

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
FAKULTA EKONOMICKÁ

Diplomová práce

Freelancer: podnikání na volné noze

Freelance business

Bc. Josef Berka

Plzeň 2018

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI
Fakulta ekonomická
Akademický rok: 2017/2018

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Josef BERKA**
Osobní číslo: **K16N0032P**
Studijní program: **N6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Název tématu: **Freelancer: podnikání na volné noze**
Zadávací katedra: **Katedra marketingu, obchodu a služeb**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

1. Představte problematiku podnikání na volné noze.
2. Identifikujte klady a zápory tohoto typu podnikání.
3. Vypracujte case study.
4. Proveďte dotazníkové šetření mezi freelencery.
5. Zanalyzujte výsledky dotazníkové šetření.
6. Na základě zjištěných informací zformulujte závěry a doporučení pro tento segment podnikání.

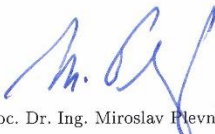
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Rozsah kvalifikační práce: **60-80**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

- **KARLÍČEK, Miroslav.** *Základy marketingu.* Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4208-3.
- **SRPOVÁ, Jitka.** *Podnikatelský plán a strategie.* Praha: Grada, 2011. 194 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4103-1.
- **SRPOVÁ, Jitka a kol.** *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů.* Praha: Grada Publishing, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.
- **TAHAL RADEK.** *Marketingový výzkum Postupy, metody, trendy.* Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-271-0206-8.
- **VLACH, Robert.** *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové.* Brno: Jan Melvil Publishing, 2017. Pod povrchem. ISBN 978-80-7555-015-6.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání diplomové práce: **23. října 2017**
Termín odevzdání diplomové práce: **23. dubna 2018**


Doc. Dr. Ing. Miroslav Plevný
děkan




Ing. Jan Tluchoř, Ph.D.
vedoucí katedry

V Plzni dne 23. října 2017

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma

„Freelancer: podnikání na volné noze“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí diplomové práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni, dne 19. dubna 2018

.....

podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

Chci poděkovat paní Ing. Petře Taušl Procházkové, Ph. D., vedoucí diplomové práce, za cenné připomínky, užitečné rady, trpělivost, ochotu a vstřícnost, které mi výraznou měrou pomohly k vypracování diplomové práce. Chci také poděkovat své rodině za trpělivost a podporu, kterou mi věnovala po celou dobu studia. Nakonec chci poděkovat respondentům výzkumu, že byli ochotni mi sdělit své zkušenosti a názory na podnikání na volné noze.

Obsah

Úvod.....	7
Teoretická část	9
1. Základní pojmy	9
1.1. Podnikání.....	9
1.2. Podnikatel.....	11
2. Freelancer.....	13
2.1. První krok k podnikání na volné noze.....	15
2.2. Právní formy podnikání.....	17
2.3. Oborové složení v ČR	19
2.4. Předsudky podnikání na volné noze.....	20
2.5. Klady a zápory freelancera.....	23
3. Metodologie výzkumu	27
3.1. Návrh výzkumu	27
3.2. Preempirická fáze výzkumu	28
3.3. Body preempirického výzkumu.....	29
3.4. Kvantitativní a kvalitativní výzkum.....	29
3.5. Metody marketingového výzkumu.....	30
Empirická část.....	33
4. Návrh výzkumu.....	33
4.1. Účel a cíl výzkumu.....	34
4.2. Hypotézy výzkumu.....	35
4.3. Cílová skupina.....	36
4.4. Časový plán výzkumu	37
5. Realizace výzkumu	39
5.1. Výsledky dotazníkového šetření.....	40

5.2.	Vyhodnocení hypotéz výzkumu	57
6.	Case study	59
7.	Příprava a realizace rozhovorů s podnikateli na volné noze	64
7.1.	Průběh rozhovorů	64
7.2.	Sběr dat	65
7.3.	Předvýzkum	65
7.4.	Výběr podnikatelů pro uskutečňování rozhovorů	66
7.5.	Výsledky rozhovorů s podnikateli	67
8.	Shrnutí informací k podnikatelskému prostředí freelancerů	75
8.1.	Shrnutí poznatků	75
8.2.	Doporučení pro segment podnikání na volné noze	77
	Závěr	80
	Seznam tabulek	82
	Seznam obrázků	83
	Seznam použitých zkratk	85
	Seznam použité literatury	86
	Seznam příloh	92

Úvod

Autor diplomové práce se zajímá o podnikatelskou činnost a vše co s touto činností souvisí. Podnikání na volné noze je v českém prostředí poměrně neznámý pojem. Z českých autorů se této problematice věnuje výhradně Robert Vlach, jenž v roce 2017 vydal knihu s názvem Na volné noze. Tato kniha se přímo specializuje na podnikatelské prostředí freelancerů. Jiné odborné zdroje se v České republice tomuto podnikání nevěnují. Nevěnuje se mu ani pozornost v akademických pracích. Toto téma je poměrně neprozkoumané. Zatímco ve světě se tento druh podnikání rychle rozvíjí. V USA existuje organizace s názvem Freelancers union, jenž hájí práva podnikatelů na volné noze. Tato organizace má více než 54 milionů členů. V Evropě vznikla v roce 2010 obdobná organizace s názvem Evropské fórum nezávislých profesionálů, jenž sdružuje podnikatele v Evropě. Česká republika není ovšem členem tohoto sdružení. V České republice existuje internetová stránka navolnenoze.cz, která české freelancery sdružuje. Tato internetová stránka byla založena Robertem Vlachem v roce 2005 a byla první stránkou tohoto druhu v České republice. Jádrem této internetové skupiny (navolnenoze.cz) tvoří více než 900 freelancerů. Tento počet je aktuální na k datu 1. 4. 2018.

Cílem autora diplomové práce je představit problematiku podnikání na volné noze v České republice. Zjistit proč vůbec lidé začínají podnikat na volné noze, co je motivuje a co dělají proto, aby byli v této podnikatelské činnosti úspěšní. Autor se v této práci soustředí na problematiku podnikatelského prostředí freelancerů v České republice. Poukazuje na klady a zápory tohoto podnikání. Cílem práce je analyzovat schopnosti, dosažené vzdělání a doplňující vzdělání, marketing a pracovní styk s klienty podnikatelů. Jedná se vlastně o charakteristiku činností freelancerů od zahájení až k dosažení stabilního podnikání. Na závěr autor navrhne doporučení ke zlepšení podnikatelské činnosti na volné noze.

Autor ve své práci využije informace z odborné tištěné literatury, elektronických zdrojů a znalostí získaných při studiu. Dále autor v diplomové práci čerpá informace pomocí dotazníkového šetření se 135 respondenty, case study a rozhovorů s 9 podnikateli. Respondenty pro tuto diplomovou práci tvoří podnikatelé v České republice, kteří pracují sami na sebe. Jsou nezávislí profesionálové, kteří pracují pod svým vedením a nemají na sebou žádné nadřízené.

Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. V první kapitole je definování základních pojmů týkajících se podnikatele a podnikání. Druhá kapitola je zaměřena na představení samotného freelancera a jeho pozice na trhu. Třetí kapitola se věnuje metodice výzkumu, která je využita v empirické části diplomové práce.

Ve čtvrté kapitole diplomové práce je představen návrh výzkumu, podle kterého bude následně probíhat dotazníkové šetření. V páté kapitole je provedeno dotazníkové šetření se 135 respondenty a jeho vyhodnocení. Šestá kapitola obsahuje case study, jenž popisuje zahájení a další průběh podnikání české podnikatelky na volné noze. V sedmé kapitole jsou uskutečněny rozhovory s českými freelancery. V poslední kapitole diplomové práce jsou shrnuty výsledky výzkumů a doporučení pro tento segment podnikání.

Teoretická část

1. Základní pojmy

Pro bližší představení problematiky podnikání na volné noze je nutné vysvětlit základní pojmy a definice. Jedná se například o definice jako je podnikání a podnikatel.

Před samotným vysvětlením těchto pojmů je potřeba uvést, že k 1. 1. 2014 vstoupil v České republice v platnost nový občanský zákoník, konkrétně zákon číslo 89/2012 Sb.. Ke stejném datu tedy k 1. 1. 2014 vstoupil také v platnost zákon číslo 90/2012 Sb. o obchodních korporacích. Tyto zákony nahradily obchodní zákoník, který byl k tomuto datu zrušen. V České republice zároveň upravuje podnikání živnostenský zákon, konkrétně zákon číslo 455/1991 Sb., který zůstal v platnosti v nezměněné formě.

1.1. Podnikání

Existuje několik ekonomických pojmů, které definují podnikání. Ekonomové vytvářejí definici podnikání dle vlastních představ o nejlepším vymezení tohoto pojmu. Proto bývají definice podnikání velmi individuální.

V České republice existovalo podle obchodního zákoníku a živnostenského zákona více zákonných definic podnikání. Jak již však bylo uvedeno obchodní zákoník byl k 1. 1. 2014 zrušen a byl nahrazen občanským zákoníkem. Nový občanský zákoník pojem podnikání nedefinuje.

K následujícím definicím je potřeba doplnit a vysvětlit jednotlivé dílčí pojmy, které pomohou k správnému pochopení těchto definic:

- **soustavnost** – osoba musí vykonávat svou činnost opakovaně a pravidelně, nesmí jí vykonávat pouze příležitostně;
- **samostatnost** – pokud je podnikatelem fyzická osoba, jedná osobně; jedná-li se o právnickou osobu, tak jedná prostřednictvím statutárního orgánu;
- **vlastní jméno** – pokud je podnikatel fyzickou osobou, provádí své právní úkony prostřednictvím svého jména a příjmení; právnická osoba provádí právní úkony prostřednictvím svého názvu (obchodní firmou);
- **vlastní odpovědnost** – fyzická či právnická osoba, která podniká, nese veškerá rizika za výsledky své činnosti;

- **dosažení zisku** – prováděná činnost musí být vykonávána za účelem dosažení zisku, zisk však nemusí být dosažen. (Srpková, 2010)

Definice dle živnostenského zákona zní: „*Živností je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem.*“ (businesscenter.cz, 2018, zákon č. 455/1991 Sb., § 2)

Definice dle zrušeného obchodního zákoníku zněla: „*Soustavná činnost prováděna samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost za účelem dosažení zisku.*“ (businesscenter.cz 2014, zákon č. 513/1991 Sb., §2)

Čeští autoři, kteří se zabývají podnikáním, definují pojem podnikání podobně. Například Petříček (2006, str. 13) definuje podnikání takto: „*Podnikání je konkrétní cílevědomá lidská činnost produkující většinou hmotné, případně nehmotné statky.*“ Tato definice je velmi stručná, ale přesto vystihuje veškeré základní charakteristiky podnikání. Velmi podobně na podnikání nahlíží také Synek (2015), který se však více zaměřuje na zhodnocení kapitálu, jenž podnikatel do svého podnikání vložil. K lepší charakteristice pojmu podnikání vytvořil čtyři základní rysy:

- Základním motivem podnikání je snaha podnikatele o zhodnocení vloženého kapitálu, to by mělo znamenat ve většině případech také dosažení zisku, tedy dosažení vyššího zisku než nákladů. Pokud by se vlastní kapitál, který byl vložen do podnikání nezhodnocoval, tak by ve většině případech popíral smysl podnikání.
- Zisk, který je výsledkem uspokojení potřeb zákazníků. Proto se podnikatel zaměřuje na zájmy, požadavky, potřeby, preference zákazníka.
- Podnikatel se snaží pomocí svých výrobků a služeb uspokojit potřeby zákazníků, a to prostřednictvím trhu. Z toho vyplývá, že podnikatel musí čelit podnikatelskému riziku. Podnikatel se snaží o minimalizaci rizika, aby se riziko snížilo na přijatelnou úroveň.
- Charakteristikou podnikání je vložení kapitálu podnikatelem do svého podnikání. Tento kapitál může být vlastní nebo cizí. Velikost vloženého kapitálu se liší podle rozsahu a předmětu podnikání. (Synek, 2015)

Martinovičová (2014, str. 10) definuje podnikání takto: „*Podnikání obsahuje hledání, objevování a využívání podnikatelských příležitostí k vyplňování mezer na trhu. Nedílnou součástí podnikání jsou samozřejmě podnikatelská rozhodnutí a znovurozdělení disponibilních zdrojů a překonávání tradičních stereotypů, což představuje iniciaci a zavádění nových řešení, ochotu a připravenost podnikatele převzít nevyhnutelné podnikatelské riziko spojené s možným ekonomickým úspěchem.*“ Tato definice popisuje základní činnosti podnikatele od hledání podnikatelské příležitosti až k ochotě převzetí rizika za své výsledky. Definice také vystihuje podstatu podnikání, zároveň nepopisuje žádné ekonomické aspekty podnikání.

Ze světových autorů je velmi známá definice profesora Roberta Hisriche (1996. str. 19). Podnikání definuje takto: „*Podnikání – proces vytváření čehosi jiného, čemuž náleží hodnota prostřednictvím vynakládání potřebného času a úsilí, přebírání doprovodných finančních, psychologických a společenských rizik získávání výsledné odměny v podobě peněžního a osobního uspokojení*“. V této definici profesor převážně poukazuje na osobní stránku podnikatele, která přesně vystihuje jeho profil. Podstata této definice se výrazně od předešlých definic neliší.

1.2. Podnikatel

Podnikatel je vnímán odlišně ekonomy, psychology i politiky. Z tohoto důvodu existuje více definic pro podnikatele.

