zaměstnance, jak bude firma růst. To bude zahrnovat vyplácení konkurenceschopných mezd a výhod s cílem přilákat a udržet špičkové talenty. Tyto náklady do kalkulací prozatím počítat nebudou, jelikož se v prvních letech fungování projektu s největší pravděpodobností neobjeví.

Kancelářské a administrativní náklady: I když může Stario zpočátku fungovat zcela online, může nakonec vyžadovat kancelářský prostor pro podporu svého rostoucího týmu. To bude zahrnovat placení nájemného, energií a dalších administrativních nákladů spojených s provozem kanceláře. Zpočátku však tyto náklady počítat nebudou, protože se nepředpokládá, že by se mohly objevit v prvních letech fungování projektu.

Tabulka 4 - Projekce režijních nákladů v prvním roce fungování, zdroj: vlastní zpracování

	Měsíčně	Ročně
Hosting a údržba webu	500 Kč	6 000 Kč
Marketing a reklama	10 000 Kč	120 000 Kč
Právní a účetní služby	2 000 Kč	24 000 Kč
Předplatné softwaru (např. Adobe Creative Cloud)	550 Kč	6 600 Kč
Celkem:	13 050 Kč	156 600 Kč

5.13 Pracovní síla

Na začátku projektu Stario budou tři zakladatelé, kteří budou zodpovědní za všechny aspekty podnikání. Pokud však projekt poroste a stane se úspěšnějším, může se stát nutným najmout další zaměstnance, aby udrželi krok s poptávkou a zajistili hladký chod podniku

Zakladatelé Stario budou upřednostňovat najímání jednotlivců, kteří jsou pro projekt nadšení a sdílejí vizi společnosti. Budou také hledat kandidáty, kteří mají relevantní zkušenosti a dovednosti, stejně jako silnou pracovní morálku a pozitivní přístup.

Vzhledem k tomu, že Stario je relativně malý projekt s pouhými třemi spoluzakladateli, bude každý jednotlivec hrát zásadní roli v úspěchu podnikání. Organizační struktura byla navržena tak, aby zajistila, že každý spoluzakladatel má jasně definovanou oblast odpovědnosti a může se zaměřit na své specifické silné stránky a odborné znalosti. Spoluprací jako tým mohou spoluzakladatelé Stario vytvořit úspěšný a udržitelný podnik, který splňuje potřeby svých zákazníků a požadavky trhu.

Pokud bude projekt úspěšný, zakladatelé mají v plánu najmout další pracovníky, aby svoje službu zlepšili a zároveň zajistili akceleraci růstu celého projektu.

Jednou z profesí, která může být nezbytná, je zákaznická podpora. S rostoucí zákaznickou základnou Stario bude stále důležitější poskytovat rychlou a efektivní podporu zákazníkům, kteří mají s platformou dotazy nebo problémy. Najmutí specializovaného personálu zákaznické podpory může pomoci zajistit, že zákazníci jsou se službou spokojeni a je pravděpodobnější, že ji doporučí ostatním.

Další profesí, která může být nezbytná, je vývoj softwaru. Vzhledem k tomu, že Stario neustále roste a rozšiřuje své služby, může vyžadovat další vývojáře softwaru, aby pomohli vytvořit a udržovat platformu. To by mohlo zahrnovat vývoj front-endu pro zlepšení uživatelského rozhraní nebo back-endové vývojáře pro zlepšení funkčnosti a škálovatelnosti platformy.

Marketingoví a reklamní profesionálové mohou být také nezbytní, aby pomohli propagovat Stario potenciálním zákazníkům. To by mohlo zahrnovat specialisty na digitální marketing, manažery sociálních médií a reklamní experty, kteří dokážou vytvořit a implementovat efektivní kampaně, aby oslovili širší publikum.

A konečně, Stario může vyžadovat další administrativní pracovníky, kteří pomáhají řídit každodenní operace podniku. To by mohlo zahrnovat role, jako jsou lidské zdroje, účetnictví a právní podpora, aby bylo zajištěno, že podnik funguje hladce a v souladu se všemi příslušnými předpisy.

