



Zadání bakalářské práce

Název:	Podpora efektivní organizace "tábora"
Student:	Tomáš Kasal
Vedoucí:	Ing. David Pešek
Studijní program:	Informatika
Obor / specializace:	Informační systémy a management
Katedra:	Katedra softwarového inženýrství
Platnost zadání:	do konce letního semestru 2023/2024

Pokyny pro vypracování

Cílem práce je analyzovat a z business stránky posoudit novou webovou službu, která nabídne propojení provozovatelům táborů, rodičům a organizátorům (bude podporovat vybrané procesy pořádání táborů). Provozovatelům táborů přinese možnost centralizovat jejich data a definovat politiky pro jednotlivé role. Organizátorům umožní s těmito informacemi ohledně tábora pracovat a usnadní jim přípravu vybraných táborových aktivit. Rodičům zjednoduší a zpřehlední přihlašování dětí na tábory využívající tuto službu.

- 1) Definujte pojmy – tábor, provozovatel tábora, organizátor tábora, vedoucí, rodič, účastník, přihláška atd.
- 2) Analyzujte co nejvíce možných činností a funkcí, které jsou s organizací táborů spojeny.
- 3) Na základě analýzy a získaných informací popište klíčové procesy související s organizací táborů a navrhněte, které procesy je možné podpořit navrhovanou webovou službou.
- 4) Navrhněte a vyhodnoťte možnosti monetizace takové služby. Využijte výstupy závěrečné práce Jana Převrátila. Vyberte jednu z možností a popište ji vybranými diagramy, používanými běžně pro návrhy systémů v softwarovém inženýrství.
- 5) Vytvořte business case model a vyhodnoťte v rámci něj možné přínosy navržené služby pro vybrané cílové skupiny.
- 6) Navrhněte možná další rozšíření.

Bakalářská práce

PODPORA EFEKTIVNÍ ORGANIZACE „TÁBORA“

Tomáš Kasal

Fakulta informačních technologií
Katedra softwarového inženýrství
Vedoucí: Ing. David Pešek
10. května 2023

České vysoké učení technické v Praze
Fakulta informačních technologií

© 2023 Tomáš Kasal. Všechna práva vyhrazena.

Tato práce vznikla jako školní dílo na Českém vysokém učení technickém v Praze, Fakultě informačních technologií. Práce je chráněna právními předpisy a mezinárodními úmluvami o právu autorském a právech souvisejících s právem autorským. K jejímu užití, s výjimkou bezúplatných zákonných licencí a nad rámec oprávnění uvedených v Prohlášení, je nezbytný souhlas autora.

Odkaz na tuto práci: Kasal Tomáš. *Podpora efektivní organizace „tábora“*. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Fakulta informačních technologií, 2023.

Obsah

Poděkování	vi
Prohlášení	vii
Abstrakt	viii
Seznam zkratk	ix
Úvod	1
1 Cíle práce	3
2 Klíčové pojmy	5
2.1 Přehled obecných pojmů	5
2.1.1 Zotavovací akce	5
2.1.2 Tábor	5
2.1.3 Obecné dělení táborů	6
2.1.4 Tábořiště	6
2.1.5 Přihláška	6
2.2 Přehled táborových pracovníků	6
2.2.1 Provozovatel tábora	7
2.2.2 Pořadatel tábora	7
2.2.3 Hlavní vedoucí	7
2.2.4 Programový vedoucí	7
2.2.5 Oddílový vedoucí	7
2.2.6 Praktikant	8
2.2.7 Hospodář	8
2.2.8 Kuchař	8
2.2.9 Pomocníci v kuchyni	8
2.2.10 Zdravotník	8
2.2.11 Další pracovníci tábora	9
2.2.12 Další osoby v táborovém procesu	10
3 Analýza táborových činností	11
3.1 Přehled táborových činností	11
3.2 Klíčové táborové činnosti	11
3.2.1 Přehled klíčových činností	13
3.2.2 Popis klíčových činností	13
4 Podpořitelné procesy	19
4.1 Seznam činností podpořitelných webovou službou	19
4.1.1 Zajištění základních požadavků	19
4.1.2 Zajištění personálu	19
4.1.3 Příprava formuláře přihlášky	20

4.1.4	Rozpracování programu tábora	20
4.1.5	Příprava jídelního lístku, režimu dne, harmonogramu	20
4.1.6	Nábor účastníků, distribuce přihlášek	21
4.1.7	Zpracování jmenného seznamu všech účastníků	21
5	Monetizace	23
5.1	Analýza možností monetizace	23
5.2	Analýza zákazníků	24
5.3	Sestavení plánu monetizace	25
5.3.1	Diagram aktivit	28
5.3.2	Případy užití	29
5.3.3	Platba	30
5.4	Shrnutí monetizace	31
6	Business case	33
6.1	Příjmy	33
6.1.1	Veličiny a vzorce pro výpočet	33
6.1.2	Výběr strategie tarifů	35
6.1.3	Ceník předplatného a prémiových funkcí	36
6.2	Výpočty s hodnotami	36
6.3	Náklady	38
6.3.1	Propagace	38
6.3.2	Doména	39
6.3.3	Hosting	39
6.3.4	Sečtení dosavadních nákladů	39
6.3.5	Údržba služby	40
6.4	Návratnost	40
6.5	Shrnutí projektového záměru	41
7	Rozšíření do budoucna	43
7.1	Správa financí	43
7.2	Rozeslání informací	43
7.3	Jednodušší zajištění tábořiště	44
7.4	Rozšíření na Slovensko	44
8	Závěr	45
	Obsah přiloženého archivu	49

Seznam obrázků

5.1	Pyramida úrovní webové služby	25
5.2	Diagram aktivit objednání zpoplatněných produktů webové služby	29
5.3	Případy užití jednotlivých druhů monetizace	30

Seznam tabulek

3.1	Přehled činností před začátkem tábora	12
3.2	Přehled činností v době konání tábora (detailnost činností je v rozumné míře) . .	12
3.3	Přehled činností po skončení tábora	13
6.1	Odhady procentuálního počtu zákazníků využívajících webovou službu	35
6.2	Přehled funkcí v různých tarifech, možnost první	35
6.3	Přehled funkcí v různých tarifech, možnost druhá	36
6.4	Ceník zpoplatněných funkcí webové služby	36
6.5	Příjmy z jednotlivých tarifů/funkcí webové služby	37
6.6	Předpokládané příjmy od platících zákazníků za jednotlivé roky (prvních 5 let) .	37
6.7	Poskytovatelé domén a jejich ceny	39
6.8	Poskytovatelé hostingu a jejich ceny	39
6.9	Přehled ročních nákladů	40
6.10	Náklady na zaměstnance	40
6.11	Vývoj hospodářského výsledku v prvních 5 letech s náklady na zaměstnance . . .	41
6.12	Vývoj hospodářského výsledku v prvních 5 letech bez nákladů na zaměstnance .	41

Děkuji svému vedoucímu práce Ing. Davidu Peškovi za odborné vedení, rychlost, podnětné rady a velkou míru ochoty a lidského přístupu během zpracovávání práce. Dále děkuji rodině za podporu během celého studia.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem předloženou práci vypracoval samostatně a že jsem uvedl veškeré použité informační zdroje v souladu s Metodickým pokynem o dodržování etických principů při přípravě vysokoškolských závěrečných prací.

Beru na vědomí, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorského zákona, ve znění pozdějších předpisů, zejména skutečnost, že České vysoké učení technické v Praze má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 citovaného zákona.

V Praze dne 10. května 2023

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou osob a procesů jakkoliv souvisejících s organizací dětských táborů. Na základě výstupů této analýzy jsou v práci popsány pro tábor klíčové procesy, ze kterých jsou následně vybrány ty, jež je možné podpořit novou webovou službou. Tato služba nabízí propojení provozovatelům táborů, rodičům a organizátorům a výrazné zjednodušení jejich práce na efektivním průběhu organizace tábora tím, že podporuje na jednom místě klíčové činnosti s organizací takových akcí související. V této práci je pro webovou službu navržena vhodná monetizační strategie. Dále je zpracován business case model, ve kterém je zpřesněn odhad počtu potenciálních zákazníků, příjmů a výdajů a na základě těchto údajů vypočítána návratnost webové služby dle různých scénářů. V závěrečné části práce jsou navržena možná rozšíření do budoucna, která opět vychází z analýzy toho, jak udělat organizaci tábora efektivnější.

Klíčová slova dětský tábor, analýza dat, webová aplikace, organizátoři, rodiče, monetizace, projektový záměr

Abstract

This bachelor's thesis deals with the analysis of persons and processes in any way related to the organization of children's camps. Based on the results of this analysis, the key processes for the camp are described in the thesis, from which those that can be supported by the new web service are subsequently selected. This service offers connectivity to camp operators, parents and organizers and significantly simplifies their work on the effective course of camp organization by supporting in one place the key activities related to the organization of such events. In this work, a suitable monetization strategy is proposed for the web service. Furthermore, a business case model is prepared, in which the estimate of the number of potential customers, income and expenses is specified and, based on this data, the return of the web service is calculated according to various scenarios. In the final part of the work, possible extensions for the future are proposed, which is again based on the analysis of how to make the organization of the camp more efficient.

Keywords children's camp, data analysis, web application, organizers, parents, monetization, business case

Seznam zkratk

ČRDM	Česká rada dětí a mládeže
ČTK	Česká tisková kancelář
DDM	Dům dětí a mládeže
MŠMT	Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy
SVČ	Středisko volného času

Úvod

Zorientovat se v obrovském množství nabízených dětských táborů může být v dnešní době složité pro nejednoho rodiče, ale i pro organizátory takových akcí. Proto jsem se společně s kolegou Janem Převrátilem rozhodl pro vznik projektu tvorby nové webové služby, která nabídne propojení rodičům, organizátorům a provozovatelům táborů.

Rozmanitost dětských táborů s sebou přináší velké množství rozdílů v jejich organizaci. To zapříčiňuje například rozdíly v přihláškách na tyto akce. Velké množství rodičů přihlašuje své děti na více táborů za rok či každý rok na jiný tábor. Musí tak vyplňovat pokaždé jinak vypadající přihlášku, přestože požadované informace se často ve velké míře příliš neodlišují. Například téměř na každou takovou akci jsou rodiče povinni informovat o zdravotním stavu jejich dítěte. Tento jeden balík informací však musí zadávat do přihlášky na každou akci jinak, jinam a v různé míře. Taková nekonzistence, která je i v dalších částech přihlášek, zbytečně dělá proces přihlášení složitým.

Problémem při organizaci také často bývá práce s informacemi, kterých je téměř vždy velké množství. S těmi operují organizátoři a nemají to většinou jednoduché. S blížící se akcí informací rychle přibývá a zorientovat se ve všech možných dokumentech, tabulkách, prezentacích či složkách je mnohdy nadlidský úkol. Zároveň tato roztroušenost informací zdržuje od plánování jednotlivých táborových aktivit.

Běžným jevem je pořádání více akcí jedním provozovatelem. Často jsou to až vyšší desítky táborů, klidně i na více místech v jeden termín. To s sebou nese velké množství nahromaděných dat. Také je k uskutečnění potřeba spousta personálu. Jako dlouholetý táborník vím z vlastní zkušenosti, že už u malého množství turnusů je nelehké přesně určit pro všechny lidi s táborem spojenými jednotlivé činnosti, které budou vykonávat.

Tento projekt má sloužit všem těmto skupinám lidí, jež jsou s táborem jakýmkoliv způsobem spjati. Nová webová služba zjednoduší, zpřehlední a zpohodlní průběh celého tábora, a to už od jeho raných příprav, až po jeho skončení.

Kapitola 1

Cíle práce

Hlavním cílem práce je vytvořit analýzu a posoudit ze stránky businessu novou webovou službu, která bude sloužit rodičům, provozovatelům a organizátorům táborů a nabízet jejich propojení.

První část práce je analytická a jejím cílem je analyzovat dětské tábory jako takové. Jejím obsahem je tedy definovat jednotlivé pojmy související s tábory. Dále analyzovat všemožné činnosti, jež se na táborech provádí nebo jsou s jejich organizací spojeny. V neposlední řadě je pak cílem analyzovat a popsat funkce jednotlivých lidí, kteří jsou s táborem spjati.

Na základě zmíněné analýzy a získaných informací je dalším cílem identifikovat jednotlivé klíčové procesy, které s organizací táborů souvisejí. Poté je úkolem z těchto procesů nejprve vybrat a následně popsat ty, které je možné podpořit navrhovanou webovou službou.

Cílem praktické části je navrhnout a vyhodnotit monetizaci webové služby. Dílčím cílem je pak jeden z návrhů vybrat a popsat jej vybranými diagramy používanými v softwarovém inženýrství.

Následujícím cílem je vytvořit business case model a v rámci něj vyhodnotit možné přínosy navržené webové služby pro vybrané cílové skupiny.

Posledním cílem je nahlédnout do budoucna a navrhnout pro webovou službu možná další rozšíření.

Klíčové pojmy

Před tím, než se ponořím do jednotlivých analýz a návrhů, je třeba představit si několik termínů. Jedná se o základní pojmy, se kterými dále pracuji a proto se hodí je znát.

Nejprve představím pojmy obecné. Následovat budou ty, které se používají pro jednotlivé aktéry táborových akcí.

2.1 Přehled obecných pojmů

2.1.1 Zotavovací akce

Zotavovací akce je organizovaný pobyt 30 a více dětí ve věku do 15 let na dobu delší než 5 dnů. Jeho účelem je posílit zdraví dětí a zvýšit jejich tělesnou zdatnost, případně i získat specifické znalosti nebo dovednosti. [1]

2.1.2 Tábor

Tábor je jedna z nejrozšířenějších zotavovacích akcí.

Mezi jeho hlavní funkce patří:

- rekreace;
- život v kolektivu;
- vzdělávání;
- výchova;
- poznávání přírody;
- zábava.

Existuje několik různých druhů a typů táborů podle různých kritérií. Uvedu zde základní z nich podle [2].

2.1.2.1 Typy táborů

- **Běžné** — účastní se jich děti a mládež z „běžné“ populace;
- **Integrované** — alespoň 20% účastníků jsou děti se speciálními potřebami, z rizikových skupin či z dětských domovů;

- **Ozdravné** — pouze pro oslabené nebo zdravotně postižené děti.

2.1.2.2 Druhy táborů

- **Stálé** — celý pobyt se uskutečňuje na jednom místě. Příkladem je klasický chatkový či stanový tábor;
- **Příměstské** — je na nich pouze denní program bez noclehu. Typické pro zájmové skupiny např. z DDM;
- **Putovní** — není zde stabilní táborová základna, účastníci se přesouvají po určité trase a táboří na různých místech. Příkladem mohou být tábory cykloturistické.
- **Hvězdicové** — stálé tábořiště, ze kterého jsou pořádány několikadenní výlety do okolí. Tyto výlety jsou typicky skautské „puťáky“ (putovní výlety) či vícedenní plavby lodí po řece.