Česká republika má definici podnikatele v občanském zákoníku, který definuje podnikatele takto: „*Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.*“ (businesscenter.cz 2018b, zákon č. 89/2012 Sb., § 420). Tento zákon přesně definuje náležitosti, které musí osoba splňovat, aby se stala podnikatelem v ČR. Žádný jiný zákon v České republice podnikatele nedefinuje.

V České republice je z právního pohledu vymezen podnikatel následující způsoby:

- dle definice výše uvedeného Zákona č. 89/2012 Sb.,
- osoba zapsána v obchodním rejstříku,
- osoba, která má k podnikání živnostenské nebo jiné oprávnění podle jiného zákona,

- definice, která je také součástí nového občanského zákoníku, ale tato definice se převážně zaměřuje na ochranu spotřebitele a jeho lepší vymahatelnost práv. (Ircingová a kol., 2014) Tato definice ze zákona zní: „*Pro účely ochrany spotřebitele a pro účely § 1963 se za podnikatele považuje také každá osoba, která uzavírá smlouvy související s vlastní obchodní, výrobní nebo obdobnou činností či při samostatném výkonu svého povolání, popřípadě osoba, která jedná jménem nebo na účet podnikatele.*“ (businesscenter.cz, 2018b, zákon č. 89/2012 Sb., § 420)

Mnoho českých ekonomických autorů vytvořilo také vlastní definice pro podnikatele, ve kterých podle individuálních pohledů vystihují osobu podnikatele. Podle Taušl Procházkové (2017, str. 15) je podnikatel definován takto: „*Nositelem rozhodnutí, který vyvíjí ekonomickou aktivitu spojenou s produkcí výrobků či služeb a jejich pohybem na trzích. Podnikatel se pohybuje v určitém podnikatelském prostředí a snaží se využívat ve svůj prospěch možnosti, které mu toto prostředí a trhy nabízí.*“ Tato definice jasně vymezuje podnikatele. Převážně se zaměřuje na jeho ekonomickou činnost než na osobní stránku a tím pomáhá lépe pochopit jeho činnost.

Autor Veber (2012, str. 15) uvádí několik stručných definic podnikatele:

- *osoba realizující podnikatelské aktivity s rizikem rozšíření nebo ztráty vlastního kapitálu,*
- *osoba schopná rozpoznat příležitosti, mobilizovat a využívat zdroje a prostředky k dosažení stanovených cílů a ochotná podstoupit tomu odpovídající rizika,*
- *iniciátor a nositel podnikání – investuje své prostředky, čas, úsilí a jméno, přebírá odpovědnost, nese riziko s cílem dosáhnout svého finančního a osobního uspokojení.*

Tyto definice jsou velmi stručné, ale přesto přesně charakterizují podnikatele. Pro širší pochopení osoby podnikatele, je potřeba propojit více definic.

Zahraniční Journal of Small Business Management (1991, str. 46) charakterizoval podnikatele takto: „*Osoby, které profilují na základě iniciativy a riskování.*“ Definice je opět stručná, postačuje k základnímu pochopení. Zohledňuje pouze iniciativu podnikatele a ochotu přijímat riziko.

McCoy Pinderhughes (2004, str. 1) uvádí podnikatele takto: „*Osoba, která vizualizuje myšlenku nebo má horoucí touhu provést změnu, tvrdě pracuje, věnuje se odhodlaně své činnosti, protože ví, že chce uspokojit své osobní a obchodní cíle.*“ Definice od McCoy

Pinderhughes se zabývá hlavně touhou podnikatele udělat změnu a tím uspokojit vlastní cíle. Definice se vůbec nezabývá obchodní činností podnikatele.

Podnikatele však nemusí definovat pouze ekonomové. Známy americký politik W. Churchill definoval podnikatele v roce 1940 při setkání s občany takto: „*Podnikatelé jsou někdy považováni buď za vlka, kterého je třeba zabít, nebo za krávu, kterou je třeba stále dojit. Přitom by však měli být považováni za koně, který táhne káru.*“ (Srpová, 2010, str. 30)

2. Freelancer

Pojem freelancer je překládán do češtiny nejčastěji jako podnikatel na volné noze. V České republice však existuje pro tyto podnikatele více označení, například nezávislý profesionál, volnonožec či kontraktor.

Jednotná definice freelancera neexistuje. Existuje však definic několik, které se snaží co nejpřesněji definovat tyto podnikatele.

Největší organizace v USA Freelancers union, která hájí práva podnikatelů na volné noze, používá definici: „*Freelancer je každý, kdo si přivydělává na trhu práce.*“ (Freelancersunion, 2018). Tato definice je velmi obecná a lze do ní zahrnout i osoby, které nejsou úplně freelanceři a přivydělávají si na trhu práce. Do této definice mohou být však zahrnuti i lidé, kteří se nechávají najímat od pracovních agentur na jednorázové práce formou brigád. Freelancera lze ale spíše definovat jako osobu, která vykonává odbornější činnosti a vnímá se jako podnikatel. (Robert Vlach: Jak se daří českým freelancerům, 2016). Do této široké americké definice lze zahrnout až 54 milionů Američanů. Z tohoto důvodu organizace Freelancers union dělí freelancery do pěti kategorií:

- **nezávislí kontraktoři** – nemají zaměstnavatele, podnikají formou projektů či zakázek,
- **noční ptáci** – lidé, kteří si přivydělávají na volné noze při stálém zaměstnání,
- **přelétavci** – nezávislí profesionálové, kteří kombinují částečné úvazky v zaměstnání s několika typy přivýdělku na volné noze (Uber či psaní/překlad textů, atd.),

- **dočasní zaměstnanci** – lidé, kteří jsou najati pracovní agenturou,
- **majitelé malých firem** – podnikatelé, kteří mají jednoho či více zaměstnanců, ale zároveň se stále považují za podnikatele na volné noze. (Vlach, 2017)

Definice podle Vlacha (2017, str. 26) je podrobnější a definuje podnikatele na volné noze jasněji: „*V samém středu podnikání na volné noze je nezávislý profesionál, který pracuje na sebe a své jméno. Freelancing je převážně podnikáním odborníků, kteří vykonávají konkrétní profesi či řemeslo. A právě pro tuto odbornost si je zákazníci najímají.*“ Tato definice přesněji definuje podnikatele na volné noze a zamezí jeho záměnu s osobou, která se například nechá najímat pracovní agenturou. Definice odpovídá dlouholetým zkušenostem a specializaci autora. Tato definice ale není jeho první. Robert Vlach definoval v roce 2009 pro diplomovou práci (Holcová, 2009, str. 13) podnikatele na volné noze takto: „*Nezávislý profesionál se nevztahuje k nějaké konkrétní formě podnikání. Muže jít zrovna tak dobře o živnostníky, jako majitele firmy s jedním zaměstnancem na půl úvazku, nezávislého umělce či autora, anebo osobu podnikající podle zvláštních předpisů. Nejde tedy o nějakou formální kategorii, ale o ztotožnění se s určitým pohledem na podnikání.*“ Původní definice od Roberta Vlacha byla zcela odlišná od současné definice nezávislého profesionála. Zde je vidět obrovský pokrok v definování pojmu freelancer. Zároveň se zvýšila dostupnost a kvalita informací o podnikatelích na volné noze a rozšířil se i jejich počet v České republice.

V Evropě sdružuje podnikatele na volné noze Evropské fórum nezávislých profesionálů, což je sdružení pro národní asociace (Česká republika není členem). Na internetových stránkách tohoto fóra můžeme najít definici freelancera jako: „*Nezávislí odborníci (často jsou označováni jako nezávislí profesionálové či kontraktori) jsou vysoce kvalifikovaní samostatně výdělečně činní pracovníci bez zaměstnavatelů a zaměstnanců. Nabízejí specializované služby založené na znalostech. Pracují v řadě tvůrčích, manažerských, vědeckých a technických oborech, především v oblasti B2B. Jedná se o nejmenší z malých podniků s nárůstem o 45 %. Od roku 2004 jsou nejrychleji se rozvíjícím segmentem trhu práce v Evropské Unii.*“ (EFIP.org, 2018) Tato definice poukazuje, že podnikatel na volné noze pracuje sám bez zaměstnanců. Jako v řadě dalších definicích jako ostatní autoři zdůrazňuje, že se jedná o specializované odborníky. Tato definice je sice rozsáhlejší, ale srozumitelně a jasně vystihuje základní předpoklady pro freelancera.

Dále je uvedena definice zahraničního autora Steve Slaunwhite (2010, str. 22), jenž uvádí definici freelancera takto: „*Nezávislý podnikatel je někdo, kdo důsledně získává projekty, klienty, příjem a životní styl, nebo co chce.*“ Tato definice patří mezi obecnější, ale přesně vystihuje podstatu činnosti freelancera.

Internetový server managementmania definuje freelancera takto: „*Freelancer je označení pro nezávislého profesionála, který se nechává najímat firmami na práci, na kterou se specializuje.*“ (Managementmania, 2017) Definice je velmi stručná, ale na rozdíl od první definice od americké organizace Freelancersunion, je zde dodatek, že se podnikatel specializuje na určitou činnost, tudíž lépe definuje podnikatele na volné noze.

Shrnutí

Freelancera lze jednoduše definovat jako nezávislou osobu, která pracuje sama na sebe. Freelancer poskytuje určité služby. Podnikat může v jakékoli činnosti, kterou ostatní lidé vykonávají v zaměstnaneckém poměru. Převážně se však jedná o nezávislé odborníky, kteří jsou kvalifikovaní a pracují na trzích B2B. Rozdílem od zaměstnance je, že na volné noze má podnikatel mnoho klientů a zaměstnanec jen jediného, kterým je jeho zaměstnavatel. Nezávislí profesionálové si za svou práci nejčastěji účtují hodinovou sazbu, denní sazbu, či stanovenou odměnu za projekt.

2.1. První krok k podnikání na volné noze

Pro každého jednotlivce je důležité se rozhodnout, zda se vydat na dráhu podnikatele na volné noze či pracovat v zaměstnaneckém poměru. Je potřeba zvážit svou budoucnost v eventuálním zaměstnání. Freelanceři a autoři Collins a Cyan Ta'eed (2011) doporučují začít podnikat na volné noze, ale zároveň pokračovat v současném zaměstnání na částečný úvazek. Zaměstnanecký poměr v rozsahu dvou až tří dnů v týdnu zajistí podnikateli jistotu příjmů a zároveň mu poskytne dostatek času k podnikání na volné noze. Pokud se však podnikatel rozhodne ihned opustit zaměstnání a začít podnikat, je důležité, aby měl úspory, které budou odpovídat jeho životním nákladům po dobu nejméně tří měsíců.

Začínající podnikatelé na volné noze hledají předmět podnikání spíše na zavedených stabilních trzích a nezaměřují se na hledání tržní mezery na trhu jako ostatní podnikatelé. Příkladem může být podnikatel, který se zabývá designem. Spousta firem je ochotna zaplatit za službu vytvoření designu loga, takže logo design je již zavedeným trhem. Poté

je freelancer najímán ostatními subjekty jako nezávislý dodavatel. Poskytuje osobám či podnikům specifické služby za předem dohodnuté sazby a časové období. (Braccio Hering, 2017)

Hlavním rozdílem podnikatele na volné noze a firemním podnikání je, že podnik může být podnikatelem zrušen, rozdělen či prodán. Podnik je subjekt, který je oddělený od samotné osoby vlastníka či vlastníků podniku. Tato skutečnost pro podnikatele na volné noze neplatí. Zde je osoba nedílnou součástí podnikání a podnikání na něm zcela závisí. Pokud se srovná podnikání na volné noze a podnikové podnikání lze najít několik zásadních rozdílů. (Vlach, 2017)

Tab. č. 1: Rozdíl mezi freelancerem a firemním podnikáním

Podnikání na volné noze	Firemní podnikání
Převažuje osobní kapitál.	Vyšší kapitálová náročnost není výjimkou.
Jednorázové zakázky a bokovky v rozjezdu.	Rozjezd po formálním založení firmy či živnosti.
Začít či přerušit podnikání se dá ze dne na den.	Příprava podnikání trvá měsíce, ukončení zrovna tak.
Den má jen 24 hodin a klienti to chápou.	Čas je jen další veličina a souběh zakázek je možný.
Vystupování pod občanským jménem.	Značka, jejíž tvorba, ochrana a propagace něco stojí.
Bezpečné podnikání s malou investicí.	Vyšší investice si často žádá celého člověka.
Poptávka je regulována cenou.	Poptávka je pokryta navýšením produkční kapacity.

Zpracováno dle: Vlach, 2017

Freelanceři jsou v první řadě odborníci a až potom podnikatelé. Podnikatelé na volné noze vykonávají konkrétní profesi či řemeslo a jejich činnost souvisí s jejich deklarovanou odborností či jejich know-how. Nyní je uveden příklad podnikatele pana Mirka na volné noze, který úspěšně přešel ze zaměstnaneckého vztahu k podnikání na volné noze.