5.14 Plán realizace projektu

Vytvoření právní struktury (červenec–srpen): Zakladatelé budou muset zaregistrovat společnost, získat všechna potřebná povolení a vytvořit právní strukturu před zahájením projektu.

Návrh a vývoj webové platformy (červenec–listopad): Návrh a vývoj platformy Stario bude mít na starosti zakladatel 2 a zakladatel 3. To zahrnuje vývoj front-endu, back-endu a návrh uživatelského rozhraní.

Nábor osobností (červenec–prosinec): Zakladatel 1 bude pracovat na získávání spolupráce s celebritymi a jejich agenty. Cílem je mít na platformě v době spuštění k dispozici široké spektrum známých osobností z různých oborů. Činnost bude pokračovat i po spuštění projektu.

Marketing (prosinec): Zakladatel 2 bude mít za úkol navrhnout marketingovou strategii, která zahrnuje marketing na sociálních sítích, influencer marketing a e-mailový marketing. Cílem je vybudovat povědomí o značce a upoutat pozornost potenciálních zákazníků ještě před spuštěním. Tato činnost bude pokračovat i po spuštění projektu.

Testování (prosinec): Jakmile bude webová platforma vyvinuta, projde přísným testováním, aby bylo zajištěno, že funguje správně. Zakladatel 2 a zakladatel 3 budou provádět testování použitelnosti, testování výkonu, testování zabezpečení a testování funkčnosti.

Spuštění (1. 1. 2024): Po dokončení všech testů bude platforma spuštěna 1. ledna 2024. Bude to významný milník a tým bude muset být připraven na jakékoli potenciální problémy, které mohou během této kritické situace nastat.

Průběžná údržba (2024 a později): Jakmile bude platforma spuštěna, zakladatel 3 bude muset zajistit, aby byla udržována a pravidelně aktualizována. To zahrnuje sledování výkonu platformy, odpovídání na dotazy a zpětnou vazbu zákazníků a zavádění nových funkcí. Tato činnost bude pokračovat i po spuštění projektu.

	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
Vytvoření právní struktury (Zakladatel 1)						
Návrh webových stránek - design (Zakladatel 2)						
Vytvoření cloudového prostředí (Zakladatel 3)						
Nábor osobností (Zakladatel 1)						
Marketing (Zakladatel 2)						
Testování (Zakladatel 3)						

Obrázek 10 - Ganttův diagram, zdroj: vlastní zpracování

5.15 Finanční a ekonomická analýza

Finanční a ekonomická analýza je zásadní pro posouzení životaschopnosti a ziskovosti projektu. Tato kapitola prozkoumá finanční projekce peněžních toků a klíčové ukazatele výkonnosti, aby poskytla pohled na finanční zdraví a růstový potenciál společnosti. Použity budou nástroje popsány v teoretické části této diplomové práce. Hodnoty budou spočítané pouze první roky fungování projektu. U startupů je velice těžké a nejisté dělat odhady na delší období.

5.15.1 Stanovení výše počáteční investice

Pro úspěšné spuštění Staria je nezbytné určit výši požadovaných počátečních nákladů. Tato kapitola nastíní různé náklady spojené se zahájením podnikání a poskytne odhad celkových potřebných počátečních investic. Pochopením těchto nákladů mohou zakladatelé činit informovaná rozhodnutí a zajistit potřebné finanční prostředky, aby Stario úspěšně spustili.

