

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI

FILOZOFICKÁ FAKULTA

OBCHODNÍ MOŽNOSTI VE VIRTUÁLNÍM PROSTŘEDÍ SECOND LIFE

Bakalářská práce

Autor: Kateřina Netopilová

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jaroslava Kubátová, Ph.D.

Olomouc 2011

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „Obchodní možnosti ve virtuálním prostředí Second Life“ vypracovala samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Olomouci dne.

Podpis

Poděkování

Děkuji vedoucí mé bakalářské práce Doc. Ing. Jaroslavě Kubátové, Ph.D. za vedení, cenné rady a připomínky k mé bakalářské práci.

Obsah

1	Úvod	7
2	Svět Second Life.....	9
3	Uživatelské prostředí	11
3.1	Jak začít.....	11
3.2	Komunikace	12
3.3	Pohyb.....	12
3.4	Základní účet vs. Prémiový účet	13
3.5	Uživatelé	14
3.6	Zásady chování uživatelů	16
3.7	Půda a pozemky	17
3.8	Zkratky a často používané pojmy	19
4	Ekonomika.....	22
4.1	Shrnutí ekonomiky roku 2009.....	22
4.2	Shrnutí ekonomiky roku 2010.....	25
5	Případové studie	27
5.1	Firma IBM.....	27
5.2	The National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA).....	28
5.3	The Children's Memorial Hospital Chicago	32
6	Přítomnost České republiky v SL.....	33
6.1	Bohemia	33

6.2	Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci	34
6.3	Regionální knihovna Karviná	35
6.4	Rádio Wave	36
6.5	Pivovary Staropramen a.s.	37
6.6	CzechTourism	37
6.7	Jazyková škola- eCAMPUS s.r.o.	38
7	Analýza prostředí.....	39
7.1	SWOT analýza	39
8	Možnosti podnikání v Second Life.....	42
8.1	Módní průmysl	42
8.2	Obchod s pozemky	46
8.3	Výroba a prodej objektů.....	51
8.4	Sexuální průmysl.....	55
8.5	Další možnosti podnikání.....	57
9	Vlastní zkušenosti.....	60
10	Potenciál využití trhu Second Life.....	61
11	Závěr	62
12	Resumé.....	64
13	Seznam zdrojů.....	65
13	Seznam grafů a tabulek	70
14	Seznam obrázků	71
15	Seznam zkratk	72

1 Úvod

Pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila téma „Obchodní možnosti ve virtuálním prostředí Second Life“, protože naše životy jsou stále více a více ovlivňovány nejmodernějšími technologiemi. Rychlost jejich vývoje je nezadržitelná. Ve 21. století můžeme chápat virtuální světy jako další rozšíření internetu s řadou nových možností.

Na internetu existuje řada virtuálních světů s podobnými vlastnostmi. Vznikly za účelem vytvoření místa, kde se lidé spolu budou moci scházet a komunikovat, ale také bude možné vytvářet předměty, podnikat nebo využít toto prostředí ke vzdělávání. První virtuální svět s názvem Active Worlds vznikl již v roce 1995.¹ Tento projekt však vzhledem k malé návštěvnosti nedosáhl velké úspěšnosti. Po všech stranách nejúspěšnější a největší projekt virtuálního světa je Second Life. Díky těmto vlastnostem a také i díky svým vlastním zkušenostem jsem si svět Second Life vybrala pro zkoumání obchodních možností ve virtuálním prostředí. Za zmínku však stojí i další virtuální světy jako: Kaneva, There, Lively, Blue Mars a Cybertown.

Tato práce si klade za cíl zprostředkovat co nejjasnější představu o fungování virtuálního světa, jeho ekonomice a především možnostech obchodních činností v něm. Nejprve se budu zabývat představením světa Second Life a vysvětlením některých pojmů. Poté bude následovat kapitola zaměřená na ekonomiku virtuálního světa a důležité ekonomické údaje z roku 2009 a 2010. Ve své práci se nezabývám problematikou daní, vzhledem k tomu, jak je tato otázka obsáhlá a ne zcela dořešená. V další části představím některé české a zahraniční firmy a instituce působící ve virtuálním světě. Také jsem provedla vnitřní a vnější analýzu prostředí pomocí SWOT analýzy.

Hlavní částí mé práce bude kapitola „Možnosti podnikání“, kde se budu zabývat nejčastějšími typy obchodních činností ve světě Second Life. Součástí jednotlivých podkapitol bude uvedena základní charakteristika daného typu podnikání, počáteční náklady a příklady úspěšných firem či jednotlivců v dané oblasti. V závěru práce uvedu své osobní zkušenosti ve světě Second Life jak po akademické stránce, tak z osobních zkušeností.

¹ RYLICH J. 2007 <http://www.lupa.cz/clanky/virtualni-svety-na-internetu/> [cit. 2010-09-12]

Vzhledem k tomu, že tento fenomén ještě není v České republice příliš rozšířený, tak v této práci vycházím především ze zahraničních internetových zdrojů a zahraniční literatury.

2 Svět Second Life

Second Life (označovaný zkratkou SL) je trojrozměrný virtuální svět, který vznikl 23. června 2003. Spustila jej americká společnost Linden Research, později přejmenovaná na Linden Lab (LL). Společnost LL byla v roce 1999 založena Philipem Rosedalem, známým spíše pod jménem Philip Linden, s cílem vytvořit revoluční místo, kde jednotlivci budou sdílet 3D prostory a společně budou budovat svět okolo nich. Tento projekt vznikl původně pod názvem Linden World, později byl přejmenován na Second Life. Hlavní svět SL tzv. MainGrid je možné využívat až od osmnácti let.

Jedním z hlavních charakteristických znaků SL je skutečnost, že tento virtuální svět nevytváří jeho provozovatel, společnost Linden Lab, ale vytváří jej sami uživatelé. Každý uživatel může pomocí modelovacího nástroje, který je součástí klientské aplikace, vytvářet objekty, jako jsou budovy, nábytek či oblečení. Tyto předměty jsou určeny k vlastnímu užítku nebo k pozdějšímu prodeji. Prostředí SL se konstantně mění a roste.

Největší rozšíření díky informačním mediím virtuální svět zaznamenal na přelomu roku 2006 a 2007. Dnes má SL rychle rostoucí populaci od uživatelů ze zemí celého světa. Second Life je často chybně nazýváno hrou, nicméně se tam nesbírají žádné body, neplní se úkoly ani se nepostupujete do dalších levelů, jako je tomu u klasických her.

"Second Life není hra, je to druhá realita, kde můžete dělat vše, o čem jste kdy snili," říká Martin Dvořák, starosta českého města v SL.² Stejně tak i Philip Rosedale po vybudování světa Second Life poznamenal: *„Nebudují hru. Budují nový kontinent.“*³

Second Life nabízí mnoho možností jak prožít svůj druhý život. Je to svět, ve kterém obyvatelé žijí, komunikují spolu a mohou dělat téměř vše, co je napadne: potkávat nové lidi, cestovat po zajímavých místech, měnit svůj vzhled, tančit, potápět se, lyžovat nebo nakupovat. Kromě zábavy ale mohou i pracovat, vzdělávat se, kupovat pozemky nebo vytvářet předměty, oficiálně nazývané virtuální vlastnictví, se kterými je následně možné obchodovat. Stejně tak je možné obchodovat i s různými službami. Možností je v tomto světě opravdu mnoho. Záleží jen na kreativitě a obchodních schopnostech daného

² HRUŠKOVÁ, M. 2008 http://finance.idnes.cz/inv.asp?c=A080718_111605_inv_hru [cit. 2010-09-12]

³ AccountingWEB 2009 <http://www.accountingweb.com/item/107147> [cit. 2011-02-16]

uživatelé. I proto zde mají pobočky takové světové společnosti jako například: IBM, Dell, Intel nebo T-mobile.

K užívání Second Life je třeba registrace a stažení klientského programu Second Life Viewer, jehož prostřednictvím se do virtuálního světa přihlašuje. Oboje je možné zdarma na oficiální stránce <http://secondlife.com/>. V roce 2010 vyšla nová verze Second Life Viewer 2, který svým vzhledem připomíná internetový prohlížeč, a tudíž může být pro nové uživatele přehlednější.

3 Uživatelské prostředí

3.1 Jak začít

Jak již bylo zmíněno, jako první je nutné se zaregistrovat. V průběhu registrace si zvolíte své křestní jméno a vyberete si jednu z nabídnutých možností příjmení vašeho avatara. Zároveň si vyberete podobu svého startujícího avatara, vašeho reprezentanta v Second Life. Na výběr je dvanáct vzhledů obojího pohlaví a všech ras. V průběhu hry je možné vzhled a oblečení avatara měnit. Avatara si můžete přizpůsobit vašemu reálnému vzhledu nebo se můžete vydávat za někoho úplně jiného. Jelikož i v reálném životě chce být každý jedinečný, je tomu tak i v Second Life a proto si lidé své avatary mění. V Second Life tedy můžete potkat avatary rozličných podob, ras, v různém oblečení, s řadou doplňků apod. Po potvrzení e-mailem se můžete přihlásit do hry.⁴ Na následujícím obrázku je zobrazen prvotní výběr avatara během registrace.

Obrázek 1: Výběr z dvanácti možných vzhledů avatara.



Zdroj: <https://join.secondlife.com/?lang=en-US>

⁴ Second Life <https://join.secondlife.com/?lang=en-US> [cit. 2010-09-13]

3.2 Komunikace

V prostředí SL lze komunikovat několika způsoby - v psané i mluvené formě pomocí mikrofonu. První možností je veřejný chat, kdy váš text vidí všichni přítomní uživatelé v blízkosti (obvykle v okruhu 20m), další možností je tzv. instant message, což je soukromá zpráva odeslána určitému uživateli, který se nachází kdekoli v SL. Druhou možností je komunikace přes mikrofon, kde můžete mluvit v rámci určité skupiny nebo můžete aktivovat soukromý hovor pro komunikaci s určitým uživatelem. Dále je možnost volby aktivních mluvčích, kdy si vyberete uživatele, se kterými chcete komunikovat.⁵

3.3 Pohyb

Avataři se po virtuálním světě pohybují několika způsoby. Ten nejklassičtější způsob je chůze, která je ovládána pomocí šipek na klávesnici. Rychlejší variantou je létání. Tento pohyb je pravděpodobně nejvyužívanější. K létání není potřeba žádný předmět, pouze stisknutím tlačítka Page Up (PGUP) avatar vzlétne a pak už se dál ovládá stejně jako u chůze šipkami na klávesnici. K přistání se použije tlačítka Page Down (PGDN). Místo tlačítka Page Up je také možné využít tlačítka nazvané flying button, které je na ploše klientského rozhraní. Létání je nejvíce využíváno v rámci jednoho ostrova. K přesunu do vzdálenějších oblastí se používá teleport, který avatara na dané místo přenesou. Místo můžete najít na mapě pomocí vyhledávače nebo pomocí konkrétních souřadnic, které si uživatel může uložit jako tzv. landmark. Dvojklikem na landmark se pak uživatel přenesou na žádané místo. Landmarky jdou vytvořit na jakémkoliv místě v prostřední Second life a zjednoduší tak pozdější návrat. Ve virtuálním světě se dá také využít dopravních prostředků jako jsou automobily, lodě, letadla nebo lanovky. Některé z nich může uživatel sám řídit a ovládat, jiné mají přesně definovanou svou dráhu pohybu.

⁵ Second Life <http://wiki.secondlife.com/wiki/Communication> [cit. 2010-09-13]

3.4 Základní účet vs. Prémiový účet

Při registraci Avatara si můžete zvolit základní nebo prémiový účet. Změnu však jde provést i kdykoli později.

Základní účet

Výhody: Základní účet je zdarma. Můžete vlastnit soukromý ostrov. Pronájem pozemku je možný kdekoli v SL.

Nevýhody: Nemůžete vlastnit pozemek na pevnině (Mainland) a nemáte přístup do Live chat.

Prémiový účet

Za prémiový účet se platí měsíční poplatky. Uživatel může vlastnit pozemky na Mainland, dostává týdenní příjem a také může zahájit Live chat.⁶

Tabulka 1: Cena registrace účtu pro občana České republiky, včetně DPH 19%.

Základní účet	Zdarma
Prémiový účet - na měsíc	11,94 USD/měsíc
Prémiový účet - na čtvrt roku	27 USD (9 USD/měsíc)
Prémiový účet – na rok	86,40 USD (7,20 USD/měsíc)

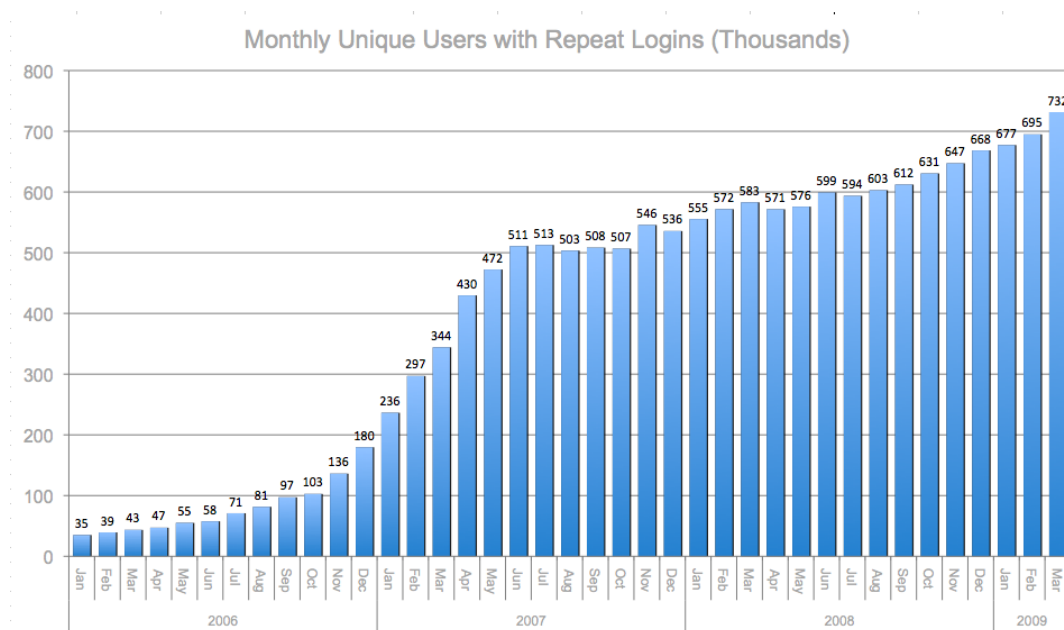
Zdroj: osobní profil na: <https://secure-web39.secondlife.com/my/account/membership.php>

⁶ Second Life Wiki
[http://wiki.secondlife.com/wiki/Linden_Lab_Official:What are the different levels of account membership](http://wiki.secondlife.com/wiki/Linden_Lab_Official:What_are_the_different_levels_of_account_membership) [cit. 2010-09-13]

3.5 Uživatelé

V roce 2011 je ve virtuálním světě Second Life zaregistrováno více než dvacet milionů uživatelů. V případě měsíčních unikátních a opakovaných přístupů je však měsíční hodnota nyní okolo 800 tisíc. V roce 2007, kdy Second Life zaznamenal boom, je možné vidět největší nárůst opakovaných přístupů.⁷

Graf 1: Vývoj unikátních přístupů uživatelů v období 2006-2009, vyjádřený v tisících.

