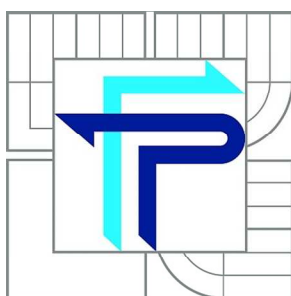


VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY



FAKULTA PODNIKATELSKÁ
ÚSTAV MANAGEMENTU

FACULTY OF BUSINESS AND MANAGEMENT
INSTITUTE OF MANAGEMENT

PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR NA POŘÁDÁNÍ LETNÍHO TÁBORA PRO DĚTI

BUSINESS PLAN FOR ORGANIZATION OF A CHILDREN CAMP

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE
BACHELOR'S THESIS

AUTOR PRÁCE
AUTHOR

RENÁTA KOLÁŘOVÁ

VEDOUCÍ PRÁCE
SUPERVISOR

doc. PaedDr. PAVEL KORVAS, CSc.

BRNO 2015

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Kolářová Renáta

Management v tělesné kultuře (6208R168)

Ředitel ústavu Vám v souladu se zákonem č.111/1998 o vysokých školách, Studijním a zkušebním řádem VUT v Brně a Směrnicí děkana pro realizaci bakalářských a magisterských studijních programů zadává bakalářskou práci s názvem:

Podnikatelský záměr na pořádání letního tábora pro děti

v anglickém jazyce:

Business plan for Organization of a Children Camp

Pokyny pro vypracování:

Úvod
Cíle práce, metody a postupy zpracování
Teoretická východiska práce
Analýza současného stavu
Vlastní návrhy řešení
Závěr
Seznam použité literatury
Přílohy

Seznam odborné literatury:

- BIŇOVEC, K. Přehled učiva k maturitní zkoušce z ekonomiky. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2001, 293 s. ISBN 80-716-8747-2.
- FOTR, J. a SOUČEK, I. Podnikatelský záměr a investiční rozhodování. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.
- KUNZ, V. a KOZLER, J. Maturujeme z ekonomie: základy znalostí každého ekonoma. 1. vyd. Ostrava: Mirago, 1998, 86 s. ISBN 80-859-2247-9.
- SLEPIČKOVÁ, I. Sport a volný čas: vybrané kapitoly. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2005, 115 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 80-246-1039-6.
- ŠEBKOVÁ, M. Podnikatelský web [online]. 2014 [cit. 2014-11-05]. Dostupné z www.podnikatelskyweb.cz

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc.

Termín odevzdání bakalářské práce je stanoven časovým plánem akademického roku 2014/2015.

L.S.

prof. Ing. Vojtěch Koráb, Dr., MBA
Ředitel ústavu

doc. Ing. et Ing. Stanislav Škapa, Ph.D.
Děkan fakulty

V Brně, dne 28. 2. 2015

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá zhotovením podnikatelského záměru na pořádání letního tábora pro děti. Zaměřuje se sestavením kalkulace, rozpočtu a marketingového mixu. Tato práce obsahuje vlastní návrhy na pořádání letního tábora pro děti, personální zabezpečení, propagace, program tábora a ekonomické zhodnocení. Hlavním cílem bude zjistit, zda tento návrh bude realizovatelný.

Abstract

Bachelor thesis deals with the making of a business plan for organizing a summer camp for children. It concentrates on the calculation of costing, budgeting and marketing mix. This thesis contains own suggestions for organizing a summer camp for children, staffing, promotion, camp program and economic evaluation. The main objective will be to determine whether this proposal will be feasible.

Klíčová slova

Podnikatelský záměr, podnikání, SWOT analýza, kalkulace, rozpočet, volný čas, letní tábor.

Keywords

Bussines plan, bussiness, SWOT analysis, calculation, budget, free time, summer camp.

Bibliografická citace práce

KOLÁŘOVÁ, R. *Podnikatelský záměr na pořádání letního tábora pro děti*. Brno: Vysoké učení technické v Brně, fakulta podnikatelská, 2014. 57 s. Vedoucí bakalářské práce Doc. PaedDr. Pavel Korvas, CSc.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem ve své práci neporušila autorská práva (ve smyslu Zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském a o právech souvisejících s právem autorským).

V Brně dne 25. 5. 2015

.....

podpis studenta

Poděkování

Tímto bych moc ráda poděkovala vedoucímu práce Doc. PaedDr. Pavlu Korvasovi, CSs. za odborné vedení a trpělivost při psaní bakalářské práce.

Dále bych ráda poděkovala Mgr. Renátě Kolářové, hospodářce tábora za nahlédnutí do táborové dokumentace.

OBSAH

ÚVOD	11
1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ	12
1.1 Cíle práce	12
1.2 Metody a postupy zpracování	12
2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA	13
2.1 Podnikání.....	13
2.2 Podnik	13
2.3 Podnikatel.....	13
2.4 Formy podnikání	13
2.4.1 Obchodní společnosti	13
2.4.2 Živnosti.....	14
2.4.3 Družstvo	15
2.5 Podnikatelský plán	15
2.6 Účel podnikatelského plánu	16
2.7 Struktura podnikatelského plánu.....	16
2.7.1 Titulní list	16
2.7.2 Exekutivní souhrn.....	16
2.7.3 Analýza trhu	17
2.7.4 Popis podniku	17
2.7.5 Výrobní plán.....	17
2.7.6 Marketingový plán	17
2.7.7 Organizační plán.....	18
2.7.8 Hodnocení rizik	18
2.7.9 Finanční plán	18
2.7.10 Přílohy	18

2.8	Strategické analýzy	18
2.8.1	SWOT analýza	19
2.8.2	SLEPT analýza	20
2.8.3	Porterův model pěti sil	20
2.8.4	Marketingový mix	21
2.9	Náklady	25
2.9.1	Členění nákladů	25
2.9.2	Kalkulace nákladů	26
2.9.3	Kalkulační metody	27
2.9.4	Druhy kalkulací	27
2.10	Rozpočetnictví	28
2.11	Bod zvratu	28
2.12	Teorie volného času	29
2.13	Problémy volného času u dětí	29
2.14	Tábor pro děti	30
3	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU	31
3.1	Občanské sdružení	31
3.2	Strategické analýzy	32
3.2.1	SWOT analýza	32
3.2.2	Porterův model pěti sil	32
3.3	Dotazování	34
4	VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ	35
4.1	Víkendáci, o. s.	35
4.1.1	Cíl	35
4.2	Marketingový mix	35
4.2.1	Produkt	35

4.2.2	Cena.....	36
4.2.3	Místo.....	36
4.2.4	Propagace	38
4.3	Personální zajištění.....	38
4.4	Harmonogram přípravy.....	41
4.5	Program	42
4.6	Osmero dobrého tábora	43
4.7	Ekonomické zajištění	43
4.7.1	Variabilní náklady	43
4.7.2	Fixní náklady.....	45
4.7.3	Kalkulace dělením prostá	47
4.7.4	Rozpočet.....	47
4.7.5	Bod zvratu	48
4.7.6	Cash flow.....	49
4.8	Rizika	50
	ZÁVĚR.....	51
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	52
	SEZNAM TABULEK.....	54
	SEZNAM OBRÁZKŮ	55
	SEZNAM GRAFŮ	56
	SEZNAM PŘÍLOH.....	57

ÚVOD

Téma pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila podnikatelský záměr na pořádání letního tábora pro děti. Důvodem bylo to, že jsem už od malička jezdila na různé dětské tábory a sportovní akce pro děti. Následně jsem na táborech působila jako instruktor a potom jako oddílový vedoucí. Měla jsem také možnost si vyzkoušet pořádání tábora z hlediska spoluorganizátora a hospodáře.

Dětské tábory jsou dobrou příležitostí pro děti, jak trávit volný čas o prázdninách. Děti se tak na táborech účastní různých aktivit, her, soutěží, výletů, naučí se tábornické dovednosti, jako jsou rozdělávání ohně, Morseova abeceda apod. Není to pouze o tom, že rodiče odloží děti na tábor, aby dítě přečkalo pár dní prázdnin, ale děti se na táborech učí samostatnosti, různé dovednosti a vlastnosti, které jim budou v životě i ve škole přínosem. Většina dětí tráví prázdniny na počítačích a ne tak, jak by správně měly. Tábory jsou proto výbornou formou pobytové akce, kde děti tráví většinu času v přírodě a s kamarády a musí se tak obejít bez svých rodičů.

S organizací tábora se začíná dlouho před jeho realizací a při organizaci je důležitý každý detail. Naším cílem je tedy zorganizovat takový tábor, aby se na něj děti celý rok těšily, a aby si z nich odnesly hodně zážitků s kamarády i s vedoucími.

V této práci se budu zabývat sestavením podnikatelského záměru, strategickým analýzám, propagací, programem, personálnímu zajištění a zajištění letního tábora po ekonomické stránce, jako je sestavení rozpočtu akce a kalkulace ceny. Důležitou roli hraje propagace, když se nepřihlásí dostatek dětí, tak by se tábor vůbec nedal uskutečnit. Musíme tak oslovit velké množství potencionálních zákazníků.

1 CÍLE PRÁCE, METODY A POSTUPY ZPRACOVÁNÍ

1.1 Cíle práce

Hlavním cílem této bakalářské práce je navrhnout úspěšnou realizaci tábora pro děti, který bude pořádat občanské sdružení Víkendáci. Dílčím cílem je vykalkulovat cenu, provést strategické analýzy, marketingový mix a sestavit rozpočet pro letní tábor. Splnění těchto cílů se budu zabývat ve třech částech práce. V první části detailně nastuduji všechny potřebné dokumenty ohledně táborů pro děti a potřebné materiály, ve druhé části zpracuji potřebné analýzy a ve třetí části se budu zabývat ekonomickým zajištěním tábora, personálním zajištěním a programem.

1.2 Metody a postupy zpracování

Při tvorbě podnikatelského záměru nejdřív provedu SWOT analýzu a analýzu konkurenčního prostředí, ze kterých zjistím slabé stránky, silné stránky, potenciální hrozby a příležitosti a stav konkurence v daném odvětví. K vypočítání ceny tábora bude použita kalkulace a na základě vykalkulované ceny, očekávaných nákladů a výnosů stanovím rozpočet.

2 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

2.1 Podnikání

„Podnikáním se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost a za účelem dosažení zisku“ (BIŇOVEC, 2001, s. 53).

2.2 Podnik

Podnikem rozumíme právní celek, který je vytvořený předepsaným způsobem proto, aby produkoval a prodával statky a služby. Při uskutečňování své činnosti jedná samostatně a svým jménem (BIŇOVEC, 2001).

2.3 Podnikatel

Podnikatelem může být člověk, který provozuje svůj vlastní podnik. Mohou to být i fyzické osoby, např. lékárník, advokát, tlumočnick, jejichž činnost je upravena samostatným zákonem. K podnikání se může sdružovat i více lidí, kteří provozují podnik v podobě obchodní společnosti nebo družstva. Podnikatelem může být i stát (BIŇOVEC, 2001).

Podnikatelem podle (Zákon č. 513/1991 Sb.) je:

- osoba zapsána v obchodním rejstříku,
- osoba, která podniká na základě živnostenského oprávnění
- osoba, která podniká na základě jiného než živnostenského oprávnění
- osoba, která provozuje zemědělskou výrobu a je zapsána do evidence podle zvláštního předpisu

2.4 Formy podnikání

2.4.1 Obchodní společnosti

Obchodní společnosti jsou osoby založené za účelem podnikání a jsou právníckými osobami. Upravuje je obchodní zákoník, který vymezuje čtyři formy společností:

- „veřejná obchodní společnost
- komanditní společnost

- *společnost s ručením omezeným*
- *akciová společnost*“ (BIŇOVEC, 2001, s. 65).