„Dnes dvaapadesátiletý Mirek původně pracoval jako administrativní pracovník ve firmě zabývající se přesným strojírenstvím. Shodou náhod, víceméně šťastných okolností tuto

práci na konci roku 2000 opustil, a stal se specialistou na volné noze. Poradcem, konzultantem a lektorem špičkové IT technologie. V České republice byl sám, nebo přinejlepším jeden z velmi mála, protože zmíněná technologie zde nebyla oficiálně podporována. Její uživatelé (kterých ale přibývalo) se obraceli pro služby do zahraničí, nebo je nakupovali od tuzemských dodavatelů, kteří využívali odborníků většinou z Německa a z Rakouska. V tomto prostředí se Mirek stal skutečným autentickým, českým specialistou. Byl citelně lacinější, přesto v mnoha ohledech lepší, oproti zahraničním. Stal se špičkou, a brzo také zámožným člověkem. Diář měl plný zákazníků, část poptávek musel i odmítat, pracoval šest dnů v týdnu. Svého rozhodnutí podnikat na volné noze však nelituje.“ (Bednář, 2014)

2.2. Právní formy podnikání

V České republice podnikatelé na volné noze nejvíce podnikají na základě živnosti/OSVČ (86 procent), existuje ale i řada dalších legálních způsobů jak na volné noze podnikat. Jedná se například o jednorázové smlouvy o dílo, apod. Tudíž neexistuje rovnítko mezi OSVČ a podnikatelem na volné noze. (Vlach, 2017)

Při zahájení podnikání je klíčové pro podnikatele na volné noze zvolit správnou právní formu podnikání. Vhodná forma podnikání je stejně důležitá pro úspěch jako kvalita produktu či služby, kterou podnikatel nabízí. Každá forma podnikání přináší své výhody i nevýhody. Jedná se například o administrativu spojenou se založením, velikosti daňových výhod až po složitost daňového přiznání. Forma však podstatu podnikání nemění. Podnikatel musí vždy evidovat příjmy a je mu umožněno odečítat náklady z podnikání, jako je například internet či náklady na cestování. (Corcione, 2017)

Pro srovnání je uvedeno, že ve Spojených státech podnikatelé nejčastěji využívají formu podnikání Sole Proprietorship, C Corporation a Partnership. Forma Sole Proprietorship je nejjednodušší a nejběžnější forma podnikání freelancerů. Pro tuto formu je typické, že vlastníkem je zároveň osoba, která provozuje vlastní podnikání. Výhodou tohoto typu podnikání je, že podání federálních daní z příjmů je velmi snadné. Velikost daňové sazby pro toto podnikání je nejnižší mezi všemi podnikatelskými subjekty ve Spojených státech. Nevýhodou této formy je, že podnikatel je osobně zodpovědný za veškeré závazky, včetně finančních ztrát. V případě že věřitel požádá o vrácení dluhů, může být ohrožen osobní majetek podnikatele. (Clemence, 2015)

V roce 2015 vytvořil Robert Vlach (2015) průzkum mezi českými freelancery. V průzkumu mimo jiné zjišťoval formy podnikání freelancerů v České republice. Důležité je zdůraznit, že tato otázka umožňovala podnikatelům na volné noze zvolit více možností, proto je součet všech možností vyšší než 100 procent.

Tab. č. 2: *Formy podnikání freelancerů*

Podíl odpovědí	Forma podnikání
71,52 %	živnost
23,16 %	podnikám jako OSVČ dle zvláštních předpisů (svobodná povolání, autorské činnosti aj.)
16,35 %	vlastním či spoluvlastním společností s. r. o., přes kterou fakturuji
4,75 %	nepodnikám, jen uzavírám jednorázové smlouvy o dílo, dohody o provedení práce aj.
4,36 %	nechávám se najímat do projektů jako zaměstnanec na dobu určitou
4,32 %	jde o drobné nárazové příjmy, které nikde nevykazují (výpomoc, doučování, úklid, hlídání aj.)
4,14 %	mám několik menších zaměstnaneckých úvazků, které kombinuji pro zajištění příjmu
4,10 %	mé příjmy jdou před online platformu (například Aukro, Fler, Airbnb aj.)
2,53 %	příjmy na volné noze fakturuji přes rodiče, partnera či jinou osobu
2,40 %	práci mi zprostředkovává agentura, která vyřizuje i smlouvy a nutnou administrativu

Zpracování dle: Průzkumu (Vlach, 2015), odpovědi na otázku: Formálně je tvá práce na volné noze vedena převážně jak?

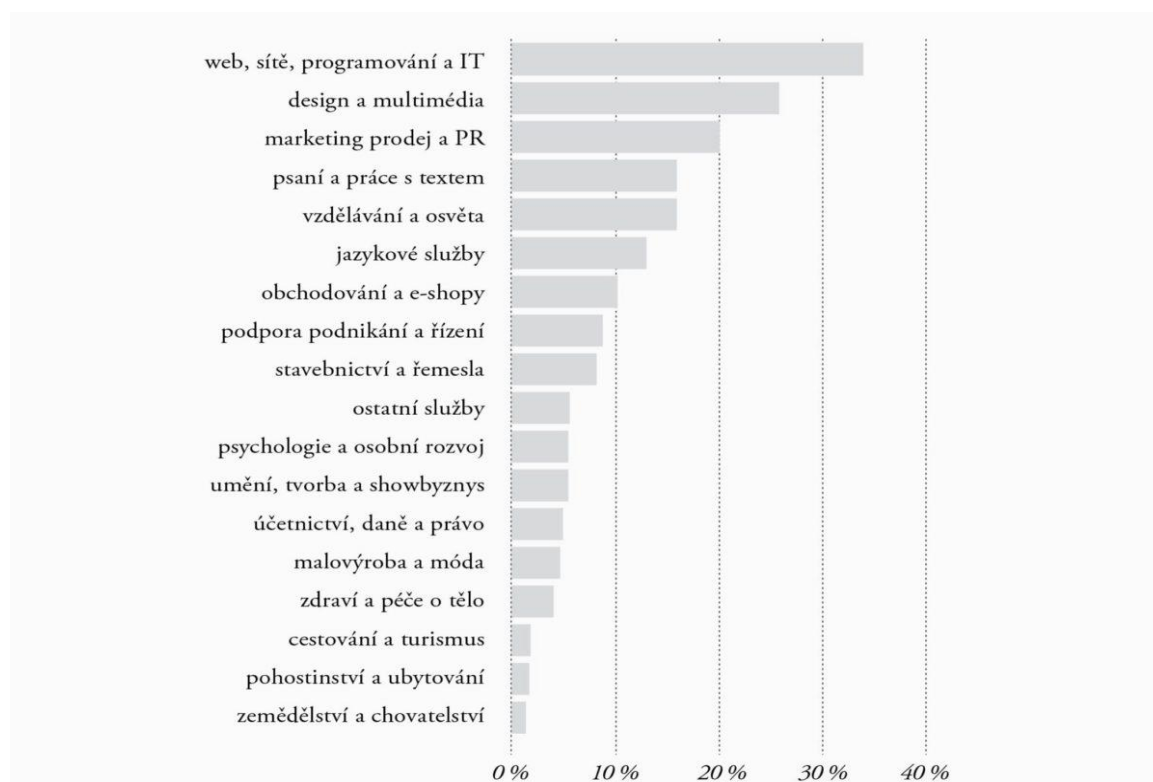
Z tohoto průzkumu je jednoznačně vidět, že převážná většina podnikatelů na volné noze podniká na základě živnosti. Zároveň lze říci, že většina živnostníků nejsou podnikatelé na volné noze, neboť ne každý živnostník splňuje definici pro podnikatele na volné noze uvedené v předešlé kapitole. Živnostník může vystupovat pod obchodní značkou či podnikem a může zaměstnávat několik zaměstnanců. Poměrně velká část freelancerů

využívá také možnosti podnikat podle zvláštního předpisu jako OSVČ. Další freelanceři využívají pro svou činnost možnost podnikat pod společností s ručením omezeným a fakturují svou podnikatelskou činnost přes tuto společnost. Robert Vlach v rozhovoru pro Youtube kanál BPark uvedl, že někteří podnikatelé na volné noze jsou jedinými společníky společnosti a provozují svoji podnikatelskou činnost tímto způsobem. Další formy podnikání, nejsou již využívány v takovém rozsahu. (Robert Vlach: Jak se daří českým freelancerům, 2016)

2.3. Oborové složení v ČR

Podnikatelé na volné noze se pohybují v různorodých oblastech. Oborové uspořádání podnikatelů na volné noze v České republice zobrazuje obrázek č. 1. Údaje jsou vypracovány na základě průzkumu Roberta Vlacha z roku 2015.

Obr. č. 1: Oborové složení freelancerů v ČR



Zdroj: Robert Vlach, 2017

Největší zastoupení freelancerů v České republice tvoří podnikatelé zabývající se webem, sítěmi, programováním a IT. Na druhém místě jsou podnikatelé, kteří se zabývají designem a multimédií, na třetím místě se umístili podnikatelé, kteří se zabývají marketingovým prodejem a PR. Nejméně freelancerů je v oblasti cestování a turismu,

pohostinství a ubytování či zemědělství a chovatelství. Podnikatelé na volné noze však nemusejí spadat pouze do jedné oblasti a mohou být odborníky i na sebe provázaných oblastech. Nejvíce rostoucí obor, co se týče freelancerů je marketing, překladatelství, psaní nebo vzdělávání.

Pokud je srovnáváno oborové uspořádání v České republice se světem, zjistíme, že se obory příliš neliší. Rozdíl lze nalézt ve srovnání s USA, kde se 13 procent podnikatelů na volné noze věnuje psaní a editaci textů, v České republice se tomuto oboru věnuje 16 procent podnikatelů na volné noze. Pokud je srovnáváno zdravotnictví, je zjištěno, že se počet podnikatelů liší pouze o jedno procento. V USA se věnuje této oblasti 5 procent podnikatelů a v ČR 6 procent podnikatelů. Podíl v jednotlivých oborech se vyvíjí také historicky. Například v USA koncem 40. let 20. století bylo na trhu práce nezávislých farmářů, statkářů a dřevorubců celkem 8 procent. V roce 2015 tento obor zahrnoval méně než jedno procento na trhu práce v USA. (Fox, 2014; Vlach, 2017)

2.4. Předsudky podnikání na volné noze

V každém oboru podnikání existují předsudky, týká se to i podnikání na volné noze. Tyto předsudky mohou mnoho lidí odradit, nebývají však často opodstatněné. Předsudky o podnikání na volné noze začaly převážně vznikat začátkem 90. let 20. století, když se v České republice transformovala plánovaná ekonomika na tržní.

Začátky podnikání jsou složité

Pro tento typ podnikání platí přesný opak, v podstatě není nic jednoduššího než začít podnikat jako freelancer. Začít provozovat svou činnost může osoba okamžitě. V oblasti příjmů se může podnikatel poradit s účetní jak správně legalizovat své jednorázové příjmy a jak je správně danit. Jedná se například o pracovní dohody, smlouvy o dílo či autorské honoráře. Pokud podnikatel zjistí, že mu činnost funguje, může pak začít podnikat na volné noze formálně. Další výhodou je, že člověk nemusí ze dne na den rázně změnit svůj život. Nemusí ihned dávat v zaměstnání výpověď, podnikatel na volné noze může podnikat souběžně s pracovním poměrem a postupně přecházet na podnikání. (Jatodokazu, 2017)

Je to osamělý životní styl

Někteří lidé vnímají, že podnikatelé na volné noze, kteří pracují z domova, jsou osamělí, neboť nemají žádný společenský kontakt jako ostatní lidé v kanceláři. Někteří

podnikatelé se mohou cítit osaměle. Existuje však spousta sdílených pracovních prostor, kde se mohou podnikatelé shromažďovat. Jedná se o knihovny, kavárny, společenské prostory, atd. Kontaktování ostatních freelancerů ve sdílených prostorech je skvělý způsob, jak rozšířit svou profesionální síť. Podnikatel se propojí s jinými nezávislými pracovníky ve stejné oblasti a může s nimi na některých projektech spolupracovat. Někteří podnikatelé se rozhodli dát přednost práci z domova, ostatní podnikatelé dát přednost práci ze společenských prostor. Každý podnikatel si může vybrat co je něj nevhodnější. (Johnston, 2016)

Freelancing je kariérní sebevražda

Tento předsudek říká, že člověk obětuje podnikání na volné noze nejlepší roky svého života, zatímco ostatní si budou budovat kariéru. Dále předsudek říká, že po škole má krátkodobě tento typ podnikání určitou logiku, ale z dlouhodobého hlediska je podnikání na volné noze především kariérní spása.