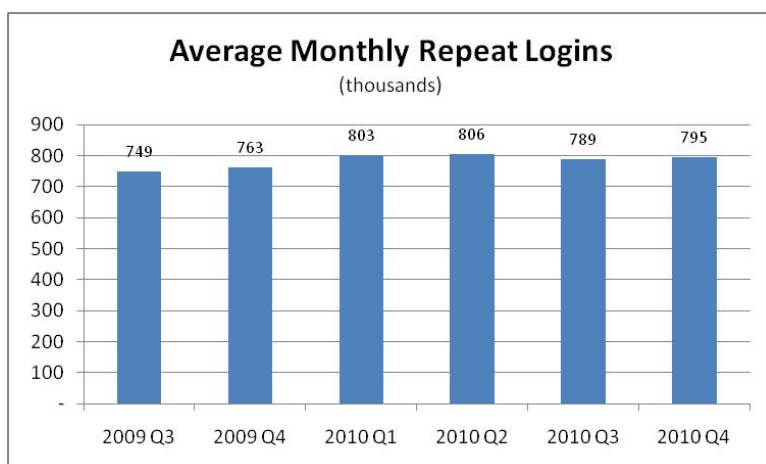


Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Features/The-Second-Life-Economy-First-Quarter-2009-in-Detail/ba-p/642113>

V roce 2010 pak tento počet pravidelných uživatelů vzrostl oproti roku 2009 o 8%. Na následujícím grafu můžeme vidět tyto unikátní přístupy uživatelů od poloviny r. 2009 do konce r. 2010. Počet uživatelů je zaznačený v tisících.

⁷ Second Life Wiki <http://community.secondlife.com/t5/Features/The-Second-Life-Economy-First-Quarter-2009-in-Detail/ba-p/642113> [cit. 2010-09-18]

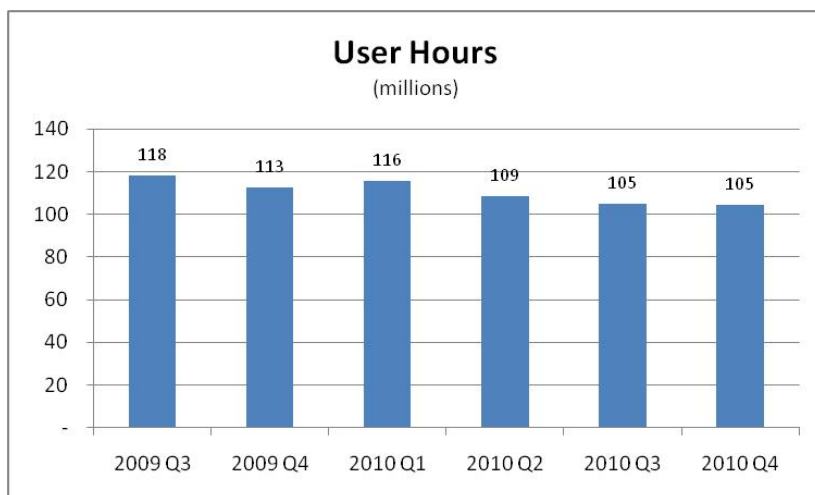
Graf 2: Unikátní přístupy uživatelů SL od 2. poloviny r. 2009 do konce r. 2010, vyjádřený v tisících.



Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/bap/674618>

Dalším ukazatelem o návštěvnosti SL je doba strávená ve virtuálním prostředí. Průměrná hodnota je 100 tisíc hodin za jedno čtvrtletí. Roku 2009 vzrostl počet hodin o 21% oproti roku 2008.⁸ Ovšem během roku 2010 tato hodnota zaznamenala oproti roku 2009 pokles o 10%.

Graf 3: Počet hodin strávených uživateli v SL, vyjádřený v milionech.



Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/bap/674618>

⁸ LINDEN, T. 2010 <http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail> [cit. 2010-09-18]

Podle agentury Millward Brown, která v roce 2008 dělala výzkum v československém městě Bohemia, byli mezi uživateli nejčastěji osoby ve věku 18-25 let, po nich následovaly osoby nad 30 let. Jednalo se o nadprůměrně vzdělané osoby (většinou s vystudovanou střední nebo vysokou školou). Také to byly osoby s větší kreativitou a technickou zdatností než je většina populace.⁹

3.6 Zásady chování uživatelů

V SL komunitě je šest druhů chování, které je zakázáno a není tolerováno. V případě jejich použití nebo opakovaném porušení hrozí uživateli pozastavení uživatelského účtu nebo vyhoštění z komunity. Tato pravidla neplatí jen v klientském rozhraní SL ale i na oficiálních diskusních fórech SL a na internetových stránkách SL.¹⁰

- Nesnášenlivost
Tolerance je základem dobré komunity SL. Jednání, které obtěžuje jednotlivce nebo skupiny oslabuje komunitu SL jako celek. Použití hanlivého jazyka vůči jinému uživateli kvůli jeho rase, pohlaví, náboženství nebo sexuální orientaci není v SL dovoleno.
- Obtěžování
Vzhledem k nesčetným možnostem světa SL, může mít obtěžování mnoho forem. Je zakázaná komunikace nebo chování, které je hrubé, vyhrožující nebo představuje nežádané sexuální nabídky.
- Útok
Většina míst v SL je označená jako bezpečná. Útokem je myšleno střílení, strkání nebo použití naprogramovaných animací, které útočí na jiné uživatele a tak mu brání poklidnému užívání SL.
- Zveřejnění osobních údajů
Obyvatelé mají právo na své soukromí. Sdílení osobních údajů o jiném uživateli, jako je pohlaví, náboženství, věk, rodinný stav, rasa nebo reálné bydliště, je porušení práva na soukromí uživatele.

⁹ DUNCKER, M. 2008 <http://secondlife.cz/rok-2008-v-ceskoslovenskem-second-life> [cit. 2011-03-03]

¹⁰ Second Life <http://secondlife.com/corporate/cs.php> [cit. 2011-01-21]

- Nevhodné sexuální chování
Second Life je všeobecně pro osoby starší osmnácti let, nicméně sexuální obsah je vhodný jen na určitých místech. Sexuálním obsahem je myšlena nahota, sexuální animace nebo např. sexuální násilí.
- Narušování klidu
Každý obyvatel má právo žít svůj druhý život. Nežádaným chováním je např. přerušování naplánovaných událostí, opakované vysílání nežádaného reklamního obsahu nebo používání opakujících se zvuků.

3.7 Půda a pozemky

K pobytu ve světě SL není potřeba vlastnit pozemek. Pokud ale pozemek vlastníte, máte řadu výhod. Jednou z nich je možnost vytvářet objekty jako jsou domy, nábytek či oblečení a následně je prodávat. Také jej můžete využít na postavení vlastního domu, obchodu nebo na uspořádání různých událostí.

Pozemky se dělí na ostrovy a pevninu (Mainland). Všechny pozemky na pevnině jsou vzájemně propojené, jako jeden kontinent, a proto je tam obvykle vyšší návštěvnost. Ostrovy mají velikost 65 536 m² a Linden Lab je prodává pouze celé.¹¹

Půdu můžete získat několika způsoby:

- Koupit ji přímo od společnosti Linden Lab
- Koupit půdu od jiného uživatele nebo firmy v SL
- Vydražením pozemku
- Pronájmem pozemku

Jestliže půdu vlastníte, musíte také platit pravidelné měsíční poplatky za údržbu. Tyto poplatky jsou uvedeny bez DPH.¹²

¹¹ Second-life <http://www.second-life.cz/osl-puda.php> [cit. 2010-09-19]

¹² Second Life <http://secondlife.com/land/> [cit. 2010-09-19]

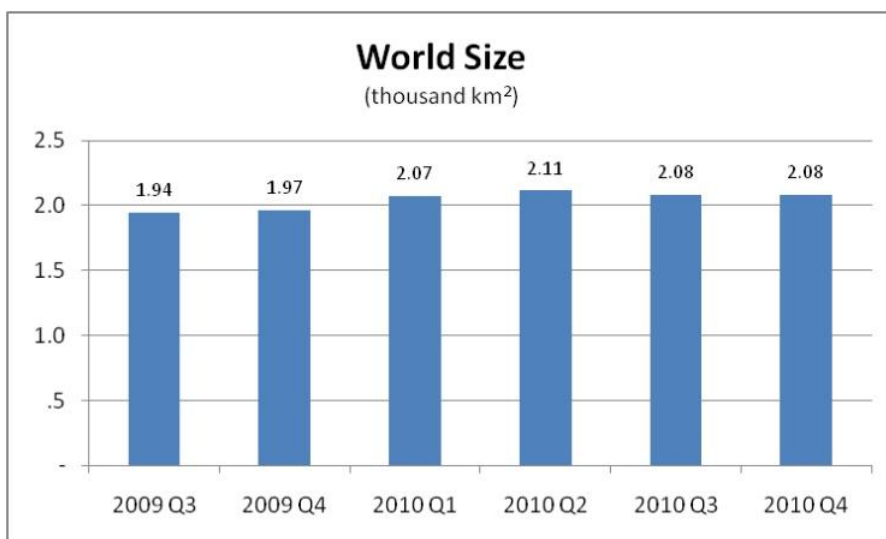
Tabulka 2: Měsíční poplatky vzhledem k velikosti pozemku

Pozemky nad 512 m²	Velikost parcely v m²	Měsíční poplatek
1/128 regionu	512	5 USD
1/64 regionu	1 024	8 USD
1/32 regionu	2 048	15 USD
1/16 regionu	4 096	25 USD
1/8 regionu	8 192	40 USD
1/4 regionu	16 384	75 USD
1/2 regionu	32 768	125 USD
Celý region	65 536	195 USD
Celý ostrov	65 536	295 USD

Zdroj: <http://secondlife.com/land/pricing.php>

Za rok 2010 se velikost světa zvýšila o 5,8% oproti roku 2009. Na konci července 2010 dosáhla velikost světa SL rekordních 2110km². Z toho největší část tvořily soukromé regiony (44%), poté soukromé rezidence (36%) a nejmenší část tvořily regiony na Mainland (19%).

Graf 4: Celková velikost světa SL v letech 2009-2010 v tisících km²



Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618>

3.8 Zkratky a často používané pojmy

- Alt/ AV/ Avatar/ AVI/ resident: tyto zkratky představují uživatele v SL.
- Animace (zk. Anim): animace, pomocí níž může avatar provádět složitější gesta a pohyby. Např. tanec, bruslení, smích.
- Attachment: předmět nebo předměty, které si dáte na sebe kromě oblečení. Např. šperky, zbraně, brusle.
- Ban: zákaz vstupu na pozemek nebo celý ostrov.
- First life (zk. FL): označení reálného života uživatele.
- Freebie: předměty, které jsou zdarma.
- Griefer: označení avatara, který obtěžuje ostatní uživatele, zanechává velké množství předmětů na cizích parcelách nebo jinak ruší klidný chod světa SL.
- Group: skupina, v níž se uživatelé za různými účely sdružují.
- Help Island Public (zk. HIP): jedno z míst, kde si mohou nově registrovaní uživatelé vyzkoušet možnosti SL.

- Home: místo, které si označíte jako svůj domov. Můžete si jej nastavit na vašem pozemku nebo na jiném místě, kde je to povoleno.
- Chat: jedna z možností textové komunikace v SL. Vše, co uživatel napíše, se zobrazí ostatním avatarům v okolí 20 metrů.
- Instant message (zk. IM): soukromá zpráva, která se zobrazí pouze tomu, komu je adresována.
Group IM: zpráva odeslaná všem členům v rámci jedné skupiny.
- Inventář (inventory): uložisko všech věcí, které vlastníte. Může jít o oblečení, doplňky, zbraně ale i gesta, animace, poznámky nebo landmarky.
- Landmark (zk. LM): souřadnice konkrétního místa v SL. LM je možno si uložit na jakémkoliv místě a později se jednoduše teleportovat. LM obsahuje umístění, základní informace a většinou i fotografii daného místa.
- Linden: všichni avataři s příjmením Linden jsou zaměstnanci společnosti Linden Lab.
- Lindeny (Linden Dollars), (zk. L\$/LD/L): oficiální měna používaná ve virtuálním světě SL. Lindeny je možné proměnit v některých bankách nebo koupit pomocí kreditní karty.
- Linden Lab (zk. LL): společnost, která vytvořila a provozuje SL.
- Linden Script Language (zk. LSL): skriptovací jazyk používaný v SL. Scripty dodají funkci různým objektům. Např. dveře, které se po vejíti do místnosti samy zavřou.
- Marketplace (SL Marketplace): funguje, jako internetový obchod pro uživatele SL. Ti zde mohou prodávat své produkty- od náramků až po domy. Jsou zde vypsány kategorie věcí, pod kterými lze hledat nebo stačí zadat požadovanou věc do vyhledávání. Funguje od června 2010.
- Mentor: uživatel, který spolupracuje se společností LL. Mentora je možno vyhledat v případě dotazů týkajících se světa SL.
- Notecard: položka v inventáři, která obvykle obsahuje text, ale může obsahovat i objekty, textury nebo landmarky. Notemarky se dají předat jinému uživateli. Maximální velikost je 65 536 bytů.
- Primitive (prim): jednoduchý objekt jednoho ze základních tvarů, jako je krychle, koule, válec atd. Z těchto objektů spojením vznikají složitější objekty jako

oblečení, auta nebo dokonce domy. Každý prim má určité parametry jako tvar, velikost, pozice atd.

- RL (Real Life): skutečný život mimo virtuální svět.
- Sandbox: veřejně přístupné místo, kde uživatelé mohou vytvářet nové předměty. U nás nazýváno pískoviště.
- SLT (Second Life Time): časová zóna procházející světem SL. Řídí se časovým pásmem sídla Linden Lab, jde tedy o pacifický čas. (-9hodin).
- SLURL: odkaz na určité místo v SL. Po kliknutí na SLURL se spustí klientské rozhraní SL a uživatele teleportuje na dané místo. SLURL se nejčastěji uvádějí na internetových stránkách pro jednoduchou teleportaci.
- TOS: zkratka pro Terms of Service. Jedná se o pravidla, která musí být dodržována všemi uživateli SL. Jejich porušování může vést k trvalému zrušení účtu.
- Xstreet SL: stará verze Marketplace, tudíž internetový obchod, přes který mohli uživatelé SL nakupovat a prodávat své produkty.

13 14 15

¹³ JENKINS, K. 2008 <http://secondlife.cz/slovník-casto-pouzivanych-vyrazu> [cit. 2010-10-05]

¹⁴ RYMASZEWSKI, Michael. Second Life : The Official Guide. http://www.amazon.com/Second-Life-Official-Michael-Rymaszewski/dp/0470227753/ref=pd_sim_b_3 [cit. 2010-10-05]

¹⁵ MANSFIELD, Richard. How to Do Everything with Second Life. http://www.amazon.com/How-Do-Everything-Second-Life/dp/0071497897/ref=pd_rhf_shvl_1 [cit. 2010-10-05]

4 Ekonomika

Ekonomika v Second Life je skutečná a stabilní. Podle společnosti Linden Lab residenti SL denně utratí okolo 1,5 milionu amerických dolarů. Měna, která se v tomto virtuálním světě používá, se jmenuje Linden dollar (L\$). V době psaní této práce byl aktuální kurz 269,7 L\$ za 1 USD ¹⁶nebo také 8,3 L\$ za 1 Kč. Lindeny mohou být směněny na reálné peníze v oficiální směnárně LindeX na americké dolary nebo v jedné ze směnáren třetích stran.