Založení – obchodní korporace se zakládá společenskou smlouvou. Když společnost zakládá jediný zakladatel, obchodní korporace se zakládá veřejnou listinou.

Vklad – je peněžní vyjádření hodnoty předmětu vloženého do základního kapitálu obchodní korporace. Předmětem vkladu je věc, kterou se společník zavazuje vložit do obchodní korporace.

Základní kapitál – základní kapitál obchodní korporace je souhrn všech vkladů do společnosti.

Podíl – podíl představuje účast společníka v obchodní korporaci.

Orgány – nejvyšším orgánem v osobní společnosti jsou všichni její společníci, v kapitálové společnosti valná hromada. Kontrolním orgánem obchodní korporace je dozorčí rada, kontrolní komise nebo jiný obdobný orgán. Kolektivní orgán zvolí předsedu, jehož hlas je v případě rovnosti hlasů rozhodující. Statutárním orgánem osobní společnosti je každý její společník (Zákon č. 90/2012 Sb.).

2.4.2 Živnosti

„Živnost je činnost, provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem“ (Zákon č. 455/1991 Sb.).

Podmínky pro provozování živnosti:

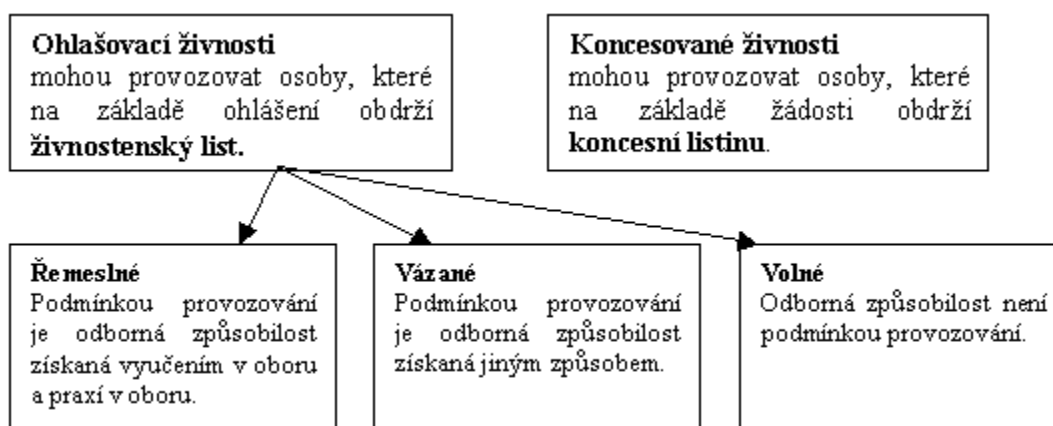
a) Všeobecné podmínky

- dosáhnout věku 18 let
- být způsobilý k právním úkonům
- být bezúhonný

b) zvláštní podmínky

- mít odbornou nebo jinou způsobilost (Zákon č. 455/1991 Sb.)

Rozdělení živnosti je možno vidět z následujícího obrázku:



Obrázek č. 1: rozdělení živnosti

Zdroj: www.zaciname.podnikat.sweb.cz, 2012

2.4.3 Družstvo

„Družstvo je společenství neuzavřeného počtu osob, které je založeno za účelem vzájemné podpory svých členů nebo třetích osob, případně za účelem podnikání. Družstvo má nejméně 3 členy. Firma obsahuje označení družstvo“ (Zákon č.90/2012 Sb.).

Založení – k založení družstva je nutná ustavující schůze, která zvolí členy orgánů družstva a schválí způsob splnění základního členského vkladu, popřípadě i vstupního vkladu.

Vklad – každý člen se podílí na základním kapitálu základním členským příspěvkem. Výše členského vkladu může být pro jednotlivé členy různá.

Základní kapitál – není určen (Zákon č. 90/2012 Sb.)

Orgány družstva – nejvyšším orgánem je členská schůze. Statutárním orgánem je představenstvo, které řídí činnost družstva. Kontrolní komise kontroluje činnost družstva a projednává stížnosti (BIŇOVEC, 2001).

2.5 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je dokument, který popisuje všechny vnější a vnitřní okolnosti související s podnikatelským záměrem. Je to formální shrnutí podnikatelských cílů, důvodů jejich reálnosti a dosažitelnosti (SRPOVÁ, 2011).

2.6 Účel podnikatelského plánu

K čemu vlastně podnikatelský plán používáme? Podnikatelský plán obecně slouží k vnitřní potřebě podniku, nebo jako podklad pro získání cizích finančních zdrojů (úvěr z banky). Podnikatelský plán může být i sekundárně použit i pro jiné účely (KORÁB, 2008).

2.7 Struktura podnikatelského plánu

Obsah podnikatelského plánu není nijak závazně dán. Dále uvedená struktura podnikatelského plánu je jedna z mnoha možností.

Podle (KORÁB, 2008) může být struktura podnikatelského plánu taková:

- titulní strana
- exekutivní souhrn
- analýza trhu
- popis podniku
- výrobní plán
- marketingový plán
- organizační plán
- hodnocení rizik
- finanční plán
- přílohy

2.7.1 Titulní list

Na titulním listu se uvádí obchodní název a logo firmy, jméno autora, klíčové osoby, zakladatelé, datum založení apod. Žádná část podnikatelského plánu nesmí být reprodukována, kopírována nebo jakýmkoliv způsobem rozmnožována nebo ukládána v tištěné či elektronické podobě bez písemného souhlasu autora. Za titulní stranou by měl být obsah. Také je možné do této části doplnit úvod nebo autorovy cíle (SRPOVÁ, 2011).

2.7.2 Exekutivní souhrn

Této části je důležité věnovat mimořádnou pozornost. Exekutivní souhrn je stručné shrnutí nejdůležitějších aspektů podnikatelského plánu – hlavní myšlenka, silné stránky, očekávání a finanční plán, který by měl obsahovat výhled na několik

let dopředu. Cílem je ve čtenáři vzbudit zvědavost, aby pokračoval ve čtení podnikatelského plánu. Často je tato část napsána až po sestavení podnikatelského plánu.

2.7.3 Analýza trhu

Sem patří analýza konkurenčního prostředí. Zde se uvádí informace o konkurenčních firmách včetně jejich slabých a silných stránek a i možnosti, jak by mohli ovlivnit naši firmu. Do této kapitoly je také vhodné zahrnout přírodní faktory, politickou situaci a legislativní podmínky.

2.7.4 Popis podniku

V této části se uvádí zákonná forma podniku a prezentace produktů a služeb, jejichž prostřednictvím budou zajišťovány výnosy a zisk. Je zde uváděn také popis organizace. Tato část by měla obsahovat to, jakým způsobem bude podnik strukturovaný a můžeme popsat a zdůvodnit jeho organizační strukturu a dále prezentovat tým, který bude podnikatelský plán realizovat. V této části bychom též měli uvést kontaktní údaje o lokalitě provozovny. Měli bychom také sdělit, jestli využívám vlastní nemovitosti a prostory, nebo jestli máme prostory pouze pronajaté. Dále bychom měli vypíchnout naše klíčové kompetence a napsat silné stránky a příležitosti tak, jak je vnímáme (KORÁB, 2008,).

2.7.5 Výrobní plán

Tato kapitola zachycuje celý výrobní proces.

„Do této části je vhodné připojit seznam těch produktů, které podnik vyrábí či které má v plánu uvést na trh a ohodnocení jejich konkurenceschopnosti. V neposlední řadě se na tomto místě uvádějí různé certifikáty jakosti, kterými podnik disponuje“ (KORÁB, 2008, s. 38).

2.7.6 Marketingový plán

Marketing má velký vliv na budoucí úspěch firmy.

Tato část obsahuje tři typy rozhodnutí:

- *„výběr cílového trhu*
- *určení tržní pozice produktu*
- *rozhodnutí o marketingovém mixu“ (SRPOVÁ, 2011, s. 22).*

2.7.7 Organizační plán

V případě obchodní společnosti je důležité rozvést informace o managementu a dále údaje o obchodních podílech. Měli by zde být uvedeni klíčoví vedoucí pracovníci podniku a jejich vzdělání a praktické zkušenosti.

2.7.8 Hodnocení rizik

Součástí každého podnikatelského záměru by měla být část, která se snaží předcházet negativním důsledkům možného vývoje rizikových faktorů. V této části je třeba popsat největší rizika, která mohou vyplynout z konkurence nebo ze slabých stránek.

2.7.9 Finanční plán

Tato část by měla obsahovat finanční potřeby podniku, účetní výkazy (výkaz zisku a ztrát, výkaz cash-flow, rozvaha a analýza bodu zvratu) a soupis vlastních zdrojů, půjček, úvěrů a dotací (KORÁB, 2008).

2.7.10 Přílohy

Může jít podle (SRPOVÁ, 2011) o:

- životopis
- výpis z rejstříku
- podklady z finanční oblasti
- technické výkresy
- důležité smlouvy
- obrázky výrobků

2.8 Strategické analýzy

Strategické analýzy identifikují a hodnotí faktory vnějšího a vnitřního prostředí firmy. Analýzy by nám měly pomoci nalézt klíčové faktory, jež ovlivňují firmu (SRPOVÁ, 2011).

Strategické analýzy jsou velmi důležitou součástí tvorby strategie, které umožňují podnikům si uvědomit, jaká je současná situace ve firmě, jaké má předpoklady k úspěchu a na co by se měli vedoucí pracovníci v současnosti i v budoucnu soustředit (JONÁŠ, 2009).

2.8.1 SWOT analýza

SWOT analýza je nástroj používaný při tvorbě podnikové strategie k identifikaci silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb podniku. Silné a slabé stránky jsou vnitřní faktory, které vytváří, nebo snižují vnitřní hodnotu podniku. Příležitosti a hrozby jsou vnější faktory, které podnik nemůže jen tak dobře ovlivnit. Může je ale identifikovat pomocí vhodné analýzy. Tato analýza vede ke zlepšení výkonnosti organizace (KAŇOVSKÁ, 2009).

Název pro SWOT analýzu vznikl jako zkratky prvních písmen:

- **S – Strengths (silné stránky)** – pomáhají posilovat pozici na trhu. Můžou obsahovat dovednosti, schopnosti, znalosti, zkušenosti, zaměstnanci nebo vysoce kvalitní produkt.
- **W – Weaknesses (slabé stránky)** – jsou pravým opakem silných stránek. Jedná se o charakteristiky firmy, které mohou ohrozit dosahování cílů nebo existenci samotného podniku. Mezi slabé stránky řadíme například vysoké náklady nebo špatná dopravní dostupnost.
- **O – Opportunities (příležitosti)** – představují skutečnosti, které mohou firmě přinést úspěch, pokud je dokáže správně využít. Patří sem například módní trendy, daňové úlevy nebo technologický vývoj.
- **T – Threats (hrozby)** – můžou vyvolat snížení poptávky, zapříčinit nespokojenost zákazníků nebo dokonce ohrozit stabilitu firmy. Může jít například o živelné pohromy, aktivity konkurentů nebo zavádění nových obchodních bariér (ČEVELOVÁ, 2014).

	pozitivní	negativní
vnitřní	<p>S</p> <p>Strengths (silné stránky)</p>	<p>W</p> <p>Weaknesses (slabé stránky)</p>
vnější	<p>O</p> <p>Opportunities (příležitosti)</p>	<p>T</p> <p>Threats (hrozby)</p>

Obrázek č. 2: SWOT analýza
Zdroj: www.cevelova.cz, 2012

2.8.2 SLEPT analýza

Tato analýza slouží k identifikaci a zkoumání externích faktorů podniku.