Pravda však spočívá v tom, že zaměstnanci nemohou těžit ze svých pracovních úspěchů a nedostává se jim dostatečného reputačního bonusu. Pracovní úspěchy a uznání výborně provedené práce převážně spadají na úspěch firmy či úspěch nadřízených. V opačném případě, když nastane nějaký problém, ihned se hledá konkrétní viník, což je v tomto případě potenciální podnikatel na volné noze. Tudiž v zaměstnání odborník nedostane takového uznání a reputace, ale neúspěch ho zasáhne téměř v celém rozsahu. (navolnénoze.2014)

Co se kariéry týče, tak cena běžného zaměstnance na trhu práce po dosažení určitého věku prudce klesá. Pro zaměstnance po padesátce je velmi obtížné konkurovat mladším, vzdělanějším, bezdětným, motivovaným a ještě nevyhořelým kolegům. V oblasti podnikatelů na volné noze je situace opačná. Podnikatelé postupně získávají klienty a nové kontakty. Po několika letech si může úspěšný podnikatel začít vybírat i zajímavější projekty. V České republice ještě tato situace není zdaleka rozsáhlá, neboť trend podnikání na volné noze u nás existuje pouze několik let. Ve vyspělých zemích v zahraničí je zcela běžné, že podnikatelé na volné noze jsou po padesátém roku věku na trhu nejžádanější. Často si podnikatelé na volné noze mohou svůj denní režim přizpůsobit vlastním potřebám, tak mohou více dbát o své zdraví. Obvykle pracují do vysokého věku a jejich kariéra bývá často delší než u zaměstnanců. Například překladatel Mändel pracoval až do svých 90 let. (navolnénoze, 2014)

Freelancerům se nedá věřit

Někteří klienti si raději najmou velkou firmu, jelikož nevěří v dobře odvedenou práci od podnikatelů na volné noze. Výsledky americké společnosti Freelancersunion ukázaly, že velká skupina klientů si místo velké firmy najme právě freelancera. Skutečnost rozhodování závisí na rozsahu práce a odborných znalostí potřebných pro projekt. Mnoho klientů si najímá freelancery, neboť mají k projektu bližší vztah a mohou pracovat rychleji. Freelanceři si kontaktů více váží než zaměstnanci, jelikož jim mohou v budoucnu přinést další kontrakty. (Gregory, 2009)

Potřeba peněz na rozjezd a umět něco odborného

Podnikatel na volné noze ve skutečnosti nepotřebuje k rozjezdu podnikání mnoho finančních prostředků. Ve skutečnosti si mnoho freelancerů vystačí s pracovním koutem, počítačem, mobilním telefonem, svými znalostmi, časem a odhodláním. Tato skutečnost je pro tento typ podnikání velmi typická. Částečnou výjimkou mohou být řemeslné obory. (jatodokazu, 2017)

Pro podnikání na volné noze je velmi důležité si uvědomit, co člověk baví a čemu se chce nadále věnovat. Podnikatel se může věnovat i na pohled zdánlivě banálním věcem. Příkladem může být odnos jídla z domácí kuchyně, jenž je v nyní v Nizozemsku velmi oblíbený. Toto podnikání spočívá v tom, že člověk je nadšenec do vaření a rád doma vaří. Následně umístí na určený web, co dnes bude vařit. Klient se podívá na internetovou stránku a zjistí si kdo, kde a jaké jídlo vaří. Cestou domů z práce si jídlo od podnikatele vyzvedne a ihned zaplatí. Podnikatel na volné noze nemusí mít vystudovanou vysokou školu a mít odborné znalosti. Podnikateli stačí k podnikání pouze činnost, která ho naplňuje a je tak schopen si touto činností přivydělávat. Uspěť může prakticky každý, kdo je schopen vytrvale a poctivě pracovat. Neznamená to však, že by se podnikatel neměl nadále ve svém oboru vzdělávat. (Týden.cz, 2014 a navolnenoze, 2014)

2.5. Klady a zápory freelancera

Hlavní klady a zápory podnikání na volné noze shrnuje Robert Vlach (iDnes.cz, 2013) pomocí následující tabulky:

Tab. č. 3: Klady a zápory freelancera

Klady	Zápory
Jednoduchost	Rizika
Peníze	Nezastupitelnost
Reputace	Nejistota
Vyhlídky	Osamělost

Zpracováno dle: iDnes.cz, 2013

Robert Vlach pro iDnes.cz v roce 2013 popisuje, že největší výhodou podnikání na volné noze je jednoduchost. Podnikání na volné noze je nejjednodušší způsob, jak může člověk začít podnikat, nepotřebuje žádný velký vstupní kapitál či složitou administrativu, protože ke svému podnikání využívá převážně osobní, nehmotný kapitál. Většině podnikatelům na volné noze vystačí ke své činnosti počítač, mobil a domácí kancelář, pro některé podnikatele je také důležité osobní automobil. Pokud se podnikatel rozhodne pro podnikatelskou formu OSVČ může snadno začít podnikat bez dlouhodobých příprav, neboť podnikání tímto způsobem není kapitálově náročné tolik jako jiné druhy podnikání, a tím odpadá z podnikatele stres z nutnosti úspěchu vzhledem k vloženým prostředkům.

Velká výhoda tohoto podnikání spočívá v tom, že podnikatel nemusí ihned podnikat na celý úvazek. Pro podnikatele je tudíž začátek podnikání mnohem jednodušší a finančně méně náročný. Autoři Collins a Cyan Ta'eed (2011) začátek tohoto podnikání přirovnávají k plavání se záchrannou vestou. Podnikatel si může vyzkoušet podnikání se záchrannou vestou, než skočí do „bazénu“ bez této záchranné vesty, tedy bez jistoty vedlejšího zaměstnání. Podnikatel si může nejdříve otestovat svůj podnikatelský potenciál a své dovednosti. Pokud se podnikatel učí podnikání pomalu, může kombinovat zaměstnanecký poměr s podnikáním delší dobu, než si bude zcela jistý, že se nedostane do finančních problémů.

Vzhledem k penězům Vlach (iDnes.cz, 2013) uvádí, že freelanceré mohou mnohdy vydělávat vyšší obnos peněz, než pokud by dělali stejnou práci jako zaměstnanci.

Velikost zisku z podnikání odpovídá tržní hodnotě freelancera. Pokud je podnikatel vážený odborník může vydělávat větší peníze než jeho bývalý nadřízený v předchozím zaměstnání. Dále freelancer pracuje sám na sebe a může získat dlouhodobý příjem například pomocí prodejů licencí vlastně vytvořených počítačových programů či prodejem autorských práv.

Další výhoda podnikání na volné noze je, že poskytuje podnikateli určitou svobodu a flexibilitu, co se práce týče. Tato výhoda umožňuje za určitých podmínek podnikateli pracovat ve dne i v noci. Tyto pracovní dny musí být v souladu s přidělenými dny na určitý projekt. Podnikatel si také rozhoduje nejen o své časové vytíženosti, ale také o náplni své práce (druh či pořadí práce). Podnikatel může pracovat 4 hodiny, 10 hodin nebo 16 hodin, je to čistě na jeho rozhodnutí. Zároveň si podnikatel může rozhodnout, kolik si bude účtovat za hodinu/projektu a pro jakého klienta bude pracovat. Tyto vlastní požadavky musí však vhodně zkombinovat, neboť mohou rozhodnout o úspěchu či neúspěchu v podnikání. Freelancer má také svobodu ve volbě místa práce. Klient se zajímá pouze o práci, kterou podnikatel dle jeho požadavků vykoná. Klientovi záleží pouze na kvalitě a rychlosti vykonané práce. (Sharma, 2016)

V dalším článku Vlach (iDnes.cz, 2013b) uvádí, že významná výhoda tohoto podnikání je, že člověk investuje do své vlastní reputace. Podnikatel by si měl dávat velký pozor, s jakými klienty podniká a dodržovat vysokou kvalitu své práce. Pro dobrou reputaci je důležité, aby podnikatel na volné noze byl spolehlivý, držel sliby. Pokud se člověku podnikání nedaří, není nutné dělat velké závěry, neboť odchod z podnikání je pro freelancera mnohem jednodušší než pro větší podniky. Jestliže si podnikatel udělá dostatečnou reputaci, bude získávat nové klienty mnohem snadněji a nebude se muset potýkat s nevyrovnanými příjmy. Podnikatelé tedy mohou dělat činnost, která je baví, a zároveň si mohou budovat dobrou reputaci v podnikání. Tímto mohou podnikateli vznikat lepší vyhlídky ke spokojenému životu.

Kladné stránky podnikání na volné noze mohou být často hlavním hnacím motorem, aby se člověk stal podnikatelem na volné noze. Nezávislá stavební inženýrka paní Ivana Minářová (Podnikatel.cz, 2015) uvedla, že vyhlídka stát se vlastní paní, organizovat si vlastní čas, mít dobrou reputaci a být váženou odbornicí, byly rozhodující faktory pro rozhodnutí stát se podnikatelkou na volné noze. Jako další kladnou stránku ocenila jednoduchost tohoto podnikání. Neměla totiž s podnikáním žádné předchozí zkušenosti.

Podnikání na volné noze nemá pouze výhody. Do podnikání tohoto typu vstupuje také řada nevýhod. Autor Hipp (2009) poukazuje na řadu nevýhod tohoto typu podnikání. Tyto nevýhody souvisejí s prací doma, na vlastní jméno, práci bez kanceláře či zaměstnanců. Problémy mohou vznikat v nedostatečné informovanosti a připravenosti v prvních letech tohoto podnikání. Freelanceři jsou převážně odborníci, jako podnikatelé jsou v tomto oboru začátečníci, proto často dělají v podnikání chyby. Pokud jsou chyby zásadní, mohou ohrozit podnikání na volné noze, i když je podnikatel sebevětší odborník. Podnikatel musí zkombinovat odbornost s podnikatelskými dovednostmi, které jsou nutné pro podnikání. Jedná se o úkoly od účetnictví až po marketing, klientské projekty, atd.

Další nevýhodou freelancera je jeho nezastupitelnost. V případě, že podnikatele zasáhnou zdravotní či jiné komplikace, nemůže své pracovní povinnosti převést na jinou osobu. Podnikatel na volné noze musí být dostatečně zodpovědný a při uzavírání smluv s klientem preventivně zohledňovat tyto komplikace. Pro tyto případy je vhodné vytvářet časové rezervy ve smluvních termínech, pojištění. (Vlach, 2017)

Nevýhodou může být i fakt, že podnikatelé na volné noze jsou často negativně vnímáni. Tito podnikatelé jsou často ostatními subjekty považováni za méně seriózní či méně kvalifikovaní než větší podnik. Tyto mylné předpoklady mohou vést k neudělení projektu či nabídnutím méně peněz za stejnou práci. Je velmi obtížné pro podnikatele změnit toto vnímání a přesvědčit subjekt, že jsou stejně či více seriózní a kvalifikovanější než větší podnik se zaměstnanci. (Hipp, 2009)

V podnikání na volné noze, jako u jiných typů podnikání, se nelze vyhnout nejistotě. Freelancer se však může na tyto případy připravit, například dostatečnou finanční rezervou, vytvoření dobré reputace či vytvoření dobrých vztahů se zákazníky a dodavateli. Nejistota v podnikání však neustále existuje stále. Tento důvod je často vyzdvihován jako hlavní, proč lidé raději pracují v zaměstnání s pravidelným příjmem, než aby začali podnikat. Proto Robert Vlach doporučuje nejdříve při začátku podnikání využít takzvaných „malých sázek“, které spočívají v tom, že si podnikatel vyzkouší svou činnost na úzkém okruhu lidí a v určité demografické oblasti a tím se převážně zbaví prvotních nejistot v podnikání. (navolnénoze, 2014)

Abate (2014) vidí hlavní výhody podnikání na volné noze v tom, že člověk může být svým vlastním pánem, a tím získávat lepší kontrolu nad svým životem. Na to navazuje další výhoda, že podnikatel si může přizpůsobit čas podle vlastních potřeb a může pracovní plán přizpůsobit potřebám v rodině, k cestování či jiným zájmům. Podnikatel tímto získává na rozdíl od zaměstnaneckého poměru větší svobodu, samostatnost, ale také odpovědnost za svoji činnost. Podnikatel také nemusí každý den trávit několik hodin ve firmě svého zaměstnavatele. Tudíž podnikateli vzniká čas, který může využít k rozšiřování své sítě kontaktů, které jsou pro podnikatele podnikajícího tímto způsobem nepostradatelné.

Autor O'Neill (2014) vyjadřuje výhody, jenž jsou pro podnikatele více měřitelné. Jedná se o jednotky, které lze vyjádřit finančně. Podnikateli nevznikají každodenní náklady na dojíždění do zaměstnání. Zákazník platí podnikatele na volné noze pouze za jeho schopnosti a dovednosti, neplatí za podnikatele žádné sociální a zdravotní pojištění. Vzniklé daně si podnikatel na volné noze odvádí sám. Freelancer si při své činnosti může vybírat projekty dle vlastního uvážení. Nemusí vždy preferovat tu nejvíce finančně ohodnocenou, volba zakázky je čistě jeho volba.

Mezi hlavní nevýhody tohoto typu podnikání zařazuje O'Neill (2014) nestálost příjmů. Podnikatel se nemůže spolehnout, že každý měsíc dostane předem smlouvenou částku od svého zaměstnavatele. Z toho vyplývá, že tento podnikatel nemůže mít stoprocentně jisté své cash-flow, neboť stále existuje nejistota budoucích zakázek. Současně je také nejistota v tom, že vykonávané zakázky nebudou uhrazeny ve stanoveném termínu, anebo nebudou uhrazeny vůbec. Další nevýhodou tohoto typu podnikání je, že podnikatel je závislý pouze sám na sobě a na svých vlastních schopnostech a dovednostech. Vyhledání dobrého zákazníka závisí pouze na něm a vytvoření dlouhodobé spolupráce s tímto klientem záleží také pouze na jeho schopnostech. Pro podnikatele vzniká další nevýhoda v podobě multitaskingu. Tato nevýhoda spočívá v tom, že podnikatel má více klientů a musí pracovat na více projektech najednou. Další nevýhodou je ve velmi úzkém spojení osobního a pracovního života. Dovolena je pro podnikatele taktéž složitější. Podnikatel nemá dovolenou placenou, tudíž nezískává po tuto dobu žádné finanční prostředky.

Dle názoru autora uvedené výhody převyšují svým významem nevýhody plynoucí z podnikání freelancera. Hlavní výhodu vidí autor v tom, že freelancer se rozhoduje sám a nemusí plnit někdy nesmyslné požadavky nadřízeného.