Linden Lab má svého finančního ředitele, Johna Zdanowskiho, který se stará o to, aby ekonomika ve světě Second Life byla stabilní. Existuje termín MUDflation, kterým je označována inflace v hromadě online hraných hrách. MUDflation nastane, když se virtuální svět přeplní množstvím věcí, oblečení, nábytku a peněz. Důsledkem toho ceny mnoha výrobků kolabují a mnoha dalších vyletí nahoru. Jako v jiných ekonomikách, čím více peněz je v oběhu, tím je zboží dražší. K udržení stabilní měny ve virtuálním světě jako je ta v Second Life, měně Linden dollar, pomáhají prostředky známé jako zdroje a propady.

- Zdroje: je jakékoliv pozitivní dodání peněz do ekonomiky. Může být v podobě týdenního příjmu nebo např. jako odměna za určitou aktivitu.
- Propady: jsou opakem zdrojů, je to tedy jakákoliv metoda použitá na odstranění peněz z oběhu. Může se projevit jako daně nebo např. poplatky.

Ve snaze být transparentní, nechává společnost Linden Lab většinu ekonomických dat SL veřejně přístupné.¹⁷

4.1 Shrnutí ekonomiky roku 2009

Rok 2009 dokázal, že obchodování s virtuálním zbožím může být velice ziskové. I přes náročné makro prostředí v reálném světě, ekonomika SL v roce 2009 ukázala poměrný vzrůst. Obchody některých SL rezidentů čelily těžkým časům, jiným naopak obchod

¹⁶ LindeX Exchange <http://secondlife.com/statistics/economy-market.php> [cit. 2010-09-21]

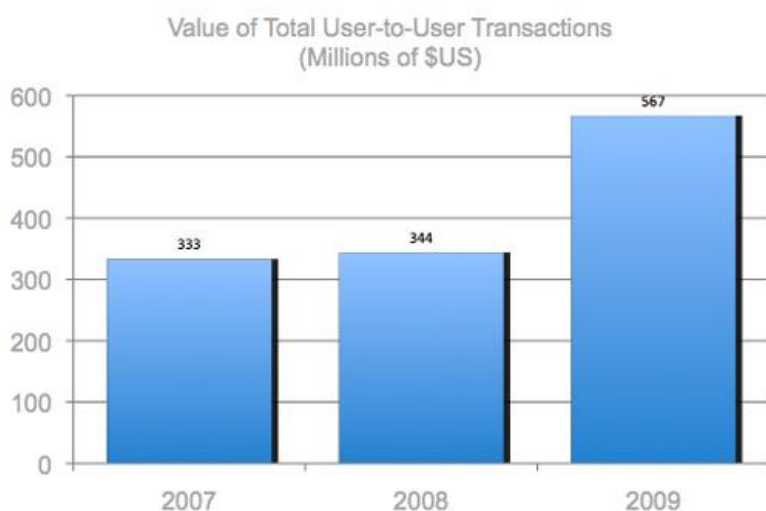
¹⁷ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2010-09-21]

vzkvétal. LindenLab chce v roce 2010 tvrdě pracovat na tom, aby se počet uživatelů Second Life zvýšil a ekonomika SL mohla nadále růst.

Rezidenti SL v roce 2009 vydělali celkem asi 55 milionů USD v reálných penězích. Toto číslo je nazýváno hrubý zisk rezidentů. Jejich zisk vzniknul prodejem virtuálního zboží nebo díky jiné ekonomické aktivitě ve světě Second Life. Jedná se o součet všech amerických dolarů, které uživatelé SL převedli ven ze Second Life (např. na účty PayPal a následně na svá bankovní konta). Tyto částky nezahrnují zprávy o činnosti třetích stran. Z celkové částky 55 milionů USD 45 milionů USD pochází ze Second Life účtů a 10 milionů z Xstreet SL účtů.¹⁸

Na následujícím grafu vidíme, že transakce mezi uživateli dosáhly hodnoty 567 milionů USD, což je proti roku 2008 nárůst o 65%. Tato hodnota je od vzniku virtuálního světa SL historicky nejvyšší.

Graf 5: Celková hodnota transakcí mezi uživateli SL v období 2007-2009, vyjádřená v milionech USD

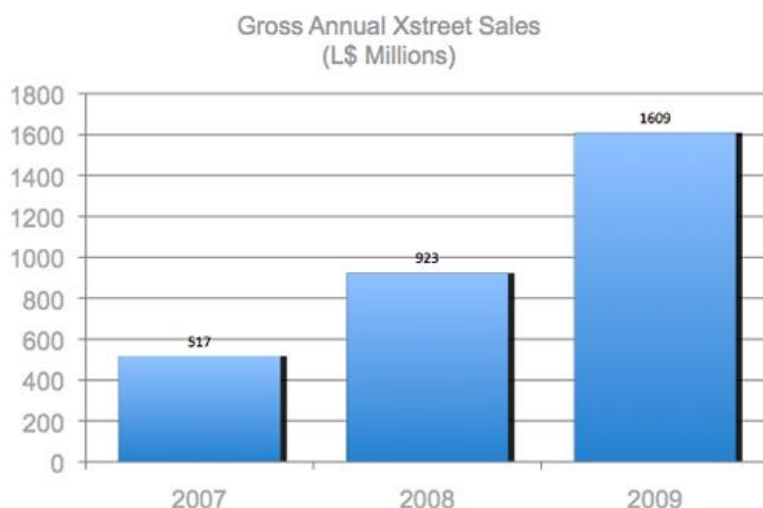


Zdroj:<http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail>

¹⁸LINDEN, T. <http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail> [cit. 2010-09-21]

Prodejem uživateli vyrobených produktů na Xstreet SL se dosáhlo částky 1,6 miliard L\$, neboli 6,1 milionů USD. Přestože tato částka představuje oproti roku 2008 nárůst o 74%, je to jen asi 1% z celkové SL ekonomiky.

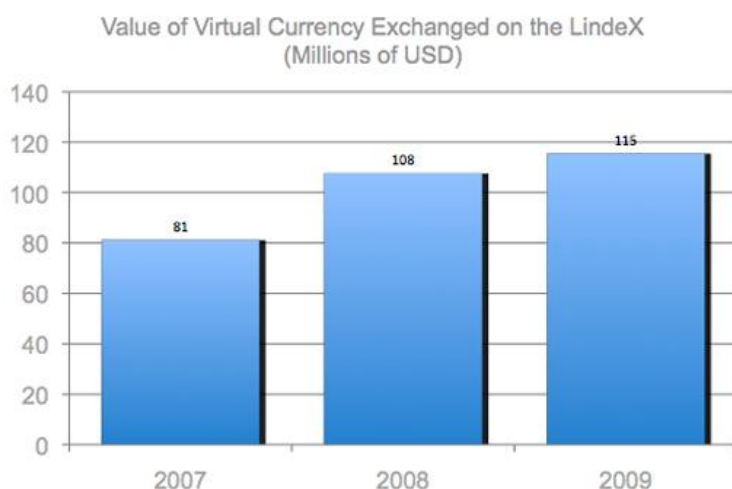
Graf 6: Hrubý zisk na Xstreet v letech 2007-2009, vyjádřený v milionech L\$.



Zdroj: <http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail>

Obchodní aktivita oficiální směnárny L\$ dosáhla v roce 2009 celkem 115 milionů USD, což je nárůst o 7% oproti předchozímu roku.

Graf 7: Vývoj obrátu směnárny LindeX v období 2007-2009, vyjádřený v milionech USD.



Zdroj: <http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail>

Další údaje ekonomické situace SL v roce 2009

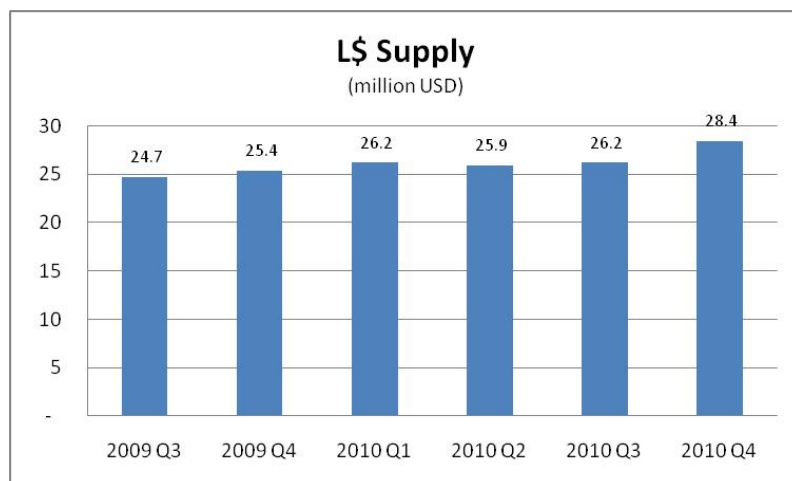
- Celková částka virtuální měny v oběhu dosáhla 6,95 miliard L\$.
- Za měsíc prosinec 2009 bylo v oběhu virtuální měny v hodnotě celkem 26,5 milionů USD.
- Více než 50 uživatelů vydělalo po 100 tisících USD.
- 25 nejvíce vydělávajících uživatelů utržilo celkem okolo 12 milionů USD.

4.2 Shrnutí ekonomiky roku 2010

Ekonomika virtuálního světa SL skončila v roce 2010 pozitivně. Celkový objem peněz v oběhu, objem peněz směněný na LindeX a prodej zboží přes internetový portál světa Second Life vykazovaly v roce 2010 ekonomický růst.¹⁹

Celkový objem peněz v oběhu za poslední čtvrtletí roku 2010 výrazně vzrostlo na 28,4 milionů USD za L\$. Na konci roku 2010 bylo množství peněz oproti roku 2009 vyšší o 11,9 %.

Graf 8: Vývoj celkového objemu peněz v oběhu v letech 2009-2010, vyjádřený v milionech USD.

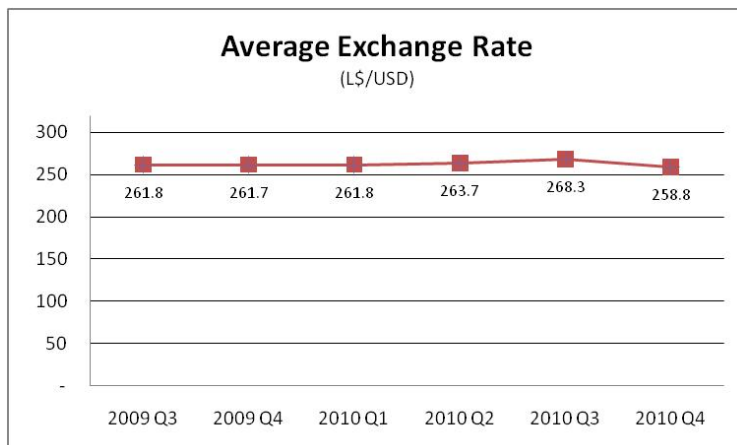


Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618>

¹⁹ LINDEN, N. <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618> [cit. 2011-03-03]

Kurz měny Linden dollar zaznamenal v roce 2010 pokles oproti roku 2009 v průměru o 1%.

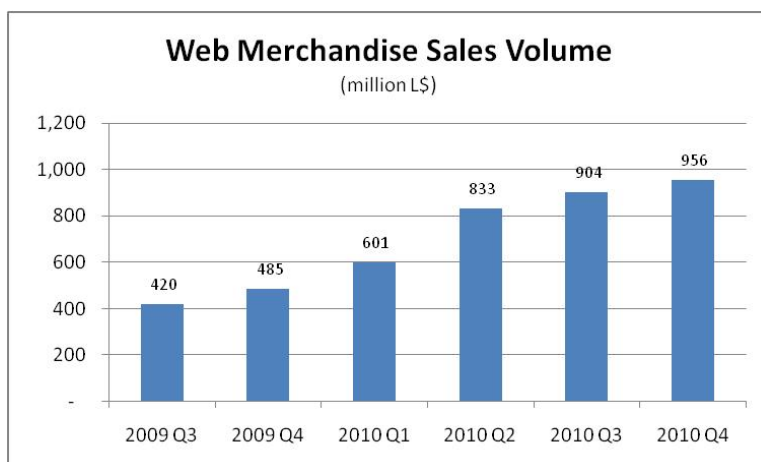
Graf 9: Vývoj kurzu měny L\$ v letech 2009-2010, v poměru k USD.



Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618>

Dalším sledovaným trendem je prodej zboží přes internetový portál světa Second Life. Na konci roku 2010 částka dosáhla 956 milionů L\$. Toto číslo představuje celkovou částku v L\$, kterou utratili residenté světa SL přes internetový portál Marketplace, dříve XStreetSL, nákupem virtuálního zboží vytvořeného jinými uživateli SL. Pravděpodobně díky lepším nákupním funkcím se objem prodeje zvýšil o 104% oproti roku 2009.

Graf 10: Vývoj prodeje zboží přes internetový portál světa Second Life v letech 2009-2010, vyjádřený v milionech L\$.



Zdroj: <http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618>

5 Případové studie

Zaměstnanci velkých podniků a vládních agentur z celého světa pracují společně ve virtuálním prostředí světa Second Life, kterého je možné využívat ke konferencím, náboru nových zaměstnanců či např. školením.

5.1 Firma IBM

Akademie technologií se zaměřuje na technické základy budoucnosti firmy IBM. Její členové jsou špičkoví technici z celého světa zabývající se výzkumem a vývojem hardwaru, softwaru, aplikacemi a službami.

Ke konci roku 2008 společnost IBM uspořádala světovou konferenci na téma virtuálních světů i výroční schůzi právě v prostředí Second Life. Akademie technologie již dlouhou dobu sledovala virtuální světy a viděla v nich potenciál. Vedení akademie se dohodlo, že konference na téma virtuálních světů se odehraje přímo v jednom z nich - ve světě Second Life.²⁰

Konference o virtuálních světech

Craig Becker, globální architekt pro digitální konvergence IBM, strávil několik měsíců vývojem šestnácti regionů pro IBM v SL. Becker společně s týmem dobrovolných designerů a vývojářů také postavili konferenční prostory, recepci, tři divadla, knihovnu, prostory ke společnému shromažďování, několik zahrad a také rozmanitou přírodu v okolí. Zatímco Becker vytvářel prostory, Karen Keeter, vedoucí marketingu, shromáždila další dobrovolnickou skupinu na zaškolení nových uživatelů Second Life. Cílem bylo, aby se všichni ještě před konferencí cítili pohodlně jak se svými avatary, tak v konferenčních prostorech.