Název pro SLEPT analýzu vznikl jako zkratky prvních písmen složek:

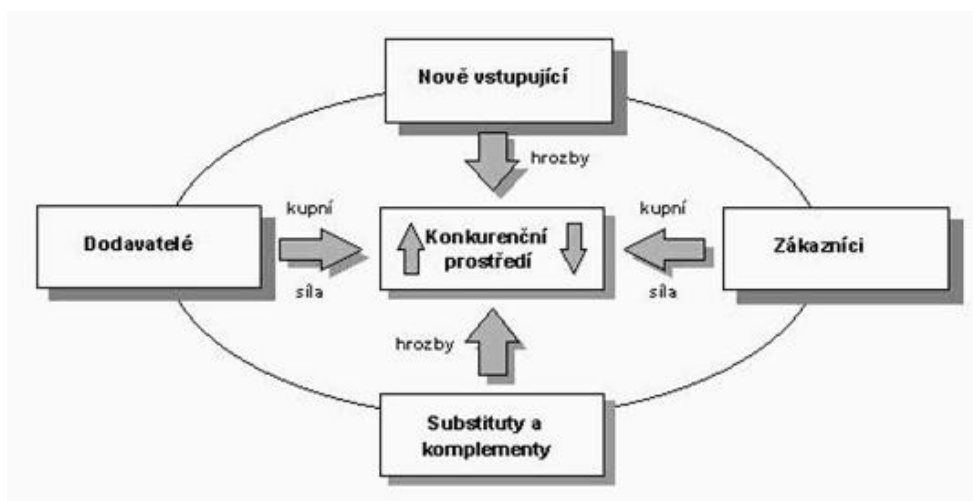
- **S** – sociální oblast
- **L** – legislativní oblast
- **E** – ekonomická oblast
- **P** – politická oblast
- **T** – technologická oblast (KORÁB, 2008).

2.8.3 Porterův model pěti sil

Jde o model zkoumání konkurentů našeho podniku, může jít o potenciální konkurenty nebo i o ty reálné, které již existují. Pro podnikatelský plán postačí vymezení pěti oblastí a to:

- **Konkurence** – konkurence ve stejné oblasti podnikání, ve které naše firma podniká.

- **Nová konkurence** – zahrnujeme sem ty subjekty, které na trh vstupují nebo chtějí vstoupit a hodlají být naší konkurencí.
- **Vyjednávací síla odběratelů** – vyvíjí tlak na snížení cen a usiluje o dosažení vyšší kvality nebo lepších služeb.
- **Vyjednávací síla dodavatelů** – hlavní riziko je to, že růst nákladů, které vyvolá zvýšení cen, může výrazně snížit ziskovost.
- **Hrozby substitučních výrobků** – ohrožení produktu firmy na trhu jinými příbuznými produkty, které nabízené produkty pouze nahrazují (PORTER, 1994).



Obrázek č. 3: porterův model pěti sil

Zdroj: www.strateg.cz, 2014

2.8.4 Marketingový mix

Jedná se o soubor marketingových nástrojů, které podnik využívá k tomu, aby produkce firmy byla co nejbližší přáním cílového zákazníka. Marketingový mix se sestavuje ze všeho, čím firma může ovlivnit poptávku a zahrnuje tzv. 4P: produkt, cena, distribuce a propagace (FORET, 2008).

Produkt

Produkt je cokoliv, co je poskytováno na trhu k uspokojení potřeb zákazníků. Lze ho doplňovat různými komplementy a přídavnými zařízeními (KAŇOVSKÁ, 2009).

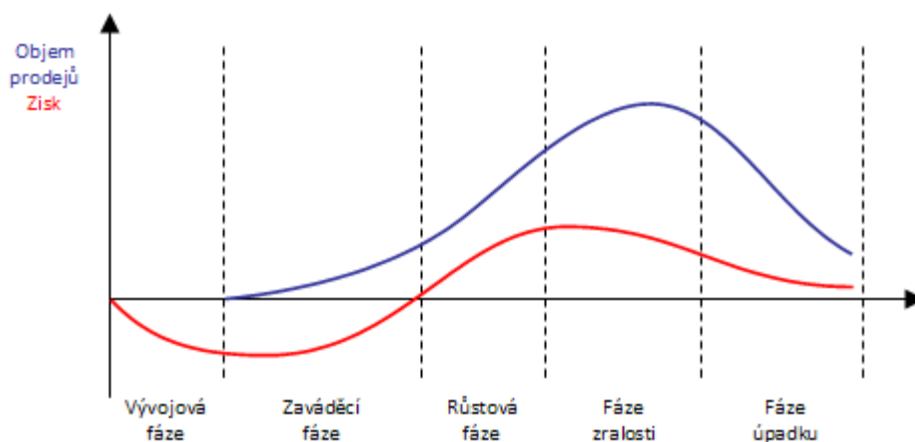
V analytickém pohledu podle (FORET, 2008) se rozlišují tři úrovně produktu:

- 1) Jádru – obecné vyjádření toho, co zákazníci kupují. Jde o základní užitek, který produkt přináší.
- 2) Reálný produkt potom zahrnuje další charakteristické znaky: kvalitu, provedení, styl, design, značku a obal.
- 3) Rozšířený produkt pak obsahuje další dodatečné služby nebo výhody pro zákazníky, jako jsou delší záruční lhůty, propagační opravy, platba na splátky atd.

Životní cyklus produktu

Doba životnosti produktu se počítá od chvíle, kdy je produkt zaveden na trh až do doby, kdy je z trhu stažen. Křivka určuje aktuální pozici produktu na trhu a vyjadřuje průběh poptávky a nabídky produktu. Každý produkt má svoji křivku životního cyklu a liší se od sebe délkou jednotlivých etap. Existují 4 etapy produktu a to:

- etapa zavádění
- etapa růstu
- etapa zralosti
- etapa úpadku (KAŇOVSKÁ, 2009).



Obrázek č. 4: životní cyklus produktu

Zdroj: www.managementmania.cz, 2013

Cena

Cena v nejužším slova smyslu je peněžní částka, která je účtována za výrobek nebo službu. V širším slova smyslu je cena souhrnem všech hodnot, které zákazníci vymění za užitek z užívání výrobku nebo služby (KOTLER, 2007).

Podnik stanovuje cenu při zavádění nového produktu na trh, nové nabídce pro zákazníka nebo pro uvádění produktu do distribuční cesty nebo na nová území.

V praxi se používají tři základní postupy určování cen:

- 1) Stanovení ceny na základě nákladů – patří k jednomu z nepoužívanějších způsobů stanovení ceny. Tento postup je založený na vyčíslení nákladů a zisku na produkt. Jedná se o jednoduchý způsob tvorby cen. Základní otázkou je, jaké náklady a v jaké výši mají být v ceně obsaženy.
- 2) Stanovení ceny na základě poptávky – vychází z odhadu objemu prodeje. Tvorba ceny odpovídá hodnotě, kterou danému produktu určí zákazník.
- 3) Stanovení ceny na základě konkurenčních cen – stanovená cena je základem pro vymezení výše nákladů, tj. takové výše, která umožní dosáhnout plánovanou míru zisku.

Ceny nových produktů se tvoří podle ceny srovnatelných produktů na trhu a také je důležité, jak zákazníci budou reagovat na tyto ceny (KAŇOVSKÁ, 2009).

Distribuce

Distribuce je rozhodnutí o tom, jakými cestami se nový produkt dostane na trh a k zákazníkovi. Za distribuční kanál se považují všechny podniky, které budou nápomocni při převodu vlastnictví produktů v případech, kdy se produkt dostává od výrobce ke konečnému spotřebiteli nebo k dalšímu zpracování.

Distribuční náklady tvoří 30% - 50% celkových nákladů produktu.

Distribuční síť je tvořena třemi skupinami, a to výrobci, distributory a dalšími podniky, které se podílí na výkonu specializovaných činností (FORET, 2008).

Mezi distribuční cesty patří:

- 1) „Výrobce – zákazník
 - 2) Výrobce – maloobchod – zákazník
 - 3) Výrobce – velkoobchod – maloobchod – zákazník
 - 4) Výrobce – agent – velkoobchod – maloobchod – zákazník“
- (KAŇOVSKÁ, 2001, s 73).

Propagace/ komunikační mix

Komunikační mix je založený na informování a přesvědčování cílových skupin, pomocí kterého naplňují firmy své marketingové cíle. Cílem je vyvolat a udržet zájem zákazníků o podnik a jeho produkty.

Mezi komunikační disciplíny patří:

Reklama

„Reklama je nejdůležitějším prostředkem pro vytváření a posilování značek. Dokáže efektivně zvyšovat úroveň povědomí o značce a ovlivňovat asociace, které daná značka vyvolává. Její další předností je schopnost oslovit velké segmenty populace. Rozlišuje se televizní reklama, rozhlasová reklama, tisková reklama, venkovní reklama, reklama v kinech a on-line reklama“ (KARLÍČEK, 2013).

Přímý marketing

Jde o přímou nabídku produktu zákazníkovi. Může se jednat o teleshopping, neadresný mail, aktivní telemarketing, kupóny a zásilky (KAŇOVSKÁ, 2001.).

Podpora prodeje

Jedná se o nabízení zákazníkům vzorky zdarma, vzorky na vyzkoušení, kupóny, prémie, odměny za věrnost, soutěže, veletrhy a prezentace.

Osobní prodej

Je velmi efektivním způsobem prodeje. Zákazníka lze mnohem lépe přesvědčit o přednostech produktu komunikačními schopnostmi prodejce, než v reklamě (FORET, 2008).

Public relations (PR)

Cílem je vytvářet a udržovat pozitivní vztah s veřejností k podniku. Mezi nejčastější formy patří firemní časopisy, působení firmy na veletrzích, sponzoring, dokumentární krátké filmy o produktech podniku, články v tisku a výroční zprávy. (KAŇOVSKÁ, 2001).

2.9 Náklady

Sledování nákladů je velmi důležitým nástrojem řízení v každém podniku, protože tvoří rozhodující část koloběhu hospodářských prostředků podniku. Náklady sledujeme proto, abychom mohli porovnat plánované a skutečné náklady, určit zdroje úspor a porovnat náklady v různých podnicích. Náklady slouží také jako podklad pro kalkulaci, rozpočty a tvorbu cen.

„Sledování nákladů má přispět k plnění ekonomických úloh typu:

- *růst produktivity práce,*
- *zvyšování rentability,*
- *zvyšování kvality,*
- *růst zisku,*
- *snižování nákladů“ (HANUŠOVÁ, 2001).*

2.9.1 Členění nákladů

Při zkoumání nákladů je důležité je zkoumat a členit z mnoha hledisek.

Členění nákladů podle druhu:

Toto členění postihuje to, co všechno podnik spotřeboval. Jednotlivé druhy náklady jsou uspořádány do těchto skupin: spotřebované nákupy, služby, osobní náklady, odpisy, rezervy, ostatní provozní náklady, finanční náklady a mimořádné náklady.

Toto členění obsahuje:

- jednoduché náklady – obsahují jen jeden druh nákladů
- prvotní náklady – objevují se v podniku poprvé
- externí náklady – vznikají spotřebou výkonů, které byly vyrobeny jiným subjektem (BIŇOVEC, 2001).

Členění nákladů podle účelu:

- jednicové náklady – tyto náklady souvisí s jednotkou dílčího výkonu
- režijní náklady – jsou to ty náklady, které slouží k vytvoření a zajištění podmínek dané činnosti.

Kalkulační členění:

- přímé náklady – lze je přiřadit na kalkulační jednici
- nepřímé náklady – nelze je přiřadit k určitému druhu výkonů

Členění nákladů podle závislosti vzniku na změnách objemu výroby:

- fixní náklady (volné, využité, neměnné, měnící se skokem, smíšené)
- variabilní náklady (lineární, progresivní, degresivní)

Členění nákladů z hlediska změn v podmínkách nákladového procesu:

- relevantní – náklady změnou ovlivnitelné
- irelevantní – náklady změnou neovlivnitelné (HANUŠOVÁ, 2001).