3. Metodologie výzkumu

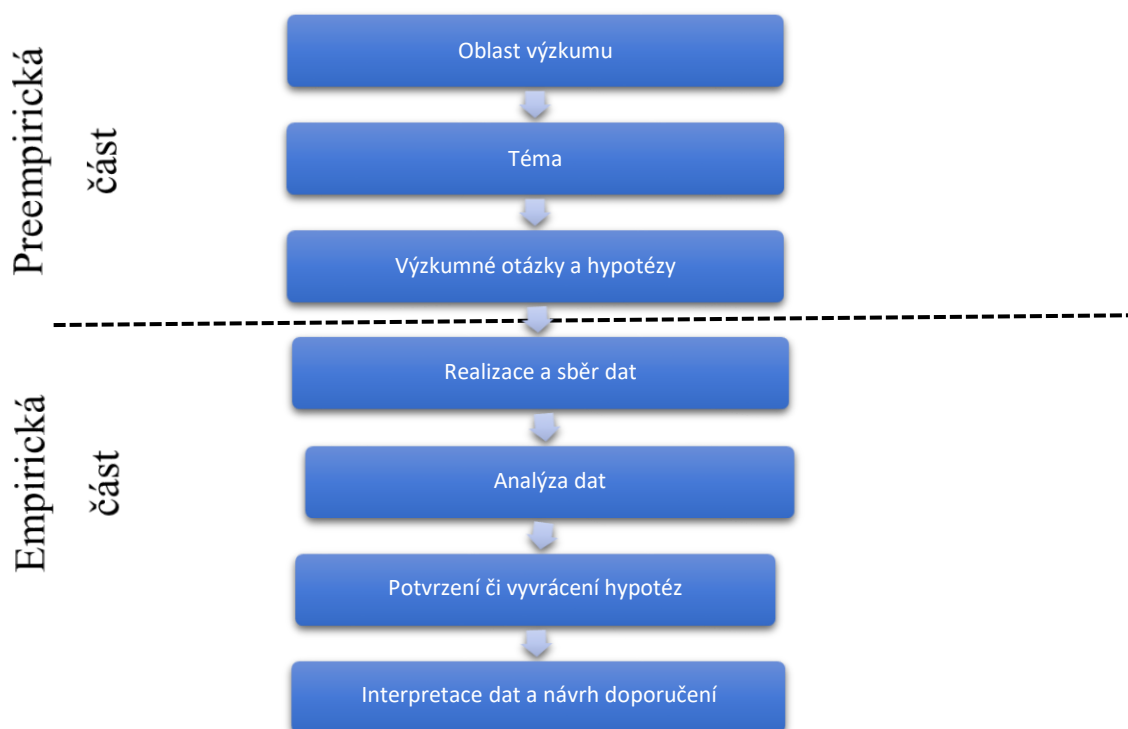
Tato kapitola se zaměřuje na získání dalších poznatků, které jsou následně využity v empirické části diplomové práce. Jedná se metody výzkumu. V této kapitole je popsán postup pro přípravu a realizaci výzkumu a obsah jednotlivých bodů této přípravy a realizace.

3.1. Návrh výzkumu

Před zahájením realizace výzkumu je potřeba vytvořit jeho návrh. V tomto návrhu jsou popsány jednotlivé kroky projektu. V projektu je potřeba také detailně formulovat cíle, neboť tyto cíle ovlivní výzkumný proces a celé nastavení projektu. Předpokladem ke správnému stanovení výzkumných cílů je znalost a kategorizace očekávaných výsledků a typy výzkumů. Výsledky projektů je možné kategorizovat dle různorodých kritérií. (Tahal, 2017)

Kvalitně zpracovaný návrh je klíčovým bodem výzkumu, příznivě se projeví na výsledcích daného výzkumu. Kvalitní návrh výzkumu zároveň usnadní vlastní realizaci a vyhodnocování výzkumu. (Eger, 2017)

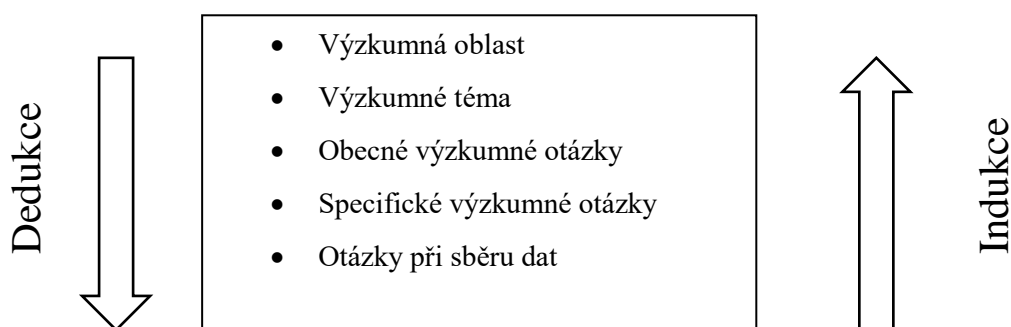
Obr. č. 2: Model výzkumu



Zdroj: upraveno dle Punch, 2008

Návrh výzkumu na základě výzkumných otázek je výhodou pro jeho realizaci výzkumu, neboť se explicitně vyjadřují myšlenky na úrovni abstrakce výzkumu. Punch určuje pět základních otázek pro plánování výzkumu, které seřadil do hierarchie. Tyto otázky je možné seřadit dle dedukce nebo indukce. Horní úroveň je formulována jako nejobecnější a nejvíce abstraktní, spodní úroveň hierarchie je formulována jako nejvíce konkretizovaná. (Punch, 2008)

Obr. č. 3: Klíčové otázky návrhu výzkumu



Zdroj: vlastní zpracování dle Eger, 2017

3.2. Preempirická fáze výzkumu

Účel a cíle výzkumu

Výzkum začíná stanovením cíle výzkumu. Osoba realizující projekt musí zcela jasně vědět, jaký problém chce pomocí výzkumu řešit a jaké informace potřebuje od respondentů získat. Pokud osoba těmito informacemi nedisponuje, může nastat situace, že se realizuje výzkum, který nic nepřinese či dokonce poskytne zavádějící informace. Proto je klíčové si přesně stanovit cíl výzkumu a postup jeho dosažení. Přípravu výzkumu lze rozšířit o pilotáž s cílem si ověřit, zda je možné od respondentů potřebná data získat. Pilotáž se nejčastěji provádí v malé skupině s osobami z cílového segmentu lidí. (Foret, 2012)

Hypotézy

Na základě stanovených cílů lze určit obsah výzkumu a následně je možné vymezit hypotézy výzkumu. Hypotézy jsou formální tvrzení či domněnky a předpoklady, jenž se ve výzkumu potvrzují či vyvracejí. Mezi zdroje hypotéz patří praktické zkušenosti, teoretické znalosti, matematické modely, explorativní výzkumy, předchozí výzkumy či statistické databáze. Hlavní podstatou hypotéz je ověření souvislostí mezi různými proměnnými a optimalizací informací. (Chrásková, 2016)

Zdroje informací

Pro výzkum je klíčové určit zdroje získávání informací. Tyto zdroje musí být vhodné k řešení daného problému a zároveň dostupné. Zdrojem informací mohou být podnikatelé, spotřebitelé, experti, dodavatelé, atd. Zdrojem informací mohou být také již existující výzkumné studie, které byly realizovány za jiným účelem, než je současný výzkumný projekt. (Karlíček, 2013)

3.3. Body preemperického výzkumu

Oblast výzkumu

V návrhu výzkumu je výzkumná oblast definována velmi stručně. K vymezení oblasti stačí několik slov. (Eger, 2017)

Výzkumné téma

Cílem výzkumného tématu je stručně konkretizovat podstatu výzkumu. Vymezuje podstatu výzkumu a určení přínosů tohoto výzkumu. (Punch, 2009)

Specifické výzkumné otázky

Úkolem specifických výzkumných otázek je vymezit detailněji a konkrétněji otázky na které lze přímo odpovědět. Tyto otázky se již opírají o konkrétní data, která jsou pro odpověď potřebná. (Eger, 2017)

3.4. Kvantitativní a kvalitativní výzkum

Výzkum může být kvantitativní nebo kvalitativní. V diplomové práci budou použity obě uvedené metody.

3.4.1. Kvantitativní výzkum

Využívá ke zjištění informací pomocí strukturovaného sběru dat. V průběhu výzkumu využívá teorii, hypotézy, operační definice, měření, testování hypotézy a verifikaci (vztažení výsledků testování k teorii). (Hendl 2008)

Předpokládá, že stavy světa jsou měřitelné, či nějak tříditelné, uspořádatelé. Pracuje s číselnými údaji, zjišťuje množství, rozsah či frekvenci výskytu jevů. Odpovídá tak na typickou otázku „Kolik?“. Používá uzavřené otázky a je nutné stanovit, v jakých jednotkách bude výstup měřen. Shromážděné údaje by měly být srovnatelné. Jedná se o data shromážděné ve stejném období, stejné struktuře a stejným způsobem sběru. Zároveň soubor musí být dostatečně velký, aby údaje byly nezávislé na názorech druhých

lidí. Získaná data z kvantitativního výzkumu lze matematicky zpracovávat. Nejčastější výsledky jsou zobrazovány pomocí grafů či tabulek. Tyto výsledky přinášejí informace o zastoupení sledovaného jevu či názoru v cílové populaci a to buď absolutní četností (přesný počet jednotek nebo počet lidí) či relativní četností (vyjádření v procentech k celku výběrového souboru). (Reichel, 2009, Tahal, 2017)

3.4.2. Kvalitativní výzkum

Dle Strausse a Corbinové (1999) lze za kvalitativní výzkum považovat jakýkoliv výzkum, který nedosahuje výsledků pomocí statistických, matematických metod či jiným způsobem kvantifikace.

K získávání informací se nejčastěji využívají metody pozorování, rozbor dokumentů, rozhovorů, nebo audio a video-metody. Pomocí těchto technik se snaží výzkumník získat měkká data a nalézt v nich potřebné informace. Kvalitativní výzkum se snaží odpovědět na otázku „Proč?“ vycházející z obsahové analýzy pořízených dat. Pracuje ve slovní (nečíselné) podobě. Používá otevřené otázky a snaží se získat podrobnější popis od respondenta. Výzkum pracuje s větší mírou nejistoty a je potřeba volit přesné a jasné otázky. Jednotliví respondenti jsou do výzkumu vybráni na základě předem stanovených kritérií. Cílem těchto otázek je zjistit postoje a motivy, které vedou k určitému chování jednotlivce. Snaží se o vytvoření komplexního pohledu na zkoumanou realitu. Je zde často využíván menší vzorek respondentů. (Punch, 2008, Tahal, 2017)

3.5. Metody marketingového výzkumu

Mezi základní metody marketingového výzkumu patří pozorování, experiment a dotazování. Toto vymezení platí pouze pro teorii. V praxi jsou většinou jednotlivé metody navzájem kombinovány. Dotazování se může kombinovat například s pozorováním či naopak. Tyto metody lze vyjádřit následujícím schématem včetně vzájemného prolínání. V následující části bude popsána metoda dotazování, která je využita v empirické části. (Karlíček, 2013)

3.5.1. Dotazování

Dotazování se zabývá zadáváním otázek respondentům. Odpovědi od respondentů tvoří podklad pro získání požadovaných informací. Respondenti jsou vybíráni na základě předem stanovených kritérií, aby odpovídaly cíli a záměrům výzkumu. Mezi základní

typy dotazování patří osobní, písemné, telefonické a elektronické. Výběr typu dotazování závisí především na charakteru a rozsahu potřebných informací, časových a finančních limitech či na zkušenostech a kvalifikaci tazatele. V praxi při metodě dotazování se jednotlivé typy dotazování navzájem kombinují. (Kozel, 2011)

Dotazník

Nejvíce k používaným technikám sběru dat patří dotazník. Dotazník se vymezuje jako písemná technika kladení otázek a zpětné získávání písemných odpovědí. (Gavora, 2000)

Cílem dotazníku je získávání spolehlivých informací (dat) od respondentů. Jednotlivé otázky v dotazníku musí být jasně a přesně formulovány, aby otázkám každý ihned porozuměl a mohl podle svých znalostí či názoru přesně odpovědět. Tudíž by neměly být otázky příliš dlouhé a náročné na paměť respondentů. Pokud jsou otázky špatně formulovány, mohou vést k nepřesným výsledkům výzkumu. (Stávková, 2004)

Části dotazníku

Jednotlivé sekce dotazníku by měly být na sebe logicky navazující. Dotazník musí být uspořádán tak, aby byla zajištěna přehlednost pro respondenty a efektivita sběru dat pro výzkumníka.

- **Úvod:** Poskytuje základní informace v rozsahu 1 -2 vět. Výzkumník zde respondenty osloví a představí společnost, pro kterou se výzkum provádí. Sdělí jim účel dotazování a orientační čas pro vyplnění dotazníku.
- **Filtrační otázka:** Cílem této otázky je zjistit, zda respondenti patří do cílové skupiny, která je potřebná pro daný výzkum. Na základě odpovědi na tuto otázku se tazatel rozhodne, zda bude v dotazníku pokračovat nebo zda dotazování ukončí a poděkuje respondentům za ochotu. Tato otázka musí být jednoznačně formulována, neboť musí vyloučit respondenty, kteří nespádají do cílové skupiny. Příkladem správně formulované otázky může být: „Pořídil jste si v letošním roce nový mobilní telefon?“ V této otázce je jasně vymezeno jaká skutečnost měla nastat a kdy měla nastat.
- **Kvótní otázky:** Do dotazníku jsou zařazeny, jestliže je potřebný kvótní výběr respondentů. Otázky se obvykle dotazují na pohlaví, věk, vzdělání. Tyto otázky je vhodné zařadit na začátek dotazníku, aby tazatel neplýtvал časem respondentů, když bude kvóta respondenta již naplněna.