Konference se konala 21. - 23. října 2008 a zúčastnilo se jí přes 200 pracovníků z devatenácti zemí světa. Prostory byly navrženy tak, aby přednášející mohl plně využít toho, co virtuální světy nabízejí. Na třiceti sedmi jednotlivých zasedání se kromě

²⁰ Linden Lab http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_IBM_EN.pdf [cit. 2010-11-06]

obvyklých prezentací objevily i prezentace zabudované do prostor zahrad nebo interaktivní tréninkový 3D model, kde přednášející mohl ukázat obsluhu stroje krok za krokem.

Organizátoři se shodli na tom, že úspěch konference předčil jejich očekávání jak ve spokojenosti účastníků, tak i z finanční stránky. S počáteční investicí ve výši zhruba 80 000 USD IBM odhaduje, že společnost ušetřila více než 320 000 USD na cestovních nákladech a dalších výdajích. Dalším úspěchem byl i fakt, že účastníci se scházeli i v prostorách mimo konferenční místa a dále debatovali nad virtuálním koktejlem, tak jako tomu bývá na skutečných konferencích.²¹

Výroční schůze

Po uskutečnění první konference v SL se Joanne Martin, prezidentka akademie technologií, a její tým rozhodli, že by z finančních důvodů nebylo vhodné uspořádat velké fyzické setkání a místo toho se schůze uskuteční také v Second Life. Tato třídní událost je však větší než konference a vyžaduje mnoho rozdílných druhů aktivit jako je: brainstorming, prezentace se sdílením poznatků nebo zasedání manažerů. Kromě SL firma IBM využila i videokonference. Na poslední den konference IBM naplánovala dvouhodinové setkání na pláži, kde si účastníci mohli kromě virtuálního piva vychutnat i např. lekce vodního lyžování. Účastníci potvrdili, že se cítili jako na opravdové konferenci.

I díky tomu, že náklady na tuto událost byly oproti opravdové konferenci pětinové, firma IBM plánuje virtuální svět Second Life dále využívat.

Do Second Life nevstupují jen technologické firmy, ale i národní organizace.

5.2 The National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA)

Americká vládní organizace NOAA vstoupila do Second Life v roce 2006 za účelem zapojení veřejnosti do ochrany životního prostředí a posílení vědecké spolupráce. Úloha NOAA v reálném životě a v SL je stejná, a to zkvalitnění informovanosti veřejnosti, která chápe úlohu oceánů, pobřeží a atmosféry v globálním ekosystému. Agentura NOAA v SL našla nové budoucí ochránce životního prostředí. 40% návštěvníků ostrova uvedlo, že o

²¹KEETER, K.

http://www.ibm.com/virtualworlds/dwnlds/IBM_Academy_of_Technology_overview_article.pdf [cit. 2010-11-06]

této organizaci před jejich návštěvou v SL nikdy neslyšeli. Zažít změnu klimatu ve virtuálním světě místo v tom reálném, to je hlavní myšlenkou NOAA v SL. Na ostrově můžete pomocí simulace vidět, jaké by byly důsledky katastrof v reálném světě. Můžete zde najít ledovec, který se před vašimi očima postupně rozpouští, a následně vidíte, jak hladina oceánu stoupá. NOAA vytvořilo také simulaci tsunami, které dopadne na vesnici. Toto video přesáhlo hranice SL a na serveru YouTube má více než sto šedesát tisíc zhlédnutí. Eric Hackathorn, programový manažer virtuálního světa organizace NOAA, řekl: „*Můžete si o tsunami přečíst v učebnici nebo ji můžete zažít ve virtuálním světě. Domnívám se, že zkušenost má větší vliv.*“ Díky těmto simulacím si návštěvník daleko lépe představí možnou budoucnost a význam ochrany životního prostředí. Organizace NOAA uvedla, že Second Life byl vybrán kvůli jeho technickým možnostem, velkému potenciálnímu publiku a možnosti nabídnout vizualizaci levně. NOAA je nyní považován za průkopníka v SL mezi vládními organizacemi a je často oslovován jinými vládními agenturami s prosbou o pomoc při rozvoji jejich vlastních projektů ve světě Second Life.²²

²² Linde Lab http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_NOAA_EN.pdf [cit. 2010-11-07]

Simulace tsunami na ostrově organizace NOAA

Následující obrázky, které jsem pořídila na ostrově organizace NOAA v SL, zobrazují simulaci tsunami. Na prvním obrázku je vidět vesnice na pobřeží. Cedulí, kterou lze vidět na pláži, se spouští simulace.

Obrázek 2: NOAA Vesnice před ničivou vlnou tsunami.



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

Na dalším obrázku již ničivá vlna zasahuje vesnici. Uživatelé tak mohou zažít onen nepříjemný pocit ohrožení vlnou tsunami.

Obrázek 3: NOAA vlna tsunami.



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

Na dalším obrázku je možné vidět již zatopenou vesnici, kterou lze rozpoznat jen díky střechám vystupujícím z vody.

Obrázek 4: NOAA zatopená vesnice



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

Poslední obrázek ukazuje následky vlny tsunami.

Obrázek 5: NOAA Vesnice po tsunami.



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

5.3 The Children's Memorial Hospital Chicago

Do světa Second Life vstoupila i jedna z nejlepších dětských nemocnic ve Spojených státech, a to s cílem připravit se na krizové situace, aniž by narušovali péči o pacienty.

Nemocnice byla založena roku 1882. Pro nácvik těchto krizových situací se rozhodli vytvořit přesnou repliku nemocnice v Second Life. Virtuální nemocnice poskytuje působivé vzdělávací prostředí pro lékaře, zdravotní sestry a jiné pracovníky ke zlepšení jejich reakcí a rychlosti v katastrofických situacích bez zasahování do chodu nemocnice. Primární funkcí je umožnit zaměstnancům zvážit důsledky svých rozhodnutí, jakmile se ocitnou v krizové situaci.

Při realizaci tohoto projektu se nemocnice obrátila na firmu Centrax, která se zabývá poskytováním eLearningu, eMarketingu a interaktivních digitálních médií, které jsou vysoce přizpůsobené přání zákazníka.

Jako první virtuální nemocnici vyzkoušela Mary M. Crulcich, která je za krizové plány nemocnice zodpovědná. Bez problémů přešla z jedné části nemocnice do druhé, aniž by tam byly dány jakékoliv ukazatele. První evakuační cvičení ve virtuálním prostředí proběhlo v prosinci 2008. Cvičení trvalo čtyři hodiny. Zaměstnanci se během první hodiny naučili pohybovat a působit v SL a poté procvičovali scénáře dvou různých událostí. Virtuální evakuace měla takový úspěch, že se nemocnice rozhodla v SL provádět i další cvičení. V dalším projektu by nemocnice chtěla spolupracovat s další nemocnicí z Chicaga, která má své zastoupení v SL a procvičit evakuaci budovy s transportem pacientů do jiného zařízení. Clurcich také uvedla, že návratnost investic je velice významná.²³

²³ Linden Lab

http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_Childrens_Memorial_EN.pdf [cit. 2010-11-07]

6 Přítomnost České republiky v SL

Česká republika svou přítomnost v SL dala nejvíce najevo v roce 2007, kdy vzniklo československé město Bohemia. Jak již bylo zmíněno, virtuální svět se neustále mění a to i díky firmám, které se v SL střídají. Jak uvádí Zuza Ritt, členka rady města Bohemia:

*„Jak jsme již v dobách založení města předpokládali, složení firem, které chtějí Second Life využívat, se s postupujícím časem mění. Některé firmy využívaly SL ke svojí prezentaci jen několik měsíců, jiné se rozhodly setrvat dobu několikanásobně delší.“*²⁴

V této kapitole představím ty nejvýraznější české firmy či instituce, které se ve světě SL vyskytují.

6.1 Bohemia

Bohemia je virtuální město pro česky a slovensky hovořící obyvatele Second Life. Vzniklo v roce 2007 a architektonicky odpovídá českému a slovenskému stylu. Bylo inspirováno městy Prahou, Českým Krumlovem a Telčí. Oficiálním jazykem města Bohemia je čeština a slovenština. Je v něm možné si nejenom popovídat s kolemjdoucími v rodném jazyce, ale i prodavači nebo potencionální zaměstnavatelé mluví česky. Tento fakt je jistě přínosný pro uživatele, kteří neovládají cizí jazyky, nebo pro nováčky na první zorientování v SL. V Bohemii se také pořádají různé společenské akce, kterých je možno se zdarma zúčastnit. Město je provozováno společností beVirtual, s.r.o. s jednatelem Ing. Martinem Dvořákem, Ph.D., který je také starostou města. Město Bohemia je také virtuálním sídlem reálných českých firem a dalších institucí. Virtuální sídlo Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci je právě zde. Dále v Bohemii funguje např. Regionální knihovna Karviná, Policie ČR, Raiffeisenbank a.s. Do nedávna v Bohemii působily i další firmy, jako např. Telefonica O2, ovšem některé reálné firmy jak Bohemii, tak celý Second Life opouštějí.²⁵

²⁴ RITT, Z. 2010 <http://www.secondlife.cz/jarni-novinky-v-bohemii> [cit. 2011-01-15]

²⁵ DUNCKER, M. 2007 <http://secondlife.cz/ceske-mesto-v-second-life> [cit. 2011-01-15]

6.2 Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci

Jak již bylo zmíněno, prostředí Second Life je využíváno i ke vzdělávacím aktivitám. Do virtuálního prostoru vstupují univerzity z celého světa. Z České republiky nejdále postoupila Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, která 18.12.2008 oficiálně otevřela virtuální sídlo této fakulty. Budova slouží k propagaci fakulty, k výzkumu i k výuce. O její vybudování se zasloužila Katedra aplikované ekonomie pod vedením Doc. Ing. Jaroslavy Kubátové, Ph.D.²⁶

Od letního semestru 2009 mohou studenti FF UP absolvovat dva semináře vedené ve světě Second Life. První z nich, Live in Second Life, je zaměřený na základy práce ve virtuálním prostředí. Druhým seminářem, zaměřeným na zkoumání možností řízení virtuálních týmů v prostředí virtuálního světa SL, je výzkumný seminář Virtual Work.

V roce 2009 univerzita pořádala každoroční mezinárodní vědeckou konferenci s názvem Znalosti pro tržní praxi a ten rok poprvé byl její součástí i workshop v SL. V rámci workshopu bylo možné se dozvědět zkušenosti a zážitky zúčastněných vyučujících i studentů.²⁷ V roce 2010 katedra tento workshop zopakovala. Hlavním mluvčím byl David Kurt Herold z Polytechnické univerzity v Hong Kongu a přednášel na téma: Unlimited possibilities? - What SL can and can't do for education (Neomezené možnosti? – Co je a není v SL možné ve vzdělávání).²⁸

²⁶ SINGR, M. 2008 <http://www.novinky.cz/veda-skoly/vzdelavani/157729-do-second-life-vstupuje-filozoficka-fakulta-univerzity-palackeho.html> [cit. 2011-01-16]

²⁷ RITT, Z. <http://secondlife.cz/konference-workshop-univerzity-palackeho> [cit. 2011-01-16]

²⁸ HRONOVA, M. 2008 <http://secondlife.cz/vzdelavani-miri-do-second-life>
<http://www.upol.cz/fileadmin/zuparchiv/XVIII/cislo14.pdf> [cit. 2011-01-16]

Obrázek 6: Virtuální sídlo Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci v prostředí SL



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

6.3 Regionální knihovna Karviná

Regionální knihovna Karviná je první knihovnou v České republice, která se rozhodla své služby prezentovat ve virtuálním prostředí SL. Svoji činnost virtuální knihovna zahájila 1. července 2008.²⁹ Prostřednictvím budovy je možné navštívit meziknihovní výpůjční systém MVS, informační portál knihoven, informační portál města Karviná nebo se podívat na nabídku antikvariátu. Knihovna také využívá prostor k prezentacím besed, výstav a podobných akcí, které pořádá v reálném životě. „Cílem je oslovit co největší počet lidí, které chceme seznámit s našimi službami a tím zvýšit návštěvnost skutečné knihovny,“ popisuje Roman Rybický, vedoucí informatiky Regionální knihovny v Karviné.

30

²⁹ RITT, Z. 2008 <http://www.secondlife.cz/knihovna-vystava-beseda> [cit. 2011-01-18]

³⁰ HASALÍK, R. 2008 <http://www.lupa.cz/clanky/ceske-firmy-objevuji-virtualni-svet-second-life/> [cit. 2011-01-18]

Obrázek 7: Virtuální sídlo Regionální knihovny Karviná v SL



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

6.4 Rádio Wave

Český rozhlas 4 - Radio Wave je stanicí především pro mladá smýšlející populaci. Informuje o aktuálním kulturním i společenském dění. Svým vysíláním Rádio Wave zpříjemňuje pobyt avatarům pohybujícím se ve městě Bohemia. Rádio také v reálném světě přinášelo posluchačům aktuální informace a zajímavosti z dění ve virtuálním světě, především pak z československého města Bohemia. Rubrika se jmenovala Život jinak.³¹

³¹ VENCEFOVÁ, E. 2007 <http://www.rozhlas.cz/invex/clanky/zprava/391731> [cit. 2011-01-18]

6.5 Pivovary Staropramen a.s.

Na náměstí uprostřed města Bohemia leží i česká hospoda Staropramen. Před hospodou stojí stoly se sklenicemi s pivem. Společnost také své virtuální hospody příležitostně využívá ke schůzkám. Staropramen za svoji přítomnost v Second Life utratil desítky tisíc korun. Dan Musialek z marketingového oddělení shrnuje zkušenosti společnosti s přítomností v SL takto:

„Účast v Secondlifu měla vedle avatarů velký ohlas také v médiích, kde byla dávána do souvislosti s naší aktuální kampaní Kdy jsi naposledy udělal něco jinak. Hodnota článků v médiích vysoce převýšila vynaložené náklady, viz například reportáž v pořadu Média a svět.“³²

6.6 CzechTourism

Česká republika se od 15. října 2008 prezentuje cizincům ve virtuálním sídle agentury CzechTourism. Sídlo se nachází na Starém náměstí přímo v centru města Bohemia. Sídlo je převážně určeno pro cizince, kteří se zde v angličtině dozvědí více o České republice a oblíbených turistických místech. O motivech vstupu agentury CzechTourism do SL říká její ředitel Rostislav Vondruška toto:

„Mladým návštěvníkům bychom rádi představili krásy České republiky a nalákali je k její reálné návštěvě. Staré náměstí virtuálního města Bohemia, kde je naše zastoupení umístěno, evokuje atmosféru České republiky více než výstižně. Jeho podobu inspirovala nejkrásnější česká města jako Praha, Český Krumlov a Telč.“³³

³²HASALÍK, R. 2008 <http://www.lupa.cz/clanky/ceske-firmy-objevuji-virtualni-svet-second-life/> [cit. 2011-01-18]

³³DUNCKER, M. 2008 <http://www.secondlife.cz/ceska-republika-se-prezentuje-v-bohemii> [cit. 2011-01-19]

6.7 Jazyková škola- eCAMPUS s.r.o.

Firma eCAMPUS s.r.o. je jazyková škola specializující se na online jazykové kurzy ve virtuálním prostředí. Kvalitu výuky zajišťují lektoři, kteří jsou absolventi pedagogické fakulty. Firma láká zájemce na možnost připojení se odkudkoli, ale i na cestování po virtuálním světě. eCAMPUS s.r.o. nabízí kurzy v anglickém a německém jazyce, přičemž jeden semestr vyjde na 4880 Kč. Jazyková škola se nachází mimo město Bohemia, což je jistě dobrý krok vzhledem k tomu, že firma své klienty láká i na možnost konverzace v cizím jazyce s jinými rezidenty mimo dobu výuky.³⁴

³⁴eCAMPUS <http://www.ecampus.cz/> [cit. 2011-01-19]

7 Analýza prostředí

Pro dosažení úspěšnosti obchodního projektu je důležité zanalyzovat prostředí, v němž bude projekt realizován. Analýza prostředí je druhým krokem procesu strategického plánování, který lze zahájit ihned po dokončení přípravy procesu. Smyslem analýzy prostředí je poskytnout obchodníkům soubor objektivních dat a analýzu názorů. Pro tuto práci jsem se rozhodla využít jednu ze základních analýz prostředí, a to analýzu SWOT.