2.1.3 Obecné dělení táborů

Tábory lze například dělit také následujícími způsoby:

- **Podle pořadatele** — fyzická osoba, právnická osoba a podobně;
- **Podle typu ubytování** — chatky, pevné budovy, stany s podsadou a podobně;
- **Podle zaměření** — sportovní, herní, modelářský, youtuberský a podobně;
- **Podle velikosti** — počet dětí, personálu a podobně;
- **Podle doby konání** — letní, zimní, jarní a podobně;
- **Podle způsobu dopravy** — autobusem, vlakem, vlastní doprava a podobně;
- **Podle možnosti integrace** — dostupnost jazyků, možnost bezbariérového přístupu a podobně.

2.1.4 Tábořiště

Termínem tábořiště se často nazývá místo, kde tábor probíhá. Může se jednat o louku, mýtinu, les, hotel, horskou chatu, lázně apod. Více tento pojem přiléhá však k táborům skautským a např. v případě našeho tábora, který je klasický chatkový, se užívá pouze slova „tábor“.

2.1.5 Přihláška

Jedná se o dokument, kterým rodič či zákonný zástupce přihlašuje dítě na daný tábor. Obsahuje velké množství informací. Jejímú popisu a analýze se detailně věnuji v další kapitole.

2.2 Přehled táborových pracovníků

V této podkapitole uvádím funkce a jednotlivé osoby, které jsou s táborem nějakým způsobem spojeny. Jsou zde obsaženi lidé z personálu tábora, ale i ti, kteří se za celou dobu v místě konání akce vůbec nemusí ukázat.

2.2.1 Provozovatel tábora

Provozovatel tábora je vlastník tábořiště či rekreačního zařízení, kde se akce koná [3]. Může být zároveň pořadatelem.

2.2.2 Pořadatel tábora

Pořadatel tábora může být fyzická osoba nebo organizace, která tábor pořádá či realizuje. Souvislost s provozovatelem je taková, že pořádající osoba musí posoudit, zda jsou splněny všechny podmínky pro pořádání zotavovací akce, které má v kompetenci provozovatel. [3]

2.2.3 Hlavní vedoucí

Hlavní vedoucí řídí práci všech pracovníků na táboře. Nese plnou odpovědnost za všechno. Rodičům zodpovídá za děti a provozovateli za veškerou činnost, proto by se měl včas seznámit se všemi, kteří s ním budou pracovat.

Musí být starší 18 let, nicméně se doporučuje věk od 21 let. Měl by mít zkušenosti jak s prací s dětmi a mládeží, tak s prací oddílového vedoucího.

Každý den komunikuje se všemi pracovníky, podílí se na upřesňování jídelníčku, evidenci počtu stravovaných, na kontrole práce zdravotníka, hospodáře a kuchaře. Vede celý výchovný proces, práci oddílových vedoucích i praktikantů, je hlavním rádcem a poradcem dětí v případě, kdy situaci nemůže vyřešit oddílový vedoucí.

Hlavní vedoucí vykoná až 2/3 práce ještě před samotným začátkem tábora, kdy se podílí na přípravě akce (program, denní režim, táborová hra, rozdělení do oddílů, přidělení oddílů oddílovým vedoucím). [3]

2.2.4 Programový vedoucí

Sporták, nebo též programák či programový vedoucí, se stará o programovou část tábora po celou jeho dobu. Rozpracovává táborové akce, hry, soutěže a putování, jichž se zúčastňuje celý tábor.

Hry a aktivity vysvětluje buď přímo dětem, nebo dává jednotlivé pokyny k hrám vedoucím a praktikantům a ti je pak vysvětlují dětem. To záleží na struktuře tábora a druhu hry (zda je např. pro všechny jedna hra, nebo pro různé skupiny dětí různé hry).

Na některých táborech je tato funkce nahrazena či spojena do funkce zástupce hlavního vedoucího.

2.2.5 Oddílový vedoucí

Vedoucí oddílu musí být starší 18 let a způsobilý pro tuto práci. Je podřízen hlavnímu vedoucímu.

U oddílu s větším počtem dětí mohou pracovat dva i více vedoucích, z nichž jeden je pověřen řízením celého oddílu. Po celou dobu konání tábora zodpovídá oddílový vedoucí za svěřený oddíl, za jeho programovou, výchovnou i zotavovací činnost, a to po dobu téměř 24 hodin denně.

Organizuje program a činnost oddílu v souladu s táborovým řádem, režimem dne, s pokyny hlavního vedoucího, jeho zástupce, zdravotníka a na základě domluvy s dalšími pracovníky.

Základní povinností oddílového vedoucího je zabezpečit svěřeným dětem atraktivní program v souladu s pokyny a příkazy hlavního vedoucího, kterými se řídí.

Svým osobním příkladem je pro děti vzorem a aktivně se zúčastňuje programu. [3]

2.2.6 Praktikant

Praktikant je funkce pomocníka oddílového vedoucího ve věku 15 až 18 let, někde nazývaného instruktor, rádce apod. Praktikant nemá plnou právní odpovědnost. Z tohoto důvodu mu ani nelze ukládat práce oddílového vedoucího.

Praktikant je povinen dodržovat pokyny hlavního vedoucího, jeho zástupce a oddílového vedoucího, kterému je nápomocen.

Doprovází oddíl při přepravě do tábora a zpět, dodržuje denní režim, tj. budíček, snídani, oběd, večeři, program, večerku apod. Dále respektuje táborový řád a nikdy neopouští tábor bez vědomí oddílového a hlavního vedoucího. [3]

2.2.7 Hospodář

Hospodář musí mít organizační schopnosti pro provoz, znát vedení administrativy a finanční hospodaření (na úrovni jednoduchého účetnictví).

Je podřízen hlavnímu vedoucímu. Zná platné směrnice o hospodaření a všechny směrnice platné pro provoz zotavovacích akcí a letních táborů pro děti a mládež. Vlastní též platný zdravotní průkaz. Musí být starší 18 let.

Organizuje a řídí práci všech hospodářských pracovníků tábora. Spolu s hlavním vedoucím má oprávnění disponovat se svěřenými finančními i materiálními prostředky určenými pro provoz tábora. [3]

2.2.8 Kuchař

Kuchař musí znát hygienické předpisy týkající se přípravy stravy ve společném stravování a mít platný zdravotní průkaz.

Je podřízen hospodáři a hlavnímu vedoucímu. Má právo požadovat od hospodáře řádné zásobování potravinami a od provozovatele prostřednictvím hospodáře a hlavního vedoucího zabezpečení vhodného vybavení kuchyně a nutných hygienických podmínek pro provoz kuchyně.

Výchovní pracovníci (mezi ně patří oddílový vedoucí a praktikanti) mu zabezpečí ve stravovacím objektu kázeň a zdravotník metodickou pomoc a kontrolu ve věcech hygieny a péče celkové o zdraví. [3]

2.2.9 Pomocníci v kuchyni

Pracují společně s hlavním kuchařem. Musí znát a dodržovat základní hygienické a bezpečnostní zásady pro práci ve společném stravování, respektovat příkazy kuchaře, dodržovat zásady správné výživy a technologie vaření. Také ale zajišťují řádný provoz v kuchyni, čistotu v ní, čistotu nádobí a zařízení kuchyně. [4]

2.2.10 Zdravotník

Zdravotníkem může být lékař, zdravotnický pracovník středoškolského oboru všeobecná sestra, dětská sestra, porodní asistentka nebo student lékařské fakulty, který ukončil alespoň třetí ročník. Zdravotníkem může být i ten, kdo předloží doklad o absolvování kurzu první pomoci se zaměřením na zdravotnickou činnost při zotavovacích akcích u Českého červeného kříže nebo u jiné (akreditované) organizace.

Před zahájením akce se podílí na sestavování jídelníčku z hlediska nutriční hodnoty a celkové vyváženosti stravy. Podílí se i na tvorbě harmonogramu dne a programu z hlediska zdravého způsobu trávení času a vyvážení jeho náročnosti.

Zdravotník je povinen na začátku tábora provést zběžnou zdravotní prohlídku dětí (teplota, vši apod.), dále pak veškeré potřebné dokumenty. Od rodičů se jedná o:

- písemné prohlášení zákonných zástupců dětí;
- část přihlášky, ve které je uvedeno posouzení vhodnosti účasti dítěte na zotavovací akci a případná zdravotní omezení při táborových činnostech;
- zdravotní a očkovací průkazy dětí.

Po personálu zdravotník na akci požaduje tyto náležitosti:

- potravinářské průkazy od osob podílejících se na zajišťování stravy (kuchař, pomocníci kuchaře);
- lékařské potvrzení o zdravotní způsobilosti pracovat s dětmi od výchovných pracovníků, kteří s nimi přijdou při své práci do kontaktu (hlavně oddílový vedoucí a praktikant);
- osvědčení o zdravotní způsobilosti (prohlášení o bezinfekčnosti). [3]

Dokumenty vyžadované od účastníků jsou ve většině případů přebírány ještě před vpuštěním dítěte do autobusu nebo do areálu tábora. Pokud tyto dokumenty chybí, nemůže být účastník na tábor přijat.

Zdravotník během akce ošetřuje drobná poranění, s většími poraněními případně navštěvuje lékaře v nemocnici. Pokud je to potřeba, poskytuje první pomoc, podává léky (pokud není domluveno s rodiči, že je děti užívají sami), zbavuje účastníky klíšťat, léčí horečky a obecně sleduje zdravotní stav všech obyvatel tábora (včetně personálu).

2.2.11 Další pracovníci tábora

Do této kategorie patří osoby, které se sice na některých táborech vyskytují, na spoustě akcí však jejich práci vykonává někdo z již výše zmíněného personálu — vedoucí, praktikanti, případně se v obstarávání těchto činností střídají.

2.2.11.1 Údržbář

Údržbář dohlíží na správu všech zařízení. Jedná se v podstatě o několik profesí v jedné osobě, která využívá zrovna tu, která je třeba. Během konání akce se tak může stát elektrikářem, zámečníkem, instalátérem, topičem, nasazovačem oken, čističem bazénu, opravářem atd.

Jeho úkolem je i dohlédnout na dodržování táborového řádu a jiných předpisů, které stanovil provozovatel areálu. Podílí se na společném cíli, kterým je vrátit tábor na konci tak, jak se na jeho začátku převzal.

2.2.11.2 Řidič

Jeho prací je dojíždět pro nejrůznější věci (obvykle na nákup), které si ostatní personál vyžádá. Po konzultaci s hlavním vedoucím a hospodářem nakupuje a přiváží obvykle na žádost oddílových vedoucích či praktikantů drobné ceny pro děti. Dále může přivést např. chybějící potraviny či obecně věci, na které se dříve zapomnělo.

2.2.11.3 Uklízečka

Každý den se stará o úklid a desinfekci toalet, případně umýváren. Dále provádí úklid společných prostor, tedy jídelny, sociálního a kuchyňského zařízení apod.

2.2.12 Další osoby v táborovém procesu

Poté, co jsem definoval všechny osoby ze strany organizace a personálu, se nyní krátce zaměřím na další aktéry, kteří v procesu tábora mají své místo.

2.2.12.1 Účastník

Účastník je dítě či mladistvý, který se účastní tábora a pro kterého je tábor určený.

2.2.12.2 Rodič (zákonný zástupce)

Vyplňuje přihlášku a je zodpovědný za pravdivost informací v ní uvedených. Zároveň je jeho povinností dodat před započítím tábora veškerou potřebnou dokumentaci.

Analýza táborových činností

Před táborem, na táboře, ale i po něm, je možné se setkat s velkým množstvím činností, které vykonávají různí lidé spojení s takovou akcí. Tyto činnosti směřují jak k zajištění správného chodu akce, tak i např. k dodržení hygienických a jiných podmínek, spokojenosti dětí i rodičů a v neposlední řadě k naplnění funkcí, které byly popsány výše a které by tábor jako zotavovací akce měl splňovat.

Analýzou takových činností se právě zabývám v této kapitole. Definuji v ní činnosti příslušící jednotlivým aktérům tábora popsaným v předchozí kapitole.

Nejprve uvádím velké množství nejrůznějších činností, které jsou s organizací tábora nějakým způsobem spjaty. Z těch pak dále vybírám ty, jež jsou pro uskutečnění takové akce klíčové. Poté k nim uvádím i detailnější popis.

3.1 Přehled táborových činností

V následujících třech tabulkách, konkrétně v tabulce 3.1, 3.2 a 3.3, uvádím přehled činností v různých fázích tábora. Část z nich pochází z knihy *Tábory a další zotavovací akce* [3], jiné z mé dlouholeté zkušenosti táborového vedoucího.

Ke každé činnosti uvádím funkci (osobu), která ji, dle mého názoru a zkušenosti, vykonává. Ve velkém množství případů padá zodpovědnost na více zúčastněných, případně na uskutečnění dané činnosti spolupracuje více lidí.

3.2 Klíčové táborové činnosti

Bez některých činností z přehledu z předchozí části kapitoly se jednoznačně nelze obejít a bez jejich úspěšného absolvování by se tábor nemohl uskutečnit. Jsou tedy pro konání tábora klíčové.

Výběr těchto činností jsem provedl na základě svých dlouholetých zkušeností s tábory a také dle metodiky organizace Pionýr.

Dle webových stránek Pionýra¹ se jedná o spolek, který se věnuje výchovné práci s dětmi a mládeží ve volném čase. S tábory a jejich pořádáním má několik desítek let zkušeností. Ve svém doporučeném harmonogramu pro přípravu tábora uvádí několik klíčových procesů, které jsou obsaženy v následujícím seznamu. [5] Tento seznam jsem lehce upravil tak, aby odpovídal všem táborům, nikoliv pouze těm, které pořádá skupina Pionýr.

Jejich detailnějším popisem se zabývám v této tato kapitola. V popisech vycházím z velké části ze své dlouholeté zkušenosti, kterou jsem na mnoha táborech získal.