Tabulka 5 - Celková výše investice, zdroj: vlastní zpracování

Návrh a vývoj webových stránek	2 000 Kč
Nastavení a údržba cloudové infrastruktury	500 Kč
Právní poplatky za založení společnosti	40 000 Kč
Registrace ochranné známky	12 000 Kč
Marketingové a reklamní náklady	50 000 Kč
Nastavení a údržba systému zpracování plateb	2 000 Kč
Celkem:	106 500 Kč

5.15.2 Výkaz zisku a ztráty

Při výpočtech budeme počítat s údaji, které jsme získali v předchozích kapitolách (odhad poptávky, režijní náklady). Náklady na videozprávy jsou z drtivé většiny tvořeny výplatami pro celebrity. Minimální část z těchto nákladů tvoří i náklady na cloudové úložiště pro jednotlivé zprávy. Tyto náklady jsou však zanedbatelné, proto je zde nebudu více rozvádět.

První rok (2024) je určen výsledky kapitoly „Odhad poptávky“, která určila příjmy a výdaje v jednotlivých měsících fungování projektu. Rok 2025 jsem pak vypočítal následovně. Pro realistický odhad jsem tržby a náklady násobil multiplifikátorem 1,5, který znázorňuje realistický odhad meziročního růstu (50 %) tržeb a nákladů. Pro odhad pesimistický jsem použil multiplifikátor 1,25, který znázorňuje nárůst 25 % v příjmech a výdajích. Pro odhad pesimistický jsem použil multiplifikátor 2 (nárůst 100 %). Rok 2023 jsem v tabulkách nezmiňoval, jelikož představuje přípravnou fázi s investičními náklady 106 500 Kč (žádné tržby apod.).

Tabulka 6 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – realistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Predikovaný výkaz zisku a ztráty – realistický odhad		
	2024	2025
Tržby	1 913 538 Kč	2 870 306 Kč
Náklady na videozprávy	1 346 721 Kč	2 020 081 Kč
Režijní náklady	156 000 Kč	234 000 Kč
EBIT	410 817 Kč	616 226 Kč
Daň	78 055 Kč	117 083 Kč
Čistý zisk	332 762 Kč	499 143 Kč

Podle údajů má společnost v roce 2024 vygenerovat tržby 1 913 538 Kč a v roce 2025 by suma měla být 2 870 306 Kč. Výdaje na videozprávy jsou očekávány ve výši 1 346 721 Kč (2023) a 2 020 081 Kč pro rok 2024. Režijní náklady se pro rok 2024 a 2025 předpokládají ve výši 156 000 Kč a 234 000 Kč. Výsledný EBIT za roky 2024 a 2025 odhadujeme na 410 817 Kč, respektive 616 226 Kč. Daně pro tyto roky jsou predikovány ve výši 78 055 Kč, resp. 117 083 Kč. Čistý zisk Staria se nakonec odhaduje na 332 762 Kč a 499 143 Kč za roky 2024 a 2025. Celkově data naznačují, že se očekává, že společnost v následujících letech poroste a bude generovat zisky.

Tabulka 7 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – pesimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Predikovaný výkaz zisku a ztráty – pesimistický odhad		
	2024	2025
Tržby	158 235 Kč	197 794 Kč
Náklady na videozprávy	126 588 Kč	158 235 Kč
Režijní náklady	156 000 Kč	195 000 Kč
EBIT	-124 353 Kč	-155 441 Kč
Daň	0 Kč	0 Kč
Čistý zisk	-124 353 Kč	-155 441 Kč

Tyto údaje představují pesimistický odhad výkazu zisků a ztráty společnosti Stario v letech 2024 a 2025. Predikované výnosy pro tyto roky jsou 158 235 Kč, resp. 197 794 Kč, přičemž předpokládané náklady na videozprávy jsou 126 588 Kč a 158 235 Kč. Režijní náklady jsou predikovány ve výši 156 000 Kč v roce 2024 a 195 000 Kč v roce 2025. Na základě těchto odhadů se předpokládá, že společnost bude mít záporný EBIT

(zisk před úroky a zdaněním) ve výši -124 353 Kč v roce 2024 a -155 441 Kč v roce 2025. Tato čísla naznačují, že společnost může mít v blízké budoucnosti potíže s vytvářením zisků a v tomto případě by bylo velice riskantní do projektu investovat.