- **Meritorní otázky:** Klíčová část dotazníku. V této části jsou obsaženy otázky, které se týkají vlastního výzkumu. Otázky je nutné seskupit a postupovat od obecných otázek ke konkrétnějším otázkám.
- **Identifikační otázky:** Tyto otázky jsou zařazeny na konec dotazníku. Slouží k lepšímu třídění respondentů do jednotlivých skupin. Jsou zde zastoupeny otázky typu místo bydliště, příjem, atd. (Tahal, 2017)

Empirická část

V empirické části diplomové práce je navržen výzkum, který je teoreticky popsán v kapitole 3. V této kapitole byly stanoveny základní body návrhu výzkumu i obsah těchto základních bodů. Empirické šetření této diplomové práce vychází ze záměrného výběru prvků souboru. Výzkum se zaměřuje na podnikatele na volné noze podnikající v České republice. Výzkum se provádí na základě pěti otázek od Puncheho uvedené v kapitole 3. 1. Je realizován na základě dedukce, postupu shora-dolů. K návrhu výzkumu a stanovení otázek jsou využity poznatky získané v teoretické části práce týkající se podnikatelů na volné noze. Výzkum je inspirován výzkumem Roberta Vlacha, který se zaměřuje na freelancery podnikající v České republice. Tento výzkum Roberta Vlacha obsahuje 50 otázek a je zaměřen na různé oblasti týkající se tohoto podnikání. V diplomové práci je výzkum zaměřen na charakteristiku samotného podnikatele na volné noze, na jeho marketingové aktivity, činnosti a zkušenosti s klienty.

4. Návrh výzkumu

Návrh výzkumu vychází z poznatků získaných v teoretické části diplomové práce a obsahuje všechny důležité body. Vytvořené otázky budou pomáhat autorovi držet stanovené téma.

Název výzkumu

Freelanceři v České republice

Výzkumná oblast

Podnikání na volné noze

Výzkumné téma

Podnikání na volné noze v České republice a činnosti spojené s tímto podnikáním.

Obecné výzkumné otázky

Za obecné otázky výzkumu lze považovat otázky, které se konkrétněji zaměřují na podnikatele na volné noze a jeho činnosti spojené s podnikáním.

Pro potřeby tohoto výzkumu byly vytvořeny dvě obecné výzkumné otázky:

- Jaký je profil/charakteristika českých podnikatelů na volné noze?
- Jak podnikatelé na volné noze provádějí vlastní marketing a jak pracují s klienty?

Specifické výzkumné otázky

Specifické otázky již konkrétně stanovují otázky v dotazníkovém šetření tohoto výzkumu a vycházejí z deduktivního přístupu získávání otázek, neboť jsou vytvořeny na základě výše uvedených bodů výzkumu. K první výzkumné otázce, která se zaměřuje na definování českého podnikatele na volné noze, jsou vytvořeny následující specifické otázky:

- Kolik let podnikají v České republice freelanceři?
- Jaké právní formy pro své podnikání freelanceři využívají?
- V jakých oborech čeští freelanceři podnikají?
- Jakým způsobem hodnotí freelanceři svoji práci?
- Jaké finanční zdroje využívají jako prvotní zdroj financování podnikání?
- Jaké mají čeští freelanceři nejvyšší dosažené vzdělání?
- V jakých prostorách tito freelanceři pracují?
- Kolik hodin týdně freelanceři pracují?
- Jakým způsobem tito freelanceři reagují na zvýšení poptávky?

K druhé obecné výzkumné otázce zaměřené na marketing a práci s klienty jsou vytvořeny následující specifické otázky:

- Jakým způsobem se freelanceři snaží rozvíjet osobní marketing?
- Jak rychle reagují tito freelanceři na poptávku?
- Jak freelanceři zvyšují svoji konkurenceschopnost?
- Kolik hodin týdně tito freelanceři věnují zvyšování vlastního vzdělání?

4.1. Účel a cíl výzkumu

Účelem výzkumu je přinést přehledné a ucelené informace o podnikatelském prostředí podnikatelů na volné noze a přesnější vymezení jejich postavení v České republice. Dalším úkolem výzkumu je zaznamenat podnikatelské aktivity uvedených podnikatelů. Získané informace, jenž se budou týkat aktuálního stavu podnikatelského prostředí a podnikatelů, graficky znázornit. V grafech znázornit činnosti českých podnikatelů na volné noze, které jsou spojeny s jejich prací s klienty a vlastní propagací.

Informace jsou získávány rozesláním e-mailů freelancerům se žádostí o vyplnění dotazníku k diplomové práci na téma Freelancer: podnikání na volné noze. Cílem je

získání minimálně 120 vyplněných dotazníků. Cílem výzkumu je zároveň časové srovnání s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015.

4.2. Hypotézy výzkumu

Před zahájením výzkumu se obvykle určí základní předpoklady ke zkoumanému výzkumu a jeho výsledkům. Tyto předpoklady stanovují myšlenky a názory autora ke zkoumané problematice. Hypotézy pro tuto diplomovou práci vychází ze získaných teoretických znalostí z teoretické části práce, podnikatelských předpokladů a dále také z prostudování výzkumu od Roberta Vlacha s názvem: Jak se daří českým freelancerům. Pomocí těchto získaných znalostí jsou vytvořeny tři hypotézy. Cílem těchto hypotéz je ověřit, zda tyto vytvořené předpoklady odpovídají reálnému vývoji tohoto podnikatelského prostředí v České republice. Na základě získaných dat a vyhodnocení výzkumu budou následně tyto tři hypotézy buď potvrzeny či zamítnuty.

První hypotéza je vybrána z důvodu poukázání na skutečnost, že podnikání na volné noze není pouze přechodná část života, ale lidé tímto způsobem mohou podnikat i desítky let. Hypotéza vychází z článku uveřejněném na iDnes.cz s Robertem Vlachem, který v článku uvádí, že trend podnikání na volné noze v České republice existuje jen několik let, tudíž čeští podnikatelé v této oblasti podnikají pouze krátkou dobu. V zahraničí nastal trend podnikání na volné noze mnohem dříve než v České republice, tudíž existuje více podnikatelů, kteří podnikají mnohem delší dobu. Autor s názorem Roberta Vlacha souhlasí. Dotazníkovým šetřením si tuto hypotézu ověří. Prostředkem k objasnění tohoto předpokladu je i výzkum Roberta Vlacha z roku 2015. Srovnáním jeho výzkumu z roku 2015 s výzkumem této diplomové práce z roku 2018, lze zjistit, zda čeští podnikatelé v tomto oboru pracují jen několik let.

Druhá hypotéza je vybrána na základě článku Petra Háze uveřejněném na světbyznysu.cz, který se zabývá zvýšením digitalizace firem a organizací. Autor předpokládá, že se bude digitalizace rozvíjet také u podnikatelů na volné noze. Předpokladem je, že čeští podnikatelé budou více aktivní na internetu a budou se snažit vytvořit si vlastní internetové stránky, jenž jim budou pomáhat k lepší propagaci.

Třetí a zároveň poslední hypotéza v této diplomové práci se zaměřuje na neustálé vzdělávání podnikatelů na volné noze. Tato hypotéza vychází ze všeobecného předpokladu, že se podnikatelé musí neustále zlepšovat a vzdělávat, aby zůstali na trhu

konkurenceschopní. Autor si chce předpoklad potvrdit. Uvědomuje si, že tento předpoklad platí pro podnikatele na volné noze více než pro ostatní. Musí se spolehnout sami na sebe, na vlastní znalosti a dovednosti, tudíž je třeba, aby se neustále vzdělávali. Autor předpokládá, že více než 75 procent podnikatelů na volné noze se bude během podnikání neustále vzdělávat.

Pro tento výzkum jsou stanoveny následující hypotézy:

1. Hypotéza: Předpokládá se, že 41 a více procent (hodnota dosažená před 3 roky) českých podnikatelů na volné noze podniká 6 a více let.
2. Hypotéza: Předpokládá se, že čeští podnikatelé využívají ke své propagaci webové stránky k propagaci a komunikaci s klienty a to více než 75 procent dotázaných respondentů.
3. Hypotéza: Předpokládá se, že více než 75 procent českých podnikatelů na volné noze se během podnikání neustále vzdělává.

4.3. Cílová skupina

Cílová skupina byla stanovena ještě před uskutečněním dotazníkového šetření. Cílovou skupinu tvoří podnikatelé v České republice, kteří pracují sami na sebe. Jsou nezávislí profesionálové, o kterých se dá říci, že pracují na volné noze.

Autor identifikoval cílovou skupinu na základě teoretických znalostí a internetových stránek sdružující podnikatele na volné noze. Tímto krokem se autor snažil vybrat vzorek respondentů, který bude co nejvíce reprezentativní a bude vlastnostmi odpovídat vlastnostem celé cílové skupiny. Dále autor předpokládá, že na této internetové stránce se sdružují výhradně čeští podnikatelé na volné noze a jsou obeznámeni s pojmem freelancer a ztotožňují se s ním. Tím se zamezí kontaktování podnikatelů, kteří se nepovažují za podnikatele na volné noze.

Z důvodu opatrnosti byla v dotazníku vytvořena filtrační otázka, zda je podnikatel freelancer. Tato otázka měla zamezit vyplnění dotazníku osobami, kteří nejsou freelanceři, neboť na tyto osoby diplomová práce necílí. Pojem freelancer je u otázky stručně vysvětlen, aby nedocházelo ke špatné interpretaci tohoto pojmu. Další výhodou identifikování cílové skupiny pomocí internetové stránky navolnénoze.cz je, že se zde

sdužuje velké množství podnikatelů na volné noze. Toto množství vystačí k předem stanovenému cíli počtu respondentů pro diplomovou práci.

Respondenti pro tento výzkum jsou tedy podnikatelé, kteří se považují za freelancery a zároveň podnikatele, kteří odpovídají definici podnikatele na volné noze od Roberta Vlacha (2017, str. 26): „*V samém středu podnikání na volné noze je nezávislý profesionál, který pracuje na sebe a své jméno. Freelancing je převážně podnikáním odborníků, kteří vykonávají konkrétní profesi či řemeslo. A právě pro tuto odbornost si je zákazníci najímají.*“

Pro tento výzkum nejsou stanoveny žádné kvóty, které se týkají výběru respondentů. Stanovení těchto kvót by mohlo vést ke zkreslení podnikatelského prostředí podnikatelů na volné noze, protože by zamezilo účasti širokého spektra podnikatelů.

4.4. Časový plán výzkumu

Tento výzkum je rozdělen do několika fází v období od ledna 2018 do dubna 2018.

Tab. č. 4: Časový harmonogram výzkumu

Časové rozmezí	Činnost
17. 1. – 6. 2.	1. Fáze – získání teoretických znalostí o výzkumu
7. 2. – 8. 3.	2. Fáze – seznámení s problematikou freelancer
1. 4. – 8. 4.	3. Fáze – zahájení a sběr dat o freelancerů
9. 4. – 16. 4.	4. Fáze – zpracování a analýza získaných dat

Zdroj: *Vlastní zpracování, 2018*

1. Fáze bude zaměřena na získání teoretických znalostí o problematice výzkumu. V této fázi autor prostuduje odbornou literaturu zaměřenou na návrh výzkumu a marketingový výzkum. V první fázi budou také určeny a ujasněny základní cíle výzkumu, které vychází z tématu a zásad diplomové práce. Cílem tohoto výzkumu bude shromáždit a zpracovat přehledné a ucelené informace o podnikání na volné noze v České republice. Výsledky budou následně graficky znázorněné a porovnané s výzkumem Roberta Vlacha. Zároveň v tomto období budou stanoveny základní postupy a termíny výzkumu, aby výzkum probíhal bez problémů a v přesně stanoveném čase.

2. Fáze bude zaměřena na stanovení správných otázek a seznámení s pojmem podnikatel na volné noze, jenž je předmětem výzkumu. Úkolem této fáze bude dosáhnout

pokročilejších znalostí o této problematice a tím lépe stanovit cíle tohoto výzkumu. Získání těchto znalostí umožní autorovi stanovení hypotéz pro tento výzkum. Autor se rozhodl, že se bude inspirovat výzkumem Roberta Vlacha. Autor se dále rozhodl, že vynechá pilotáž (zjišťování, zda je možné od respondentů získat potřebné informace), protože výzkum již byl v minulosti na stejný princip realizován. Na základě těchto informací se autor rozhodl, že je tento výzkum realizovatelný. V této fázi budou již stanoveny konkrétní postupy pro sběr dat.

3. Fáze bude zaměřena na zahájení sběru dat a samotný sběr dat od podnikatelů na volné noze. Cílem bude získat vyplněný dotazník minimálně od 120 podnikatelů na volné noze. Dotazování bude probíhat výhradně v elektronické podobě ve formě internetového dotazníku. Dotazník bude cílen pouze na vybrané podnikatele, kteří budou vyhledáváni na internetových portálech zabývajících se podnikáním na volné noze s ohledem na předmět podnikání. Cílem bude získat odpovědi od podnikatelů z různých tržních oblastí, aby výsledek výzkumu byl co nejvíce objektivní a nezahrnoval pouze jednu oblast podnikání na volné noze.

4. Fáze bude zaměřena na zpracování a analýzu získaných dat. V této poslední části dojde ke konečné sumarizaci odpovědí od respondentů a jejich vyhodnocení. Odpovědi z dotazníků budou zpracovány pomocí tabulkového procesoru MS Excel. V programu budou hodnoty vyčísleny, doplněny grafickým zobrazením a jsou slovně okomentovány.