2.9.2 Kalkulace nákladů

Kalkulace je postupné přiřazování nákladů na kalkulační jednici. Pomocí kalkulace můžeme zjistit náklady na jeden výkon. Předmětem kalkulace jsou všechny výkony podniku, které jsou vymezeny kalkulační jednicí nebo kalkulačním množstvím.

Struktura nákladů v kalkulaci:

Struktura nákladů je v každém podniku jiná a je individuální.

Kalkulační vzorec:

Kalkulační vzorec je způsob řazení nákladových položek (STRACHOTOVÁ, 2014).

Kalkulační vzorec podle (STRACHOTOVÁ, 2014):

Tabulka č. 1: obecný kalkulační vzorec

Zdroj: STRACHOTOVÁ, 2014

1	přímý materiál
2	přímé mzdy
3	ostatní přímé náklady
4	provozní režie
=	vlastní náklady výroby
5	správní režie
=	vlastní náklady výkonu
6	odbytová režie
=	úplně vlastní náklady výkonu
7	Zisk
=	cena výkonu

2.9.3 Kalkulační metody

Kalkulačním metodám rozumíme jako způsob, jakým stanovíme jednotlivé složky nákladů na kalkulační jednici.

Kalkulační metody dělíme takto:

1. „Kalkulace dělením

- Prostá
- S poměrovými čísly
- Stupňovitá
- ABC

2. Kalkulace přírážková“ (HANUŠOVÁ, 2001).

2.9.4 Druhy kalkulací

Kalkulaci členíme více způsoby podle (HANUŠOVÁ, 2001):

1. Předběžná – používá se u předem stanovených nákladů

- propočtová kalkulace
- plánová kalkulace
- operativní kalkulace

2. Výsledná – používá se na základě skutečných nákladů
 - okamžiková kalkulace
 - intervalová kalkulace.

2.10 Rozpočetnictví

Rozpočetnictví slouží jako nástroj manažerského účetnictví a je zaměřeno na budoucnost. Pomocí rozpočtu můžeme stanovit plánované náklady a výnosy a poskytuje informace pro sestavení předběžných kalkulací.

Členění rozpočtů:

1. *Podle obsahu*

- rozpočty nákladů
- rozpočty výnosů

2. *Podle období, pro které jsou sestavovány*

- krátkodobé rozpočty
- roční rozpočty
- rozpočty dlouhodobé

3. *Podle organizačního stupně*

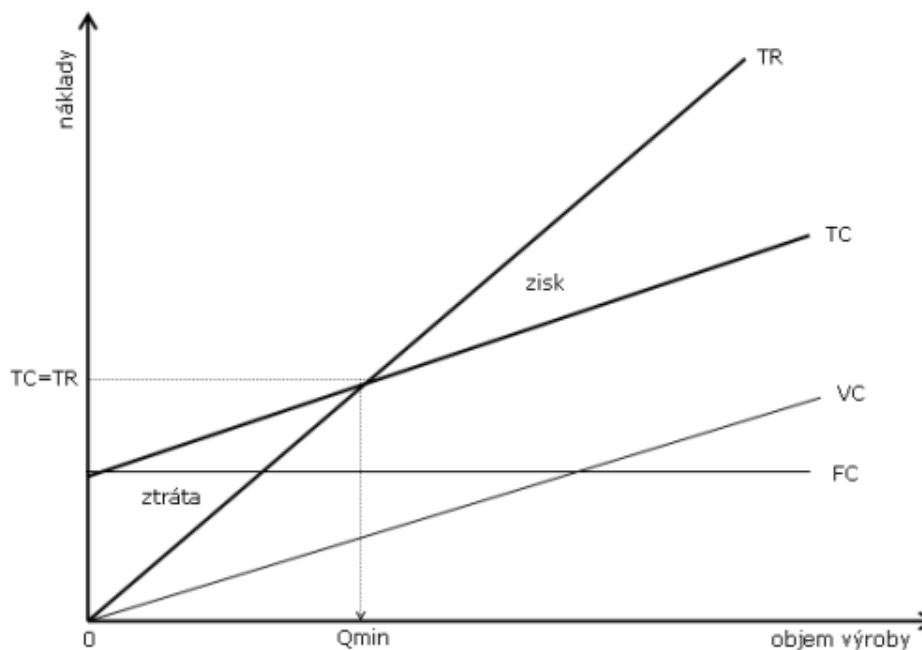
- základní rozpočty
- souhrnné rozpočty (ČUHLOVÁ, MUNZAR, 2004)

2.11 Bod zvratu

Bod zvratu je takový stav firmy, kdy firma začíná vytvářet zisk. V tomto bodě se vyrovnají náklady s příjmy. Pomocí bodu zvratu si můžeme odpovědět na řadu otázek:

- *„jaké je minimální množství výroby, které zabezpečí rentabilní výrobu*
- *jaké je minimální využití výrobní kapacity, při které není výroba ztrátová*
- *jaké jsou maximální výrobní náklady výrobku, aniž by byl ztrátový*
- *při jakém objemu výroby dosahuje podnik maximálního zisku*

Analýza bodu zvratu vychází v těchto veličin: množství produkce, cena výrobu, variabilních nákladů a fixních nákladů“ (ŠKAPA, 2012, s. 49).



Graf č. 1: bod zvratu
Zdroj: <http://nop.topsid.com>, 2014

2.12 Teorie volného času

Volný čas lze definovat jako dobu, časový prostor, v němž člověk nemá žádné povinnosti a v němž se pouze na základě svého vlastního svobodného rozhodnutí věnuje vybraným činnostem. Tyto činnosti ho velmi baví, přinášejí mu radost a nejsou zdrojem trvalých obav či pocitů úzkosti (SLEPIČKOVÁ, 2005,).

2.13 Problémy volného času u dětí

Volný čas je pro člověka velmi příjemnou záležitostí. Přináší ale i problémy, které jsou záležitostí i celé společnosti. Na jedné straně to souvisí se způsobem, jakým jedinec se svým volným časem naloží a na druhé straně s podmínkami pro trávení volného času. Z hlediska věku je nejdůležitější se věnovat skupině dětí a mládeže. Tato populace se pohybuje v prostředí rodiny, školy a ve skupinách svých kamarádů. Rodina je ale první, která na jedince už od svého dětství uplatňuje svůj vliv. Otázkou tedy je, jestli rodina umí trávit volný čas společně a vhodným

způsobem. Zajímají se rodiče vždy o to, co dělají jejich děti ve volném čase? K vlivům rodiny se často připojují i vlivy širšího sociálního prostředí jako je škola, kamarádi, různé zájmové organizace atd. Jestli má volný čas přispívat k životu dětí, musí společnost věnovat těmto vlivům velikou pozornost.

2.14 Tábor pro děti

Tábor pro děti je organizovaný pobyt pro 30 a více dětí ve věku do 15 let na dobu delší než pět dnů. Tábor by neměl být pouze bezstarostným pobytem. Jeho účel je mnohem širší, kromě zábavy by měl rozvíjet i osobnost dítěte. Správný tábor by měl být pro dítě přínosem ve všech směrech, měl by rozvíjet osobnost dítěte, podpořit jeho sebedůvěru, tvořivost, samostatnost a hlavně rozšířit jeho znalosti a dovednosti. Základními cíly výchovně vzdělávacího procesu na táboře by mělo být:

- získávání, zdokonalování, upevňování a rozšiřování vědomostí – je to část činností, kdy děti získávají vědomosti, učí se něčemu novému a o něčem se dozvídají
- získávání a zdokonalování dovedností
- přetváření dovedností na návyky – zautomatizované dovednosti, např. hygienické návyky

Program by těmto požadavkům měl být přizpůsobený a měl by být pro děti co nejatraktivnější a pestrý (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

3 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU

Tato část bakalářské práce bude zaměřena na analýzu současného stavu a analýzu konkurence. Analýzu konkurence provedu v Bruntále a okolí, kde organizátorů táborů není příliš mnoho.

Existuje celá řada druhů táborů. U příměstského tábora je specifické to, že děti přespávají doma a přes den pro ně mají nachystaný program organizátoři tábora. Potom dále existují tábory s různým sportovním zaměřením, např. (florbal, fotbal, jezdeckví na koních, plavání). Nebo potom běžný tábor, kde je náplní především celotáborová hra. Tábory mají různou délku trvání, nejčastější je to ale 14 nebo 10 dní.

3.1 Občanské sdružení

Spolek můžou založit alespoň 3 osoby na základě stanov, které by měly obsahovat alespoň název a sídlo spolku, účel, práva a povinnosti členů a statutární orgán. *„Hlavní činností spolku může být jen uspokojování a ochrana těch zájmů, k jejichž naplňování je spolek založen“*. Jiná výdělečná činnost jako hlavní činností spolku být nemůže (Zákon č. 89/2012 Sb.).

Zisk z činnosti lze použít pouze na spolkovou činnost. Spolek vznikne dnem zápisu do veřejného rejstříku. Orgány spolku jsou statutární orgán a nejvyšší orgán. Nejvyšším orgánem spolku je členská schůze, která se svolává nejméně jedenkrát do roka (Zákon č. 89/2012 Sb.).

V současné době od 1. ledna 2015 se sdružení považují za spolky. Spolky budou automaticky zapsány ministerstvem vnitra v novém rejstříku vedeném soudy, ale co už musí udělat samotná občanská sdružení je to, že musí změnit stanovy a název. Změna názvu musí být provedena do 1. ledna 2016 a název musí obsahovat „spolek“, „zapsaný spolek“ nebo zkratku „z. s.“. Změna stanov pak musí být provedena do 1. ledna 2017 (PAVLORKOVÁ, 2014).

3.2 Strategické analýzy

3.2.1 SWOT analýza

Pomocí SWOT analýzy můžeme analyzovat silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby podniku. Analýza silných a slabých stránek se zaměřuje na vnitřní prostředí podniku a příležitosti a hrozby na vnější prostředí podniku.

S (strengths) – silné stránky

- kvalitní tábor
- zdravotníci ze záchranné služby
- velký počet míst
- personál s dlouholetými zkušenostmi
- velké množství sponzorů a darů
- kvalitní program
- střídání táborových základen (děti poznají více míst)

W (weaknesses) – slabé stránka

- horší dostupnost táborové základny

O (opportunities) – příležitosti

- marketing
- rozšíření o více turnusů

T (threats) – hrozby

- konkurence
- stále slabší zájem o tábory
- vztahy mezi pracovníky
- opotřebením táborové základny

3.2.2 Porterův model pěti sil

Analýza konkurenčního prostředí je zaměřena na zkoumání konkurenčních spolků, které pořádají letní tábory. O letní tábory je v současné době menší zájem než dříve.

Konkurence

Konkurence v oboru pořádání táborů v Moravsko-slezském kraji není příliš vysoká. Jedná se o desítky spolků a sdružení, které pořádají tábory. Tábory a jejich zaměření jsou různá a každý organizátor nabízí dětem něco jiného. Je jen na rodičích, aby dětem vybrali ten správný tábor, jestli mají zájem o klasický tábor, nebo jestli dávají přednost táboru s nějakým zaměřením (tábor s výukou jazyků, taneční tábor, jezdecký tábor, umělecký tábor...). V rozhodování, na který tábor dítě poslat hraje roli několik ukazatelů, např. cena, místo konání, délka trvání, zaměření tábora, personál tábora atd.

Riziko vstupu potenciálních konkurentů

Vstoupit na trh v oboru tábory pro děti je podle mého názoru velice těžké. Kdo by poslal své dítě na tábor s někým, kdo v této oblasti nemá ještě žádné zkušenosti? V této oblasti se jedná o desítky spolků, které pořádají tábory už desítky let, a každý rodič by určitě chtěl poslat své dítě na tábor, o kterém ví, že o něj bude dobře postaráno. Riziko vstupu potenciálních konkurentů není proto moc vysoká.