Tabulka 8 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – optimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Predikovaný výkaz zisku a ztráty – optimistický odhad		
	2024	2025
Tržby	9 313 857 Kč	18 627 713 Kč
Náklady na videozprávy	6 390 413 Kč	12 780 826 Kč
Režijní náklady	156 000 Kč	312 000 Kč
EBIT	2 767 443 Kč	5 534 887 Kč
Daň	525 814 Kč	1 051 629 Kč
Čistý zisk	2 241 629 Kč	4 483 258 Kč

Tyto údaje představují optimistickou předpověď Výkazu zisků a ztrát společnosti Stario na roky 2024 a 2025.

Předpokládané tržby pro rok 2024 jsou 9 313 857 Kč a pro rok 2025 18 627 713 Kč. Náklady na videozprávy se předpokládají pro rok 2024 ve výši 6 390 413 Kč a pro rok následující 12 780 826 Kč.

EBIT pro rok 2024 se odhaduje na 2 767 443 Kč a pro rok 2025 se odhaduje na 5 534 887 Kč. Daně pro tyto roky jsou projektovány ve výši 525 814 Kč a 1 051 629 Kč. A konečně, čistý zisk pro rok 2024 se očekává ve výši 2 241 629 Kč a pro rok 2025 se předpokládá 4 483 258 Kč. Pokud by se naplnil tento výhled, byla by investice do projektu velice výhodná.

5.15.3 Přehled finančních toků

Tabulka 9 - Realistický odhad cash-flow projektu, zdroj: vlastní zpracování

Realistický odhad cash-flow projektu			
	2023	2024	2025
Počáteční investice	106 500 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na videozprávy	0 Kč	1 346 721 Kč	2 020 082 Kč
Režijní náklady	0 Kč	156 000 Kč	234 000 Kč
Tržby	0 Kč	1 913 538 Kč	2 870 307 Kč
Provozní cash-flow	-106 500 Kč	410 817 Kč	616 226 Kč
Kumulované cash-flow	-106 500 Kč	304 317 Kč	920 543 Kč

Tabulka 10 - Pesimistický odhad cash-flow projektu, zdroj: vlastní zpracování

Pesimistický odhad cash-flow projektu			
	2023	2024	2025
Počáteční investice	106 500 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na videozprávy	0 Kč	126 588 Kč	158 235 Kč
Režijní náklady	0 Kč	156 000 Kč	195 000 Kč
Tržby	0 Kč	158 235 Kč	197 794 Kč
Provozní cash-flow	-106 500 Kč	-124 353 Kč	-155 441 Kč
Kumulované cash-flow	-106 500 Kč	-230 853 Kč	-386 294 Kč

Tabulka 11 - Optimistický odhad cash-flow projektu, zdroj: vlastní zpracování

Optimistický odhad cash-flow projektu			
	2023	2024	2025
Počáteční investice	106 500 Kč	0 Kč	0 Kč
Náklady na videozprávy	0 Kč	6 390 413 Kč	12 780 826 Kč
Režijní náklady	0 Kč	156 000 Kč	312 000 Kč
Tržby	0 Kč	9 313 857 Kč	18 627 714 Kč
Provozní cash-flow	-106 500 Kč	2 767 444 Kč	5 534 888 Kč
Kumulované cash-flow	-106 500 Kč	2 660 944 Kč	8 195 832 Kč

Jak můžeme vidět, cash-flow projektu je v případech optimistického a realistického odhadu pro projekt příznivá. Je možné říct, že projekt nebude mít v těchto případech existencionální problémy. Při pesimistickém odhadu však mohou být věci více komplikované. Tento odhad ukazuje jako jediný negativní výsledek provozního cash-flow. Toto se může zdát jako velice špatné. Na druhou stranu, jak jsem zmiňoval,

základní kapitál projektu je 400 000 Kč, a i tento odhad ukazoval rostoucí tendenci. Věřím tudíž tomu, že i v tomto případě by se projekt nedostal do existencionálních problémů. I tak by bylo dobré si ověřit, zdali jsou zakladatelé projektu Stario ochotni do projektu investovat další finanční prostředky, pokud by se vývoj podobal pesimistickému odhadu.