¹<https://pionyr.cz/>

■ **Tabulka 3.1** Přehled činností před začátkem tábora

Činnost	Vykonavatel
Zajištění základních požadavků	Provozovatel, pořadatel, hlavní vedoucí
Rezervace, objednávka objektu konání	Pořadatel
Sestavení rozpočtu tábora	Hospodář, hlavní vedoucí
Propagace	Organizátor, případně další personál
Vypsání táborů a jednotlivých turnusů	Organizátor
Nábor účastníků	Organizátor, hlavní vedoucí
Příprava formuláře závazné přihlášky	Organizátor, hlavní vedoucí
Nábor personálu	Organizátor, hlavní vedoucí
Příprava jídelního lístku	Kuchař, hlavní vedoucí, zdravotník
Příprava harmonogramu, režimu dne	Hlavní vedoucí, zdravotník
Rámcová tvorba programu	Programový vedoucí, hlavní vedoucí
Rozpracování programu tábora	Hlavní a programový vedoucí, zdravotník
Přípravná schůzka pracovníků tábora	Veškerý personál
Zajištění dopravy	Organizátor, hlavní vedoucí, hospodář
Oznámení konání příslušným úřadům	Hlavní vedoucí, organizátor
Vyplnění přihlášky	Rodiče (zákonní zástupci)
Zaplacení účastnického poplatku	Rodiče (zákonní zástupci)
Uzavření smluv s pracovníky tábora	Organizátor
Proškolení personálu	Organizátor
Rozeslání organizačních pokynů	Hlavní vedoucí, organizátor
Zpracování jmenného seznamu účastníků	Hlavní vedoucí
Kontrola plateb	Hlavní vedoucí, organizátor, hospodář
Kontrola připravenosti objektu	Provozovatel, hlavní vedoucí
Připojištění účastníků	Hlavní vedoucí, hospodář
Zajištění tiskopisů nutných k vedení	Hlavní vedoucí, organizátor
Příprava her a aktivit do oddílu	Oddílový vedoucí, praktikant
Rozdělení účastníků do oddílů	Hlavní vedoucí
Nákup drobných cen a odměn	Oddílový vedoucí, hospodář

■ **Tabulka 3.2** Přehled činností v době konání tábora (detailnost činností je v rozumné míře)

Činnost	Vykonavatel
Vedení ekonomické agendy	Hospodář
Dodržování hygieny	Veškerý personál
Atraktivní a bohatý program	Programový vedoucí, oddílový vedoucí
Zdravotní dozor	Zdravotník
Dodržování předpisů	Veškerý personál
Bodování jednotlivých aktivit	Hlavní, programový a oddílový vedoucí
Mytí dětí	Oddílový vedoucí, praktikant
Pravidelná dezinfekce společných prostor	Uklízečka
Pravidelný úklid prostor	Uklízečka
Zajištění stravování	Kuchař, veškerý další personál
Rozdání pošty	Oddílový vedoucí, praktikant

■ **Tabulka 3.3** Přehled činností po skončení tábora

Činnost	Vykonavatel
Zpracování celkového ekonomického zhodnocení tábora	Hospodář, hlavní vedoucí
Úklid všech prostor	Uklízečka
Zpětná vazba	Rodiče (a účastníci, ale i personál)
Archivace materiálů po nutnou dobu	Hlavní vedoucí

3.2.1 Přehled klíčových činností

Mezi klíčové aktivity spojené s táborem tedy patří:

- Výběr termínu a místa nadcházejícího tábora;
- Zajištění tábořiště;
- Sestavení rozpočtu tábora a stanovení ceny;
- Propagace tábora;
- Tvorba rámcového programu;
- Zajištění personálu;
- Příprava formulářů přihlášky;
- Rozpracování programu tábora;
- Přípravné schůzky pracovníků;
- Zabezpečení materiálního vybavení;
- Příprava jídelního lístku, režimu dne, harmonogramu;
- Nábor účastníků, distribuce přihlášek;
- Zabezpečení dopravy (materiálu, osob);
- Oznámení tábora příslušným úřadům a institucím;
- Uzavření případných smluv s pracovníky;
- Zajištění lékařské pomoci v místě konání;
- Zpracování jmenného seznamu všech účastníků;
- Kontrola plateb.

3.2.2 Popis klíčových činností

V této podkapitole vybírám jednotlivé klíčové činnosti z přehledového seznamu a podrobuji je detailnějšímu popisu.

3.2.2.1 Zajištění základních požadavků

Jedná se o fázi prvotních příprav akce. Ty začínají obvykle zhruba půl roku předem. Tehdy by se měl provozovatel či pořadatel domluvit s hlavním vedoucím na základních údajích. Mezi ně patří termín, místo konání, počet účastníků, počet personálu, programové zaměření a rozpočet tábora. [3] Jednotlivé věci přibližují v následujícím seznamu:

- **Termín** — Pořadatel stanoví datum začátku a konce tábora. V případě, že se koná více turnusů, stanoví data začátku a konce jednotlivých běhů;
- **Místo konání** — Pořadatel si vytipuje lokalitu, kde se tábor uskuteční. Toto vybrané tábořiště zajistí domluvou termínu a dalších detailů s provozovatelem objektu. Pokud je pořadatel zároveň i vlastníkem či nájemcem nějakého objektu, může se tábor konat v tomto místě;
- **Počet účastníků a personálu** — Je nutné stanovit maximální počet účastníků a osob personálu v závislosti na kapacitě objektu nebo lokality, ve které se má tábor uskutečnit. Zároveň je třeba stanovit minimální počet účastníků. Pokud by se toto minimum nenaplnilo, nemuselo by pak mít smysl tábor pořádat a mohl by být zrušen pro nedostatečný zájem (např. z ekonomických důvodů);
- **Programové zaměření** — Provozovatel či pořadatel se domluví s hlavním vedoucím, čeho se vlastně chystaný tábor bude týkat, o čem bude, pro koho má být určen, tj. pro jaké skupiny dětí, s jakým zájmem a podobně;
- **Rozpočet** — Pořadatel s hlavním vedoucím diskutují o odhadu rozpočtu a rámcově o jeho náplni. Tato diskuze probíhá hlavně kvůli následnému stanovení účastnického poplatku za tábor.

3.2.2.2 Sestavení rozpočtu tábora a stanovení ceny

Pořadatel s hlavním vedoucím a hospodářem diskutují o odhadu rozpočtu a rámcově o jeho náplni. Tato diskuze probíhá hlavně kvůli následnému stanovení účastnického poplatku za tábor.

Tento krok není jednoduchý a nelze pro něj najít jednotný vzor, neboť se od sebe jednotlivé tábory v mnoha případech velmi liší.

Základem je stravování. Prostředky na stravu lze spočítat vynásobením předpokládaného počtu všech účastníků (včetně personálu) denní stravovací normou a počtem dnů. Mezi další výdaje patří nájem, poplatky za vstupy na výletech mimo tábor, provozní náklady, doprava potravin a materiálu, případně samotných účastníků, pokud má být zajištěna. Je třeba také myslet na mzdové a ostatní osobní náklady pro pracovníky, případně na náklady na materiál určený k programu či připojištění účastníků. Je také dobré mít jistou rezervu. [6]

Druhá strana rozpočtu — příjmová — zahrnuje účastnické poplatky, vlastní finanční zdroje, statní dotace nebo sponzorské dary, případně poplatky od pracovníků tábora (někdy např. pracovníci platí za stravu). [6]

Rozpočet by měl být ideálně z ekonomického hlediska vyrovnaný. Podle toho se také určuje výše ceny účastnického poplatku.

3.2.2.3 Propagace

Propagaci tábora zajišťuje ze zkušenosti ve většině případů organizátor. Mezi možnosti, jak tábor dostat do povědomí veřejnosti, patří:

- **Letáky** v místě a jeho okolí, kde se tábor pořádá. Tento způsob je vhodný pro příměstské tábory, případně tábory menší, pořádané jen jednou do roka, pro užší skupinu dětí.

- **Sponzorované příspěvky** na sociálních sítích. Takto se často propaguje web daného tábora, na který příspěvek odkazuje a na kterém se již potenciální zákazník (zákonný zástupce, účastník) dozví více informací. Příspěvek může být formou textového postu např. na Facebooku nebo Instagramu, doplněný o lákavou fotku či video z předešlých akcí. Rovněž je častým jevem propagace videem, ve kterém jsou řečeny základní informace včetně adresy webu, kde je možné zjistit více.
- **Přirozenou cestou**, kdy o táboře vypráví a doporučují ho buď samotní nadšení účastníci, nebo jejich rodiče. Běžně se tak stává, že dítě, které bylo na táboře jeden rok, doporučí tábor kamarádům, kteří jedou rok následující s ním.

Efektivita a síla jednotlivých propagačních možností je odlišná. Nejméně náročná a v podstatě bez práce bude varianta propagace doporučením účastníků, případně jejich rodičů, dalším lidem. Naopak nejnáročnější bude příprava a roznos či vyvěšení letáků. Nejnákladnější pak bude propagace na sociálních sítích, ať už formou příspěvků, fotek či videí.

3.2.2.4 Tvorba rámcového programu

Po tom, co si organizátor s hlavním vedoucím a programovým vedoucím určí, pro koho vlastně tábor dělají, se začíná rámcově vytvářet celotáborový program.

Jedná se o prvotní nápad na celotáborovou hru, se kterou pak budou všechny ostatní hry souviset. Vymýšlí se její princip, příběh, způsob hodnocení. Tyto atributy jednotliví aktéři konzultují, dávají si k nim připomínky a zpětnou vazbu.

Po vzájemné shodě je vytvořen plán, co se zhruba bude na akci po dobu jejího trvání odehrávat.

3.2.2.5 Zajištění personálu

Nábor výchovných, pedagogických, hospodářských a provozních pracovníků může, stejně jako nábor účastníků, probíhat přes letáky či internetovou nabídku práce.

Na spoustě táborů je personál stálý, a proto pro tyto akce není složité potřebné osoby sehnat.

Jinde je naopak personálu nedostatek a kvůli poměrně nízké výši nabízených finančních odměn je složitější potenciální pracovníky přemluvit k práci s dětmi, když jinde mají šanci dostat násobně vyšší ohodnocení.

3.2.2.6 Příprava formulářů přihlášky

Vzhled formuláře přihlášky se napříč spektrem táborů liší. Vesměs však každý takový dokument obsahuje požadavky na vyplnění velmi podobných informací.

Provedl jsem analýzu více než dvou desítek přihlášek táborů různých typů a s nejrůznějším zaměřením. Na základě těchto poznatků uvádím následující výstupy.

V přihlášce na tábor může být uvedeno jméno hlavního vedoucího, kontakt na něj (telefon, email), právní forma pořádajícího subjektu, typ tábora, věkové rozmezí potenciálních účastníků apod. Žádná z těchto informací se však nemusí vyskytnout v každém takovém dokumentu, ačkoliv by tam být měla z důvodu lepší informovanosti potenciálních zájemců.

Od účastníků, resp. jejich rodičů či zákonných zástupců, je do přihlášky požadováno vyplnit o účastníkovi:

- Jméno;
- Příjmení;
- Zdravotní stav;
- Adresu trvalého bydliště;

- Rodné číslo;
- Datum narození;
- Zdravotní pojišťovnu.

Tyto položky se vyskytují ve většině přihlášek, které jsem analyzoval. Konkrétněji, v každé přihlášce je vyžadováno jméno a příjmení, stejně tak adresa (někdy je vyžadována až při údajích o zákonném zástupci). Datum narození je obvykle také povinné, přestože se dá vyčíst z rodného čísla účastníka. Dle mého názoru je možné vyplnit datum narození z informace o rodném čísle automaticky.

Obecně platí, že pokud některé informace (např. zdravotní pojišťovna účastníka) nejsou požadovány v základním formuláři přihlášky, vyskytují se obvykle až v přídatných dokumentech, zejména pak v informacích o zdravotním stavu dítěte.

Na některých přihláškách je ještě o účastnících požadováno následující:

- Zda je plavec či nikoliv;
- Zda má požadavek na kamaráda do oddílu/chatky/stanu;
- Velikost trička;
- Odkud se o táboře dozvěděl;
- Další informace, jako je např. znalost jízdy na kole, do jaké třídy dítě chodí, datum svátku, volba dopravy apod.

Dále jsou v přihlášce požadovány informace o rodičích či zákonných zástupcích, konkrétně:

- Jméno a příjmení;
- Telefon;
- Email.

V některých případech je u rodičů (zákonných zástupců) rovněž požadována kontaktní adresa.

Detailně zpracovaná analýza podoby přihlášek více než dvou desítek táborů, ve které informace, uvedené v tomto textu, doplňují, je k nalezení v příloze této práce. Rovněž je zde k nahlédnutí rozbor toho, jakým způsobem jednotlivé tábory požadují informace o zdravotním stavu. Vychýlení od jiných běžných náležitostí, případně doplňující informace k přihláškám, jsem uvedl v poznámkách.

Z analýzy vyplývá, že rozmanitost přihlášek je napříč tábory skutečně enormní. Nyní se ještě zmíním o požadavcích na vyplnění zdravotního stavu účastníka.

Obvykle jsou z hlediska zdravotního stavu vyžadovány informace o zdravotních problémech, alergiích, užívaných lécích, poruchách apod. Tento obvyklý základ je někdy ještě doplněn o další údaje, jako je např. specifikace dlouhodobější diagnózy, astma apod. Detailní analýza potřebných údajů o zdravotním stavu je opět k nalezení ve zmíněné příloze.

3.2.2.7 Rozpracování programu tábora

V této chvíli je již rámcový program hotový. Je známo, jaké je téma celotáborové hry, zda a kam se půjde či pojedje na celodenní výlet apod.

Program se rozpracovává do podrobnějších detailů. Vymýšlí se jednotlivé hry, které zapadají do tématu hry celotáborové a tématu tábora obecně. Tento proces tvorby má na starost programový vedoucí, avšak často mu s tímto úkolem pomáhají další pracovníci (hlavní vedoucí, oddíloví vedoucí).

Vymyslet kvalitní a pro děti zábavný program je pro tábor ztěžejší. Pokud se totiž děti dostatečně nebaví, či se dokonce nudí, uškodí to táboru hlavně do budoucna. Nejen, že se způsob stráveného času pak nebude líbit dětem ani jejich rodičům, ale navíc nikdo z nich tábor nedoporučí dalším lidem. V horším případě ho naopak navíc výslovně nedoporučí.

Na dobrých hrách nestojí všechny druhy táborů. Pokud vezmu v potaz např. tábor vodácký, mohu konstatovat, že na takové akci je hlavním programem samotné sjíždění řeky a hry jsou až na druhé koleji, protože čas na ně může být až pozdě odpoledne či večer. Pokud ale budu uvažovat klasické tábory (stanové, chatkové), je jasné, že ty jsou na zábavném programu postaveny a je pro ně velmi významné ho mít.

3.2.2.8 Přípravné schůzky pracovníků

Personál tábora se sejde nebo schází na společných sezeních, kde probírají připravovaný program, rozdělení práce a činností a obecně věci týkající se organizace.

Všeobecně platí, že čím více schůzek před táborem proběhne, tím lépe je pak personál na samotné akci sebraný a koordinovaný.

3.2.2.9 Příprava jídelního lístku, režimu dne, harmonogramu

Přípravu jídelníčku má na starost kuchař. Dohlíží na něj zdravotník, který kontroluje vyváženost chystaných pokrmů z pohledu zdraví a nutriční výživy. Na vše dohlíží i hlavní vedoucí.

Harmonogram a režim dne chystá hlavní vedoucí. Opět se však radí se zdravotníkem, aby nedocházelo k přetěžování a nadměrné fyzické aktivitě dětí v žádné části průběhu tábora.

3.2.2.10 Nábor účastníků, distribuce přihlášek

Než může samotný nábor začít, musí mít hlavní vedoucí a organizátor jasno, pro koho je vlastně chystaný tábor určený. Tedy zda je pro konkrétní užší skupinu dětí (např. skaut, milovníci koní apod.) nebo se otevře širokému spektru účastníků (např. sportovní či turistický tábor či klasický chatkový tábor u lesa).

Pokud je jasno, pro koho je tábor připravován, přichází čas na zveřejnění konání akce, vytvoření náborového letáku, propagace na sítích apod. V těchto uveřejněných informacích je uvedeno vše potřebné, tedy základní informace o termínu, místu, ceně a v neposlední řadě také kde, jak a do kdy se mohou zájemci přihlásit. Současně s tímto krokem je nutné připravit formulář závazné přihlášky se všemi potřebnými náležitostmi včetně podkladů potřebných k platbě.

3.2.2.11 Zabezpečení dopravy (materiálu, osob)

Tato činnost zahrnuje objednání autobusů či vlaku s dostatečným předstihem. Počet míst závisí na kapacitě a počtu přihlášených účastníků. Doprava může probíhat i např. auty, v takovém případě je opět třeba zajistit jejich dostatečný počet.