5. Realizace výzkumu

Výzkum je zaměřen na popsání podnikatelského prostředí podnikatelů na volné noze v České republice. Tento pojem je v České republice poměrně nový. Jak již bylo několikrát uvedeno, výzkum byl prováděn na základě návrhu výzkumu (viz. kapitola 4. 2.). Cílem bylo získat minimálně 120 odpovědí od podnikatelů na volné noze. Pro tento výzkum byla k získávání informací od respondentů zvolena metoda dotazníku. Dotazník byl vytvořen na internetových stránkách Google/forms, jenž umožňuje snadně získávat data od respondentů pomocí internetu.

Autor kontaktoval přesně 560 podnikatelů na volné noze prostřednictvím e-mailové zprávy, kterou mají podnikatelé zveřejněnou na portálu navolnénoze.cz. V e-mailu autor požádal o vyplnění dotazníku pro účel diplomové práce na téma Freelancer: podnikání na volné noze. Po odeslání e-mailů se počet vyplněných dotazníků rychle navyšoval a během několika dní se podařilo získat přesně 135 vyplněných dotazníků pro diplomovou práci. Tímto se splnil cíl dosažení minimálně 120 vyplněných dotazníků.

Následující kapitoly představí otázky z dotazníku, odpovědi na jednotlivé otázky a zhodnocení dosažených výsledků. Součástí vyhodnocení každé otázky bude graf či tabulka z dosažených výsledků. V některých případech bude graf doplněn dalším grafem, ve kterém budou znázorněny výsledky výzkumu Roberta Vlacha z roku 2015. Tento další graf bude sloužit k lepšímu znázornění dosažených výsledků.

5.1. Výsledky dotazníkového šetření

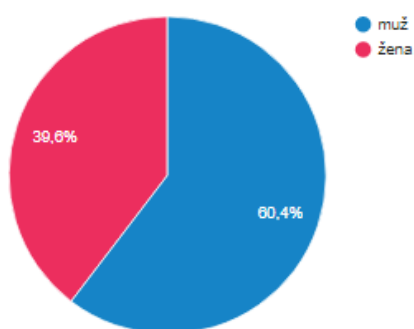
Otázka č. 1: Jakého jste pohlaví?

Obr. č. 4: Jakého jste pohlaví?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 5: Jakého jste pohlaví? Robert Vlach



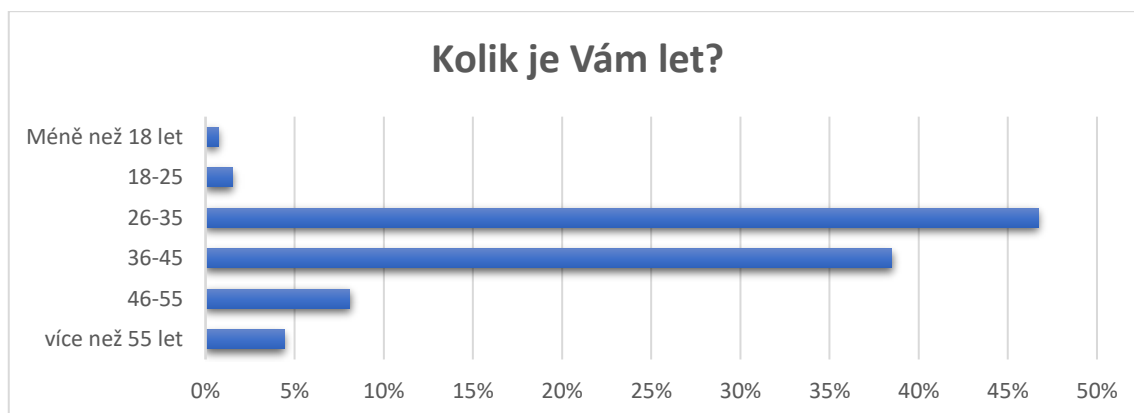
Zdroj: *Jak se daří českým freelancerům?* Robert Vlach, 2015

Výsledky výzkumu ukázaly, že podnikání na volné noze se nevěnuje jen jedno pohlaví podnikatelů. Na výzkum odpovědělo celkem 61 žen a 74 mužů. Rozdíl v pohlaví respondentů, vzniklý na základě výzkumu pro diplomovou práci, je pouze 10 procent.

Při srovnání s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015 je vidět nárůst počtu podnikatelek o 5,4 procent. Robert Vlach (*Jak se daří českým freelancerům*, 2015) ve svém výzkumu dále uvádí, že v USA tvoří ženy přibližně 40 procent podnikatelů na volné noze.

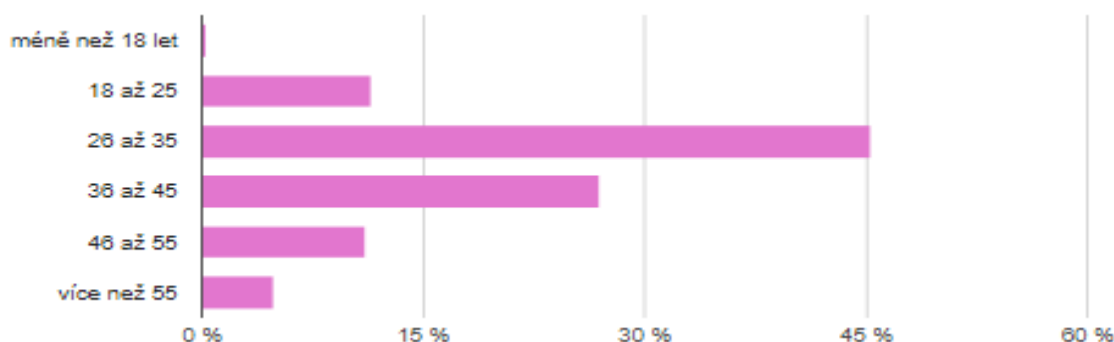
Otázka č. 2: Kolik je Vám let?

Obr. č. 6: Kolik je Vám let?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 7: Kolik je Vám let? Robert Vlach



Zdroj: *Jak se daří českým freelancerům?* Robert Vlach, 2015

Respondenti jsou v tomto průzkumu rozděleni do šesti věkových skupin. Z výsledků průzkumu vyplývá, že nejvíce lidí podniká na volné noze ve věku 26 – 35 let. V této největší skupině jsou ženy zastoupeny celkem v 25 případech a muži v 38 případech. Dále v tomto oboru podniká větší množství podnikatelů ve věku 36 – 45 let. V této skupině respondentů je zastoupeno celkem 25 žen a 27 mužů. Další věkové skupiny jsou v této formě podnikání zastoupeny méně. Jeden z důvodů menšího zastoupení v dotazníkovém šetření může být fakt, že šetření probíhalo pouze elektronickou formou. Tito starší podnikatelé mohou být hůře kontaktováni, neboť neovládají tak práci s počítačem a nejsou zastoupeni ve skupinách, které sdružují podnikatele na volné noze.

Při srovnání s výzkumem Roberta Vlacha je vidět, že první nejčastější odpověď se nezměnila. Stále nejvíce podnikatelů na volné noze podniká ve věku 26 – 35 let a to i přibližně ve stejném počtu. Postupem času došlo k výraznějšímu růstu podnikatelů

ve věku 36 - 45 let. Tento počet podnikatelů se zvýšil o 11,49 procenta. Procentní podíl v ostatních věkových skupinách se mírně snížil.

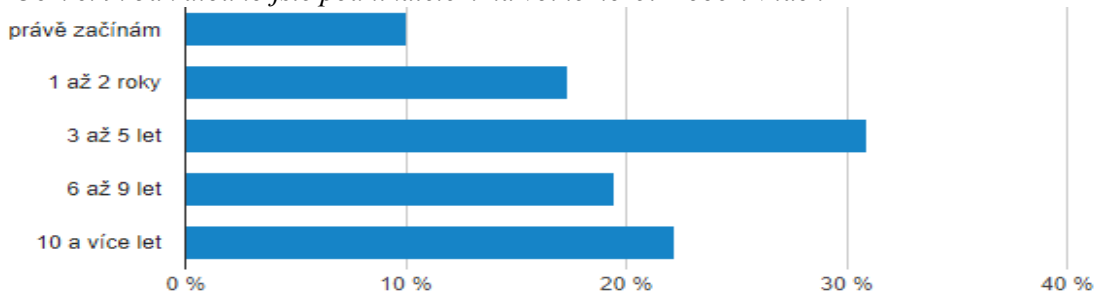
Otázka č. 3: Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze?

Obr. č. 8: Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 9: Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze? Robert Vlach



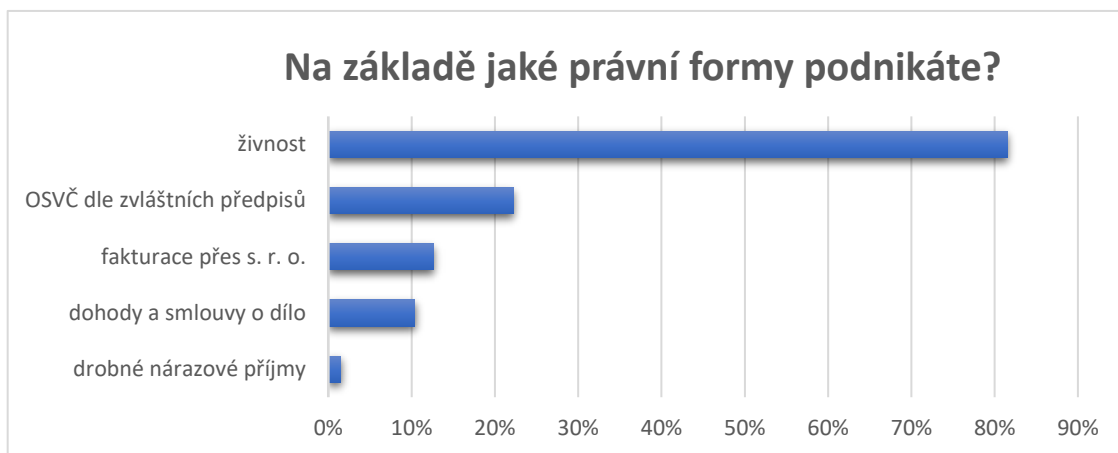
Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

Respondenti v tomto výzkumu podle délky jejich podnikání jsou rozděleni do pěti skupin. Výsledek výzkumu ukázal, že nejvíce podnikatelů na volné noze podniká 10 a více let. V dotazníku se do této skupiny zařadilo přesně 32,6 procenta podnikatelů. Jedná se o 26 mužů a 18 žen. Výsledek dotazníkového šetření ukazuje, že podnikatelé v České republice v této formě podnikání setrvávají delší dobu. Na grafu lze vidět 14,1 procentní nárůst mezi podnikáním 1-2 letým a 3-5 letým podnikáním.

Při srovnání grafů z roku 2015 a 2018 je na první pohled patrné, že podnikatelé na volné noze v této formě podnikání pokračují. Výrazně se navýšil počet podnikatelů, kteří v této formě podnikání podnikají více let. Noví podnikatelé v tomto podnikání stále začínají, ale už to není v tak velkém poměru jako ve výzkumu Roberta Vlacha z roku 2015. Důvodem je vysoký počet již dosavadních podnikatelů podnikajících v této formě podnikání. Z toho lze předpokládat, že tato forma podnikání podnikatelům vyhovuje a nevracejí se k zaměstnaneckému poměru.

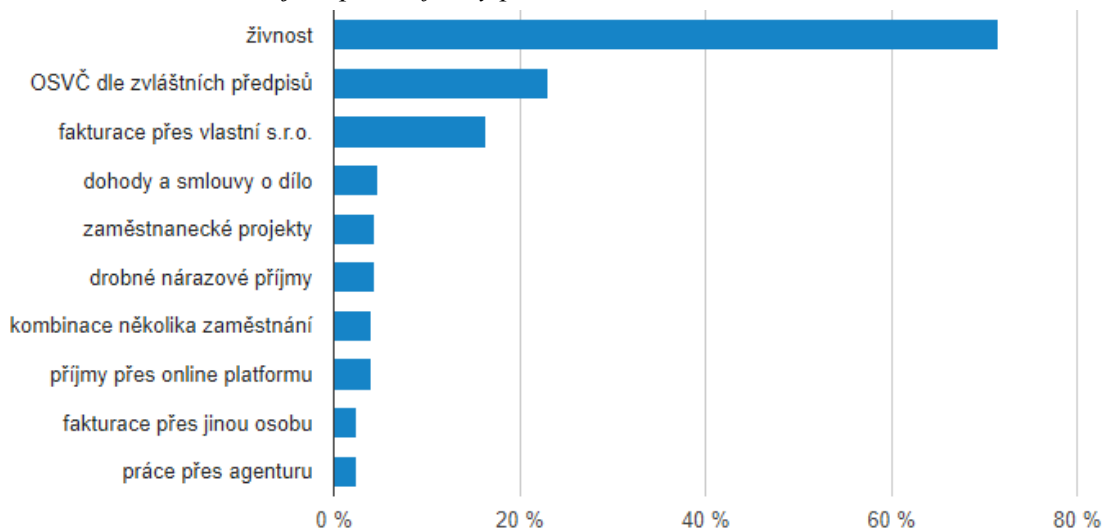
Otázka č. 4: Na základě jaké právní formy podnikáte?