5.15.4 Čistá současná hodnota (NPV)

Abychom mohli správně určit hodnotu tohoto ukazatele, musíme si nejprve určit hodnotu diskontní sazbu. Vzhledem k rizikovosti projektu použiji po konzultaci s vedoucím práce hodnotu 11 %.

Tabulka 12 - Diskontované cash-flow – realistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Diskontované cash-flow – realistický odhad				NPV
	2023	2024	2025	
Volné cash-flow	-106 500 Kč	332 762 Kč	499 143 Kč	
Diskontované cash-flow	-95 946 Kč	299 785 Kč	449 678 Kč	

Tabulka 13 - Diskontované cash-flow – pesimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Diskontované cash-flow – pesimistický odhad				NPV
	2023	2024	2025	
Volné cash-flow	-106 500 Kč	-124 353 Kč	-155 441 Kč	
Diskontované cash-flow	-95 946 Kč	-112 030 Kč	-140 037 Kč	

Tabulka 14 - Diskontované cash-flow – optimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Diskontované cash-flow – realistický odhad				NPV
	2023	2024	2025	
Volné cash-flow	-106 500 Kč	2 241 629 Kč	4 483 258 Kč	
Diskontované cash-flow	-95 946 Kč	2 019 486 Kč	4 038 972 Kč	

Jak si můžeme všimnout, i zde jsou velké rozdíly ve výsledcích. Rozdíly odrážejí riskantní charakter projektu. Pokud bychom se však drželi realistického odhadu, mohu doporučit investorům projekt realizovat.

5.15.5 Doba návratnosti investice

Tabulka 15 - Doba návratnosti investice – realistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Doba návratnosti investice	
Investice	106 500 Kč
Kumulované cash-flow	920 543 Kč
Doba návratnosti (roky)	0,12

Tabulka 16 - Doba návratnosti investice – pesimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Doba návratnosti investice	
Investice	106 500 Kč
Provozní cash-flow	-386 294 Kč
Doba návratnosti (roky)	X

Tabulka 17 - Doba návratnosti investice – optimistický odhad, zdroj: vlastní zpracování

Doba návratnosti investice	
Investice	106 500 Kč
Provozní cash-flow	8 195 832 Kč
Doba návratnosti (roky)	0,01

Jak si můžeme všimnout, doba návratnosti ukazuje velice pozitivní výsledky v případě realistického a optimistického odhadu. V případě pesimistického odhadu nedává výpočet ukazatele smysl, jelikož je kumulovaná cash-flow v roce záporná. I u realistického a optimistického odhadu bych však nedával výpočtům příliš velkou váhu. Doba návratnosti bude pravděpodobně mnohonásobně delší díky rostoucímu trendu výnosnosti projektu v daných letech (viz výkaz zisku a ztráty). V počátečním roce je predikována mnohem menší finanční výkonnost projektu než v letech následujících. Jelikož tento výpočet počítá s průměrnou cash-flow v daném časovém období, zdá se doba návratnosti kratší, než reálně bude (i díky velice malé počáteční investici). I tak jsou však budou hodnoty příznivé a doporučení na základě tohoto ukazatele zní, že by zakladatelé měli do projektu investovat.

5.15.6 Vnitřní výnosové procento

Tabulka 18 - Vnitřní výnosové procento (IRR), zdroj: vlastní zpracování

Vnitřní výnosové procento	
Realistický odhad	323%
Pesimistický odhad	X
Optimistický odhad	2189%

V případě vnitřního výnosového procenta jsou výsledky v případě realistického a optimistického odhadu opět pozitivní. V případě negativního odhadu je výsledek záporný, tudíž výpočet ukazatele nedává smysl. Tyto velice rozdílné výsledky reflektují výsledky předchozích kapitol a také fakt, že se jedná o startup, kde bývá výsledek nejasný. Startupy mají velkou šanci rychle růst, ale také velkou šanci, že zkrachují.