Dodavatelé

Tábor v roce 2015 se bude konat v Karlovicích (okres Bruntál). Menší nákupy se provádí v Bruntále, ale většina potravin bude dovážena od dodavatelů přímo na tábor. V Bruntálské pekárně je taktéž domluvená dodávka pečiva každé ráno.

Síla kupujících

Tábory, které budou pořádány občanským sdružením Víkendáci, jsou určeny pro děti od 6 – 15 let. Hlavní předností táborů bude to, že má velice kvalitní personál zdravotníků, kteří pracují jako záchranáři v záchranné službě a i vedoucí a instruktory, kteří mají dlouholeté zkušenosti. Předností je také velice pestrý program.

Hrozba substitutu

Lidé se vždy snaží najít co nejlevnější variantu, ale ne vždy se to vyplatí. Není to tak, že ty levnější tábory jsou méně kvalitní. Dražší tábory mají většinou nějaké zaměření a jsou více náročné na přípravu, kvalifikovaný personál, materiál a vybavení. Cena může hrát ve výběru tábora velikou roli, protože rodiče na tábor posílají i více svých dětí, tak se tábor pro některé rodiny může hodně prodražit.

3.3 Dotazování

Pro zjištění podrobnějších informací byl vytvořen dotazník, který je tvořen z 11 otázek (7 uzavřených otázek, 4 otevřené otázky). Otázky jsou zaměřené na volný čas dětí a jejich zkušenosti s dětskými tábory. Dotazování byli rodiče dětí, kteří sami nejlépe vědí, jak jejich dítě tráví volný čas a jestli už se zúčastnili tábora. Dotazník je uveden v příloze č. 3.

Dotazování rodiče v dotazníku uvedly, že mají nejčastěji dvě děti, na druhém místě pak jedno dítě, a na třetím místě tři děti. Jejich průměrný věk je 10,1 let. S příjemným překvapením jsem zjistila, že 94% dětí od všech dotazovaných rodičů navštěvuje pravidelně nějaký kroužek a z toho 88% dětí navštěvuje pohybovou aktivitu, zbytek respondentů navštěvuje jiný kroužek, např. jazykový, hudební, nebo dramatický kroužek. 14% všech dětí, nikdy nebylo na letním táboře pro děti. Podle mého názoru by každé dítě alespoň jednou za život mělo navštívit letní tábor. Všechny děti, co byly na táboře, byly velmi spokojeny a určitě by se na tábor ještě někdy vrátily.

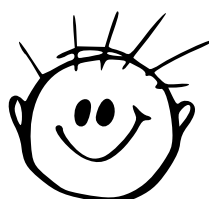
Dotazník mi také odpověděl na otázky ohledně tábora, který bude pořádán v Karlovicích u Bruntálu občanským sdružením Víkendáci. Jednalo se hlavně o nápady na název tábora, kde zvítězila odpověď Simpsonovi. Dále si respondenti zvolili datum tábora a to 2/2 července (12. 7. – 25. 7. 2015). Jejich názory na cenu tábora byly různé, samozřejmě podle délky tábora, kterou si zvolili nejčastěji 13-14 dní. Ceny se pohybovali kolem 3000 Kč – 7000 Kč podle toho, kolik dní by tábor trval. Když by tábor trval 7 dní, tak cena v dotazníku byla nejčastěji 3000 Kč. Při délce tábora 13-14 si respondenti nejčastěji představují cenu 4000 Kč. Objevovali se i ceny mnohem vyšší, např. 7000 Kč.

4 VLASTNÍ NÁVRHY ŘEŠENÍ

V této kapitole se budu věnovat letnímu táboru v Karlovicích, zajištění propagace a marketingu, personální zabezpečení a povinnosti každé funkce, vypočítání ceny a sestavení rozpočtu.

4.1 Víkendáci, o. s.

Občanské sdružení Víkendáci bylo založeno za účelem pořádání letních táborů. Hlavním cílem tedy není zisk, ale spokojenost dětí.



Obrázek č. 5: logo Víkendáci, o. s.
Zdroj: www.vikendaci.cz, 2012

4.1.1 Cíl

Cílem našeho sdružení je nabídnout dětem smysluplné využití volného času v období letních prázdnin. Také se snažíme získat důvěru rodičů, aby se nebáli svěřit nám svoje děti a aby si byli jistí, že je o ně výborně postaráno. Snažíme se o to, aby každý tábor byl úplně jiný, a proto se tábor každý rok bude konat na jiném tábořišti. Zaměřujeme se především na Olomouckou a moravsko-slezskou oblast a náš tým má okolo 30 členů. Jedná se o zkušené vedoucí, kteří na tábory jezdí už řadu let ale i studenty, kteří teprve sbírají zkušenosti. Mezi členy patří také kuchařky, zdravotníci, fotograf a pomocní pracovníci.

4.2 Marketingový mix

Sestavení marketingového mixu je v tomto případě velmi důležité. Hlavním cílem je získat dostatek dětí, aby se tábor mohl vůbec uskutečnit.

4.2.1 Produkt

Tábor bude zaměřený na klasické tábornické dovednosti. Celých 14 dní bude provázeno celotáborovou hrou motivovanou známým seriálem Simpsonovi, kterou si respondenti sami vybrali. Táborníci se budou účastnit i různých her, výletů, soutěží a sportovních aktivit. Děti budou 24hod denně pod dozorem

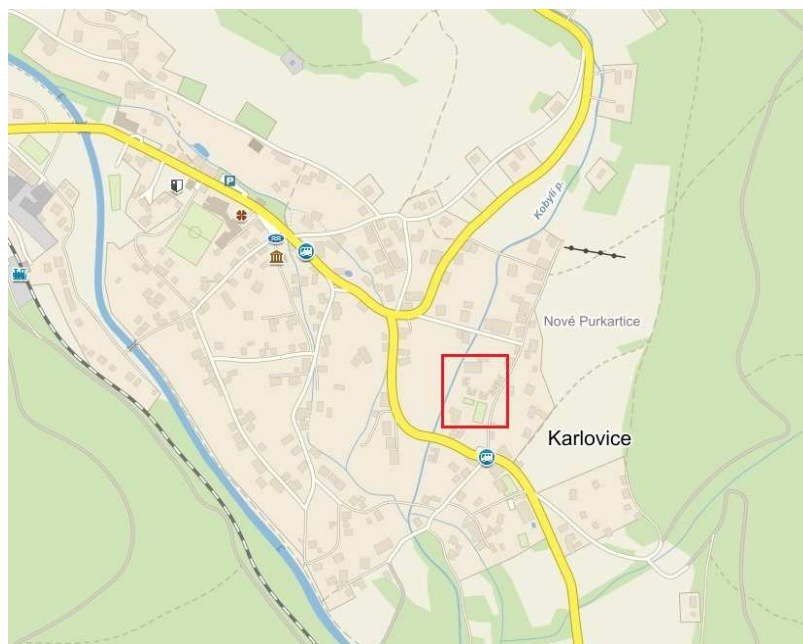
vyškoleným personálem. Tábor bude pojatý jak zábavnou formou, tak aby děti i poznali nové věci a vzdělávali se.

4.2.2 Cena

Cena zahrnuje ubytování, stravu, pitný režim, odměny personálu, odměny za soutěže, vstup na koupaliště, doprava na tábor, zdravotnický materiál, náklady na hry, náklady na propagaci a opravy a udržování. Cena letního tábora bude uvedena na internetu a na propagačních letácích. Rodiče posílají peníze pouze na uvedený účet na internetu. Cena bude provedena pomocí kalkulačního vzorce.

4.2.3 Místo

Letní tábor 2015 pořádaný Víkendáci, o. s. se bude konat v Karlovicích (okres Bruntál). Obec Karlovice se nachází 20Km od Bruntálu. Táborová základna je celá oplocená, proto nehrozí vstupu cizí osoby. V areálu tábořiště se nachází 3 velká hřiště, na kterých budeme velmi často hrát různé hry. Děti budou ubytované v chatkách a v budově, ve které budou ubytované spíše menší děti. V budově se pak nachází sociální zařízení, jídelna a kuchyň s plným vybavením. Za špatného počasí bude dětem vymyšlená náhradní varianta a to různé hry v budově. Blízko táborové základny se nachází upravený vstup do řeky, kde za příznivého počasí bude možnost se jít vykoupat. Kolem tábořiště se nachází i řada lesů, které budeme moct využívat pro různé hry a činnosti. Jelikož obec Karlovice se nachází v Jeseníkách, tak se hned nabízí celodenní výlet na Praděd.



Obrázek č. 6: mapa (umístění tábořiště)

Zdroj: vlastní zpracování. Původní obrázek z www.mapy.cz



Obrázek č. 7: doporučená trasa příjezdu

Zdroj: vlastní zpracování. Původní obrázek z www.mapy.cz

4.2.4 Propagace

Pro tento tábor budou vyrobeny letáčky a plakáty, které budou vyvěšeny na místech, které děti a rodiče navštěvují (základní školy, bazén, mateřské školy, výlohy obchodů). Letáčky budou vytisknuté ve velikosti A3 a ty budou vyvěšené na viditelných místech. Na Dětském dnu konaném v Bruntále potom budou menší letáčky rozdávány přímo dětem a rodičům.

Podrobnější informace budou na webových stránkách občanského sdružení a na Facebooku.

Propagaci musíme věnovat hodně času, aby se co nejvíce lidí o tomto táboře dozvědělo a aby byla větší šance, že se přihlásí co nejvíce dětí.



Obrázek č. 8: letáček
Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Personální zajištění

O děti se po celou dobu stará vyškolený personál, který zná podrobně jeho práva a povinnosti, které souvisí s jeho funkcí. Tyto funkce jsou velice nezbytné pro chod dětského tábora. Na dětském táboře musí být tyto pracovníci:

Hlavní vedoucí

Hlavní vedoucí je ten, který nese plnou odpovědnost za celý chod tábora. Musí být starší 18 let a měl by mít zkušenosti s prací s dětmi ale i zkušenosti s oddílovými vedoucími. Hlavní vedoucí odvede většinu práce ještě před tím, než tábor začne. O všech rozhodnutích se radí s ostatními vedoucími, ale jen on má právo konečného rozhodnutí. Nese hlavní odpovědnost za spokojenost dětí a rodičům zodpovídá za jejich děti. Po celou dobu tábora je odpovědný za práci celého personálu, za provoz a za plnění všech hygienických a bezpečnostních předpisů. Podílí se na organizaci a přípravě tábora – program, rozdělení dětí do oddílů, celotáborová hra, denní režim atd (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Hospodář

Hospodář musí umět hospodařit s penězi (jednoduché účetnictví) a má právo disponovat se všemi finančními i materiálními prostředky. Je podřízený hlavnímu vedoucímu a musí znát všechny směrnice platné pro provoz letních táborů pro děti a musí mít zdravotní průkaz. Měl by být starší 18 let. Na začátku tábora seznámí všechny personál s jejich povinnostmi. Proškolí personál kuchyně s bezpečností práce a ochrany zdraví. Po skončení tábora provede ekonomického zhodnocení (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Oddílový vedoucí

Tak jako hlavní vedoucí, i oddílový vedoucí musí být starší 18 let a měl by mít zkušenosti s pořádáním tábora alespoň s funkcí instruktora. Je podřízený hlavnímu vedoucímu a po celou dobu tábora odpovídá za děti v oddíle a za jeho programovou výchovu a to po dobu 24 hodin denně. Dětem by měl být rádcem, pomocníkem a především by jim měl být příkladem. Hlavní odměnou za jeho vytrvalou práci po celou dobu tábora je vděk dětí za to, že se jim na táboře líbilo a pocit, že udělal vše pro dobrý průběh tábora. Před odjezdem na tábor by se měl seznámit s táborovým řádem, režimem dne, táborovými tradicemi a měl by se zúčastnit přípravy programu a celotáborové hry. Musí být seznámen se všemi předpisy, které se vztahují s jeho funkcí na táboře. První den tábora by měl seznámit děti se základními požadavky, normami a jejich právy a povinnostmi. Po celou dobu

tábora respektuje bezpečnostní předpisy pro práci s dětmi a bezpečnost (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Instruktor