7.1 SWOT analýza

SWOT analýza hodnotí silné (Strengths) a slabé (Weaknesses) stránky, příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats) spojené s řešeným problémem.

Silné stránky:

- Relativně nízké náklady
Ve srovnání s podnikáním v reálném životě jsou počáteční náklady ve většině případů minimální. Toto platí jak pro přímé podnikání v SL, tak i při pouhé prezentaci reálné firmy ve virtuálním světě.
- Nový trh
Nový trh otevírá nové možnosti. Je na kreativité a schopnosti pracovníka jak této možnosti využije.
- Snížení vzdáleností
Současný svět je pod vlivem tzv. megatrendů, mezi které spadá i globalizace – růst mobility pracovníků. Ve virtuálním světě je pro pracovníky nepodstatné, zda spolupracují s osobou ve vedlejší budově či s osobou z druhého konce světa.
- Grafická kvalita
Svět Second Life má velice dobrou grafickou kvalitu.
- Největší virtuální svět
Jak již bylo zmíněno, mezi konkurenčními virtuálními světy je SL ten největší, s největším množstvím uživatelů.

- Pocit reálného prožití
Svět SL je tak dobře graficky ztvárněn, že dodává pocit reálného prožití. Toto je velice důležitý faktor v oblasti vzdělávání nebo pořádaných konferencí.

Slabé stránky:

- Tendence některých velkých firem odcházet ze SL nebo se prezentovat jen určitou dobu
Při procházení světa je možné si všimnout, že zmizely některé velké společnosti.
- Náročnost aplikace na počítač a internet
Aplikace je vytvořena v takové grafické kvalitě, že k jejímu správnému fungování je třeba vlastnit kvalitní počítač a velice rychlé připojení na internet. Bez nich se svět zobrazuje jen částečně a zamezuje správnému pohybu.
- Technická závislost na počítači a připojení k internetu
Pro práci či podnikání ve virtuálním světě je třeba mít počítač s rychlým připojením k internetu stále k dispozici.
- DPH pro státy EU
Zavedení DPH pro státy Evropské unie vyvolalo řadu negativních emocí. Přestože se to některým uživatelům zdá nespravedlivé, technicky se jedná o obchod s elektronickým zbožím a proto je nutné.
- Částečná anonymita
Díky vysokému stupni anonymity uživatelů nemusí být prostředí vždy bezpečné. Do prostředí vstupují anonymní uživatelé, kteří využívají různé typy nebezpečných komunikačních technik. Anonymita však není úplná. Když došlo k určitému protiprávnímu jednání, společnost Linden Lab odhalila ty, kteří věřili, že jejich anonymita v SL je zcela úplná.
- Obsah „pro dospělé“
Sexuálním obsahem je SL plný. Linden Lab tuto tematiku téměř vůbec neomezuje, a proto je možné ji vidět téměř všude. Tento fakt je nevhodný zvláště pro vzdělávací a národní instituce.

Příležitosti:

- Nové kontakty, spolupráce
Jednou z mnoha výhod virtuálního světa je možnost seznámení se nebo spolupráce s lidmi z celého světa. I jen díky náhodě je možné se seznámit s lidmi, se kterými bude možná pozdější spolupráce.
- Potenciál růstu
Svět SL neustále roste a počítá se s tím, že tento trend bude pokračovat. Čím více uživatelů v SL bude, tím jsou možnosti výnosnosti pro firmy vyšší.
- Relativně malá konkurence
Přestože je v SL již mnoho jak reálných, tak virtuálních firem, stále je to jen malý zlomek a na trhu jsou mezery, které je možné vyplnit.
- Image společnosti
Vstupem společnosti do SL dává také firma najevo, že je inovativní a nebojí se využívat nových prostředků k oslovení nových zákazníků.

Hrozby:

- Možnost nežádoucích jevů
Díky tomu, že si svět SL tvoří sami uživatelé a společnost Linden Lab do toho téměř vůbec nezasahuje, je možné, že se vyvine takovým směrem, který nebude firmami nebo vzdělávacími společnostmi žádaný.
- Možnost rostoucích cen
Cílem Second Life je být komerční, společnost Linden Lab musí vytvářet příjmy. V důsledku rostoucí poptávky je možné, že se ceny ostrovů nebo měsíční poplatky zvýší.

8 Možnosti podnikání v Second Life

Ve světě Second Life je mnoho možností jak vydělat skutečné peníze. Je zde však několik základních kategorií, ve kterých podniká nejvíce uživatelů.³⁵ Tyto kategorie jsou:

- Módní průmysl
- Obchod s pozemky
- Výroba a prodej objektů
- Sexuální průmysl
- Další možnosti podnikání

8.1 Módní průmysl

Módní průmysl je v SL největší obchodní činností ze všech. Ve světě SL je mnoho uživatelů, kteří považují změnu jejich vzhledu za nejzábavnější činnost v SL, a proto módní průmysl nejvíce vydělává. Změna vzhledu je navíc jedna z prvních činností, které nový rezident provede.

Jak uvádí jedna ze známých návrhárek virtuálního světa Munchflower Zaius, první věc, co uvidíte, když vstoupíte do SL jsou další uživatelé v sexy tělech a úžasném oblečení a vy chcete vypadat stejně dobře jako oni.³⁶

Jedna ze základních vlastností virtuálních světů je právě možnost změnit se z obyčejné holky na supermodelku nebo například vílu. Právě díky tomu existuje v SL tolik obchodů zaměřených na módu. Tyto obchody neprodávají jen oblečení a doplňky ale i celé postavy, vlasy nebo makeup.

Na podporu módního průmyslu se ve světě SL pořádají i akce jako např. Londýnský týden módy, který je kopií akce pořádané v reálném životě. Je to speciální módní přehlídka s nabídkou nových sezonních modelů od oblíbených SL návrhářů.

³⁵ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2011-02-04]

³⁶ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2011-02-04], str.73

Přestože 60% registrovaných uživatelů jsou muži, mezi aktivními uživateli je 60% uživatelů žen nebo ženských avatarů. Módní průmysl pro ženy byl vždy, i v reálném životě, větší než ten pro muže. Díky tomu je módní průmysl na vrcholu.

Stejně jako v reálném životě, i ve světě Second Life na svůj vzhled a oblečení muži nehledí tolik jako ženy. Také své oblečení nemění tak často, a díky tomu není pánský módní průmysl tak rozšířený. Navíc se uvádí, že navrhování oblečení pro mužské avatary je náročnější.

Finanční stránka

Přestože se prodejem oblečení a doplňků peníze vydělat dají, většina lidí nemá tuto obchodní činnost jako jejich hlavní zdroj peněz. Prodejem jednoho kusu si totiž prodejce vydělá pár centů nebo maximálně pár amerických dolarů a je tudíž třeba prodat těch kusů opravdu hodně. Důležité je vytvoření si jména a dobré reputace a pak už se zákazníci budou vracet. V Second Life je mnoho obchodů, které mají tzv. své klienty, kteří se vrací a napjatě očekávají nové produkty. Jednou z těch úspěšných návrhárek je již zmíněná Munchflower Zaius, která má navrhování oblečení do SL jako svou hlavní práci a jediný příjem.

Před začátkem podnikání je však i ve virtuálním prostředí zapotřebí určitého kapitálu. Odborníci tvrdí, že je potřeba asi 10 tisíc USD a jejich návratnost je obvykle okolo jednoho roku. Avšak jiní odborníci na módní průmysl v SL tvrdí, že pokud vlastníte potřebný software na designování, tak vám bude stačit i pouhých 37 USD. Největší investice do začátku je čas, který věnujete vytváření objektů, zřízení prodejního místa a marketingu. Na vytvoření objektů je důležité umět dobře pracovat v programech jako je např. Adobe Photoshop. Na zlepšení schopností je dobré využít v SL hodin, ve kterých se učí vytvářet oblečení a doplňky. Tyto hodiny jsou vypsány na stránkách www.secondlife.com/events v kategorii education (vzdělávání).

K prodeji zboží je třeba si pořídit obchod, ve kterém můžete dané předměty prezentovat a prodávat. Můžete si jej koupit nebo pronajmout. Pronájem je ta nejčastější varianta, především do začátku, kvůli vyšším nákladům na koupi pozemku. Při výběru pozemku je kromě ceny důležité i okolí, včetně sousedů. Návštěvnost také zvýší zajímavý design obchodu.

Marketing

Nejlepší na marketingu ve virtuálním světě Second Life je fakt, že mnoho z efektivních způsobů marketingu je zadarmo. Následující marketingové tahy je ve většině případů možné uplatnit i u dalších kategorií podnikání.

- **Osobní sdělení**

Jednou z nejlepších možností vybudování si dobré reputace návrháře je pomocí osobního sdělení vašim zákazníkem. Pokud je zákazník spokojený, tak o vás jistě poví kamarádům nebo jim rovnou pošle teleport na prodejnu. Přestože tento typ reklamy nemůžete ovlivnit přímo, je dobré na to myslet např. u služeb zákazníkům.

- **Blog**

Jedním ze základních reklamních tahů je vytvoření si vlastního blogu, kde můžete pravidelně přidávat nové výrobky či události. Blog si můžete zařídit zadarmo. Oproti reálnému prezentování modelů nemusíte shánět modelky, jen stačí ve světě Second Life vytvořit fotky a ty pak prezentovat na blogu. Na stránku je dobré umístit SLurl pro rychlou teleportaci.

Aktuální trendy a módní události v SL zaznamenávají také blogy třetích stran, které mají velice vysokou návštěvnost. Jedna z nejznámějších stránek je stránka časopisu Second Style - <http://blog.secondstyle.com/>. Tento časopis je koncipován stejně jako reálné časopisy o módě jako např. ELLE nebo Vogue. Na stránkách pózují modelky s popisky, co je od kterého návrháře - nejenom šaty, boty a kabelka ale i samotné tělo, vlasy nebo ruce. Na této stránce jsou také odkazy na blogy některých návrhářů, působících ve virtuálním světě.

Obrázek 8: Ukázka obálky časopisu Second Style



Zdroj: <http://blog.secondstyle.com/>

- **Marketplace**

Je důležité přidávat nové modely na internetový obchod pro uživatele SL Marketplace. Má velkou návštěvnost, protože pro uživatele je to nejrychlejší způsob, jak najít právě to zboží, co hledají. Na Marketplace je také možné si zakoupit reklamu.

- **Skupina**

Je možné vytvořit skupinu s názvem vašeho obchodu, do které se mohou přidat věrní zákazníci. Těm je pak možno pravidelně zasílat informace o novinkách. Protože každý uživatel smí být členem jen dvaceti pěti skupin, tak je dobré je odměnit nějakou slevou nebo dárkem zdarma.

- **Freebie**

Nejvíce nových zákazníků nalákáte na předměty zdarma, tzv. Freebie. Je tedy dobré do svého obchodu umístit i několik těchto produktů zdarma. Freebie obvykle bývají méně propracované a celkově hůř vypadající a to samozřejmě proto, aby zákazník donutilo si za lepší výrobek připlatit.

8.2 Obchod s pozemky

Jak jsem již zmínila, pozemek je nezbytný pro ty, kdo chtějí ve světě Second Life vlastnit dům nebo obchod. Uživatelé, kteří chtějí věci nechat jen tak venku nebo chtějí vytvořit nějaký projekt jako např. vybudování obchodu, tak potřebují půdu. Oproti reálnému životu jde do toho virtuálního půda přidat. Přesto je obchod s pozemky výnosná živnost. Podle Freedmana je velikost světa SL omezená jen servery, které musí společnost Linden Lab koupit a umístit, aby SL fungoval správně.³⁷ Realitní makléři pomáhají uživatelům najít ten správný pozemek. Pozemky se dělí na ostrovy a pevninu. Jednotlivé pozemky jsou tematicky rozdělené jako např. Japonsko, zima, dospělí, víly atd.

Ostrovy

Ostrovy mají velikost 65 536 m² a Linden Lab je prodává jen celé. Ostrovy nabízejí větší soukromí. Při koupi ostrova přímo od společnosti Linden Lab si jej můžete pojmenovat, zvolit z několika topografických typů pozemků i umístění ostrova. V případě, že již ostrov vlastníte a kupujete další, je většinou žádáno umístění blízko sebe.

Pevnina

Všechny pozemky na pevnině jsou vzájemně propojené, tudíž je tam vyšší návštěvnost a je vhodným místem pro obchodní činnosti. Zároveň jsou pozemky na pevnině levnější s výjimkou těch na pobřeží nebo sousedících s prosperujícími obchody. Pozemky na pevnině lze však koupit pouze tehdy, když máte prémiový účet.

Získat půdu můžete několika způsoby:

- Koupit ji přímo od společnosti Linden Lab.
Ostrovy: Tato varianta je sice po přepočtu na cenu za m² nejvýhodnější, nicméně pokud chcete pozemek na ostrově, musíte jej koupit celý, což je finančně náročné. Náklady na nákup činí 1000 USD plus 295 USD měsíčně na údržbu ostrova. Vzdělávací a certifikované neziskové organizace mohou pozemek koupit za poloviční cenu a platit menší měsíční poplatky.

³⁷ FREEDMAN, R. How to make real money in second life, str. 43 [cit. 2011-03-06]

Pevnina: Nejjednodušší nákup pevniny je přes oficiální aukční systém LL. Tento systém je pro nově vytvořené a pro opuštěné pozemky. Pozemky se liší velikostí a od toho odvíjející se cenou.

- Koupit půdu od jiného uživatele nebo firmy v SL. Tímto způsobem můžete koupit menší pozemek. Cena pozemku je dána trhem avšak s příplatkem 100 USD jako poplatek za převod. Pozemek si můžete vyhledat přímo v SL pomocí tlačítka SEARCH (vyhledat) nebo je možné, že jen tak narazíte na nějakou z cedulí „for sale“ – na prodej. Pokud pozemek kupujete od specializované firmy, tak je třeba počítat s cenou vyšší.
- Vydražení pozemku. Draží se všechny typy pozemku, tedy i pozemky na Mainland. Nejčastěji se však draží celé ostrovy se zajímavými názvy, jako např. Beverly Hills. Aukce můžete vyhledávat buď v USD nebo L\$.
- Pronájem pozemku. Pozemek je možno si pronajmout od jiného uživatele a to i se základním účtem. Ideální varianta pro ty, kteří si nejsou jisti, jestli pozemek potřebují nebo jestli jim vyhovuje ten vybraný.