5.15.7 Ukazatele rentability

Ukazatele rentability				
	Rok	Realistický odhad	Pesimistický odhad	Optimistický odhad
ROE	2024	83%	-31%	560%
	2025	125%	-39%	1121%
ROS	2024	17%	-79%	24%
	2025	17%	-79%	24%

Bohužel, vzhledem k tomu, že nemáme údaje k výpočtu ROA a ROI se můžeme zaměřit pouze na výpočet ROE a ROS. Výsledky opět reflektují výsledky předchozích kapitol, kde můžeme říct, že se investice vyplatí pouze, pokud se naplní realistický, nebo optimistický odhad. Na druhou stranu, v tomto případě můžeme tvrdit, že se ukazatelé budou ve středně dlouhém a dlouhém horizontu dostávat do lepších a lepších čísel vzhledem k výpočtu těchto ukazatelů a rostoucím trendu, který můžeme vidět ve všech odhadech.

6 Analýza rizik

Porozumění a řízení rizik je klíčové pro úspěch jakéhokoli podnikání, zejména pro startupy. Tato část bude analyzovat potenciální rizika, kterým společnost Stario při svých činnostech bude čelit, včetně tržních rizik, finančních rizik, operačních rizik a právních rizik. Identifikací a vyhodnocením těchto rizik může společnost vyvinout strategii ke zmírnění jejich dopadu a zajistit dlouhodobou udržitelnost a růst podnikání.

Riziko trhu: Stario působí na vysoce konkurenčním trhu s neustále se vyvíjejícími technologiemi a měnícími se preferencemi spotřebitelů. Společnost by mohla čelit problémům při získávání a udržení zákazníků, zejména pokud konkurence bude nabízet podobné nebo lepší služby.

Finanční riziko: Jako startup může Stario čelit výzvám při zajišťování dalších finančních prostředků na podporu svých plánů růstu, zejména pokud zažije finanční ztráty nebo pokles na trhu.

Technologické riziko: Technologie a infrastruktura, na které Stario spoléhá, se mohou stát zastaralými nebo zranitelnými vůči bezpečnostním hrozbám, což může vést k narušení služeb, vymazání dat a poškození pověsti.

Regulační riziko: Změny v předpisech a požadavcích, jako jsou zákony o ochraně osobních údajů, by mohly ovlivnit provoz společnosti Stario, zvýšit její náklady a ovlivnit její schopnost přilákat a udržet si zákazníky.

Personální riziko: Úspěch společnosti Stario závisí na její schopnosti přilákat a udržet si kvalifikované a motivované zaměstnance. Pokud má společnost potíže s náborem a udržením talentů, může čelit provozním a strategickým výzvám.

Riziko duševního vlastnictví: Úspěch společnosti Stario je částečně založen na jejím duševním vlastnictví, včetně patentů, ochranných známek a autorských práv. Pokud společnost není schopna chránit své duševní vlastnictví nebo se bránit žalobám z porušení, může utrpět značné finanční ztráty a poškození pověsti.

Provozní riziko: Provoz společnosti Stario závisí na různých systémech a procesech, které by mohly zaznamenat přerušení nebo selhání, jako jsou IT systémy, logistika a

dodavatelský řetězec. Tato rizika mohou vést k narušení služeb, zpožděním a finančním ztrátám.

Riziko partnerství: Stario se může spoléhat na partnerství s jinými společnostmi v oblasti technologií, distribuce nebo jiných klíčových služeb. Pokud tato partnerství nepřinesou očekávané výhody nebo pokud partner zaznamená finanční nebo provozní potíže, může to mít dopad na provoz a finanční výkonnost společnosti Stario.