Instruktor je podřízen oddílovému vedoucímu a podle jeho pokynů spolupracuje s oddílem. Musí mít minimálně 15 let a nemá plnou právní odpovědnost. Nesmí vést oddíl, chodit s ním na výlety a nesmí se s dětmi sám koupat. Je povinen dodržovat pokyny hlavního a oddílového vedoucího (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Kuchař

Kuchař je zodpovědný za celý chod kuchyně. Musí znát všechny předpisy týkající se hygieny a musí mít platný zdravotní průkaz. Dbá na správné zpracování potravin a řídí se pokyny hlavního vedoucího a hospodáře. Odpovídá za sklad potravin a podílí se na vytváření jídelního lístku, který musí být sestaven ještě před odjezdem na tábor (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Zdravotník

Zdravotníkem může být buď dětská sestra, porodní asistentka, student lékařské fakulty třetího ročníku, lékař nebo všeobecná zdravotní sestra. Tuto funkci může zastávat i ten, kdo absolvoval kurz první pomoci se zaměřením na zdravotnické činnosti při zotavovacích akcích. Zdravotník se může starat maximálně o 80 dětí. Před zahájením akce si musí projít všechny přihlášky od dětí a zjistit jejich zdravotní omezení. Po celou dobu tábora ošetřuje poranění a na izolaci ošetřuje nemocné. Provádí denní úklid v prostorách dětí a dbá na jejich správnou hygienu. Musí vést zdravotnický deník. Dohlíží na děti při koupání a účastní se programu (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Provozní pracovníci

Jedná se o podřízené pracovníky. Jsou to pomocnice kuchařek, fotograf nebo řidič. Fotograf nejen fotí děti při hrách, ale píše i články na internet o činnostech, které se na táborech dělali, a pak to sdílí na internetové stránky.

4.4 Harmonogram přípravy

Leden

V první řadě je nejdůležitější určit počet účastníků tábora, termín konání a poté rezervovat táborovou základnu. Od počtu účastníků se odvíjí počet personálu, který si musíme určit hned na začátku. Dále je důležité vymyslet název celotáborové hry, na kterém se většinou podílí celý kolektiv vedoucích (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Únor

V tomto měsíci je nejdůležitější propagace akce – vyvěšení letáčků na místa, kde se pohybují děti i rodiče, umístění reklamy na internetové stránky. Propagace je velmi důležitá, bez dostatečného počtu účastníků se tábor nedá vůbec uspořádat (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Březen

Začíná se rozpracovávat program, koná se schůzka pracovníků tábora, zabezpečování materiálního vybavení a sponzorských darů, příprava jídelního lístku a režimu dne (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Duben

Zabezpečení dopravy na tábor, evidence přihlášek, zajištění dodavatelů potravin a oznámení tábora orgánům a institucím (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Květen

Rozeslání všech podstatných informací účastníkům ohledně organizace, kontrola vybavy táborové základny, kontrola plateb dětí a proškolení všech pracovníků tábora o bezpečnosti, ochraně zdraví a hygieně (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Červen

Zpracování jmenného seznamu všech dětí, rozřazení dětí do oddílů a kontrola plate (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

Po skončení tábora

Zpracování celkového i ekonomického hodnocení letního tábora (BURDA, ŠLOSAROVÁ, 2008).

4.5 Program

Tábor v Karlovicích konaný roku 2015 bude motivován celotáborovou hrou, kterou si vybrali sami respondenti v dotazníku. Celotáborová hra bude mít 6 částí a každá část bude připomínat známý seriál Simpsonovi. Výsledky každé části budou průběžně vyhodnocovány a na konci tábora se vyhodnotí celkové pořadí.

Program tábora musí být předem podrobně nachystaný i s variantami nepříznivého počasí. Budíček bude každý den v 7:30 poté rozcvička a snídaně. Po snídani bude nástup, na kterém děti seznámíme s činnostmi a hrami, které máme pro ně připravené. Poté následuje dopolední program 1, svačina, dopolední program 2 a v 12:30 oběd. V poobědové pauze děti mají čas na odpočinek a na úklid chatek. V 14:30 začne odpolední program 1 a po svačině odpolední program 2. Před večerí večerní nástup, kde celý den vyhodnotíme, předáme dětem ceny za hry a soutěže a nastíníme program na další den. 18:30 večere a po večerí večerní program. 21:30 večerka.

V tabulce je znázorněn příklad programu, který se dá měnit postupně podle počasí.

Tabulka č. 1: program

Zdroj: vlastní zpracování

7:30		budíček, rozcvička, hygiena
8:00		snídaně
9:00	dopolední program 1	HEC olympiáda
10:00	svačina	
10:15	dopolední program 2	Hra pašeráci
12:30	oběd	
13:00	polední klid	
14:30	odpolední program 1	celotáborová hra - parlament
16:00	svačina	
16:15	odpolední program 2	batikování triček
18:00	nástup	
18:30	večeře	
19:30	večerní program	táborák
21:30	večerka	

4.6 Osmero dobrého tábora

1. Tábor by měl být pořádán kvalifikovanými a vyškolenými osobami, které jsou schopné pracovat s dětmi. Oddílový vedoucí by měl mít dlouholeté zkušenosti a měl by projít různými kurzy a školeními.
2. Program je základní složkou tábora, proto by měl být pestrý, zajímavý, měl by odpovídat věku dětí a hlavně by měl být zábavný. Program by měl být připravený s dostatečným předstihem.
3. Tábor je po všech stránkách bezpečný, je legální a musí být ohlášen obecnímu úřadu a orgánu hygienické služby.
4. Táborová základna je vhodná pro dětský tábor a splňuje všechny hygienické požadavky.
5. Na táboře je zdravotník, který je dětem k dispozici 24 hodin denně. Zdravotník má informace o zdravotním stavu všech dětí, které jsou na táboře.
6. Rodiče mají nárok na jakékoliv informace týkající se tábora – program, personál tábora, celkový chod tábora a měli by vědět, co všechno obsahuje cena. Měli by znát poštovní adresu tábora a telefonní spojení na hlavního vedoucího.
7. Děti se na táboře naučí samostatnosti, učí se prosazovat v kolektivu, pomocí her mohou rozvíjet svoji osobnost, odpočinou si od školního života a hlavně by si měli odnést nevšední zážitky.
8. Pořadatel tábora by měl být důvěryhodnou osobou (PTÁČKOVÁ, 2015).

4.7 Ekonomické zajištění

Jako hlavní příjmy pro zajištění tábora můžu započítat pouze platby od očekávaného počtu dětí. Od sponzorů akce sponzorské dary ve formě financí čekat moc nemůžu, jedná se spíše o materiální a věcné dary.

4.7.1 Variabilní náklady

Jedná se o ty náklady, které se mění v závislosti na počtu účastníků.

Tabulka č. 2: Variabilní náklady - přímý materiál

Zdroj: vlastní zpracování

Variabilní náklady – přímý materiál	1 den	Celkem
Potraviny	7 000 Kč	91 000 Kč
Zdravotní materiál	115 Kč	1 500 Kč
Pomůcky na hry	769 Kč	10 000 Kč
Čistící a hygienické potřeby	346 Kč	4 500 Kč
Odměny dětem	985 Kč	12 800 Kč
<u>Celkem</u>	<u>9 215 Kč</u>	<u>124 800 Kč</u>

Tabulka č. 3: variabilní náklady - přímé mzdy

Zdroj: vlastní zpracování

Variabilní náklady - mzdy	Počet pracovníků	mzda celkem	daň 15%	mzda/1 osoba
Hlavní vedoucí	1	5000 Kč	750 Kč	5000 Kč
Hospodář	1	5000 Kč	750 Kč	5000 Kč
Oddílový vedoucí	5	17500 Kč	2625 Kč	3500 Kč
Instruktor	6	9000 Kč	1350 Kč	1500 Kč
Kuchař	3	18000 Kč	2700 Kč	6000 Kč
Zdravotník	2	4000 Kč	600 Kč	2000 Kč
Organizační pracovník	2	3000 Kč	450 Kč	1500 Kč
<u>Celkem</u>	<u>20</u>	<u>61500 Kč</u>	<u>9225 Kč</u>	

Tabulka č. 4: variabilní náklady - ostatní přímé náklady

Zdroj: vlastní zpracování

Ostatní přímé náklady	1 osoba	celkem
Vstupné muzeum	50 Kč	5000 Kč
<u>Celkem</u>	<u>50 Kč</u>	<u>5000 Kč</u>

4.7.2 Fixní náklady

Jedná se o ty náklady, které se při změně objemu výroby nemění.

Tabulka č. 5: fixní náklady – správní

Zdroj: vlastní zpracování

fixní náklady - správní	celkem
Telefon	1 500 Kč
Propagace	4 000 Kč
Pojištění organizace	3000 Kč
<u>Celkem</u>	<u>8500 Kč</u>

Tabulka č. 6: fixní náklady – režijní

Zdroj: vlastní zpracování

Fixní náklady -režijní	celkem
Ubytování (+ elektřina, vodné)	95000 Kč
Doprava autobusem	21616 Kč
Lanové aktivity	7000 Kč
Koncert	6300 Kč
Sokol - ukázka	4500 Kč
Opravy a udržování	800 Kč
Ohňostroj	3000 Kč
Kancelářské potřeby	2000 Kč
PHM auto	5000 Kč
<u>Celkem</u>	<u>145216 Kč</u>

Tabulka č. 7: náklady celkem

Zdroj: vlastní zpracování

Druh nákladu	celkem
Přímý materiál	119800 Kč
Přímé mzdy	61500 Kč
ostatní přímé náklady	5000 Kč
Fixní náklady - režijní	145216 Kč
Fixní náklady - správní	8500 Kč
<u>Celkem</u>	<u>340016</u>

4.7.3 Kalkulace dělením prostá

Hodnota všech nákladů se sčítá a poté je vydělena množstvím produkce (v našem případě počtem dětí). Tato metoda je vhodná pouze v případě výroby jediného výrobku (každé dítě má stejné náklady), pokud by mladší děti měli jinou cenu tábora než starší děti, potom by to bylo jinak.

Variabilní náklady	186 300 Kč
Fixní náklady	153 716 Kč
Počet dětí	80
<hr/>	
Cena na jedno dítě	4 250 Kč + 250 Kč zisk/jedno dítě
Celková cena	4 500 Kč

4.7.4 Rozpočet

Rozpočet by měl obsahovat všechny plánované příjmy a výdaje. Výdaje jsou rozdělené na variabilní a fixní náklady, které jsou podrobněji rozepsány výše.