Zabezpečování dopravy probíhá až po zjištění informace, kolik účastníků se vlastně tábora chystá zúčastnit, aby pro příklad nebylo objednáno zbytečně moc autobusů nebo naopak některé dítě nemělo kde sedět.

3.2.2.12 Oznámení tábora příslušným úřadům a institucím

Pořadatel tábora musí konání akce ohlásit nejpozději měsíc před jejím zahájením příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví. Jedná se o povinnost uvést následující údaje [1]:

- Termín a místo konání;
- Počet zúčastněných dětí tábora, případně počet dětí na každém turnusu;

- Způsob zabezpečení akce pitnou vodou;
- Způsob zajištění stravování účastníků;
- Jméno a příjmení odpovědné osoby přítomné na táboře/turnusu včetně telefonního čísla na ni.

3.2.2.13 Uzavření případných smluv s pracovníky

Pokud mají pracovníci tábora za svůj výkon na něm dostat odměnu, je třeba tuto informaci zanést do příslušných smluv. Obvykle se jedná o dohodu o provedení práce.

3.2.2.14 Zajištění lékařské pomoci v místě konání

Lékařská pomoc v místě blízském tomu, kde se tábor koná, již není povinná. [1] Přesto je však vhodné dohodnout se pro případ nouze s nějakým praktickým lékařem v okolí, aby o akci věděl a nebyl překvapen z případné návštěvy zdravotníka s nemocným či raněným účastníkem. Pokud ani to ne, je dobrý nápad si alespoň zjistit, kde se nejbližší lékař nachází a v jakých dnech a časech ordinuje. [7] Z vlastní zkušenosti vím, že průběh tábora je s těmito informacemi pak mnohem klidnější.

3.2.2.15 Zpracování jmenného seznamu všech účastníků

Tento krok je obvykle na hlavním vedoucím. Sepíše si seznam přihlášených účastníků a následně má za úkol rozdělit je do oddílů, ve kterých budou na táboře. Způsob takového rozdělení se tábor od tábora liší. Někde je to dle pohlaví, jinde jsou to skupinky podle sportovního zaměření apod.

Případné rozdělení do herních týmů probíhá obvykle až na začátku tábora, neboť do té doby není nikomu známo, jak se děti liší po fyzické a mentální stránce a jak tedy vytvořit alespoň trochu vyrovnané týmy. I v případě, že děti jezdí pravidelně, se takové rozdělení provádí až při začátku akce, protože se od předešlého roku mohli vyvinout či někam posunout. Pokud však na tábor jezdí stále stejné děti či v podobném složení, nástřel rozdělení do týmů v době příprav určitě neuškodí.

3.2.2.16 Kontrola plateb

Hospodář a hlavní vedoucí ověří, že všechny přihlášené děti mají v pořádku zaplacený účastnický poplatek. Kontroluje se, zda jej rodiče zaplatili a jestli souhlasí i požadovaná částka. Případné nesrovnalosti se s nimi vyřeší.

Podpořitelné procesy

Některé z klíčových procesů, popsaných v předchozí kapitole, je možné podpořit novou webovou službou, která nabídne propojení provozovatelům táborů, organizátorům, vedoucím, ale i např. rodičům.

Procesy, které takto podpořit lze, popisují v této kapitole. Uvádím zde také způsob, jak by taková podpora vypadala a co všechno by bylo umožněno.

4.1 Seznam činností podpořitelných webovou službou

V následujícím seznamu uvádím přehled procesů, které jdou službou na webu podpořit.

- Zajištění základních požadavků;
- Zajištění personálu;
- Příprava formuláře přihlášky;
- Rozpracování programu tábora;
- Příprava jídelního lístku, režimu dne, harmonogramu;
- Nábor účastníků, distribuce přihlášek;
- Zpracování jmenného seznamu všech účastníků.

4.1.1 Zajištění základních požadavků

Do webové aplikace se půjde přihlásit, tj. zaregistrovat se a následně se do systému přihlašovat, protože bude mít každý uživatel po registraci svoji roli. Osoba s rolí pořadatele může tábor do systému zaregistrovat.

Konkrétně po tom, co bude vše s jistotou zařízeno, vyplní údaje o místě konání a termínu. V případě, že se tábor koná ve více turnusech, uvede také data začátků a konců jednotlivých turnusů.

4.1.2 Zajištění personálu

Po tom, co se organizátor či hlavní vedoucí dohodne na spolupráci s budoucím pracovníkem tábora, může mu vytvořit profil. Lépe řečeno, budoucí pracovník si ve webové službě vytvoří

profil sám, ale bez organizátora (správce daného tábora) a jeho pozvánky na akci se k danému táboru nedostane. Organizátor či hlavní vedoucí mu k němu přiřadí příslušnou roli podle toho, jakou funkci bude během tábora vykonávat (např. oddílový vedoucí, praktikant, uklízečka a podobně).

Nově registrovaný pracovník bude pak mít přístup k táboru či turnusu, na který jede a ke kterému ho v systému organizátor či hlavní vedoucí přiřadí.

4.1.3 Příprava formuláře přihlášky

Systém nabízí jednotnou přihlášku, která je vytvořena na základě mé analýzy těchto dokumentů u několika různých táborů.

Tato přihláška obsahuje povinné části, které vyžadují informace, jež nesmějí chybět a nesmí je postrádat žádný organizátor jakéhokoliv tábora. Jedná se o křestní jméno a příjmení dítěte, adresu trvalého bydliště, kontakt na rodiče apod.

Poté jednotná přihláška obsahuje části volitelné, kdy je na samotném provozovateli či organizátorovi tábora, zda je v přihlášce na svůj tábor využije či nikoliv. Mezi tyto nepovinné informace patří požadavek na kamaráda či kamarádku do oddílu, velikost trička apod. Pokud organizátor uzná za vhodné mít tyto položky v přihlášce, může je do ní přidat jako volitelně vyplnitelné, ale klidně i jako povinné. Zároveň tam ale vůbec být nemusí.

Na konci je prostor pro případné další informace či položky, které si organizátor usmyslí, protože nabídka volitelných možností neobsáhne všechny možné. Tyto možnosti nejsou v nabídce, neboť jejich použití nebývá časté a zbytečně by znepráhledňovaly ty, které se naopak používají. Může se jednat např. o informaci, jak dlouho daný účastník hraje šachy. Obecně je zde dán organizátorovi prostor ke kreativě.

Pokud rodič či zákonný zástupce již v rámci systému přihlášku na nějaký tábor pro své dítě vyplňoval, tyto údaje se mu uloží a při příštím přihlašování dítěte mu budou nabídnuty pro automatické vyplnění. Pokud se něco změnilo (např. váha, pokud je v přihlášce požadována), lze informace případně upravit.

4.1.4 Rozpracování programu tábora

S touto činností systém pomůže v rámci možnosti evidence táborových aktivit. Daný uživatel s příslušnou rolí může vytvářet, spravovat a editovat jednotlivé hry, výlety mimo tábor a jiné aktivity, které se na táboře během programu uskuteční.

K jednotlivým aktivitám může pak přímo v průběhu tábora, ale i kdykoliv před jeho konáním, přiřazovat odpovědné osoby. Protože mají do systému se svou rolí přístup všichni, o svém přiřazení k určité činnosti se každý může jednoduše přesvědčit po přihlášení.

4.1.5 Příprava jídelního lístku, režimu dne, harmonogramu

Přehledně je možné ve webové službě sestavit jídelníček s kuchařem, zdravotníkem, případně jiným potřebným personálem. Opět stačí přiřadit k jídelníčku dané osoby s jejich rolí a mohou otázku stravy řešit společně.

Po započítání tábora je možné připravený jídelníček upravovat a doplňovat v případě, že se při odhadu a plánování udělala jakákoliv chyba.

U harmonogramu systém umožňuje uživateli s příslušnou rolí vytvářet jednotlivé aktivity, které se během tábora dějí. Zároveň lze vytvořit harmonogram režimu dne a ke kterékoli části dne nebo týdne přiřadit konkrétní aktivitu či událost s konkrétním časem. K těmto aktivitám či událostem je opět možné případně přiřadit potřebné členy personálního týmu.

4.1.6 Nábor účastníků, distribuce přihlášek

Po vypsání a propagaci daného tábora se účastníci či jejich rodiče dostanou do systému z druhé strany, tj. v roli rodiče či zákonného zástupce.

Rodič po přihlášení do svého profilu vyplní celou jednotnou přihlášku nebo změní konkrétní potřebné části v případě, že nepřihlašuje dítě v rámci systému poprvé.

4.1.7 Zpracování jmenného seznamu všech účastníků

System shromažďuje informace z přihlášek. Pro následné vytvoření seznamů dětí na jednotlivé tábory či turnusy se automaticky vezmou potřebné údaje právě z těchto vyplněných dokumentů.

Aplikace umožňuje uživateli s příslušnou rolí (hlavní vedoucí) rozdělit přihlášené děti do oddílů. Tento úkon se liší tábor od tábora, na některých akcích se děti rozdělují dle věku a pohlaví, někde pouze podle pohlaví, jinde jsou oddíly totožné s herními týmy.

Hlavní vedoucí rozdělí děti podle svých potřeb. Má možnost rozdělit děti pouze do jednoho oddílu v případě, že oddíl je zároveň tým na hry, případně udělat rozdělení do oddílů a následně jiné rozdělení do týmů či další rozdělení dle svých požadavků.

V systému je rovněž možné přidělovat dětem body. To lze jak v rámci oddílu (např. osobní úspěchy v olympiádě, body za úklid chatky či pokoje), tak i v rámci herních týmů, kdy se v systému mohou sčítat body jednotlivých herních skupin po celou dobu tábora. Přidělování takového hodnocení lze přiřadit i jiným rolím, než je hlavní vedoucí (např. oddílovému vedoucímu, který boduje děti v rámci své oddílové hry).

Kapitola 5

Monetizace

Definice monetizace uvádí, že je to proces převodu čehokoli do zákonných platebních hodnot. Může se jednat o převody vlastnictví zlata, cenných papírů, ale i tisk neboli emise státních bankovek. [8]

Monetizaci lze také chápat jako způsob, jak něco zpeněžit. [8] Rovněž jako proces, kdy se postupně z nevýdělečného projektu stává výdělečný. [9]

V této kapitole se zaměřuji na možnosti monetizace nové webové aplikace pro efektivní organizaci táborů popisované v této práci, která je vyvíjena kolegou Janem Převrátilem. Právě na základě výstupů z jeho práce zvolím jednu z možností monetizace, která je dle mého názoru pro náš systém nejvhodnější.

5.1 Analýza možností monetizace

Možnosti monetizace jsou přehledně zobrazeny v následujícím seznamu [10]:

- Předplatné;
- Provize;
- Reklama;
- Platba za využití;
- Transakční poplatky;
- Freemium.

Následuje popis jednotlivých možností monetizace, které se nabízejí pro novou webovou službu. Ke každé z nich uvádím úvahu, zda je daná varianta z pohledu této webové služby využitelná či se naopak v tomto případě nehodí.

Předplatné — Zákazník si předplatí užívání softwaru na určitou dobu. Na výběr může mít několik možností, kdy každá vyhovuje jinému organizátorovi s různým počtem pořádaných akcí. [10]

Dle mého názoru je předplatné jedna z možností monetizace, neboť webovou službu, jako je tato, užívá zákazník (konkrétně provozovatel, organizátor) na téměř denní bázi.

Provize — Provize je smluvní odměna za sjednaný obchod. [11]

Přestože se zde z jistého úhlu pohledu jedná o zprostředkování nabídky a poptávky, dle mého názoru nevidím tuto možnost jako reálnou.

Co se mi jeví jediné jako možnost ke zvážení této strategie je, aby byl tábor pro jednotlivé účastníky dražší právě o danou provizi, která se platí za zprostředkování tábora přes tuto webovou aplikaci. Provizi sice pak platí provozovatel, ale prostředky na ni vybírá od rodičů.

Reklama — Tato možnost monetizace spočívá v nabídce prodeje reklamních prostor na webu potenciálním inzerentům. [10]

Reklama má však účinek, jestliže ji sleduje velké množství lidí, ideálně každý den. Protože se ale domnívám, že tato webová služba bude využívána větším počtem lidí nikoliv na denní bázi, ale narázově (nejvíce před započítáním léta), nevidím použití reklamy jako vhodné.

Lze namítnout, že na denní bázi budou systém využívat organizátoři a personál akcí. To však dle mého mínění nebude dostatečný počet k tomu, aby se reklama jako způsob monetizace vyplatila.

Platba za využití — V případě této webové služby by se jednalo o zpoplatnění jednotlivých funkcí. Na rozdíl od předplatného si tedy zákazník nekupuje veškeré funkce, ale odemyká si jen ty, jež potřebuje. [10]

V tomto případě, kdy spolu jednotlivé funkce úzce souvisí, nemá v podstatě nákup jedné funkcionality bez druhé smysl (např. nemá význam zaplatit za jednotnou přihlášku bez nákupu funkce vytvoření jmenného seznamu dětí).

Tento způsob monetizace samostatně se mi nejeví jako šťastný. Využít by se však dal případně v kombinaci s dalšími možnostmi.

Transakční poplatky — Jedná se o podobný způsob zpoplatnění jako u provizí, s rozdílem toho, že transakční poplatky bývají spíše fixní. [10]

Přestože je výhodou, že se poplatek vždy rozdělí mezi obě strany (tedy polovinu zaplatí organizátor a polovinu zákonný zástupce), nemá tato strategie přílišný význam. Výjimkou by mohla být opět situace, jíž jsem uvedl u možnosti provize.

Freemium — Ačkoliv se nejedná přímo o způsob monetizace, ale spíše o marketingovou strategii [10], rozhodl jsem se freemium zařadit.

Freemium znamená, že je uživatelům nabízen zdarma produkt se základními funkcionalitami. Pokud chtějí rozšířené funkce nebo jich chtějí více, musí si je zakoupit. [10]

K webové aplikaci typu, jako je zde popisovaný, se tato strategie hodí. Nabídne zákazníkům minimální základ (např. řízení lidí a přiřazování jim rolí) a v případě potřeby umožní za poplatek i pokročilé funkce.

5.2 Analýza zákazníků

Potenciální zákazníky rozdělím do dvou velkých skupin. Jejich popis uvádím dále. Patří sem:

- Organizátoři;
- Rodiče.

Organizátoři — Organizátoři, provozovatelé, hlavní vedoucí. Tito všichni lidé a další členové personálního týmu budou webovou službu využívat z jedné strany — ze strany organizační. Nejvíce ji z těchto lidí využije nejvyšší vedení a lidé s největší zodpovědností (organizátor, hlavní vedoucí, zdravotník, kuchař), méně, ale přece, bude využívána zbytkem táborového týmu (oddíloví vedoucí, praktikanti, pomocní kuchaři a další personál).

Rodiče — Rodiče či zákonní zástupci přihlašují budoucí účastníky na tábor. Tato cílová skupina zákazníků bude systém využívat hojně v době, kdy dojde ke spuštění přihlášek. Po uzavření přihlašování na jimi vybraný tábor však nebude již mnoho důvodů službu z jejich strany používat a frekvence užití tedy klesne.