Analýza rizik			
	Pravděpodobnost	Závažnost	Protiopatření
Riziko trhu	Střední	Střední	Agresivní cenová politika, kvalitní marketing
Finanční riziko	Nízká	Vysoký	Dobré řízení finančních toků
Technologické riziko	Nízká	Střední	Investice do technologií
Regulační riziko	Nízká	Nízká	Připravený krizový plán
Personální riziko	Nízká	Nízká	Teambuildingy, prezentace úspěchů
Riziko duševního vlastnictví	Nízká	Střední	Zakoupení registrační známky
Provozní riziko	Střední	Vysoká	Investice do technologií a personálu
Riziko partnerství	Nízké	Nízké	Analýza obchodních partnerů

Závěr

Na základě výsledků studie proveditelnosti má Stario dobrý výhled, ale existují i významná rizika, která je třeba vzít v úvahu. Celkově je společnost slibná a má potenciál být zisková, pokud budou dodržována následující doporučení.

Odhad poptávky: Odhad poptávky po Stario je slibný, což naznačuje, že pro jeho služby existuje trh. S trhem jsou však spojena rizika, která je třeba vzít v úvahu. Mezi tato rizika patří změny v chování spotřebitelů a vznik konkurentů nabízejících podobné služby. Ke zmírnění těchto rizik by společnost Stario měla nadále monitorovat trh a upravovat svou nabídku tak, aby vyhovovala vyvíjejícím se potřebám své cílové skupiny.

Analýza PEST: Analýza PEST pro Stario zdůrazňuje několik klíčových faktorů, které by mohly ovlivnit úspěch společnosti, včetně změn v technologii, vládních nařízeních a ekonomických faktorů. Společnost Stario by si měla být vědoma těchto faktorů a vypracovat pohotovostní plány pro řešení jakýchkoli potenciálních hrozeb, které se objeví.

Porterova analýza pěti sil: Porterova analýza pěti sil ukazuje, že Stario působí na trhu s nízkou až střední konkurencí. Stále však existují rizika spojená s touto soutěží, včetně vzniku nových konkurentů a potenciálu pro stávající konkurenty nabízet podobné služby. Stario by se mělo od konkurence odlišit zaměřením na poskytování vysoce kvalitních služeb a nabídkou unikátních funkcí, kterými se odlišuje od konkurence.

SWOT analýza: SWOT analýza pro Stario zdůrazňuje silné a slabé stránky společnosti, příležitosti a hrozby. Mezi silné stránky společnosti Stario patří inovativní obchodní model a zkušený tým, zatímco mezi slabé stránky patří omezená provozní historie a potenciál pro zvýšenou konkurenci. Mezi příležitosti pro Stario patří rozšiřování služeb na nové trhy a vytváření strategických partnerství, zatímco mezi její hrozby patří ekonomický pokles a změny v chování spotřebitelů. Aby společnost Stario čelila těmto hrozbám, měla by diverzifikovat své služby a pokračovat v inovacích, aby si udržela náskok před konkurencí.

Analýza STP: Analýza STP pro Stario se zaměřuje na segmentaci, cílení a umístění. Stario by mělo pokračovat v segmentaci své cílové skupiny, aby lépe porozumělo jejím potřebám a preferencím. Společnost by pak měla na tyto segmenty cílit

marketingovými kampaněmi na míru, které zdůrazňují jedinečné výhody jejích služeb. A konečně, Stario by se mělo prezentovat jako lídr na trhu tím, že bude zdůrazňovat svůj inovativní obchodní model a svůj závazek poskytovat vysoce kvalitní služby.

Finanční a ekonomická analýza: Finanční a ekonomická analýza společnosti Stario naznačuje, že společnost je životaschopná a má potenciál být zisková. S trhem jsou však spojena rizika, která by mohla ovlivnit finanční výkonnost společnosti. Ke zmírnění těchto rizik by společnost Stario měla nadále sledovat svou finanční výkonnost a podle potřeby upravovat svou strategii.