Finanční stránka

Podnikání s pozemky je finančně náročná oblast. V době psaní této bakalářské práce stojí jeden ostrov 1000 USD, plus 295 USD měsíčně na údržbu ostrova. Dana Bergson, majitelka jedné z největších realitních firem v SL, uvádí, že do obchodu s pozemky se nemáte pouštět, pokud nejste ochotni ze začátku použít alespoň 10 000 USD. Stejně jako v reálném světě se ceny za pozemek liší podle místa a okolí.

Obchodní plán

V obchodování s pozemky jsou dva základní obchodní modely: prodej a pronájem. Oba modely mají své výhody a nevýhody.

- **Prodej**

Podnik koupí půdu a upraví ji podle tematické oblasti, na kterou se specializuje. Dále podnik řeší praktické záležitosti spojené s vlastnictvím půdy. Většina těchto firem má své internetové stránky, kde prezentuje svou firmu a volné pozemky. Na stránkách také mívají smlouvy s podmínkami nákupu. Některé realitní firmy se

specializují jen na velké pozemky, avšak ty firmy, které prodávají pozemky všech velikostí, mají největší návštěvnost.

- **Pronájem**

Další možností obchodování s nemovitostmi je pronájem pozemků. Vlastník pozemků půdu spravuje a drží ji ve svém vlastnictví. Když nájemník přestane platit nájem, vlastník musí i nadále platit za její údržbu. Většinou však není problém brzy najít nájemníka nového. S faktem, že se nájemníci střídají například z důvodu, koupě vlastního pozemku, se vlastník musí vyrovnat a s touto situací musí počítat. Vlastník má tedy povinnosti spojené s jednáním se společností Linden Lab a péči o potřeby nájemníků. Výměnou získává pravidelný příjem z nájmu a zůstává mu vlastnictví půdy.

Požadované dovednosti

V obchodování s pozemky jsou zapotřebí převážně dvě schopnosti: dobré marketingové schopnosti a schopnost vycházet s klienty. Velice důležitý je zákaznický servis. Podnikatel musí být vždy připraven odpovídat na dotazy a řešit případné problémy klientů. Klientům se nelze zavděčit pouze volným pozemkem k prodeji. Uživatelé obvykle chtějí i nějaké společné prostory na ostrovech, jako jsou parky atd. Upravení krajiny je jedna z nejdůležitějších věcí. Vlastník ostrova si může vybrat jeden ze šesti možných vzhledů terénu. Poté si majitel může pozemky přetvarovat podle svého, buď jako celek nebo po menších pozemcích. Každý uživatel chce mít svůj pozemek ideální, proto majitelé pozemky posejí trávou, zasadí stromy, přidají řeky nebo dokonce vodopády. Práce s designem je opravdu velice důležitá.

Na začátku podnikání je dobré zvolit si téma, na které se bude podnikatel specializovat. Jeden z nejoblíbenějších námětů je moře a exotické ostrovy. Další oblíbenou specializací jsou jednotlivé země z reálného světa a přiblížení jejich kulturních památek a stylu architektury. V těchto koloniích se obvykle pohybují uživatelé z oněch zemí. Jako například město Bohemia, kde se schází česká a slovenská komunita. Specializaci na jednotlivé kouty světa by však měl zvolit uživatel dané národnosti. To samé platí i u dalších zaměření, jako jsou země skřítků, upírů atd. Pokud tyto oblasti nejsou opravdovým

zájmem uživatele, tak by ostrovy neupravil dostatečně věrohodně. Uživatelé si však rádi za tyto odlišné typy krajín připlatí.

Aby nájemníci vytvořený ráz krajiny nezkazili, existuje tzv. covenant. Covenant je dohoda mezi majitelem pozemku a nájemníkem ohledně různých omezení, kodexu chování nebo například typu budov, které tam může uživatel postavit. Jistě by nebylo vhodné postavit moderní prosklenou budovu v říši víl a elfů.³⁸ Na pozemcích na pevnině tuto možnost kontroly nemáte. Každý si může svůj pozemek upravit podle svého, takže se krajina mnohdy mění velice různorodě.

Příklady úspěšných firem

První milionářkou díky SL se stala realitní makléřka Ailin Graef, alias Anshe Chung, jak ji zná většina SL uživatelů. 26. listopadu 2006 Graef uspořádala tiskovou konferenci, na které oznámila, že po dvou a půl letech od své první investice se stala milionářkou (USD).³⁹ Graef vyrostla v Číně, ale nyní žije v Německu, kde učí jazyky. Její hlavní prací se však společně s jejím manželem stala starost o její virtuální impérium. Do SL se přihlásila ze zvědavosti ohledně virtuálních světů, když si ale uvědomila, jak je ekonomika opravdová, začala zkoumat trh. Při rozhovorech s dalšími avatary zjistila, jak jsou zklamaní, že pozemky lze koupit jen velké a za mnoho peněz. Tak Graef začala nakupovat pozemky od společnosti Linden Lab, pomocí Photoshopu pozemky upravila v krásnou, zajímavou krajinu a pozemky buď prodala po částech, nebo pronajímala. Philip Rosendale, zakladatel a ředitel společnosti Linden Lab, nazývá Graef „Rockefellerem Second Life“.⁴⁰

V oblasti pronájmu je jednou z největších realitních firem společnost Beach Front Realty. Společnost založili Elaine Politis a Ariel Gonzalez v roce 2005 se sídlem v New Yorku. Jejich cílem je umožnit uživatelům SL pocít domova za rozumné peníze. Když Ariel přišel po třinácti letech o práci, začal se společně s Elaine věnovat obchodování s virtuálními

³⁸ Second Life Wiki <http://wiki.secondlife.com/wiki/Viewerhelp:Glossary> [cit. 2011-03-06]

³⁹ HOF, R.

http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2006/11/second_lifes_first_millionaire.html [cit. 2011-03-07]

⁴⁰ SLOAN, P. CNN Money

http://money.cnn.com/magazines/business2/business2_archive/2005/12/01/8364581/index.htm?cnn=yes [cit. 2011-03-07]

nemovitostmi na plný úvazek. Společnost začala koupit jednoho ostrova, který se jim okamžitě podařilo pronajmout, a nyní vlastní asi 150 ostrovů, které po částech pronajímá. Měsíční nájem je u této realitní firmy možno platit jak v USD tak v L\$.⁴¹

Jedna z největších realitních firem, která prodává pozemky všech velikostí, se jmenuje Exotic Island Inc. V reálném životě tato firma funguje od roku 2005 a sídlí v New Yorku. Firma se zabývá prodejem pozemků s tematikou exotických ostrovů. Všechny pozemky mají výhled na moře a firma zdarma nabízí postavené domy, palmy nebo např. lodě. Na vlastní zkušenost jsem se přesvědčila o jejich výborném osobním přístupu k potencionálním klientům. Vždy když jsem se teleportovala na jejich prodejnu, tak ke mně hned některý pracovník přišel a velice příjemně mi prezentoval mé možnosti.⁴² Následující obrázek ukazuje jeden z nabízených ostrovů této firmy. Ostrov je celý doladěn do vzhledu luxusního resortu na exotickém ostrově, včetně bazénu, vířivky a bungalovu.

Obrázek 9: Jeden z nabízených ostrovů realitní firmy Exotic Esland Inc.



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

⁴¹CNN Money 2010 http://money.cnn.com/video/news/2010/03/17/n_real_estates_second_life.cnnmoney/ [cit. 2011-03-07]

⁴² Exotic Island <http://www.exoticislandinc.com/index.html> [cit. 2011-03-06]

8.3 Výroba a prodej objektů

Jedna z nejvíce fascinujících věcí ohledně virtuálního světa je, že je to v podstatě taková říše divů. Při procházení světa Second Life narazíte na mnoho kouzelných míst. Mnozí si zde plní své sny, ať už je to svým vzhledem nebo domem snů. Je zde mnoho typů lidí. Někteří touží po tom vlastnit dům, obchod nebo zámek, jiní chtějí doplňky jako vybavení kancelářských prostor, domeček na stromě, domácí mazlíčky nebo hračky. Někteří uživatelé si objekty dokážou vytvořit sami, ale valná většina je schopná vytvořit maximálně jednoduché objekty jako např. židli nebo nemají čas objekty vytvářet. Tito lidé pak objekty nakupují nebo si najímají jiné uživatele, konstruktéry, aby jim na zakázku vytvořili to, co potřebují. V SL je mnoho druhů objektů, od aut až po mrakodrapy. Objekty proto obvykle dělíme na velké a malé objekty. Téměř všechny tyto objekty byly vytvořeny uživateli SL.

Velké objekty

Pod velkými objekty si můžeme představit domy, horské chaty, divadla, věže atd. Stejně jako při obchodování s pozemky, i u obchodování s velkými objekty by se měl podnikatel nebo spíše konstruktér zaměřit na určitý typ specializace.

Požadované dovednosti

Stavění velkých objektů není zrovna jednoduchá činnost. Konstruktér se musí některé dovednosti naučit a také je stále vylepšovat. Konstruktér by měl být obeznámený s architekturou reálného světa, v nejlepším případě mít architekturu vystudovanou. Stejně jako při tvorbě terénu a oblečení je důležité umět pracovat s grafickými programy jako je Photoshop nebo GIMP. Další důležitou schopností je skriptování, kterého se využívá při animacích jako otevírání/zavírání dveří atd. Second Life má svůj vlastní skriptovací jazyk, který se nazývá Linden Scripting Language. Bez čeho se ovšem úspěšný konstruktér neobejde, je tvořivost a nápaditost. Pokud má konstruktér dobrý nápad, který se v SL dosud ještě neobjevil a správně jej provede, tak má velkou pravděpodobnost úspěchu.

Každý objekt v SL se skládá z primů, základních tvarů, jejichž spojením vznikají složitější objekty, jako v tomto případě domy. Hlavní problém, se kterým se konstruktér musí

vypořádat, je počet primů. Vzhledem k tomu, že každý pozemek má omezený počet primů, je ve snaze každého dobrého konstruktéra, aby se jeho objekty skládaly z co nejméně primů. Při nízkém počtu primů je objekt pro zákazníka přitažlivější, a tím je také možno stanovit vyšší cenu.

Všeobecně jsou tři druhy stavebních projektů: modelové domy, domy na zakázku a úprava celého ostrova.

- **Modelové domy**

Nákup modelových domů je velice jednoduchý a rychlý. Po koupi domu je možno jej hned umístit na svůj pozemek. Hlavní výhodou modelových domů je nízká cena, často okolo 10 USD. Pokud se tedy konstruktér rozhodne prodávat tento typ přichystaných domů, musí jich prodat velké množství, aby se uživil. Vydělat si prodejem modelových domů je běh na dlouhou trať. Další výhodou je volnost stavitele. Konstruktér se nemusí ohlížet na specifikace zákazníka, ale vytvoří dům podle svých představ. Prodejem modelových domů se získávají nejenom zkušenosti, ale i zákazníci. Jednou začas dostávají konstruktéři nabídky na domy na zakázku, kterými si také mohou přivydělat.

- **Domy na zakázku**

Budování domů na zakázku vyžaduje velkou spolupráci s klienty. Je třeba vytvořit přesně to, co si klient představoval a splnit termín dodání. Hlavní výhodou zaměření na domy na zakázku je výdělek. Konstruktér si vydělá okolo 60 USD za hodinu. Práci na zakázku si často vybírají firmy ze skutečného světa, když chtějí ztvárnit své virtuální sídlo v SL.

- **Úprava celého ostrova**

Někteří klienti si přejí úpravu celého ostrova, který koupí nebo pronajmou. Toto je velice zajímavá a lukrativní práce. Vyžaduje však velké množství talentu a času. Práce na celém ostrově obvykle trvá několik týdnů. Při navrhování celého ostrova je důležité držet se jednoho námětu, a ten propojit v rámci celého pozemku. K těmto zakázkám se dostanou jen ti nejzkušenější a nejlepší.

Malé objekty

Ve světě Second Life je nepřehledné množství malých předmětů, proto je téměř nemožné je rozdělit do několika kategorií. Z toho důvodu zde vypíchnu jen několik kategorií, které jsou velmi často žádané. Uživatel, který se rozhodne podnikat v tomto odvětví, však má téměř nekonečné možnosti na vytváření nových a nových předmětů.

- **Nábytek**

Asi nejdůležitějším typem malých předmětů je nábytek, který je potřeba jak k vybavení domů, tak i kanceláří či obchodů. V SL existují obchody specializující se na moderní nábytek reálného vzhledu, ale je i velké množství obchodů, které prodávají originální a zcela jiné kusy nábytku, než známe z reálného života. V sekci nábytku se prodávají i doplňky na zahradu jako jsou fontány nebo svatební výzdoba.

- **Hračky**

Hračky jsou předměty různých tvarů a velikostí, se kterými se dá hrát, obvykle mají definovanou nějakou animaci, jsou roztomilé nebo přinutí člověka se smát. Proto uživateli s originálním nápadem obchod pokvete. Jednou z neznámějších hraček v historii SL je kouzelná hůlka, vytvořená uživatelem Starax Stotasky. Tato hůlka dokáže vykouzlit animace tornáda, dobytku padajícího z oblohy, vzlétajícího raketoplánu nebo jiných bláznivých věcí. Další oblíbenou hračkou jsou zvířata, která mohou sedět na rameni, na hlavě či kdekoliv jinde na těle avatara. Uživatelé si je velmi oblíbili a tak často potkáte avatary s kočkami, papoušky, pandami nebo třeba draky. Tyto zvířátka vymyslela Wynx Whiplash.⁴³

- **Zbraně**

Přestože je Second Life nenásilné prostředí, existuje tam několik bojových zón, kde se dají zbraně používat. Přesto je nejčastější důvod nákupu zbraní jen drsnější vzhled. Hiro Pendragon se proslavil výrobou kopií klasických japonských mečů, které jsou nejčastějším typem zbraní nošených avatary. Je však možné nakoupit i automatické zbraně.

⁴³ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2011-02-04] , str.187

- **Dopravní prostředky**

Nejčastěji je možné v SL najít repliky luxusních aut z reálného světa, jako jsou Ferrari, Lamborghini nebo Rolls Royce. Vyskytují se zde i napodobeniny známých automobilů z filmů, jako např. stroj času z filmu Návrat do budoucnosti. Kromě automobilů je možné koupit i raketoplány, helikoptéry, vznášedlo atd.

Na následujícím obrázku je vidět jedna z prodejen nábytku v japonském stylu. Nábytek prezentují v jednotlivých domech, pro dodání autenticity.

Obrázek 10: Prodejna nábytku v japonském stylu



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

Počáteční náklady

Počáteční náklady na podnikání v budování velkých i malých objektů nejsou nějak významné. Nejnákladnější položka je profesionální grafický software, který je však možné zpočátku nahradit volně stahovatelným programem GIMP nebo jej již konstruktér vlastní. Aby konstruktér mohl objekty vytvářet, potřebuje nějaké místo. Může využít možnosti veřejných pískovišť nebo si může pozemek koupit nebo pronajmout. Také by měl vlastnit obchod, kde bude své budovy nebo předměty prezentovat a prodávat.