Celkově jsou dle mých odhadů během roku pořádány desítky až stovky táborů, jezdí na ně tisíce až desetitisíce dětí a pořádají je týmy lidí čítající dohromady stovky členů. Webová aplikace má tedy zcela jistě na koho cílit. Přesnějším a číselnými fakty podloženým odhadům se věnuji v kapitole o projektovém záměru.

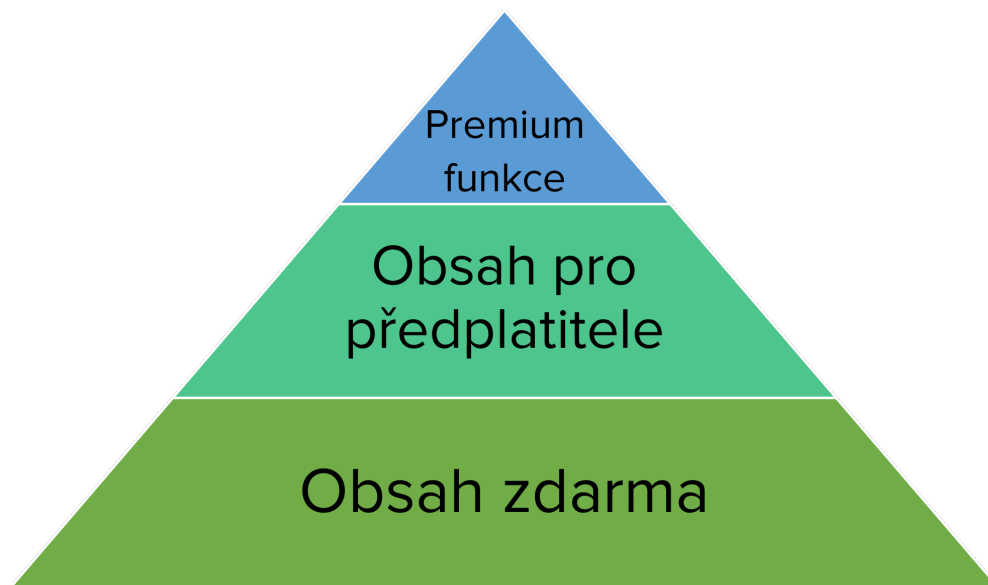
5.3 Sestavení plánu monetizace

Z analýzy existujících možností a strategií monetizace webových služeb usuzuji, že žádná z nich není samostatně vhodná. Alespoň tedy ne pro webovou službu popisovanou v této práci.

Pokud se však pokusím některé strategie monetizace zkombinovat dohromady, vzniká pak myšlenka, která v tomto případě již smysl dává.

Nejlepší se mi pro monetizaci webové služby jeví zkombinování tří strategií — předplatné, platba za využití a freemium.

Nejprve bych se krátce zastavil u uživatelů, kteří budou službu ze své strany využívat zdarma. Jsou to rodiče či zákonní zástupci, kteří přihlašují své děti na tábor. Tito uživatelé se s webovou službou dostanou do kontaktu mnohem méně, než organizátoři a další personál tábora. Vyberou si z nabídky táborů ten, který se jim nebo jejich dětem líbí a na ten vyplní přihlášku, případně navštíví webovou službu již s cílem vyplnění přihlášky konkrétního tábora, o kterém třeba slyšeli. Tím jejich interakce s webovou službou v podstatě končí.



■ **Obrázek 5.1** Pyramida úrovní webové služby

Nyní popíšu strategii monetizace pro druhou stranu. Myšlenka je obrazně popsána na obrázku 5.1, kde pyramida ukazuje rozdíly mezi jednotlivými úrovněmi využívání webové služby a rozdíly v počtu zákazníků, kteří se na dané úrovni pohybují (spodní patro ukazuje, že funkce zdarma zkusí nejvíce zákazníků, ale jen část z nich postoupí do vyšších placených pater) [12]. Dále popíši jednotlivá patra zespoda.

Jednou možností je, že zákazník (provozovatel, organizátor) sice bude mít k dispozici (při prvním kontaktu s webovou službou) poměrně velké množství funkcionalit, ale všechny v omezené

míře. Všechny budou zdarma a nebudou jej nijak zavazovat. Sami o sobě jsou však bez ostatních funkcí a v tak malém množství téměř k ničemu. Slouží pouze především k zákaznickově seznámení se s webovou službou.

Konkrétně sem patří:

- **Registrace** — nový uživatel si bude moci založit nový profil pod vlastním uživatelským jménem a heslem;
- **Přihlášení** — registrovaný uživatel se bude moci do aplikace bez omezení přihlašovat;
- **Využití základního formuláře přihlášky** — uživateli bude po registraci přístupná pouze základní verze přihlášky, ve které nejsou dostupné všechny její funkcionality. K dispozici je pouze přihláška obsahující povinné části, jež se vyskytují ve všech těchto dokumentech. Další funkce, jako je využití či nevyužití volitelných informací, případně přidání dalších požadavků do přihlášky, jsou bez předplatného nedostupné. Rovněž lze v této verzi využít přihlášky pro maximálně 30 účastníků. Za přihlášky navíc není možné přijímat platby od zákonných zástupců účastníků;
- **Založení tábora** — uživatel má možnost vyplnit údaje o budoucím táboře. Tím je myšleno místo konání akce a termín. Ve verzi zdarma lze takto založit jeden tábor, případně jeden turnus tábora;
- **Přiřazení jedné osoby** — uživatel může v rámci verze zdarma přidat ke svému táboru další osobu (vedoucího, kuchaře, hospodáře apod.), pouze však jednu;
- **Evidence táborové aktivity** — jedná se o možnost pro uživatele vytvořit jednu táborovou aktivitu, ať už se jedná o hru, oběd, výlet či cokoliv jiného;
- **Přiřazení uživatele k aktivitě** — osoba, kterou uživatel ke svému táboru přiřadil, jím může být přiřazena i k jedné aktivitě, jejíž vytvoření je rovněž dostupné;
- **Jednodenní jídelníček** — uživatel může připravit harmonogram jídla od snídaně až po večeři. V rámci neplacené verze webové služby lze tak učinit pro jeden den z celé akce.

Zvažují však také možnost, kdy by v bezplatné verzi nebylo dostupné tak velké množství funkcí k vyzkoušení. Byly by dostupné pouze některé základní funkcionality, ostatní by se nacházely až za platební bránou, byť v plné míře. Konkrétně by bylo zdarma dostupné následující:

- **Registrace;**
- **Přihlášení;**
- **Využití základního formuláře přihlášky;**
- **Založení tábora.**

Z porovnání plyne, že ve druhém návrhu by uživatel nemohl vůbec vyzkoušet přiřadit jakoukoliv osobu z personálu k táboru či nějaké aktivitě, evidovat žádnou táborovou aktivitu a ani sestavit jídelní lístek.

Dále se tím, jak bude bezplatná verze vypadat, zabývám v kapitole o business case modelu, kde podrobuji jednotlivé možnosti analýze z hlediska financí.

Člověk, který těchto základních možností využije, získá se službou pozitivní zkušenost a pravděpodobně bude chtít využívat dalších funkcí a rozšíření funkcionalit z bezplatné verze. Ty mu budou nabídnuty v rámci předplatného.

Zákazník si předplatí webovou službu na dobu jemu vyhovující. V tomto předplatném bude mít k dispozici většinu dostupných funkcí, které webová služba nabízí. Nikoliv však zcela všechny. Konkrétně se jedná o tyto podporované procesy:

- **Založení více nových táborů** — uživatel může zakládat více táborů či turnusů a u každého vyplnit příslušné informace, tedy místo konání a termín, případně termíny jednotlivých turnusů.
- **Přiřazení personálu** — uživatel s rolí organizátor či hlavní vedoucí může přiřazovat ke svému chystanému táboru veškerý domluvený personál (vedoucí, praktikanty, kuchaře a podobně). Jestliže bude organizátorem či hlavním vedoucím přiřazen nový pracovník s příslušnou rolí, bude se na něho pohlížet tak, jako by měl předplatné rovněž zaplacené (tedy jeden organizátor tábora či turnusů platí předplatné pouze jednou a vztahuje se jak na něj, tak na všechny jeho spolupracovníky);
- **Využití pokročilého formuláře přihlášky** — předplatitelům je dostupná základní verze přihlášky s jejími povinnými částmi. Dále pak rozšířená verze, kdy z nabídky webové služby mohou a nemusí vybrat další údaje. Ty mohou dát do formuláře jako povinné nebo volitelné. V rámci předplatného je možné využít neomezený počet přihlášek;
- **Přijímání plateb** — za vyplněné přihlášky může předplatitel přijímat peníze od rodičů či zákonných zástupců účastníků;
- **Evidence táborových aktivit** — umožňuje předplatitelům s příslušnými rolemi vytvářet, spravovat a případně rušit jednotlivé táborové aktivity. Mezi ně patří hry, výlety, večerní programy a podobně;
- **Přiřazení uživatelů k aktivitám** — zákazník s předplatným a příslušnou rolí může k jednotlivým definovaným táborovým aktivitám přiřazovat personál dle svého uvážení. Přiřazení lidé toto přehledně mohou vidět ve svém profilu;
- **Jídelníček** — možnost sestavení jídelního lístku a jeho úprav pro celý tábor, případně pro všechny turnusy, jež se budou konat;
- **Harmonogram** — předplatitel může v harmonogramu rozvrhnout jednotlivé aktivity a akce konané během tábora či turnusů a přiřadit je ke konkrétním časům a lidem z personálu. Zároveň může vytvořit harmonogram jednotlivých dnů, od příjezdu, až po odjezd dětí.
- **Jmenný seznam účastníků** — předplatitel s příslušnou rolí uvidí v reálném čase seznam účastníků s již vyplněnou přihláškou. Tyto účastníky lze filtrovat podle nejrůznějších kategorií (jméno, příjmení, věk apod.);
- **Rozdělení dětí** — organizátor či hlavní vedoucí může děti rozdělit do oddílů nebo týmů na hry. V rámci předplatného si může zvolit jednu z těchto možností.
- **Bodování dětí** — možnost udělovat body či jiná ocenění. To lze buď jednotlivcům, nebo i účastníkům v rámci jednotlivých oddílů či herních týmů. Hodnocení lze na táboře obecně udělovat skutečně za velké množství věcí (úklid, jednorázové pochvaly, celotáborová hra, hra v oddíle, noční aktivity a podobně). V rámci předplatného je možné hodnotit děti až v 5 možných oblastech.

Předplatné bude k dispozici v několika různých variantách. Využití webové služby se vzhledem k velké rozmanitosti táborů bude lišit. Možnosti pro zákazníka uvádím včetně zmínky, pro kterou konkrétní skupinu organizátorů táborů je daná varianta vhodná.

Kromě níže uvedených jsem zvažoval také zahrnutí předplatného na týden zdarma. Vhodné by bylo pro všechny, jež se s webovou službou setkávají poprvé. Pro všechny, kteří si sice již vyzkoušeli omezené množství funkcí zdarma, ale chtějí ještě čas na rozmyšlenou a zároveň vidět, jak moc jim může být služba nápomocna. To by dávalo smysl v případě, že by v bezplatné verzi bylo velmi málo funkcionalit k vyzkoušení. Pokud však bude pro zákazníka možnost vyzkoušet

si většinu funkcí i bez jakéhokoliv placeného tarifu, byť ve velmi omezené míře, nebudu jej brát v potaz. Více se touto problematikou zabývám v kapitole o business case modelu.

V případě využití předplatného na týden zdarma by princip fungoval tak, že má zákazník možnost na celý týden vyzkoušet vše, co je v rámci balíčku předplatného, avšak bez prémiových funkcí. Po týdnu by bylo nezrušené předplatné automaticky převedeno do měsíčního tarifu a zákazník o tomto informován (musel by s automatickou platbou souhlasit i předem).

Dále jsou tedy na výběr následující možnosti předplatného:

1. **Předplatné na měsíc** — vhodné pro organizátory, kteří dělají v jednom období pouze jeden tábor za rok nebo maximálně 2 turnusy jdoucí po sobě;
2. **Předplatné na 4 měsíce** — Tento typ předplatného využijí organizátoři, kteří mají tábory naplánované na celé léto, tj. od července do srpna. 3. a 4. měsíc se zde nachází z důvodu příprav táborů (měsíc před akcemi) a vyhodnocení a uzavření táborů (měsíc po akcích). Rovněž by ho však mohli využít organizátoři, kteří mají sice např. jen jeden tábor (jednu akci) za rok, ale s přípravami za pomoci systému chtějí začít dříve;
3. **Předplatné na rok** — druh předplatného, jež je vhodný pro organizátory, kteří pořádají tábory po celý rok – v létě o hlavních prázdninách, v zimě o jarních prázdninách, případně ještě o krátkých prázdninách např. po Vánocích či na Velikonoce.

Předplatné pokrývá velkou část pořádaných táborů a nabízí pro ně dostatek dostupných funkcí pro úspěšné zvládnutí organizace akce.

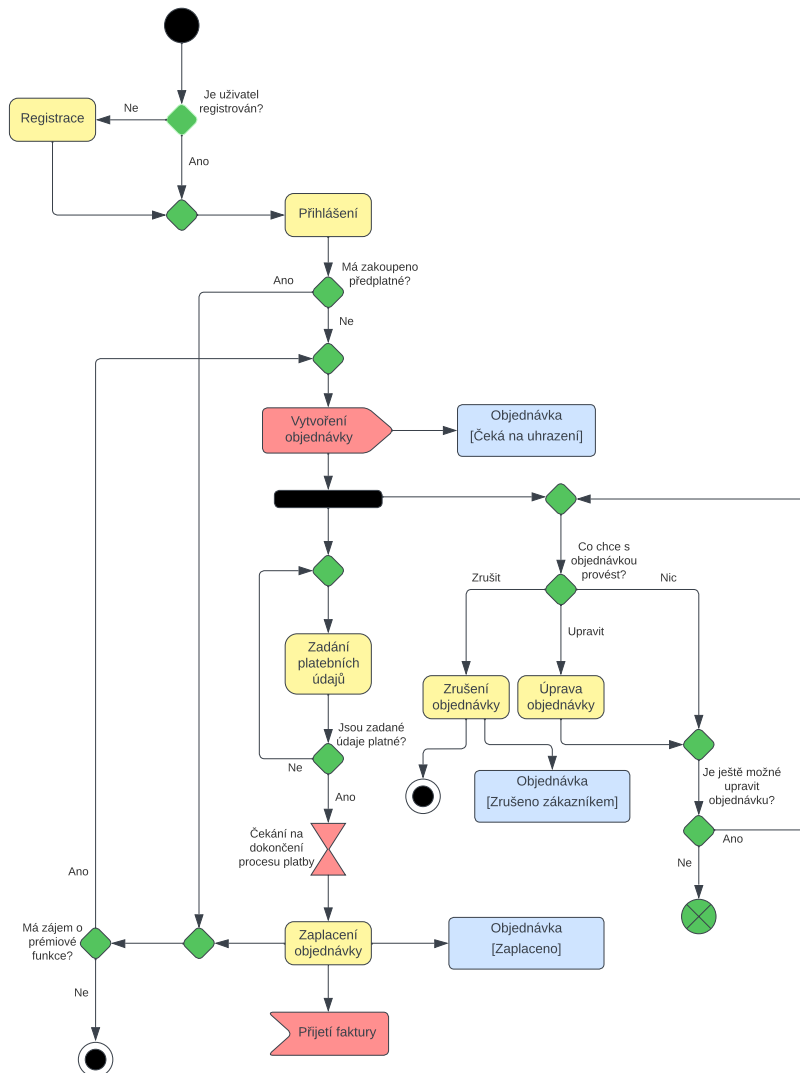
Pokud má některý z pořadatelů či organizátorů další požadavky a vyšší nároky např. na podobu přihlášky a údaje v ní obsažené, existuje pro něj ještě možnost rozšířených funkcí, které si lze pořídit v rámci jednorázových poplatků za využití k předplatnému. Jedná se o tyto funkce:

- **Formulář přihlášky s doplňitelnými údaji** — v případě, že má organizátor ještě další požadavky na údaje v přihlášce, které nejsou obsaženy v nabídce webové služby, má možnost tímto daný údaj doplnit. U něj si může zvolit, zda bude pro rodiče k vyplnění povinný, případně volitelný;
- **Dělení účastníků do více skupin** — pokud se děti na táboře dělí do více skupin, než jedné (např. do oddílů podle pohlaví a věku, rovnoměrně silně do týmů pro hry apod.), může zákazník tato dělení zavést. Počet různých skupin dětí není touto funkcí nijak omezen;
- **Rozšířené bodování** — funkce umožňuje zákazníkovi s příslušnými kompetencemi bodovat děti ve více kategoriích a činnostech, než jak je tomu v předplatném (tam je počet kategorií omezen na 5). Množství různých kategorií zde již není nijak početně omezeno.