Tabulka č. 8: rozpočet

Zdroj: vlastní zpracování

PŘÍJMY	
	celkem Kč
Příjmy od platících 80x 4500	360 000 Kč
VÝDAJE	
Variabilní náklady	186300 Kč
Fixní náklady	153716 Kč
<u>Rozdíl mezi příjmy a výdaji</u>	<u>19984 Kč</u>
Výdaje na 1 platícího	4250 Kč
Zisk na 1 platícího	250 Kč

4.7.5 Bod zvratu

Vzorec pro výpočet bodu zvratu:

$$Q = FN / (p - b) \quad (p = \text{cena ks, } b = \text{variabilní náklady na ks})$$

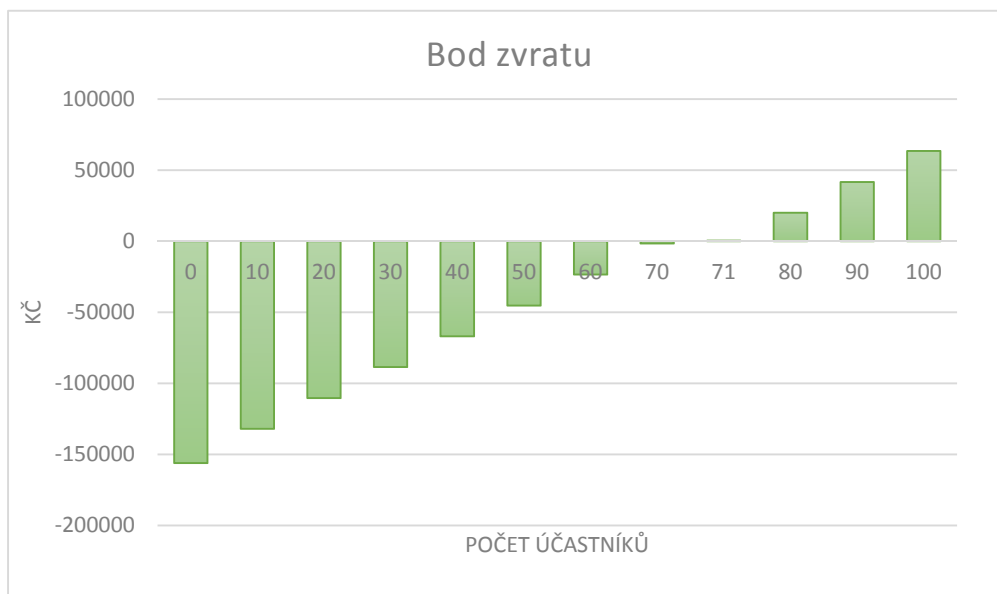
$$Q = 153\,716 / (4500 - 2328)$$

$$Q = 71 \text{ účastníků}$$

Tabulka 9: bod zvratu

Zdroj: vlastní zpracování

počet účastníků	fixní náklady	variabilní náklady	cena	počet*cena	celkové náklady	zisk
0	153716	0	4500	0	153716	-153716
10	153716	23280	4500	45000	176996	-131996
20	153716	46560	4500	90000	200276	-110276
30	153716	69861	4500	135000	223577	-88577
40	153716	93148	4500	180000	246864	-66864
50	153716	116435	4500	225000	270151	-45151
60	153716	139722	4500	270000	293438	-23438
70	153716	162960	4500	315000	316676	-1676
71	153716	165288	4500	319500	319004	496
80	153716	186300	4500	360000	340016	19984
90	153716	209583	4500	405000	363299	41701
100	153716	232870	4500	450000	386586	63414



Graf č. 2: bod zvratu
Zdroj: vlastní zpracování

Z grafu lze vidět, že tábor je ziskový až od 71 účastníků. Kdyby se přihlásilo méně účastníků, tak je ještě možnost taková, že bychom museli snížit náklady, nebo upravit cenu za jedno dítě, což by možná některé zájemce ale odradilo. Když by tábor měl být ztrátový, tak nemá cenu ho vůbec pořádat.

4.7.6 Cash flow

Cash flow (peněžní tok), představuje rozdíl mezi příjmy a výdaji peněžních prostředků za určité období.

- 1) Příjmy z prodeje míst
- 2) Výdeje na mzdy
- 3) Výdaje za materiál
- 4) Výdeje za ostatní služby
- 5) Výdeje za cestovné

Tabulka č. 10: cash flow

Zdroj: vlastní zpracování

+	-
(1) 360000 Kč	(2) 61500 Kč
	(3) 133300 Kč
	(4) 140216 Kč
	(5) 5000 Kč
Rozdíl = 19984 Kč	

Zisk z tábora bude použit na činnosti během roku nebo na nákup materiálu a různých her potřebné pro tábor, který se bude konat příští rok.

4.8 Rizika

Hlavním rizikem v případě realizace dětského tábora je, že se nepřihlásí dostatek dětí a tím se dostatečně nenaplní kapacita tábora. Proto propagaci je zapotřebí věnovat maximální úsilí, aby bylo možné kapacitu naplnit do posledního místa.

Dalším rizikem je počasí. Za špatného počasí jsou nachystané mokré varianty, jako jsou např. různé hry v budově, kino a tvořivá činnost, ale za dlouhodobého špatného počasí je to problém. Se špatným počasím vzniká další problém a to je větší náchylnost dětí na různá onemocnění, které může vzniknout i za velmi vysokých teplot, kdy děti mohou dostat úpal, úžeh a jiná onemocnění. Za takových okolností je důležité, aby se děti pohybovali ve stínu a aby dostatečně doplňovali tekutiny.

Poslední riziko je zranění dětí, ke kterým může dojít po celou dobu tábora. Proti tomuto riziku je občanské sdružení pojištěné.

ZÁVĚR

Cílem této práce bylo navrhnout úspěšnou realizaci tábora pro děti. K tomu, abych stanovených cílů mohla dosáhnout, jsem si nejprve musela nastudovat teoretická východiska, které se týkaly toho, co všechno podnikatelský plán musí obsahovat, formy podnikání, členění nákladů, kalkulace, volný čas a problémy volného času u dětí.

V analýze volného času jsem popsala účel občanského sdružení, které se od 1. 1. 2015 považuje za spolek, kde je i důležité do 1. 1. 2017 změnit stanovy a název z o. s. na z. s. Dále jsem pomocí SWOT analýzy analyzovala slabé a silné stránky, hrozby a příležitosti podniku. Pomocí Porterova modelu pěti sil jsem zkoumala konkurenční organizace nebo spolky, které také pořádají tábory pro děti. Z této analýzy jsem zjistila, že v Bruntále a okolí konkurence není příliš vysoká. Na závěr této kapitoly jsem zhodnotila dotazník. SWOT analýza poukazuje na silné stránky, jako jsou velký počet míst na táboře, personál s dlouholetými zkušenostmi, kvalitní program, zdravotníci ze zdravotní záchrané služby a střídání táborových základen. Byly identifikovány i slabé stránky, a to horší dostupnost táborové základny. Mezi příležitosti patří marketing a rozšíření tábora o více turnusů a mezi hrozby konkurence, stále slabší zájem o tábory a vztahy mezi pracovníky.

V kapitole vlastní návrhy řešení jsem nejprve popsala občanské sdružení Víkendáci. Velmi důležitou součástí podnikatelského záměru je i sestavení marketingového mixu, personální a ekonomické zabezpečení, kde jsem vypočítala pomocí kalkulace cenu za jedno dítě, pomocí bodu zvratu jsem vypočítala, při kolika účastníků bude tábor ziskový a dále jsem rozdělila mzdy pracovníkům. Nakonec jsem sestavila rozpočet.

Po provedení všech potřebných kroků podnikatelského záměru jsem usoudila, že při přihlášení minimálního počtu účastníků je tábor realizovatelný. Tím jsem splnila cíle, které jsem si na začátku práce stanovila.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BIŇOVEC, Karel. *Přehled učiva k maturitní zkoušce z ekonomiky*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2001, 293 s. ISBN 80-716-8747-2.

BURDA, Jan a Vladimíra ŠLOSAROVÁ. *Tábory a další zotavovací akce*. Aktualiz. vyd. Praha: NIDM, 2008, 144 s. ISBN 978-80-86784-59-5.

ČUHLOVÁ, Jarmila a Vladimír MUNZAR. *Přehled učiva k maturitní zkoušce z účetnictví*. Praha: Fortuna, 2004. ISBN 80-7168-893-2.

FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. 2. aktualiz. vyd. Brno: Computer Press, c2008, xvii, 451 s. ISBN 80-251-1041-9.

FOTR, Jiří a Ivan SOUČEK. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vyd. Praha: Grada, 2005, 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

HANUŠOVÁ, Helena. *Účetnictví IV: vnitropodnikové účetnictví*. 6.vyd. Brno: Zdeněk Novotný, 2001, 105 s. ISBN 80-214-1826-5.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 255 s. ISBN 978-80-247-4208-3.

KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.

KUNZ, Vilém a Josef KOZLER. *Maturujeme z ekonomie: základy znalostí každého ekonoma*. 1. vyd. Ostrava: Mirago, 1998, 86 s. ISBN 80-859-2247-9.

SLEPIČKOVÁ, Irena. *Sport a volný čas: vybrané kapitoly*. 2. vyd. Praha: Karolinum, 2005, 115 s. Učební texty Univerzity Karlovy v Praze. ISBN 80-246-1039-6.

ŠKAPA, Stanislav. *Mikroekonomie I*. Vyd. 2., přeprac. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2012, 131 s. Učební texty vysokých škol. ISBN 978-80-214-4574-1.

Internetové zdroje:

ČEVELOVÁ, Magdalena. *Marketingová kouzla pro úspěšné podnikání* [online]. 2014 [cit. 2014-12-17]. Dostupné z: www.cevelova.cz

JONÁŠ, Ing. Marek. *Strateg* [online]. 2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: www.strateg.cz

Management mania [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/zivotni-cyklus-vyroby-sluzby>

Mapy [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://mapy.cz/zakladni?x=15.6252330&y=49.8022514&z=8>

Nauka o podniku [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z <http://nop.topsid.com/>

STRACHOTOVÁ PH.D, Dana. *Businessinfo* [online]. 2014 [cit. 2015-01-06]. Dostupné z: www.businessinfo.cz

PAVLORKOVÁ, Eva. *Frank Bold* [online]. 2014 [cit. 2015-01-22]. Dostupné z: www.frankbold.org

PTÁČKOVÁ, Mgr. Jana. *Borovice* [online]. 2015 [cit. 2015-03-31]. Dostupné z: www.borovice.cz

ŠEBKOVÁ, Michaela. *Podnikatelský web* [online]. 2014 [cit. 2014-11-05]. Dostupné z: www.podnikatelskyweb.cz

Víkendáci [online]. [cit. 2015-05-12]. Dostupné z: <http://vikendaci.cz>

Začínáme podnikat [online]. [cit. 2015-05-13]. Dostupné z: www.zacinamepodnikat.sweb.cz

Zákony:

Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání. *In: sbírka zákonů*. 1. 1. 1992. ISSN 1802-8268

Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích. *In: sbírka zákonů*. 1. 1. 2014. ISSN 1802-8276

Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník. *In: sbírka zákonů*. 1. 1. 1992. ISSN 1802-8012

SEZNAM TABULEK

Tabulka č. 1: obecný kalkulační vzorec.....	27
Tabulka č. 2: Variabilní náklady - přímý materiál.....	44
Tabulka č. 3: variabilní náklady - přímé mzdy.....	44
Tabulka č. 4: variabilní náklady - ostatní přímé náklady	45
Tabulka č. 5: fixní náklady – správní	45
Tabulka č. 6: fixní náklady – režijní.....	46
Tabulka č. 7: náklady celkem	46
Tabulka č. 8: rozpočet.....	47
Tabulka 9: bod zvratu	48
Tabulka č. 10: cash flow	50

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek č. 1: rozdělení živnosti	15
Obrázek č. 2: SWOT analýza	20
Obrázek č. 3: porterův model pěti sil.....	21
Obrázek č. 4: životní cyklus produktu	22
Obrázek č. 5: logo Víkendáci, o. s.	35
Obrázek č. 6: mapa (umístění tábořiště)	37
Obrázek č. 7: doporučená trasa příjezdu.....	37
Obrázek č. 8: letáček.....	38

SEZNAM GRAFŮ

Graf č. 1: bod zvratu	29
Graf č. 8: bod zvratu	49

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1: přihláška	58
Příloha č. 2: zpětná vazba	59
Příloha č. 3: dotazník	60
Příloha č. 4: rozpis nočních hlídek.....	61
Příloha č. 5: režim dne	62
Příloha č. 6: potvrzení o převzetí dítěte	63
Příloha č. 7: jídelníček	64
Příloha č. 8: seznam věcí do kufru.....	65
Příloha č. 9: prohlášení zákonných zástupců dítěte - bezinfekčnost.....	66
Příloha č. 10: potvrzení o zdravotní způsobilosti (pro personál).....	67
Příloha č. 11: potvrzení platby	68