Největší investicí do tohoto typu podnikání je opět čas a procvičování. Jak uvádí Neil Protagonist: „Uživatel by měl začít stavět objekty ze svého vlastního zájmu a záliby, jinak jim to nevydělá.“⁴⁴ Než konstruktéři začnou vydělávat, tak to obvykle trvá okolo několika měsíců.

8.4 Sexuální průmysl

Sexuální tematika k virtuálním světům patří. Jak již bylo zmíněno výše, mnoho uživatelů ve virtuálních světech plní své tužby, mezi které častokrát patří právě ty sexuální. Podnikání v sexuálním průmyslu je velice ziskové, jak se říká „sex prodává“. Až na několik výjimek ponechala společnost Linden Lab uživatelům ohledně sexuálního chování volnost. Oficiální standardy komunity Second Life uvádějí, že SL je sice pro dospělé osoby, ale ne na všech místech je erotická tematika vhodná. Pro ty, kterým je tato tematika blízká, je SL díky svým nepřeberným možnostem vhodným místem pro podnikání.

Sexuální průmysl světa Second Life můžeme dělit na následující kategorie:

- **Móda**
Oblast sexuálně zaměřené módy se od té klasické moc neliší. Ve světě SL chtějí skoro všichni vypadat dobře a tudíž i normálně nosí sexuálně atraktivní oblečení. Více je zaměření soustředěno na mnoho typů spodního prádla, sexy kostýmy a těla.
- **Doplňky**
Jeden z často kupovaných typů doplňků jsou zvukové efekty a výrazy. Tato oblast je však tak široká, že možností je zde velice mnoho.
- **Pohlavní orgány**
Oficiální avataři nemají pohlavní orgány, díky tomu je prodej pohlavních orgánů tak silný. Uživatelé si mohou vybrat z mužských či ženských pohlavních orgánů různých velikostí, barev i funkcí. K mnoha orgánům jsou také přidány skripty s animacemi.

⁴⁴ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2011-03-08], str. 157

- **Kluby**

Kluby jsou místem, kde se schází velké množství avatarů, obzvláště večer. V nočních klubech jsou pak speciální místa na provádění intimní zábavy. Některé noční kluby vybírají vstupní poplatek, ten však bývá spíše symbolický.

- **Prostitutky**

Nejstarší povolání na světě je i ve světě SL lukrativní práce. Takto zaměstnané uživatelky obvykle pracují v místech jako jsou ulice Amsterdamu nebo v nočních klubech, kde však dávají část výtěžku majiteli klubu. Jejich výtěžek záleží na vzhledu a zkušenostech, ale obvykle se pohybuje v rozmezí 200 L\$ až 4000 L\$.

- **Animace**

Zručný animátor si může v sexuálním průmyslu v SL vydělat velkou sumu peněz. Animace nejrůznějších typů jsou stále žádané. Animace mohou být pro individuální avatary, pro páry nebo pro skupiny.

- **Erotické hračky**

- **Erotický nábytek**

Stejně jako u předchozích typů obchodních činností počáteční náklady nejsou vysoké. Opět je třeba pořízení pozemku kvůli výrobě a prodeji produktů a dostatečné množství volného času.

Trh sexuálního průmyslu je přesycený, proto není jednoduché na něm uspět. Zákazníků je však mnoho a tak pokud je podnikatel inovativní a nekopíruje pouze nápady jiných, tak se stát úspěšným může. Důležité je poslouchat své zákazníky a plnit jejich přání, díky jejich radám a žádostem se obchod může rozvíjet a zviditelňovat.

Na co si však musí dát uživatel, který se rozhodne pracovat v tomto odvětví pozor, je, jak bude viděn okolím. Přestože mnoho uživatelů může jeho podnikání ocenit, je i mnoho těch, co jim sexuální tematika v SL vadí a obtěžuje je. Mnozí z uživatelů o nich negativně diskutují na fórech a blozích.

Asi největším odborníkem ohledně podnikání v sexuálním průmyslu ve světě Second Life je Kevin Alderman, alias Stroker Serpentine. Alderman založil v roce 2004 největší obchod se sexuálním zbožím, nazvaný Strokerz Toyz. V roce 2008 tento obchod zaměstnával 14 lidí na plný úvazek. Jednou ze zaměstnanců se stala Andrea Faulkner,

kteřá dlouho dobu pracovala jako eskort jak v reálném, tak virtuálním životě. Díky svým zkušenostem a radám se ve firmě Strokerz Toys stala obchodní ředitelkou.⁴⁵

8.5 Další možnosti podnikání

Jelikož je Second Life svět mnoha tváří, nabízí samozřejmě i další možnosti podnikání. Většina z nich je z oblasti zábavy, jako provozování klubů, časopisů a novin nebo DJ či moderátor. Když se procházíte po SL, obvykle nejvíce avatarů potkáte na některé z mnoha hudebních událostí. Hudba je tedy jednou ze dvou hlavních kategorií této kapitoly. Další kategorií budou novinky, které zahrnují noviny, časopisy a blogy.

Hudba

Za zábavou uživatelé SL nejčastěji vyrážejí do klubů, kde si za poslechu dobré hudby zatančí, popovídají a poznají nové lidi. Komunita světa SL je tak rozmanitá, že zde není žádný vyhraněný styl hudby. Jak uvádí jeden z nejznámějších DJ světa SL Nexeus Fatale: „*Second Life je jediné místo co jsem kdy viděl, kde si všechny druhy hudby najdou své fanoušky.*“⁴⁶

- **DJ**

Jedním z možných zaměstnání ve světě hudby je stát se DJ. DJ se obvykle stanou uživatelé, kteří jej provozovali i v reálném životě. Podle Fatale je možné vydělávat stejné peníze jako na reálných akcích. Příjem DJ je obvykle rozdělen do dvou částí, plat od majitele klubu, kde DJ hraje a pak spropitné od uživatelů, kterým se vystoupení líbí. Výdělek se průměrně pohybuje okolo 35 USD až 50 USD za hodinu. Je však třeba myslet i na autorské honoráře, které musí každý DJ platit, jak v reálném tak virtuálním světě. Také je možné koupit či pronajmout si pozemek, zařídit si vlastní klub a hrát tam. Jak se nejrychleji dostat na trh jako DJ je vystoupením na pár akcích zdarma, nejlépe pro některé známé kluby, které jsou hojně navštěvované.

⁴⁵ Stroker Toyz <http://www.strokerztoyz.com/support.htm> [cit. 2011-03-08]

⁴⁶ TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life: Making Money in the Metaverse [cit. 2011-03-12], str. 213

- **Kluby**

Další možností podnikání je vlastní noční klub. Řízení nočního podniku je náročné po organizační stránce. Je zapotřebí mnoha zaměstnanců, jako je manažer, zaměstnanec ochranné služby, DJ a tanečníci. Na začátku fungování SL, Linden Lab podporoval vlastníky klubů dotacemi za organizování akcí. To již však bylo zastaveno, a tak samotné vlastnictví klubu není tak výdělečnou činností, jak by se mohlo zdát. Hlavní zisk klubů pochází z billboardů s reklamami, které pronajímají nebo z pozemků okolo, které pronajímají vlastníkům obchodů. Vzhledem k tomu, kolik uživatelů do klubů chodí, je i v ochodech okolo velmi dobrá návštěvnost.

Brad Reason, alias Doubledown Tandino má jedno z nejneobvyklejších zaměstnání, pracuje jako DJ v Second Life. V reálném životě Reason pracoval jako ředitel marketingu a zábavy pro několik restaurací. Ve svém volném čase dělal DJ, což zkusil i ve virtuálním světě SL. Po čase mu nabídli práci. Jeho první nabídka byla 15 USD za hodinu. S přibývajícimi nabídkami si řekl, že skončí s prací v reálném životě a začne se naplno věnovat té v SL.⁴⁷ Nejvyšší výdělek, který uvádí, byl 150 USD za dvouhodinovou akci. Reason je nyní vyhledávaným DJ, stejně tak i moderátorem různých zábavných či propagujících akcí. Ve virtuálním prostředí pracuje i pro reálné známé společnosti jako je: IBM, Intel, CBS, Playboy nebo také univerzita Princeton.⁴⁸

Jedním z nejznámějších a nejdéle fungujících barů v SL je bar The Blarney Stone, založený uživatelem Ham Rambler. The Blarney Stone má design typické irské hospody a je umístěn do centra virtuálního města Dublin, které také vytvořil Rambler. V baru hraje každý den DJ a třikrát týdně hraje živá hudba, skladby hrané skupinami v Londýně, ve Velké Británii.⁴⁹

⁴⁷ CNN Money 2010

http://money.cnn.com/video/news/2010/02/23/n_second_life_dj_virtual_work.cnnmoney/ [cit. 2011-03-13]

⁴⁸ KAREN 2010 <http://blazingminds.co.uk/whos-band-brad-reason/> [cit. 2011-03-13]

⁴⁹ Dublin Virtually Live <http://www.dublinvl.com/about.html> [cit. 2011-03-13]

Novinky- noviny, časopisy, blogy

Aby residenti světa SL měli přehled o novinkách a kulturním dění, vznikly a vznikají v SL elektronické noviny a časopisy. Některé noviny jsou za minimální poplatek k prodeji, většina z nich je však zdarma. Veškerý zisk je získáván z prodeje reklamních ploch.

Second Life Herald jsou jedny z novin, které se vydávají téměř od vzniku SL až dodnes. Vznikly 23. října 2003 a jsou nezávislým subjektem, který shromažďuje novinky z celého SL světa. Možná i díky bulváru, které SL Herald obsahuje, jej čte několik tisíc čtenářů denně.⁵⁰

Jedněmi z nejčtenějších novin je M²Metaverse Messenge, který založila Katt Kongo. Na začátku si Kongo sama dělala marketing i psala většinu článků. Postupně se noviny šířily, až v květnu 2007 dosáhly 81 285 stáhnutí. Na oficiálních stránkách novin již však 4 měsíce není dána aktualita nebo zpráva a tak je možné, že se Kongo rozhodla toto podnikání ukončit.⁵¹

Jak již bylo zmíněno výše, mezi nejznámější a nejnavštěvovanější online časopisy patří Second Style magazine, který nejvíce píše o dvou nejžádanějších tématech, a to o módě a sexu. Na běhu tohoto časopisu se podílí šest žen, ani jedna však tuto práci nemá jako hlavní příjem. Second Style také vlastní ostrov, na kterém pronajímá pozemky návrhářům a jejich obchodům.⁵²

Wagner James Au spravuje jeden z nejvýznamnějších blogů s názvem New World News. Au je profesionální žurnalista, který se ve světě SL pohybuje téměř od jeho začátku a napsal o něm i knihu s názvem The Making of Second Life: Notes from the New World. Přestože na blogu má reklamy, které přinášejí určitý výdělek, dělá tuto práci spíše pro zábavu.⁵³

⁵⁰ Alphaville Herald <http://alphavilleherald.com/about> [cit. 2011-03-15]

⁵¹ Metaverse Messenger <http://metaversemessenger.com/>[cit. 2011-03-15]

⁵² Second Style Magazine <http://blog.secondstyle.com/>[cit. 2011-03-15]

⁵³ AU, W.J. New World News <http://nwn.blogs.com/nwn/>[cit. 2011-03-15]

9 Vlastní zkušenosti

O virtuální svět Second Life jsem se začala zajímat v době jeho hlavního boomu, tedy asi v roce 2007. Registrovaným uživatelem jsem se stala 14. prosince 2008. Když jsem se dozvěděla o vstoupení Univerzity Palackého v Olomouci do světa Second Life, tak jsem se v rámci mého studia na této univerzitě chtěla zúčastnit připravovaných seminářů. Jako první jsem se rozhodla absolvovat seminář Live in Second Life, abych se naučila základním dovednostem. V tomto semináři jsme se učili možnostem pohybu, komunikace, vzhledu avatara a vytváření jednoduchých předmětů. V následujícím semestru jsem se zúčastnila výzkumného semináře Virtual Work, který je zaměřený na práci virtuálních týmů. V jednotlivých týmech jsme plnili zadané úkoly. Osobně se mi ve virtuálním světě pracovalo dobře. V září 2010 jsem se jako posluchač zúčastnila workshopu konference, pořádané Katedrou aplikované ekonomie na téma Znalosti pro tržní praxi.

Jinak jsem ve světě SL pouze návštěvníkem, neprovozuji žádnou výdělečnou činnost. Na následujícím obrázku je fotka mého avatara, Katerine Lacombe, se kterým se po SL pohybuji.

Obrázek 11: fotka mého avatara



Zdroj: vlastní, klientské rozhraní Second Life

10 Potenciál využití trhu Second Life

Uživatel, který se rozhodne podnikat ve světě Second Life, má několik základních možností. Při výběru obchodní činnosti by měl vzít v potaz převážně kapitál, který je ochotný do začátku podnikání věnovat, ale také své grafické schopnosti, tvořivost a množství času.

Kategorie módní průmysl, výroba a prodej malých objektů a sexuální průmysl mají podobné vlastnosti, a tak je jen na uživateli, která oblast je mu nejbližší a rozhodne se pro ni. Počáteční náklady jsou u těchto kategorií minimální. Výdělek za jeden prodaný kus je však obvykle v řádu několika centů USD, a tak je třeba dobrý marketing a zákaznický servis, aby uživatel prodal tolik kusů, aby se mu to vyplatilo. U sexuálního průmyslu je třeba počítat i s negativními poznámkami některých uživatelů, případně i se špatnou pověstí.

U kategorie výroba a prodej velkých objektů jsou počáteční náklady podobně malé jako u předchozích kategorií, zisky jsou však vyšší. Jelikož velkými objekty jsou většinou domy, je dobré mít alespoň základní architektonické znalosti. Proto si tuto oblast nemůže zvolit mnoho uživatelů. V případě, že dělá konstruktér domy na zakázku nebo úpravu celého ostrova, může mu práce trvat i několik týdnů a obvykle si vydělá okolo 60 USD za hodinu.

Poslední kategorií je obchodování s pozemky. Tato obchodní činnost je velmi náročná na počáteční kapitál. Zároveň je však nejvýnosnější. Uživatel musí na začátku ostrov nebo ostrovy nakoupit, upravit vzhled pozemku a pak je rozprodat nebo pronajmout po částech.

11 Závěr

V dnešní době se rozvíjejí stále nové technologie, které ženou svět obchodu dopředu. Jednou z těchto poměrně čerstvých novinek je virtuální realita a virtuální světy. Virtuální světy lákají firmy a instituce díky svým možnostem ve spolupráci, komunikaci, vzdělávání nebo i jen samotné prezentaci společnosti. Má práce se zabývá obchodními možnostmi v jednom z těchto světů. Díky tomu, že virtuální svět Second Life je nejrozšířenější a nejnámější, vybrala jsem si jej pro svou práci. Uživatelé zde navazují kontakty s lidmi z celého světa, učí se cizím jazykům, podnikají nebo jen relaxují. Jsou-li kreativní a obchodně schopní, mají také možnost výdělků reálných peněz. Má práce řeší klasický manažerský problém, a to správné využití nového trhu k vytvoření zisku.