5.3.1 Diagram aktivit

Jak jsem již zmínil výše, zpoplatněné služby budou využívat téměř výhradně organizátoři táborů (výjimku tvoří krajní případy, např. rodič přihlašující dítě na jeden tábor a zároveň pořádající jiný). V diagramu aktivit na obrázku 5.2 je znázorněno, jakou posloupností činností se zákazník může dostat k jednotlivým funkcím, jež jsou webovou službou nabízeny, v případě, že získal zájem využít více, než jen bezplatnou formu služby.

Předplatné a prémiové zpoplatněné funkce se musí koupit ve dvou krocích (ve dvou platbách), i kdyby chtěl obojí zákazník najednou. Toto nebude však problém, neboť předpokládám, že organizátor nejprve zkusí předplatné a až poté případně přidá prémiové funkce, pokud jich bude chtít využívat.



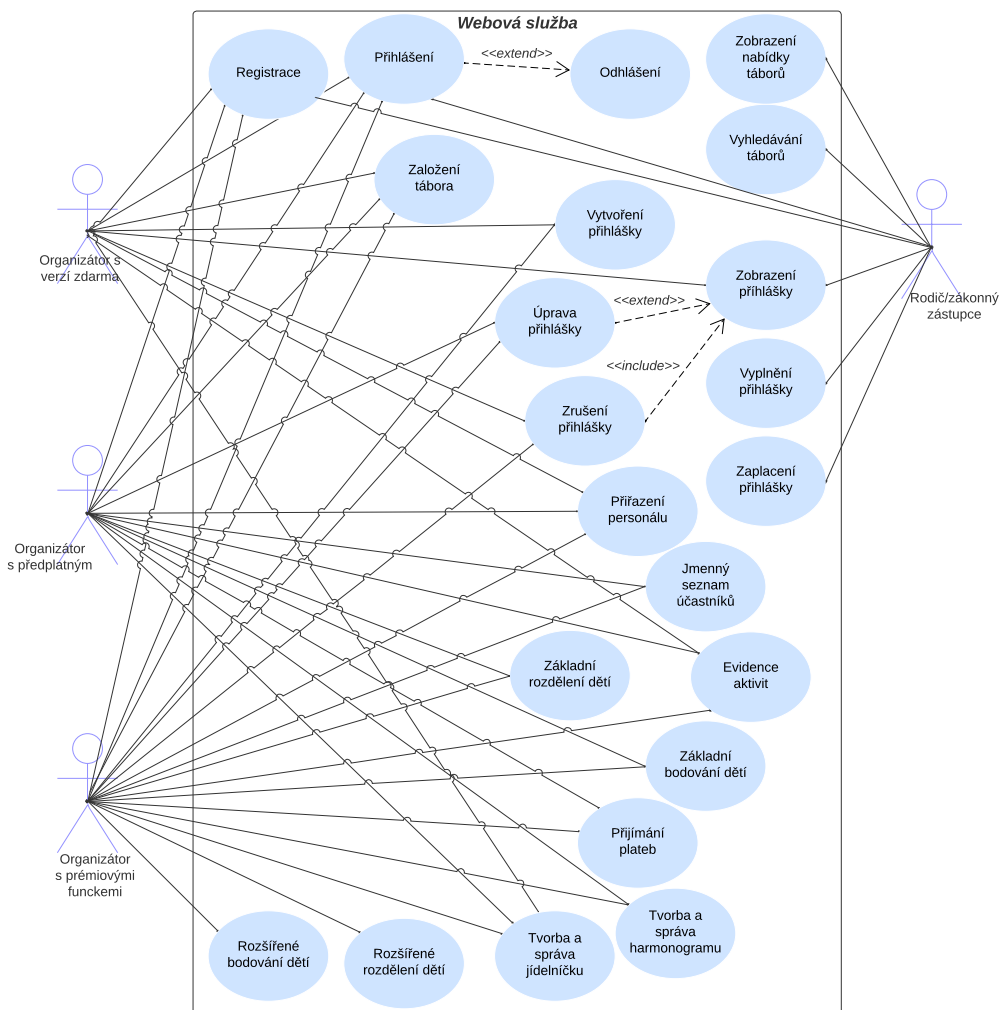
■ **Obrázek 5.2** Diagram aktivit objednání zpoplatněných produktů webové služby

5.3.2 Případy užití

V plánu monetizace jsem popsal, jak konkrétně bude aplikace zpeněžena. Jednotlivé skupiny předplatitelů a dalších aktérů, včetně funkcí, na které mohou dosáhnout, jsou zobrazeny na obrázku 5.3.

Na tomto obrázku rozlišuji pro přehlednost pouze organizátory s různými předplatnými a nezohledňuji další rozdělení uživatelů na jednotlivé pracovníky tábora. Organizátor je v tomto případě tedy osoba, která založila nový tábor (tedy ho organizuje, nepodílí se pouze na pomoci s organizací) a zaplatila za nějaké funkce.

Jednotlivé případy užití vycházejí z popisu podpořitelných činností, jejichž popis je k nalezení v předchozí kapitole.



■ Obrázek 5.3 Případy užití jednotlivých druhů monetizace

5.3.3 Platba

Veškeré platby budou, alespoň v prvotním ostrém běhu webové služby, probíhat online přes platební bránu.

Po tom, co si zákazník (opět uvažuji organizátora tábora) zvolí předplatné služby, které mu nejvíce vyhovuje, může přejít k samotné platbě.

Platba v prvotní verzi probíhá výhradně kartou. Výhodou této metody je, že platba je připsána okamžitě, takže si zákazník ihned po zaplacení může užívat výhod předplacené webové služby. Zadá tedy platební údaje, v případě potřeby potvrdí ve svém internetovém bankovníctví platbu. Tím je proces nákupu předplatného dokončen.

Účet za platbu (faktura) přijde zákazníkovi v online podobě na jím zadaný e-mail.

Stejně, jak jsem nyní popisoval způsob platby za předplatné, bude fungovat i platba za rozšířené funkce. Zákazník si zvolí funkci, případně jich vybere více, načež pak zaplatí ve stejném duchu, jako patil již dříve za předplatné.

5.4 Shrnutí monetizace

V této kapitole jsem uvedl, jakým způsobem lze monetizovat webové služby obecně. Dále jsem konkretizoval, jak bude probíhat monetizace webové služby, kterou popisuji v této práci. Mimo malého množství funkcí zdarma bude na výběr několik druhů předplatného, které zpřístupní většinu dalších funkčností webové služby. Zbývající, které zůstanou nedostupné i po nákupu předplatného, lze odemknout platbou za jednotlivé z nich. Veškeré platby proběhnou přes platební bránu a dané funkce budou zákazníkovi zpřístupněny téměř ihned po zaplacení.

Přesnými cenami za předplatné, jednorázové funkce a dalšími číselnými údaji se pak zabývám v následující kapitole.

Kapitola 6

Business case

Projektový záměr, též byznys případ (anglicky Business Case), je komplexní dokument, který slouží k představení projektu nadřízeným nebo investorům. Je to jeho výchozí bod, základní kámen, na kterém celý projekt bude stát. Zároveň se jedná o klíčový vstup pro zpracování plánu projektu. [13]

V této kapitole se byznys případu a jeho vytvoření věnuji v rámci obecného ekonomicko-manažerského shrnutí. Jsou zde prezentována čísla, která jsou mými odhady toho, jak by to mohlo vypadat.

Během kapitoly pak také vyhodnocuji v rámci předloženého byznys případu možné přínosy webové služby pro konkrétní vybrané cílové skupiny.

Pro důvěryhodnost jsem všechna čísla v této kapitole zaokrouhlil na 3 platné číslice. Jedná se o běžnou praxi v businessovém prostředí.

6.1 Příjmy

Příjmy webové služby mohou být v různých formách a velikostech, obecně však platí, že jsou ze zdroje určitého druhu předplatného, případně nákupů prémiových služeb.

6.1.1 Veličiny a vzorce pro výpočet

Veškeré příjmy budou záviset na několika veličinách, které se mohou neustále měnit. Tyto proměnlivé faktory zde definuji a poté uvádím, jak bude situace vypadat s konkrétními čísly dosazenými za veličiny.

Vstupní veličiny, na kterých jsou příjmy závislé, jsou následující (organizátory, spolky, zájmové skupiny či pořadatelské organizace připravující tábory zde uvádím také pod pojmem zákazník):

- O — počet organizací, spolků či zájmových skupin, které tábory pořádají (za daný rok);
- P_1 — procento všech potenciálních zákazníků, tj. všech organizací, spolků a dalších zájmových skupin, které chceme získat (za daný rok) k tomu, aby navštívili webovou službu a využili (alespoň) funkce, které nabízí zdarma;
- P_2 — procento všech zákazníků, kteří webovou službu již zaregistrovali, případně ji využili na úrovni zdarma dostupných funkcí, a dále ji chtějí užívat v rámci předplatného;
- P_3 — procento těch zákazníků, kteří si k předplatnému, které již využívají, dokoupí jednu nebo více prémiových (rozšiřujících) funkcí.

Ovlivnitelné v rámci snahy o propagaci apod. se mi jeví veličiny P_1 , P_2 a P_3 , veličinu O ovlivnit nelze (resp. nelze ovlivnit, jestli někdo tábor pořádat bude či nikoliv).

V následujícím textu ještě užívám veličinu r , kterou označuji daný sledovaný rok.

Důležitým údajem je zcela jistě počet zákazníků, který bude webovou službu využívat. Tuto informaci získám tak, že vynásobím počet organizací pořádajících nějaký tábor s procentem, jež udává organizace, které chci získat pro používání webové služby. Výpočet je tedy následující:

$$PocetZakazniku = O * P_1$$

Ještě důležitější však je, kolik zákazníků využívající službu za ni bude ochotno zaplatit. Tedy kolik z těch, kteří webovou službu navštíví, zakoupí předplatné, neboť jim verze zdarma nebude dostačovat. Tato skutečnost se dá vyjádřit pomocí vzorce:

$$PocetZakaznikuSPredplatnym = PocetZakazniku * P_2$$

Neméně podstatným údajem je pak informace o tom, kolik zákazníků, kteří platí již za určitý druh předplatného, zakoupí navíc prémiové služby. To lze spočítat následovně:

$$PocetZakaznikuPremium = PocetZakaznikuSPredplatnym * P_3$$

Pokusil jsem se zjistit údaje o tom, kolik táborů je ročně pořádaných a hlavně, kolik je pořadatelských subjektů. Proto jsem s dotazem oslovil MŠMT. Jak však uvádějí v e-mailové odpovědi, MŠMT neviduje všechny tábory, které probíhají v České republice, ale pouze ty, které jsou financovány ze státní dotace v rámci podpory celoroční činnosti jednotlivých organizací. Ohledně dalších dat mi však doporučili obrátit se na ČRD. [14]

Do výzkumu ČRD o letních táborech, který proběhl v letech 2016 až 2017, bylo zahrnuto 3675 táborů, kterých se zúčastnilo 118.937 účastníků. Tyto tábory pořádalo celkem 450 pořadatelských subjektů. Mezi nimi jsou spolky, DDM, SVČ, cestovní kanceláře, agentury a firmy. Studie uvádí, že zkoumaný vzorek tvoří 70-80% všech realizovaných táborů, neboť dle kvalifikovaného odhadu ČRD jich v té době bylo celkem zhruba 4500 až 5000. [15]

Dle ČTK se v roce 2014 konalo táborů asi 3700, v roce 2020 4271. V posledním zmíněném roce tak trávila na letním táboře svůj prázdninový čas bezmála pětina dětí. [16]

Z uvedených údajů vyplývá, že každý rok je pořádáno zhruba kolem 4 tisíc letních táborů, které připravuje přibližně 650 pořadatelských subjektů. Tedy veličina $O = 650$. Počet zcela jistě není každý rok stejný, někdy je pořadatelů více, jindy méně. Uvažuji však dále tuto hodnotu.

Nyní se pokusím odhadnout jednotlivé veličiny P_1 , P_2 a P_3 . Přestože se jedná o odhady, představují tato čísla návodné informace pro případné budoucí scénáře a úvahy o příjmech. Odhady v procentech je možné vidět v tabulce 6.1. Jednotlivé údaje u předplatných se vždy vztahují k množství těch zákazníků, kteří si pořídí nějaký jeho druh (tedy součet procent předplatného na měsíc, 4 měsíce a rok dohromady dají 100%, což je 75% všech zákazníků, jež webová služba oslovila). Podobně to platí u prémiových funkcí.

Předpokládám, že během prvního roku 9% všech existujících pořadatelských subjektů přijde do kontaktu s novou webovou službou a vyzkouší ji na úrovni funkcí, jež jsou nabízeny bez jakýchkoliv poplatků. Plánem je pak každý rok toto číslo zvýšit o další 4% všech těchto subjektů. S tímto předpokladem budu nadále pracovat.

Dále uvažuji, že ze všech zákazníků, kteří službu vyzkouší zdarma, si ji oblíbí, a tudíž zakoupí nějaký druh předplatného, 75% z nich. Z tohoto množství si 15% vybere předplatné pouze na jeden měsíc, 60% zvolí variantu 4 měsíců a 25% možnost předplatného na celý rok. Tyto mé odhady vycházejí z předpokladu, že nejvíce se během roku konají letní tábory na více turnusů, méně pak jednoturnusové nebo větší počet akcí během roku (podzimní, zimní tábory a podobně). Tyto předpoklady vycházejí nejen z mé dlouholeté zkušenosti s tábory, ale například i z [17], kde je v katalogu převaha nabídek na tábory s více turnusy. Proto odhaduji, že nejvíce bude zastoupena skupina 4 měsíčních předplatitelů.