Příloha č. 1: přihláška

Víkend'áci o.s.			Přihláška na letní dětský tábor	
Dělnická 17, 792 01 Bruntál				
http://www.vikendaci.cz				
Místo pobytu: Karlovice		Termín pobytu: 12. 7.-25. 7. 2015	VS: <i>(Uveďte rodné číslo dítěte)</i>	
Příjmení a jméno:		Bydliště:	Zdrav. pojišťovna:	
Rodné číslo:			E-mail na rodiče:	
Jméno a příjmení matky:			Jméno a příjmení otce:	
Zaměstnavatel:			Zaměstnavatel:	
Telefon:			Telefon:	
Posudek dětského lékaře o zdravotní způsobilosti dítěte k účasti na dětské rekreaci				
Část A) Posuzované dítě k účasti na dětské rekreaci:				
a) je zdravotně způsobilé *)				
b) není zdravotně způsobilé *)				
c) je zdravotně způsobilé za podmínky (s omezením)				
*) <i>nehodící se škrtněte</i>				
Část B) Potvrzení o tom, že dítě:				
a) se podrobilo stanoveným pravidelným očkováním ANO NE				
b) je proti nákaze imunní (typ/druh)				
c) má trvalou kontraindikaci proti očkování (typ/druh)				
d) je alergické na				
e) dlouhodobě užívá léky (typ/druh, dávka)				
datum vydání posudku			podpis, jmenovka lékaře razítko zdravotního zařízení	
Dítě je PLAVEC / NEPLAVEC <i>(prosím zakroužkujte správnou možnost)</i>				
Jméno a příjmení oprávněné osoby:				
Vztah k dítěti:				
podpis oprávněné osoby:			V	dne:
Termín zaplacení pobytu:			Zaplaceno:	
Číslo účtu: 250888735/0300		Variabilní symbol: rodné číslo dítěte (shodné s rodným číslem uvedeným na přihlášce)		
Celková částka za pobyt musí být uhrazena nejpozději do 30. 5. 2015.				

Příloha č. 2: zpětná vazba

1.Hodnocení personálu – který vedoucí se ti nejvíce líbil a který naopak ne?

.....

2.Napiš činnosti a hry, které se ti líbily, i ty, které se ti nelíbily.

.....

.....

3.Jak ti chutnalo jídlo na táboře, které nejvíc, co vůbec?

.....

.....

4.Byl jsi spokojen s ubytováním?

.....

5.Co ti na táboře chybělo?

.....

.....

6.Pojedeš s námi zase?

.....

7.Poradiš nám název Cetahu/pro příští rok?

.....

.....

Příloha č. 3: dotazník

1. Kolik dětí máte?
 - ✓ 1
 - ✓ 2
 - ✓ 3
 - ✓ 4
 - ✓ 5
2. Jaký je jejich věk? _____
3. Navštěvuje Vaše dítě pravidelně nějaký kroužek?
 - ✓ Ano
 - ✓ Ne
4. Jedná se o pohybovou aktivitu?
 - ✓ Ano
 - ✓ Ne
5. Bylo Vaše dítě někdy na letním táboře pro děti?
 - ✓ Ano
 - ✓ Ne
6. Pokud ano, jaké byly Vaše zkušenosti?
 - ✓ Dobré
 - ✓ Špatné
7. Kolik dní by měl podle Vás tábor trvat? _____
8. Preferujete tábor se zaměřením (např. tenisový, tábor s koňmi, florbal tábor atd.)?
 - ✓ Ano
 - ✓ Ne
9. Navrhněte název tábora, který by se Vám/Vašemu dítěti líbil

10. Jakou maximální částku by jste byli ochotni zaplatit za letní tábor?

11. Který datum tábora by se Vám nejvíce hodil?
 - ✓ 1/2 července
 - ✓ 2/2 července
 - ✓ Přelom července/srpna
 - ✓ 1/2 srpna
 - ✓ 2/2 srpna

Příloha č. 4: rozpis nočních hlídek

ROZPIS NOČNÍCH HLÍDEK - LT SIMPSONOVI

Den :

Služba dne :

Vedoucí dne :

22.00	23.30			
23.30	1:00			
1:00	2:30			
2:30	4:00			
4:00	5:30			
5:30	7:00			

Příloha č. 5: režim dne

Režim dne - letní tábor Simpsonovi

7.30	- budíček
	- rozcvička
	- hygiena
	- příprava na snídani
8.00	- snídane
	- úklid
9.00	- 1.část dopoledního programu
10.00	- dopolední svačina
	- 2. část dopoledního programu
12.30	- oběd
13.00-14.30	- polední klid
14.30	- odpolední činnost
16.00	- odpolední svačina
16.30	- 2.část odpoledního programu
18.00	- nástup
	- osobní volno
18.30	- večeře
19.30-21.00	- večerní činnost
21.00	- příprava na večerku
	- hygiena
21.30	- večerka

Příloha č. 6: potvrzení o převzetí dítěte

Letní tábor Karlovice 2015

Potvrzuji, že jsem převzal/a dítě,

RČ na letní tábor „Simpsonovi“

Přebírám za něj veškerou zodpovědnost.

V Karlovicích dne.....

Podpis.....

Jídelníček na den:.....

Snídaně:

Svačina:

Oběd:



Svačina:



Večeře:

Vypracovala: Jana + Mirka

Schválila hlavní vedoucí: Pája



Příloha č. 8: seznam věcí do kufru

Seznam věcí do kufru

(seznam se skutečným množstvím věcí vlepte do kufru nebo ho tam vložte!!)

!! - bezpodmínečně musí mít ! - velmi důležité, doporučujeme

Sportovní obuv (tenisky) + turistická obuv (obuv s pevnou podrážkou)	1+1 x
Šlehačka ve spreji - šlehačková bitva!	1 x
Bílé bavlněné triko bez rukávů - bude se batikovat!!	1 x
Letní obuv (sandály)	1 x
Gumáky !!	1 x
Triko	8 x
Šátek	1 x
Svetr	1 x
Bunda	1 x
Mikina	3x
Ponožky + 2x teplé	12 x
Oblečení na spaní	1 x
Čepice proti slunci !!	1 x
Kratásky	2 x
Dlouhé kalhoty	2 x
Plavky!!	1 x
Ručník	2 x
!! Hygienické potřeby (kartáček, zubní pastu, mýdlo, hřeben, šampón	
Spodní prádlo (min. 1x za dva dny by mělo mít k dispozici čisté)	12 x
Repelent !!	1 -2 x
Sáček na špinavé prádlo (větší sáček, igelitový pytel apod.)	2 x
Malý batoh a plastovou láhev 0,5 l	1 x
Sluneční brýle !	1 x
Krém na opalování !	1 x
Dopisní sada + známky	1 x
Psací potřeby, pastelky, záznamník, malé nůžky, hry (karty apod.)	
Pláštěnka !!	1 x
Baterka + náhradní baterie !!	1 x
Spací pytel !! , polštářek a prostěradlo !!- nejlépe elastické a ne bílé barvy	
Přezůvky!!	

Uzlovačka - cca 1,4 m dlouhé tenké, ohebné lano/tlustější šňůrka k vázání uzlů (ideálně vyrobené ze švihadla)

Kapesné max. 400 Kč v drobnějších mincích (na zvážení rodičů), tuto částku odevzdají děti svému vedoucímu do úschovy ihned po příjezdu. Vybavte, prosím, děti podepsanou peněženkou (postačí lístek s příjmením v peněžence)

Nedávejte dětem mobilní telefony ani jinou techniku (MP3, rádio apod.) a žádné zbytečnosti-hračky, plyšáky.

Příloha č. 9: prohlášení zákonných zástupců dítěte - bezinfekčnost

Prohlášení zákonných zástupců dítěte
(bezinfekčnost)



Prohlašuji, že ošetřující lékař nenařídil dítěti

jméno, příjmení:rod. číslo:

bytem: změnu režimu,
dále pak, že dítě nejeví známky akutního onemocnění (průjem, teplota apod.) a okresní
hygienik ani ošetřující lékař nenařídil karanténní opatření. Není mi též známo, že v
posledních dvou týdnech přišlo mé dítě do styku s osobami, které onemocněly přenosnou
nemocí.

Dítě je schopno zúčastnit se: **letního tábora v Karlovicích**

v termínu od: **12.7.2015** do: **25.7.2015**

Jsem si vědom(a) právních následků v případě nepravdivosti údajů tohoto prohlášení.
Souhlasím se zpracováním osobních údajů a údajů o zdravotním stavu mého dítěte.

V dne 12.7.2015

.....
podpis zákonného zástupce dítěte

Poznámky: (informace o alergiích, pobírání léků - název, množství a intervaly podávání;
noční pomočování, apod.) Uveďte všechny skutečnosti, kterým bychom měli věnovat
zvýšenou opatrnost.

.....
.....
.....
.....
.....

Dítě je plavec (zakroužkujte) ano ne

Kontaktní adresa a telefonní číslo, na kterém lze zastihnout zákonného zástupce dítěte
(popř. jiného rodinného příslušníka), v době konání rekreace:

jméno, příjmení:

kontaktní adresa:
.....tel.

Příloha č. 10: potvrzení o zdravotní způsobilosti (pro personál)

POTVRZENÍ O ZDRAVOTNÍ ZPŮSOBILOSTI
ve smyslu § 10 zák. č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví
a ve smyslu § 3 odst. 1 písm. d) zákona č. 563/2004 Sb.

Potvrzujeme tímto, že p.

nar., bytem

může – nemůže)* vykonávat funkci **pedagogického pracovníka** pravidelné výchovné, vzdělávací a zájmové činnosti a na zotavovacích akcích pro děti a mládež.

Poznámky lékaře :
.....
.....
.....

V dne

*) nehodící se škrtněte razítko a podpis lékaře

Podmínky účasti fyzických osob činných při škole v přírodě a zotavovací akci
Problematika zotavovacích akcí je popsána v zákoně č. 258/2000 Sb., o ochraně veřejného zdraví, § 8 až 11.

§ 10 Podmínky účasti fyzických osob činných při škole v přírodě a zotavovací akci

- 1) Fyzické osoby činné při škole v přírodě nebo zotavovací akci jako dozor nebo zdravotník musejí být k této činnosti zdravotně způsobilé.
- 2) Zdravotní způsobilost posuzuje a posudek vydává praktický lékař, který fyzickou osobu registruje. Tento posudek má platnost jeden rok od data vystavení, pokud během této doby nedošlo ke změně zdravotní způsobilosti fyzické osoby. Posudek o zdravotní způsobilosti předají fyzické osoby činné při škole v přírodě nebo zotavovací akci, s výjimkou pedagogických a zdravotnických pracovníků, vysílajícímu předškolnímu zařízení, základní škole nebo pořádající osobě pro účely podle § 11 odst. 1 písm. b) a f).
- 3) Fyzické osoby činné při stravování musí splňovat předpoklady pro výkon činností epidemiologicky závažných (§ 19).

Příloha č. 11: potvrzení platby



POTVRZENÍ

Název akce: **dětský letní tábor Simpsonovi**

Termín a místo konání akce : **12. 7. – 25. 7.2015, Karlovice**

Pořadatel : **Víkendřáci o.s., Dělnická 17, 792 01 Bruntál, IČ 22752633**

Potvrzujeme tímto platbu za účastníka LT: **Pavel Peksa**

RČ : 040901/8148

bydliště: Za Drahy 487, Otnice

Úhrada ve výši 4.500,- Kč byla provedena převodem na náš účet dne 13. 5. 2015.

S pozdravem

Mgr. Renáta Kolářová
hospodářka LT