Celkově má Stario potenciál být úspěšné, ale s trhem jsou spojena rizika, která je třeba vzít v úvahu. Velice pozitivně vycházeli výsledky zejména u realistického a optimistického výhledu. Pokud se tyto odhady naplní, doporučuji zakladatelům projekt realizovat. Pokud by se naplnil odhad pesimistický, doporučoval bych zakladatelům si investici do projektu dobře rozmyslet, zdali není lepší alternativa do které investovat. V tomto odhadu by projekt bylo velice složité převést do stadia, kdy by byl pro zakladatele dostatečně finančně výnosný.

Citovaná literatura

Bennatan, E. M. 1995. *On Time, Within Budget: Software Project Management Practices and Techniques*. Hoboken : Wiley & Sons, Incorporated, John, 1995.

Český statistický úřad. 2023. Indexy spotřebitelských cen - inflace - leden 2023. www.czso.cz. [Online] 10. 2 2023.

Doležal, Jan, Mácha, Pavel a Lacko, Branislav. 2009. *Projektový management podle*. Praha : Grada, 2009.

Frankel, Ernst G. 1990. *Project Management in Engineering Services and Development*. Londýn : Butterworth-Heinemann, 1990.

Kerzner, Harold. 2013. *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. Hoboken : Wiley, 2013.

Larson, Erik a Gray, Clifford. 2017. *Project Management: The Managerial Process (Mcgraw-hill Series Operations and Decision Sciences)*. New York City : McGraw Hill, 2017.

Meredith, Jack R. a Jr., Samuel J. Mantel. 2011. *Project Management: A Managerial Approach*. Hoboken : Wiley, 2011.

Němec, Vladimír. 2002. *Projektový management*. Praha : Grada, 2002.

www.kurzy.cz. 2023. Diskontní sazba - Úrokové sazby ČNB. www.kurzy.cz. [Online] 31. leden 2023. [Citace: 31. leden 2023.] <https://www.kurzy.cz/ekonomika/sazby-cnb/diskontni/>.

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Trojimperativ projektu	15
Obrázek 2 - Hranově definovaný síťový diagram.....	19
Obrázek 3 - Uzlově definovaný síťový diagram.....	20
Obrázek 4 - Doba trvání jednotlivé činnosti.....	21
Obrázek 5 - Ganttův diagram příklad	23
Obrázek 6 - SWOT matice	31
Obrázek 7 - Porterův model 5 sil.....	32
Obrázek 8 - Bod zvratu	39
Obrázek 9 - Organizační struktura.....	66
Obrázek 10 - Ganttův diagram	70

Seznam grafů

Graf 1 - Pesimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování	48
Graf 2 - Realistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování.....	50
Graf 3 - Optimistický odhad výdělečnosti projektu, zdroj: vlastní zpracování.....	51

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Pesimistický odhad výdělečnosti projektu	47
Tabulka 2 - Realistický odhad výdělečnosti projektu.....	49
Tabulka 3 - Optimistický odhad výdělečnosti projektu.....	50
Tabulka 4 - Projekce režijních nákladů v prvním roce fungování	67
Tabulka 5 - Celková výše investice.....	71
Tabulka 6 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – realistický odhad.....	72
Tabulka 7 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – pesimistický odhad.....	72
Tabulka 8 - Predikovaný výkaz zisku a ztráty – optimistický odhad.....	73
Tabulka 9 - Realistický odhad cash-flow projektu.....	74
Tabulka 10 - Pesimistický odhad cash-flow projektu.....	74
Tabulka 11 - Optimistický odhad cash-flow projektu	74
Tabulka 12 - Diskontované cash-flow – realistický odhad	75
Tabulka 13 - Diskontované cash-flow – pesimistický odhad.....	75
Tabulka 14 - Diskontované cash-flow – optimistický odhad	75
Tabulka 15 - Doba návratnosti investice – realistický odhad.....	76
Tabulka 16 - Doba návratnosti investice – pesimistický odhad	76
Tabulka 17 - Doba návratnosti investice – optimistický odhad	76
Tabulka 18 - Vnitřní výnosové procento (IRR)	77