■ **Tabulka 6.1** Odhady procentuálního počtu zákazníků využívajících webovou službu

Typ členství	Množství zákazníků v %
Funkce dostupné zdarma (P_1)	9 (za první rok)
Nějaký druh předplatného (P_2)	75
Předplatné na měsíc	15
Předplatné na 4 měsíce	60
Předplatné na rok	25
Nějaká prémiová funkce (P_3)	65
Jedna prémiová funkce	10
Dvě prémiové funkce	20
Všechny prémiové funkce	70

Z těch zákazníků, kteří budou disponovat předplacenou verzí webové služby, si dle mých odhadů 65% dokoupí alespoň jednu prémiovou funkci. Konkrétně jednu si zaplatí 10%, dvě 20% a nejvíce, tedy 70%, si pořídí všechny. Tento můj předpoklad vychází z toho, že všechny nabízené prémiové funkce jsou pro ucelenou a přehlednou organizaci tábora důležité a dohromady s předplatným tvoří kompletní balíček všeho potřebného. Tudíž se pro toto množství, dle mého názoru, rozhodne největší část předplatitelů.

6.1.2 Výběr strategie tarifů

K tomu, abych mohl spočítat výši odhadovaných příjmů, je nutné uvést ceník za jednotlivá předplatná a prémiové funkce. Před tím ještě v tabulce 6.2 a 6.3 uvádím přehledně dvě varianty toho, co jednotlivé úrovně platby za službu umožňují. Pro upřesnění konstatuji, že vše, co je zahrnuto v bezplatné verzi, je samozřejmě i ve verzích vyšších. Popisy jednotlivých funkcí v dané kategorii zpoplatnění jsou uvedeny v kapitole o monetizaci.

■ **Tabulka 6.2** Přehled funkcí v různých tarifech, možnost první

Zdarma	Předplatné	Prémiové funkce
Registrace Přihlášení Základní přihláška Založení tábora	Založení více táborů/turnusů Přiřazení personálu Pokročilá přihláška Přijímání plateb za přihlášky Evidence aktivit Přiřazení personálu k aktivitám Jídelníček Harmonogram Jmenný seznam účastníků Rozdělení dětí jedním způsobem Bodování dětí	Vlastní údaje v přihlášce Více způsobů dělení dětí Rozšířené bodování

Pokud bych bral v potaz rozdělení funkčností podle tabulky 6.2, bylo by také zavedeno předplatné na 1 týden zdarma, aby si zákazník mohl všechny funkce vyzkoušet. Naopak, pokud bych zvolil rozdělení podle tabulky 6.3, takový druh předplatného by se vůbec nezaváděl.

Pokud porovnám obě možnosti na úrovni softwaru, varianta 6.3 nenabízí funkce, které jsou pro implementaci náročnější, než pouze ty nabízené zdarma v tabulce 6.2. Dle mého názoru je vždy

■ **Tabulka 6.3** Přehled funkcí v různých tarifech, možnost druhá

Zdarma	Předplatné	Prémiové funkce
Registrace Přihlášení Základní přihláška Založení tábora Přiřazení jedné osoby Evidence táborové aktivity Přiřazení uživatele k aktivitě Jednodenní jídelníček	Založení více táborů/turnusů Přiřazení personálu Pokročilá přihláška Přijímání plateb za přihlášky Evidence aktivit Přiřazení personálu k aktivitám Jídelníček Harmonogram Jmenný seznam účastníků Rozdělení dětí jedním způsobem Bodování dětí	Vlastní údaje v přihlášce Více způsobů dělení dětí Rozšířené bodování

lepší, když má zákazník možnost vyzkoušet více funkcionalit bez jakéhokoliv placení čehokoliv a zavazování se k čemukoliv. Vzhledem k tomuto a k náročnosti implementace (výroby) daných funkcí je vhodné, aby zákazník při prvním vyzkoušení webové služby dostal jasnou zprávu o tom, jak moc je pro něj systém výhodný a jaké různé možnosti nabízí. Z tohoto důvodu volím variantu z tabulky 6.3, kdy zákazník může, ač ve velmi omezené míře, vyzkoušet velkou část všech funkcí, jež služba nabízí. Dále proto tedy pracuji výhradně s tímto modelem.

6.1.3 Ceník předplatného a prémiových funkcí

V tabulce 6.4 je předpokládané nacenění jednotlivých předplatných a dalších funkcí. Ceny, které zde uvádím, jsou pilotní a je možné, že se v průběhu času změní.

■ **Tabulka 6.4** Ceník zpoplatněných funkcí webové služby

Tarif/funkce	Cena
Zdarma	0 Kč
Předplatné na měsíc	1 239 Kč
Předplatné na 4 měsíce	4 796 Kč (1 199 Kč/měsíc)
Předplatné na rok	12 828 Kč (1 069 Kč/měsíc)
Vlastní údaje v přihlášce	549 Kč
Více způsobů dělení dětí	449 Kč
Rozšířené bodování	499 Kč

Z uvedeného ceníku je jasně vidět strategie nalákat zákazníka, aby zvolil ke koupi spíše delší předplatné, než to na kratší dobu. Čím delší dobu se rozhodne službu využívat, tím méně za ni měsíčně zaplatí.

6.2 Výpočty s hodnotami

Nyní, když znám vzorce pro výpočet výnosů a uvedl jsem i ceny za jednotlivé tarify, mohu navázat touto podkapitolou. Do uvedených vzorců tedy dosadím dané hodnoty.

Celkové příjmy vypočítám sečtením příjmů z jednotlivých druhů tarifů a funkcí, konkrétně:

$$Prijmy_r = PocetZakaznikuSPredplatnym + PocetZakaznikuPremium$$

Připomínám, že předpokladem je v prvním roce získat pro alespoň navštívení služby a vyzkoušení funkcí, jež nabízí zdarma, nejméně 9% všech možných zákazníků. V letech následujících je plánem toto číslo zvyšovat vždy o 4% celkového počtu poradatelských subjektů. Pro první rok se tedy jedná o 59 organizací (zákazníků), kteří službu navštíví. Ti však za službu ještě nebudou platit, to udělá dle odhadů 75% z nich, tedy 44. Z těch si 7 pořídí předplatné na 1 měsíc, 26 na 4 měsíce a 11 na rok.

Ze 44 zákazníků, kteří budou mít předplatné v prvním roce, si dle odhadů 29 pořídí jednu nebo více z nabízených prémiových funkcí. Přesněji, 3 koupí jednu, 6 dvě z nich a zbylých 20 všechny tři.

Příjmy za první rok jsou společně s výše uvedenými počty zákazníků uvedeny v tabulce 6.5. V případě prémiových funkcí nelze odhadnout, kterou si zákazník pořídí, pokud zvolí jen jednu, případně dvě. Proto kalkulují s průměrem cen všech tří, který činí 499 Kč. Prémiová funkce je navíc dostupná pouze po dobu předplatného, tj. pokud si ji zákazník koupí, po nějaké době předplatné zruší a bude si jej chtít následně znovu pořídít, musí za funkci jednorázově zaplatit znovu. Pokud však bude za předplatné dál platit bez přerušení, daná funkčnost mu po celou tuto dobu zůstává k dispozici.

■ **Tabulka 6.5** Příjmy z jednotlivých tarifů/funkcí webové služby

Tarif	Počet zákazníků	Příjmy v Kč
Zdarma	44	0
Předplatné na 1 měsíc	7	8 673
Předplatné na 4 měsíce	26	124 696
Předplatné na 1 rok	11	141 108
1 premium funkce	3	1 347
2 premium funkce	6	2 694
Všechny premium funkce	20	8 980

Celková přijatá částka za první rok po sečtení příjmů z jednotlivých tarifů a funkcí činí 287 288 Kč, což lze zaokrouhlit na 287 000 Kč.

Další roky, kdy je očekáván nárůst zákazníků o již zmíněné 4% všech poradatelských subjektů, jsou uvedeny v tabulce 6.6.

■ **Tabulka 6.6** Předpokládané příjmy od platících zákazníků za jednotlivé roky (prvních 5 let)

	Počet zákazníků	Počet platících zákazníků	Příjmy
1. rok	59	44	287 000 Kč
2. rok	85	64	420 000 Kč
3. rok	111	83	550 000 Kč
4. rok	137	103	680 000 Kč
5. rok	163	122	805 000 Kč

Z uvedené tabulky je vidět, že předpokládané příjmy za jednotlivé roky nejsou nějak závratně vysoké. To však není vůbec problém. Přidaná hodnota této webové služby není a ani neměla být v rovině finanční, nýbrž v sociální. Její využívání ušetří spoustu práce mnoha lidem, kteří se podílejí na organizaci táborů, a kteří by jinak museli vyvinout mnohem více usilí při zařizování

veškerých náležitostí, které jsou s ní spojené. Přínos dodá hlavně řídicím rolím (provozovatel, hlavní vedoucí) a pomůže jim v administraci a dalších nezbytných činnostech, všechny jim usnadní. Přínosem je služba i pro rodiče či zákonné zástupce účastníků, kterým po vybrání tábora umožní jednoduché a intuitivní vyplnění přihlášky. Navíc, pokud nepřihlašují své dítě poprvé, je pro ně pak vyplnění přihlášky ještě jednodušší. I přes nižší roční příjmy má proto tedy z výše popsaných důvodů smysl v realizaci tohoto projektu pokračovat.

6.3 Náklady

Vzhledem k tomu, že aplikaci a velkou část jejích funkcí vyvíjí v rámci své bakalářské práce kolega Jan Převrátíl, nebudou náklady příliš vysoké. Konkrétně nebudou muset být vynaloženy žádné finanční prostředky na analýzu, návrh systému, konfiguraci a velkou část implementace, tvorbu uživatelské dokumentace a testování. Zbylá část plánovaných funkcí pro webovou službu, jež kolega Jan Převrátíl v rámci své práce nevytvoří, můžeme v blízké budoucnosti doprogramovat společnými silami.

Jelikož se jedná o společný projekt, kterému nebude pro dokončení po práci kolegy chybět mnoho, a ani v budoucnu nebude nijak megalomanský, zvládneme pokrýt i údržbu systému a případné opravy nahlášených chyb. Alespoň tedy v době, kdy zákazníkovi ještě nebude velké množství. Tomuto se ještě věnuji dále v této kapitole.

Náklady, které však s novou webovou službou spojeny budou, jsou prostředky na její propagaci, dále na doménu a hosting. Tyto jednotlivé body popisují níže.

6.3.1 Propagace

Pro expanzi mezi veřejnost a hlavně pořadatele táborů je nezbytné, aby byla vytvořena jistá cílená kampaň, která se o to postará.

Pokud mluvím o propagaci, mám na mysli převážně její online formu. Jistě, že se služba může zpropagovat i např. slovně na doporučení spokojených zákazníků, ale online propagace je pro webovou službu nejúčinnější.

Dle mého názoru je nejlepší vytvořit reklamu přes Google Ads, která bude webovou službu zobrazovat ve výsledcích vyhledávání na Google vyhledávači vždy, když budou lidé hledat podobné informace či weby, jako je tento, a to na prvních místech.

Další formou propagace webové služby bude reklama na sociálních sítích, konkrétně Facebook a Instagram. Na těchto dvou zmíněných se dle mého pozorování vyskytují stránky táborů nejčastěji. A tyto stránky spravují právě organizátoři a pořadatelé táborů, tedy skupina lidí, na něž reklama míří.

Do budoucna uvažuji o vytvoření reklamního videa a jeho umístění na sociální síti, včetně YouTube. V první fázi však tento způsob propagace zahrnut nebude.

Vzhledem k tomu, že kampaň na Google Ads¹ se pohybuje na cenové hladině několika korun za jeden proklik (záleží na konkrétním nastavení maximální ceny prokliku, klíčových slov a dalších parametrů), je nutné stanovit maximální možnou částku, která se do kampaně zainvestuje. Celkově stanovuji maximální hranici pro marketingovou kampaň, zahrnující jak Google Ads, tak sociální síti, na 30 000 Kč za první rok, kdy bude propagace v nejsilnějším tempu. Na další roky je maximální částka 20 000 Kč.

¹<https://ads.google.com/intl/cs.cz/home/pricing/>

6.3.2 Doména

Doména je zcela jistě nezbytně nutná pro provoz webové služby. Vybral jsem 4 poskytovatele české domény: forpsi.com², wedos.cz³, websupport⁴ a domeny.cz⁵. Jejich ceny za rok jsou uvedeny v tabulce 6.7.

■ **Tabulka 6.7** Poskytovatelé domén a jejich ceny

Poskytovatel	Cena za první rok	Cena za prodloužení
forpsi.com	149	149
wedos.cz	145	145
websupport.cz	199	299
domeny.cz	241	326

Pokud vypočítám průměr, při registraci se jedná o 184 Kč, při prodloužení na další rok pak o 230 Kč. Protože registrace domény bude pouze na počátku a pak už se bude její platnost vždy jen prodloužovat, počítám s ročním nákladem na doménu ve výši průměru ceny za prodloužení, tudíž 230 Kč.

6.3.3 Hosting

Je nutné mít určitý online prostor pro webovou stránku. Pronájem takového prostoru zařídí právě webhosting.

Opět jsem vybral 4 poskytovatele těchto služeb, konkrétně wedos.cz⁶, ebola.cz⁷, savana.cz⁸ a cesky-hosting.cz⁹. Ceny jejich produktů jsem zanesl do tabulky 6.8.

■ **Tabulka 6.8** Poskytovatelé hostingu a jejich ceny

Poskytovatel	Cena za rok
wedos.cz	624
ebola.cz	1380
savana.cz	1597
cesky-hosting.cz	1500

Po vypočítání průměru jednotlivých cen budu uvažovat pro výdaj za hosting částku ve výši 1275 Kč (po zaokrouhlení 1300).

6.3.4 Sečtení dosavadních nákladů

Všechny uvažované roční náklady popsané výše zmiňuji v tabulce 6.9. Propagace bude, jak bylo zmíněno, větší hlavně v prvním roce spuštění (tento údaj je i uveden v tabulce).

Pro úplnost, za první rok bude výše nákladů činit 31 530 Kč.

²<https://www.forpsi.com/domain/pricelist/>

³<https://www.wedos.cz/domeny>

⁴<https://www.websupport.cz/domeny/>

⁵<https://domeny.cz/cenik-domen/>

⁶<https://www.wedos.cz/>

⁷<https://www.ebola.cz/>

⁸<https://www.savana.cz/webhosting?aid=bfeb0c55>

⁹<https://www.cesky-hosting.cz/>

■ **Tabulka 6.9** Přehled ročních nákladů

Náklad	Částka
Propagace (mimo 1. rok)	20 000
Doména	230 Kč
Hosting	1300 Kč
Celkem	21 530 Kč

6.3.5 Údržba služby

Pro každou službu je důležité, aby byla udržována, aktualizována, aby byly vyřizovány stížnosti a podněty zákazníků a obecně, aby se o ni někdo staral. Ve výše zmíněném textu předpokládám, že toto obstaráme společně s kolegou, který na webové službě také pracuje. Zamýšlím se však i nad tím, zda to opravdu zvládneme a jestli nebudou třeba další síly, aby se vše vyřizovalo během únosného časového horizontu.

Dle mého názoru by se hodilo mít alespoň 3 další pomocníky. Jeden by obstarával komunikaci se zákazníky po e-mailu, druhý přípravy zadávacích prací pro budoucí aktualizace a třetí by řešil případné krizové situace. Každý takový člověk by jistě stačil na pětínový úvazek. V tomto směru tedy uvažuji náklady, které jsou v tabulce 6.10.