V úvodní části mé práce se zabývám teoretickým vysvětlením fungování světa Second Life. Dále byla představena ekonomika tohoto světa a byly demonstrovány základní ukazatele ekonomické situace let 2009 a 2010. Ve všech zkoumaných faktorech svět SL prokázal vzrůstající tendenci. Ekonomika Second Life se tedy vyvíjí kladně. Dalším mým představeným tématem byly případové studie vybraných firem a institucí, které podle mého názoru zaznamenaly až překvapivě dobrých výsledků díky jejich přítomnosti ve virtuálním světě. Dále byla představena přítomnost české komunity v Second Life se zaměřením na československé město Bohemia, kde se nachází většina firem a institucí, které jsem rozebrala podrobněji. Mezi nimi byla i naše Filozofické fakulta Univerzity Palackého v Olomouci, která je první českou univerzitou, která plně využívá virtuálního světa SL.

Má práce pokračuje analýzou prostředí světa Second Life. Podle této analýzy vyplývá, že silné stránky a příležitosti převažují nad těmi slabými. Jednou z těchto silných stránek, díky které má v SL mnoho reálných firem své virtuální sídlo, je image firmy jako inovativní moderní společnost.

Věřím, že cíle mé práce, a to představení obchodních možností ve virtuálním světě, bylo dosaženo především v kapitole zabývající se možnostmi podnikání. Ty jsem rozdělila do několika nejčastějších kategorií na následující: módní průmysl, obchod s pozemky, výroba a prodej objektů, sexuální průmysl a další možnosti podnikání. U každé kategorie jsem popsala základní charakteristiku dané obchodní činnosti, popsala obchodní plán, požadované schopnosti, možné marketingové tahy a představila některé úspěšné firmy či

uživatelé v dané obchodní oblasti. Módní a sexuální průmysl jsou nejčastější obchodní činnosti uživatelů, pravděpodobně i díky nízkým počátečním nákladům. Ovšem první milionářkou se díky podnikání v SL stala žena zabývající se obchody s pozemky (kap. 8.2). Přestože na obchodování s pozemky jsou potřeba nejvyšší počáteční náklady, jeho výnosy se ukazují jako největší. Virtuální svět Second Life je fascinující i děsivý zároveň. Představa, že člověk jen zapne počítač a pracuje ve virtuálním světě, kde vytváří imaginární výrobky, které kupují jiní uživatelé, není pro mnoho lidí prozatím zcela pochopitelná, avšak zkušenosti z práce ve virtuálních světech již dnes představují konkurenční výhodu.

12 Resumé

The present thesis deals with business opportunities in virtual world of Second Life. Second Life is one of the virtual worlds, a new phenomenon, that changes the business world. Users can do all kind of activities in virtual worlds. They can meet people from all over the world, they can educate themselves, run a business or simply relax.

At the beginning of this work I presented the basic characteristics of Second Life. Then I described the economy of SL and highlighted the main figures in years 2009 and 2010. SL economy is real and stable.

In the next section I presented a case study of some selected companies and institutions. Then I focused on a presence of the Czech Republic in Second Life. I introduced a Czechoslovakian town called Bohemia, where most of Czech companies and institutions are sited. Later on I made a SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats involved in a project. One of the reasons why companies are joining SL is image of the innovative company.

I believe that the objective of my thesis – to show the business opportunities in virtual world of Second Life, has been achieved in the section business opportunities. There I presented five main categories in which users and companies mostly run a business. These categories are: fashion, land business, construction projects, sex trade and other interactive business opportunities. In each subhead I described basic characteristics, business plan, startup costs and required skills of the business. I also introduced some of the users or companies that are successful in their business fields in Second Life.

Virtual worlds are fascinating and scary at one time. It might be strange for a lot of people that someone makes imaginary objects and sells it to some other users for real money, but it works and society should get used to it.

13 Seznam zdrojů

AccountingWEB, Flying around CPA Island with Tom Hood [online] 5.3.2009. Dostupný z WWW: <<http://www.accountingweb.com/item/107147>>

Alphaville Herald [online]. Dostupný z WWW: <<http://alphavilleherald.com/about>>

Au, W.J. New World News [online]. Dostupný z WWW: <<http://nwn.blogs.com/nwn/>>

CNN Money: Best Jobs: DJ' second chance in Second Life [online] 23.2.2010. Dostupný z WWW:

<http://money.cnn.com/video/news/2010/02/23/n_second_life_dj_virtual_work.cnnmoney>

CNN Money: Second Life's real estate barons [online] 18.3.2010. Dostupný z WWW:

<http://money.cnn.com/video/news/2010/03/17/n_real_estates_second_life.cnnmoney/>

Dublin Virtually Live [online]. Dostupný z WWW:

<<http://www.dublinvl.com/about.html>>

DUNCKER, M. Česká republika se prezentuje v Bohemii [online] 15.10.2008 Dostupný z WWW <<http://www.secondlife.cz/ceska-republika-se-prezentuje-v-bohemii>>

DUNCKER, M. České město v Second Life [online] 3.6.2007 Dostupný z WWW:

<<http://secondlife.cz/ceske-mesto-v-second-life>>

DUNCKER, M. Rok 2008 v československém Second Life [online] 2.1.2009. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/rok-2008-v-ceskoslovenskem-second-life>>

DUNCKER, M. Vzdělávání míří do Second Life [online] 16.12.2008. Dostupný z WWW:

<<http://secondlife.cz/vzdelavani-miri-do-second-life>>

eCAMPUS. [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.ecampus.cz/>>

Exotic Island. [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.exoticislandinc.com/index.html>>

FREEDMAN, Robert. *How to Make REAL MONEY in SECOND LIFE*. New York, NY : McGraw-Hill, Two Penn Plaza, 2008. 229 s. ISBN 9780071508254

HASALÍK, R. České firmy objevují virtuální svět Second Life [online] 22.7.2008. Dostupný z WWW <<http://www.lupa.cz/clanky/ceske-firmy-objevuji-virtualni-svet-second-life/>> 3/11

HOF, R. Second Life's first milionare [online] 26.11.2006. Dostupný z WWW: <http://www.businessweek.com/the_thread/techbeat/archives/2006/11/second_lifes_first_millionaire.html>

HRONOVÁ, M. Filozofická fakulta UP získá jako první v ČR reálné zkušenosti. *Žurnál Univerzity Palackého v Olomouci*. 30.1.2009, roč. 18, č. 14, str. 3. Dostupný z WWW: <<http://www.upol.cz/fileadmin/zuparchiv/XVIII/cislo14.pdf>>

HRUŠOVÁ, M. Investujte a podnikajte ve virtuální realitě. Můžete vydělat opravdové peníze [online] 21.7.2008. Dostupný z WWW: <http://finance.idnes.cz/inv.asp?c=A080718_111605_inv_hru>

JENKINS, K. Slovník často používaných výrazů [online] 30.7.2008. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.cz/slovník-casto-pouzivanych-vyrazu>>

KAREN, Who's the band – Brad Reason [online] 1.3.2010. Dostupný z WWW: <<http://blazingminds.co.uk/whos-band-brad-reason/>>

KEETER, K. IBM Academy of Technology runs first multi-day Virtual Conference [online]. Dostupný z WWW: <http://www.ibm.com/virtualworlds/dwnlds/IBM_Academy_of_Technology_overview_article.pdf>

LindeX™ Exchange: Market Data: [online]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/statistics/economy-market.php>>

LINDEN LAB. Engaging the Public in Environmental Learning & Enhancing Scientific Collaboration [online]. Dostupný z WWW: <http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_NOAA_EN.pdf>

LINDEN LAB. How Meeting In Second Life Transformed IBM's Technology Elite Into Virtual World Believers [online]. Dostupný z WWW:

<http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_IBM_EN.pdf>

LINDEN LAB Preparing for a Disaster Without Disrupting Patient Care [online].

Dostupný z WWW:

<http://secondlifegrid.net.s3.amazonaws.com/docs/Second_Life_Case_Childrens_Memorial_EN.pdf>

LINDEN, N. The Second Life Economy in Q4 2010 [online] 26.1.2011. Dostupný

z WWW: <<http://community.secondlife.com/t5/Featured-News/The-Second-Life-Economy-in-Q4-2010/ba-p/674618>> -březen 2011

LINDEN, T. 2009 End of Year Second Life Economy Wrap up (including Q4Economy in Detail) [online] 19.1.2010 [cit. 2010-8-12]. Dostupný z WWW:

<<http://blogs.secondlife.com/community/features/blog/2010/01/19/2009-end-of-year-second-life-economy-wrap-up-including-q4-economy-in-detail>>

LINDEN , T. The Second Life Economy - First Quarter 2009 in Detail [online] 16.4.2009.

Dostupný z WWW: <<http://community.secondlife.com/t5/Features/The-Second-Life-Economy-First-Quarter-2009-in-Detail/ba-p/642113>>

MANSFIELD, Richard. *How to Do Everything with Second Life*. 1 edition. [s.l.] :

McGraw-Hill Osborne Media, 2007. 268 s. Dostupné z WWW:

<http://www.amazon.com/How-Do-Everything-Second-Life/dp/0071497897/ref=pd_rhf_shvl_1>. ISBN 9780071497893.

Metaverse Messenger [online]. Dostupný z WWW: <<http://metaversemessenger.com/>>

RITT, Z. Jarní novinky v Bohemii [online] 7.5.2010. Dostupný z WWW:

<<http://www.secondlife.cz/jarni-novinky-v-bohemii>>

RITT, Z. Knihovna, výstava a beseda [online]. 30.6.2008. Dostupný z WWW:

<<http://www.secondlife.cz/knihovna-vystava-beseda>>

RITT, Z. Konference a workshop Univerzity Palackého [online] 12.9.2009. Dostupný

z WWW: <<http://secondlife.cz/konference-workshop-univerzity-palackeho>>

RYLICH, J. Virtuální světy na Internetu [online] 19.4.2007. Dostupný z WWW:

<<http://www.lupa.cz/clanky/virtualni-svety-na-internetu/>>

RYMASZEWSKI, Michael. *Second Life : The Official Guide*. 2 edition. [s.l.] : Sybex, 2008. 416 s. Dostupné z WWW: <http://www.amazon.com/Second-Life-Official-Michael-Rymaszewski/dp/0470227753/ref=pd_sim_b_3>. ISBN 0470227753

Second Life: [online]. Dostupný z WWW: <<https://join.secondlife.com/?lang=en-US>>

Second Life: Buy Land [online]. Dostupný z WWW: <<http://secondlife.com/land/>>

Second Life: Community Standards [online]. Dostupný z WWW:

<<http://secondlife.com/corporate/cs.php>>

Second-life: Second Life – půda a pozemky [online]. Dostupný z WWW:

<<http://www.second-life.cz/osl-puda.php>>

Second Life Wiki: Communication [online]. Dostupný z WWW:

<<http://wiki.secondlife.com/wiki/Communication>>

Second Life Wiki: Linden Lab Official:What are the different levels of account membership? [online]. Dostupný z WWW:

<http://wiki.secondlife.com/wiki/Linden_Lab_Official:What_are_the_different_levels_of_account_membership>

Second Life Wiki. Viewerhelp: Glossary [online]. Dostupný z WWW:

<<http://wiki.secondlife.com/wiki/Viewerhelp:Glossary>>

Second Style Magazine [online]. Dostupný z WWW: <<http://blog.secondstyle.com/>>

SINGR, M. Do Second Life vstupuje Filozofická fakulta Univerzity Palackého [online] 31.12.2008. Dostupný z WWW: <<http://www.novinky.cz/veda-skoly/vzdelavani/157729-do-second-life-vstupuje-filozoficka-fakulta-univerzity-palackeho.html>>

SLOAN, P. CNN Money: The Virtual Rockefeller [online] 1.12.2005. Dostupný z WWW:

<http://money.cnn.com/magazines/business2/business2_archive/2005/12/01/8364581/index.htm?cnn=yes>

Stroker Toyz: [online]. Dostupný z WWW: <<http://www.strokerztoyz.com/support.htm>>

TERDIMAN, D. The Entrepreneur's Guide to Second Life : making money in the metaverse. Indianapolis, Indiana : Wiley Publishing, Inc., 2008. 320 s. ISBN 978-0-470-17914-7.

VENCEFROVÁ, E. Český rozhlas dnes vstoupil do Second Life [online] 24.10.2007. Dostupný z WWW <<http://www.rozhlas.cz/invex/clanky/zprava/391731>>

13 Seznam grafů a tabulek

Graf 1: Vývoj unikátních přístupů uživatelů v období 2006-2009, vyjádřený v tisících. ...	14
Graf 2: Unikátní přístupy uživatelů SL od 2. poloviny r. 2009 do konce r. 2010, vyjádřený v tisících.....	15
Graf 3: Počet hodin strávených uživateli v SL, vyjádřený v milionech.	15
Graf 4: Celková velikost světa SL v letech 2009-2010 v tisících km ²	19
Graf 5: Celková hodnota transakcí mezi uživateli SL v období 2007-2009, vyjádřená v milionech USD	23
Graf 6: Hrubý zisk na Xstreet v letech 2007-2009, vyjádřený v milionech L\$.....	24
Graf 7: Vývoj obratu směnárny LindeX v období 2007-2009, vyjádřený v milionech USD.	24
Graf 8: Vývoj celkového objemu peněz v oběhu v letech 2009-2010, vyjádřený v milionech USD.	25
Graf 9: Vývoj kurzu měny L\$ v letech 2009-2010, v poměru k USD.	26
Graf 10: Vývoj prodeje zboží přes internetový portál světa Second Life v letech 2009-2010, vyjádřený v milionech L\$.	26
Tabulka 1: Cena registrace účtu pro občana České republiky, včetně DPH 19%.	13
Tabulka 2: Měsíční poplatky vzhledem k velikosti pozemku	18

14 Seznam obrázků

Obrázek 1: Výběr z dvanácti možných vzhledů avatara	11
Obrázek 2: NOAA Vesnice před ničivou vlnou tsunami.	30
Obrázek 3: NOAA vlna tsunami.....	30
Obrázek 4: NOAA zatopená vesnice	31
Obrázek 5: NOAA Vesnice po tsunami.....	31
Obrázek 6: Virtuální sídlo Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci v prostředí SL.....	35
Obrázek 7: Virtuální sídlo Regionální knihovny Karviná v SL	36
Obrázek 8: Ukázka obálky časopisu Second Style	45
Obrázek 9: Jeden z nabízených ostrovů realitní firmy Exotic Esland Inc.	50
Obrázek 10: Prodejna nábytku v japonském stylu.....	54
Obrázek 11: fotka mého avatara	60

15 Seznam zkratek

3D: trojrozměrný

atd.: a tak dále

ČR: Česká republika

DPH: daň z přidané hodnoty

kap.: kapitola

Kč: korun českých

r.: rok

SL: Second Life

str.: strana

s.r.o.: společnost s ručením omezením

USD: americký dolar

Poznámka:

Všechny překlady z anglické literatury do češtiny byly provedeny autorkou.