■ **Tabulka 6.10** Náklady na zaměstnance

Oblast, kterou daný zaměstnanec obstarává	Částka pro výplatu
E-mailová komunikace	12 000 Kč/měsíc
Příprava aktualizací	15 000 Kč/měsíc
Krizové situace	10 000 Kč/měsíc
Celkem	37 000 Kč/měsíc

Pokud bych tedy uvažoval tyto 3 zaměstnance pro zajištění vysoce kvalitního fungování webové služby, činily by roční náklady celkem 465 000 Kč (v prvním roce 475 000 Kč).

6.4 Návratnost

Po tom, co jsem podrobně uvedl, jaké budou příjmy a výdaje, je nyní na řadě výpočet návratnosti a tedy hospodářského výsledku.

Počáteční investice, kterou беру v potaz, jsou peníze za propagaci webové služby, doménu a webový hosting. Výše této částky je již zmíněných 31 530 Kč.

Nejprve zahrnu kromě ostatního i náklady na zaměstnance. Vývoj návratnosti během let je zobrazen v tabulce 6.11.

Z uvedených výpočtů, které zahrnují zaměstnance, je vidět negativní vývoj. S přibývajícím počtem zákazníků navíc bude třeba buď zvýšit úvazky zaměstnancům, případně nabrat další. To by znamenalo opět ztráty, maximálně mírná kladná čísla. Z tohoto důvodu jsem se rozhodl, že žádné zaměstnance prozatím nabírat nebudeme. Ve dvou, společně s kolegou, zvládneme při naší hlavní práci e-mailovou komunikaci a reakce na podněty, připomínky či nahlášené problémy zákazníků budou se budou v rámci aktualizací webové služby promítat s nižší frekvencí. Přesto však služba bude neustále kvalitní a zcela provozuschopná. Dále tedy uvažuji výpočty bez nákladové složky na zaměstnance.

■ **Tabulka 6.11** Vývoj hospodářského výsledku v prvních 5 letech s náklady na zaměstnance

Sledovaný rok r	Hospodářský výsledek za rok r
1. rok	-188 000 Kč
2. rok	-45 000 Kč
3. rok	85 000 Kč
4. rok	215 000 Kč
5. rok	340 000 Kč

Po výpočtech bude hospodářský výsledek za jednotlivé roky vypadat tak, jak je uvedeno v tabulce 6.12

■ **Tabulka 6.12** Vývoj hospodářského výsledku v prvních 5 letech bez nákladů na zaměstnance

Sledovaný rok r	Hospodářský výsledek za rok r
1. rok	256 000 Kč
2. rok	400 000 Kč
3. rok	530 000 Kč
4. rok	660 000 Kč
5. rok	784 000 Kč

6.5 Shrnutí projektového záměru

V kapitole o byznysovém případě jsem ukázal vizi, jakou má tento projekt. Analyzoval jsem, pro jaké množství zákazníků služba bude a jaké částky na straně příjmů z tohoto množství vygenerují.

Rovněž jsem rozhodl, jakou podobu bude mít strategie jednotlivých tarifů služby, co bude ve verzi bezplatné a co naopak dostupné pouze s předplatným či prémiovými funkcemi. Za všechny tyto služby jsem v této kapitole stanovil ceny. V rámci projektového záměru mohu dle výše uvedených údajů konstatovat, že primární cílovou skupinou jsou organizátoři táborů konajících se v létě. Jak jsem zmínil v této kapitole, je jich v tomto období nejvíce. To znamená, že nejvíce organizací a subjektů pořádajících tábory si před započítáním léta koupí předplatné na 4 měsíce a bude webovou službu využívat společně se svým personálem. A také s rodiči či zákonnými zástupci účastníků, kteří za službu sice zdánlivě nebudou platit, avšak je velmi pravděpodobné, že o cenu za webovou službu bude organizací navýšena částka účastnického poplatku.

Podíval jsem se na stranu výdajů a zjistil jsem, že nebudou nijak velké. To je způsobeno mimo jiné mým rozhodnutím prozatím nenabírat žádné zaměstnance pro správu webové aplikace. Vysoké částky nejsou ani na straně příjmů. Vzhledem k tomu, že je ale poselství webové služby v rovině sociální, není pro její další realizaci nic z toho překážkou.

V případě, že by se strategie změnila a bylo by například v plánu oslovit jiné procento potenciálních zákazníků, představuje tato kapitola jistý návod, jak spočítat nové hodnoty příjmů, případně výdajů a návratnost.

Rozšíření do budoucna

Webová služba v podobě, jak jsem ji popsal v předchozích kapitolách, umožňuje sama o sobě zjednodušení práce a efektivní organizaci dětských táborů. Protože je však vždy co vylepšovat a existuje několik důležitých táborových činností, které webová služba zatím nepodporuje, nastíním v této kapitole možná další, zatím pouze teoretická, rozšíření.

7.1 Správa financí

Jak plyne z kapitoly o analýze táborových činností, jednou z klíčových aktivit spojenou s organizací a přípravou dětských táborů je sestavování rozpočtu. Neméně důležitá je jeho správa a hospodaření s ním. V rovině finanční obecně webová služba pomoc ve velké míře nenabízí. Jediné, co s financemi souvisí a webová služba to umožňuje, je přijímání plateb za účastnické poplatky.

V budoucnosti by se tato situace mohla změnit a služba nabízet možnost vytvářet a spravovat přehledný táborový rozpočet. Uživatel s příslušnou rolí (provozovatel, hlavní vedoucí, hospodář) by tak měl možnost zadávat do systému informace o potřebných financích pro stravování všech lidí na akci, o poplatech za nájem, vstupech na mimotáborové výlety atd. Rovněž by doplnil příjmovou stranu a přehledně by viděl, jak si jeho rozpočet stojí.

Toto rozšíření by bylo ulehčením práce pro veškeré zákazníky, neboť s rozpočtem a jeho ne příliš lehkou tvorbou se potýká při přípravě tábora každý z nich. Z těchto důvodů bych takovou funkcionalitu zařadil do kategorie předplatného, nikoliv prémiových funkcí.

7.2 Rozesílání informací

K táborům patří také velké množství informací. Vedoucí a další personál mohou vidět veškeré informace (obecné i jich se týkající) po přihlášení do svého profilu, kde mají příslušnou roli.

V pilotní verzi není možnost dodávat aktuální informace rodičům v rámci webové služby a vše se musí řešit externě (např. pomocí e-mailu, příspěvků na sociálních sítích a podobně).

Umožnění rozesílání hromadných informací by jednoznačně usnadnilo organizátorům práci. Jednoduše by tak mohli všechny účastníky, respektive jejich rodiče, informovat mj. o potřebném speciálním vybavení na kostýmy k celotáborové hře, o předpokládaném času odjezdu nebo rozmístění dětí v autobusu. Informací, jež jsou sdělovány až po vyplnění přihlášky a zaplacení účastnického poplatku, je mnoho. Díky tomuto rozšíření by je organizátoři posílali hromadně přímo z webové služby na rodičovské e-maily. Ty by získali jednoduše, neboť jsou vždy požadovány jako kontakt na zákonné zástupce v přihlášce.

Před nasazením tohoto rozšíření bych provedl zběžnou analýzu a na jejím základě rozhodl, zda jej přidat do verze s předplatným či jako prémiovou funkci.

7.3 Jednodušší zajištění tábořiště

Jedná se o velké rozšíření, kdy by se do webové služby přidala zcela nová role — majitel či správce tábořiště. Tito lidé by vypsali místa a termíny svých spravovaných míst ke konání tábora a nabídli by je tak k obsazení. U každého takového místa by bylo vidět, jaká je kapacita a v jakém termínu je daná lokalita ještě volná.

Provozovatel tábora, případně hlavní vedoucí, hledající novou lokalitu pro svůj tábor, by pak mohli velmi jednoduše vybírat z nabízených možností a zvolenou možnost v rámci webové služby objednat a zarezervovat.

Toto rozšíření by znamenalo velké aktualizace webové služby a pokud by bylo nasazeno, stalo by se tak spíše ve vzdálenější budoucnosti.

Je jasné, že aby bylo takové rozšíření co nejvíce efektivní, je třeba, aby webovou službu využíval nejen dostatečný počet zákazníků, ale i majitelů či správců táborů. Pokud by počet adekvátní nebyl, organizátoři by stejně museli hledat lokalitu externě mimo službu, což zcela jistě cílem není.

7.4 Rozšíření na Slovensko

Všechny analýzy a návrhy řešení v předchozích kapitolách jsou prováděny pro český trh. Dětské tábory se však pořádají po celém světě [18]. Historicky a jazykově nejbližší zemí je pro nás Slovensko, do něhož by mohla webová služba expandovat.

Tomuto kroku by předcházela další analýza místního trhu s tábory, konkrétně jejich počet, počet organizátorů apod. Překlad jednotlivých funkcí a vůbec celé webové služby do slovenského jazyka by pak následoval.

Kapitola 8

Závěr

Cílem práce bylo analyzovat novou webovou službu, která má za cíl propojit aktéry při procesu organizace tábora — provozovatele, vedoucí, praktikanty a další personál a rodiče. Každé této skupině služba zjednoduší práci při jednotlivých činnostech, které jsou pro konání tábora nezbytné.

Po definici pojmů a jednotlivých osob, které jsou s tábory nějakým způsobem spjaty, jsem provedl detailní analýzu činností, které se odehrávají, a to jak před táborem, tak během něj a po něm. Při jejich analýze jsem vycházel ve velké míře ze svých vlastních zkušeností, které jsem za několik let v roli táborového vedoucího nasbíral. Kromě nich jsem také pečlivě analyzoval desítky přihlášek na různé existující tábory a na základě toho dal návod na jednotnou podobu přihlášky, tedy konkretizoval jsem, co obsahovat musí a co je naopak volitelné.

Na základě analýzy a získaných informací jsem ze všech činností vybral klíčové, bez kterých by se žádný tábor nemohl uskutečnit a které jsou časově i organizačně náročnější. Z těchto klíčových činností jsem pak vyzdvihl ty, jež půjdou podpořit novou webovou službou, a doplnil jsem každou z nich konkrétním popisem.

Dále jsem analyzoval, jakými způsoby je možné novou webovou službu monetizovat. Ze všech možností jsem jejich kombinací vytvořil ucelenou monetizační strategii, kterou jsem detailně popsal včetně myšlenek pomocí diagramů, a která může být pro tuto službu nasazena.

Veškeré informace z analýz a návrhů jsem promítl do vytvoření byznysového případu pro tento projekt. Zvolil jsem v něm strategii, o kterou se služba bude snažit do budoucna a podpořil jsem ji konkrétními číselnými údaji a výpočty.

V závěru jsem pak provedl zamyšlení nad budoucností webové služby, konkrétně jsem uvažoval o jejím možném dalším rozšíření. Mé zjištění, že jich může být spousta, pouze utvrzuje můj celkový pohled na smysl této služby. Jejím velkým potenciálem a cílem je ušetřit velké množství práce velkému množství lidí. Většina času a usilí, které je taková práce stojí, je věnována dětem. Vzhledem k tomu, že se nejedná o stovky, ale o tisíce dětí a tisíce rodičů, vedoucích a dalších pracovníků táborů, kterým může tato webová služba ulehčit práci a výrazně pomoci s činnostmi (které s vizí kvalitní akce vykonávají), má pro mě smysl tuto službu nejen nasadit do provozu, ale také se o ni starat a nadále ji rozšiřovat.

Bibliografie

1. KRÝSA, Ivo. *Zákon o ochraně veřejného zdraví: komentář*. Vydání první. Praha: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 978-80-7552-070-8.
2. HARMACH, Jaromír; STOLAŘ, Jiří. *Tábory a jiné zotavovací akce: průvodce jejich přípravou*. Praha: Institut dětí a mládeže MŠMT ČR, 2004. ISBN 978-80-7552-070-8.
3. BURDA, Jan; ŠLOSAROVÁ, Vladimíra. *Tábory a další zotavovací akce*. Aktualiz. vyd. Praha: NIDM, 2008. ISBN 978-80-86784-59-5.
4. HVĚZDOVÁ, Alena. *Připravujeme vedoucí*. 1.vyd. Praha: Práce, 1991. ISBN 80-208-0106-5.
5. MATYÁŠ, Milan. *Příprava, personální, organizační a obsahové zabezpečení tábora* [online]. Jihomoravská krajská organizace Pionýra pro vnitřní potřebu, 2015 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: https://pionyr.cz/wp-content/uploads/2021/01/03_04_05_06_Program_Organizace_Personalistika.pdf.
6. PROCHÁZKOVÁ, Hana. *Hospodaření* [online]. Jihomoravská krajská organizace Pionýra pro vnitřní potřebu, 2015 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: https://pionyr.cz/wp-content/uploads/2021/01/09_Hospodareni.pdf.
7. MÁNEK, Onřej. *Tábory - a co (skoro) všechno kolem nich zařídit?* [Online]. Asociace turistických oddílů mládeže, 2020 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://www.a-tom.cz/18832-tabory-a-co-skoro-vsechno-kolem-nich-zaridit>.
8. INFOZ. *Co je monetizace* [online]. infoz.cz, [2022] [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://www.infoz.cz/monetizace/>.
9. *Monetizace* [online]. PEJAK s.r.o., 2020 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://www.monetizace.cz/slovnicek/monetizace>.
10. JANČA, Jan. *Několik vět o monetizaci webových aplikací* [online]. Cognito, 2019 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://www.cognito.cz/business/nekolik-vet-o-monetizaci-webovych-aplikaci>.
11. *Wikipedie - Provize* [online]. 2021. [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Provize>.
12. ČEVELOVÁ, Magdalena. *Pyramida produktů* [online]. © 2008 - 2023. [cit. 2023-05-06]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/pyramida-produktu/>.
13. *Projektový záměr (Business Case)* [online]. ManagementMania.com, 2018 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/projektovy-zamer-business-case>.
14. HÄCKLOVÁ, Jana. *Dětské tábory*. 2023. [elektronická pošta]. Zasláno z: kancelar@msmt.cz. 12. 4. 2023 15:18 [cit. 2023-20-03]. Osobní komunikace.

15. KRAJČI, Marek. *ČRDM – výsledky šetření Tábory 2016–2017* [online]. ČRDM, 2017 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: <https://crdm.cz/clanky/aktuality/crdm-vysledky-setreni-tabory-2016-2017/>.
16. *Letní tábory zažívají v Česku boom. Účastní se jich téměř pětina dětí* [online]. deník.cz, 2021 [cit. 2023-04-20]. Dostupné z: https://www.denik.cz/z_domova/letni-tabory-deti-cesko-20210717.html.
17. *Dětské tábory* [online]. České tábory.cz, © 2008 - 2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.cesketabory.cz/tabory/>.
18. *Wikipedie - Dětský tábor* [online]. 2022. [cit. 2023-04-26]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Summer_camp.

Obsah přiloženého archivu

	readme.txt	stručný popis obsahu archivu
	src	
	thesis_Tomas_Kasal	zdrojová forma práce ve formátu L ^A T _E X
	text	text práce
	thesis_Tomas_Kasal.pdf	text práce ve formátu PDF
	attachments	přílohy práce
	Applications.xlsx	analýza přihlášek