Obr. č. 10: Na základě jaké právní formy podnikáte?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 11: Na základě jaké právní formy podnikáte? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

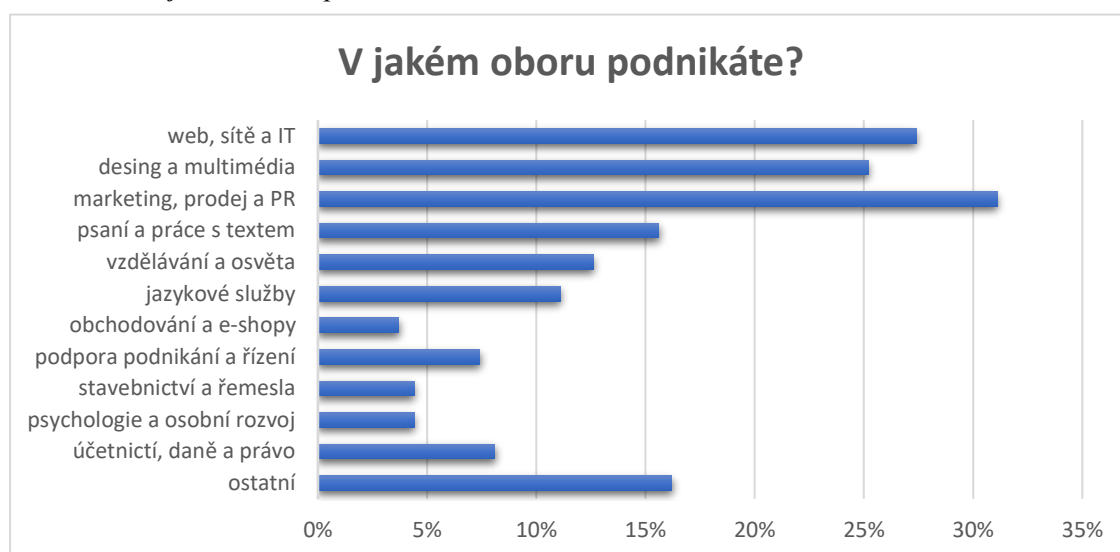
U této otázky je potřeba upozornit, že otázka umožňovala respondentům zvolit více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Podnikatelé nemusí využívat ke svému podnikání pouze jednu právní formu, proto autor využil možnosti více odpovědí u této otázky. Právní formu mohou podnikatelé kombinovat s více možnostmi, které jim nabízí právní předpisy České republiky.

Výsledek výzkumu ukázal výraznou převahu podnikání právní formou živnosti a to v 81,5 procentech odpovědí. Druhou nejčastější odpovědí, s výrazně méně procenty, je podnikání na základě OSVČ dle zvláštních předpisů. Jedná se o 22,2 procent podnikatelů. Tato otázka také nabízela možnost otevřené odpovědi. Tuto možnost však nikdo nevyužil a všichni zvolili právní formu z předvolených možností.

Ve výzkumu Roberta Vlacha je zobrazeno více právních forem podnikání. Tyto právní formy podnikání však nejsou tolik využívány a pohybují se na hranici 4 procent odpovědí respondentů. Z toho lze vyvodit, že tyto právní formy výsledky srovnání výzkumů výrazně neovlivní. Na dalším srovnání s výzkumem z roku 2015 je vidět 10 procentní nárůst podnikání dle živnostenského oprávnění. Tento nárůst podnikání dle živnostenského oprávnění může souviset s rostoucí délkou podnikání na volné noze v České republice.

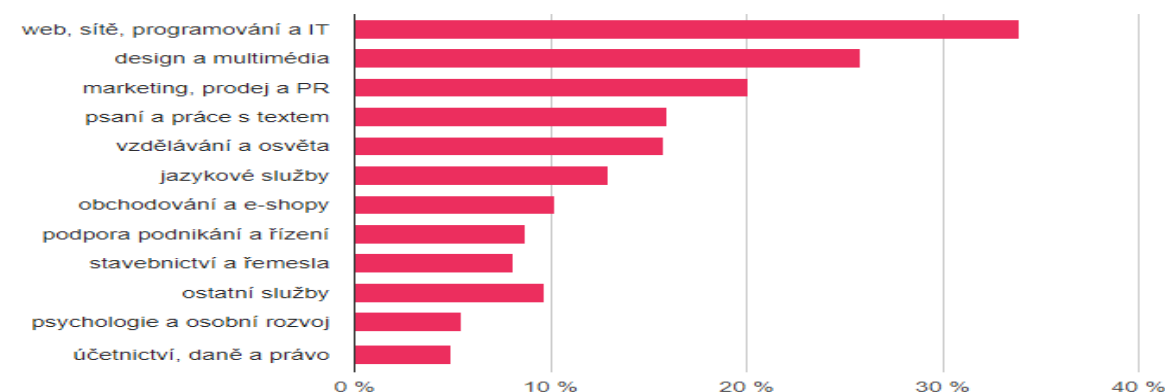
Otázka č. 5: V jakém oboru podnikáte?

Obr. č. 12: V jakém oboru podnikáte?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 13: V jakém oboru podnikáte? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

U této otázky mohli podnikatelé také vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla využita z důvodu, že freelancer nemusí svou činnost zaměřovat pouze na jeden obor, ale může podnikat ve více oborech.

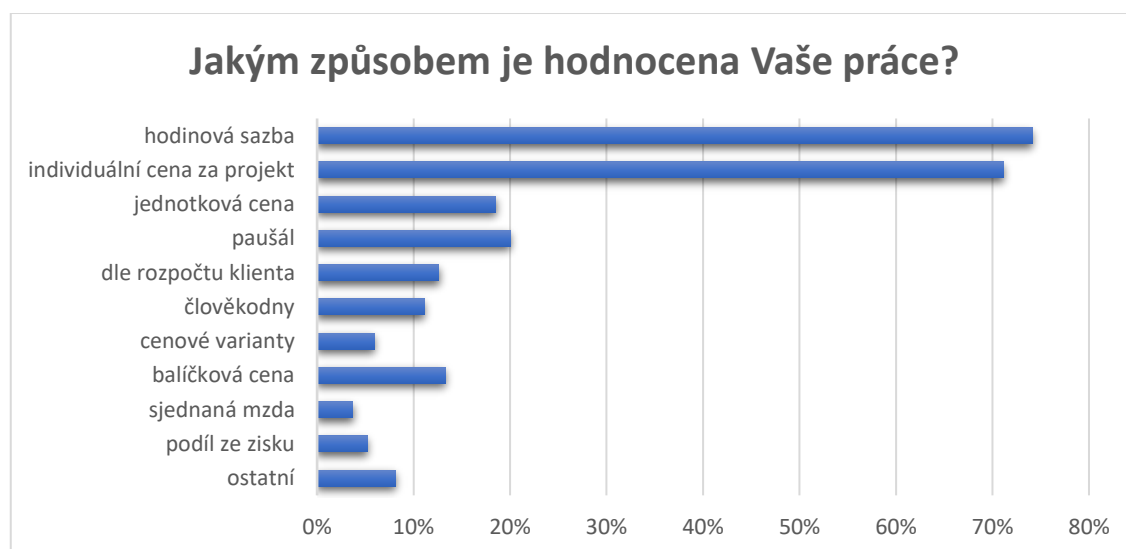
Výzkumem bylo zjištěno, že nejvíce podnikatelů podniká v oboru marketing, prodej a PR. Celkem se jedná o 42 odpovídajících respondentů. Je to nárůst o 11 procent oproti výzkumu Roberta Vlacha. V roce 2015 byl na prvním místě obor s názvem web, síť, programování a IT. Ve výzkumu pro diplomovou práci se s tímto oborem ztotožnilo pouze 37 respondentů. Je to pokles o 6,5 procenta vůči výzkumu Roberta Vlacha.

Počet podnikatelů v jiných oborech podnikání se příliš neliší od výzkumu provedeném v roce 2015. Čtvrtým nejvíce využívaným oborem podnikání stále přetrvává psaní a práce s textem. Na dalším místě je obor vzdělávání a osvěta.

Tato otázka nabízela respondentům možnost volné odpovědi s jiným oborem podnikání. Možnost volné odpovědi využila řada respondentů. Jednalo se však o odpovědi, které se s více odpověďmi neshodovaly. Autor tedy tyto volné odpovědi zahrnul do skupiny ostatní. Podnikatelé na volné noze podnikají dále v oborech jako je strojírenství, administrativa, nemovitosti, vývoj řídicích systémů, poradenství ve vinařství a vinohradnictví, videotvorba či HR. Soubor všech oborů, ve kterých tito podnikatelé podnikají je rozsáhlý. Proto lze potvrdit předsudek, že podnikat na volné noze lze prakticky ve všech oborech.

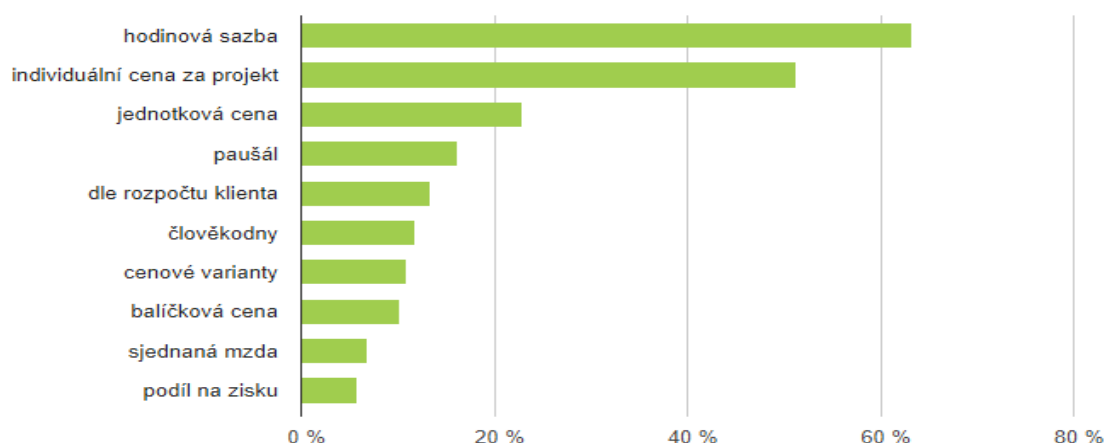
Otázka č. 6: Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce?

Obr. č. 14: Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 15: Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce? Robert Vlach



Zdroj: *Jak se daří českým freelancerům?* Robert Vlach, 2015

Také u této otázky mohli podnikatelé vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla využita z důvodu, že podnikatelé mohou pro každou činnost využívat jiný způsob hodnocení vlastní práce. Z množství odpovědí je patrné, že podnikatelé tuto možnost velmi využívají a kombinují více způsobů hodnocení vlastní práce.

Výsledek výzkumu ukázal, že nejvíce podnikatelů na volné noze účtuje vlastní práci na základě hodinové sazby. Celkem se jedná o 100 podnikatelů z celkového počtu 135 podnikatelů. V porovnání s výzkumem Roberta Vlacha došlo ke zvýšení počtu podnikatelů, kteří hodnotí svou práci na základě hodinové sazby. Toto zvýšení činí 10,89 procent. Výsledná fakturovaná cena se počítá pomocí hodinové sazby x počet odpracovaných hodin.

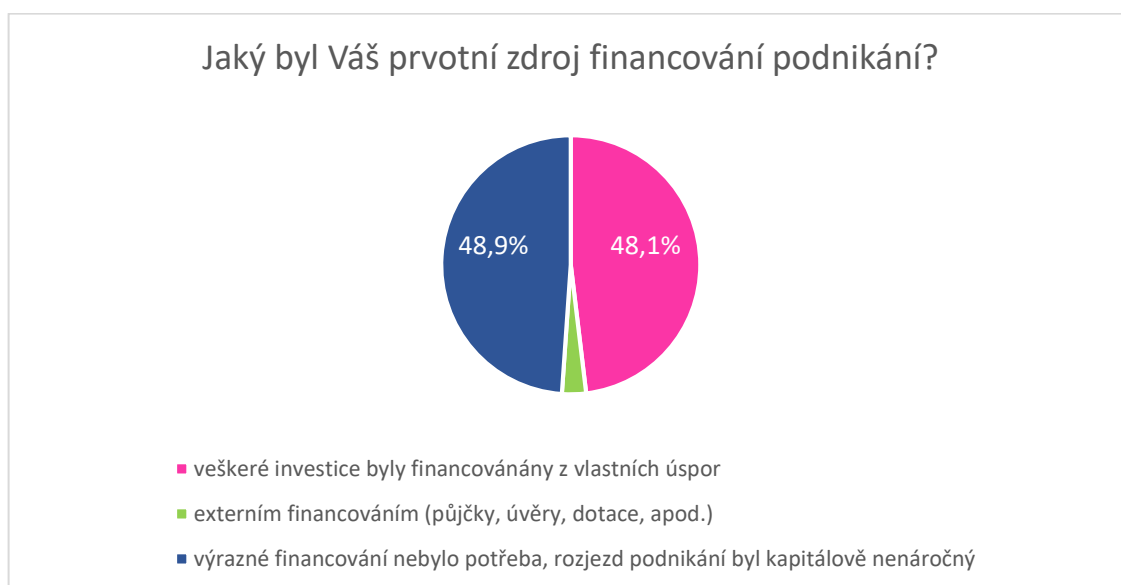
Druhou nejčastější odpovědí se stalo hodnocení vlastní práce pomocí individuální ceny za projekt. Odpověď hodnocení práce na základě individuální ceny za projekt vyplnilo celkem 96 podnikatelů. Toto hodnocení je u podnikatelů poměrně stejně využíváno jako hodinová sazba. V porovnání s výzkumem z roku 2015 se tato možnost hodnocení práce zvýšila o výrazných 19,81 procent. Výsledná fakturovaná cena je cenou za projekt. Jedná se například o zpracování internetových stránek za cenu projektu 30 000 korun.

Při srovnání grafů z roku 2015 a 2018 došlo ještě ke zvýšení počtu podnikatelů, kteří hodnotí svoji práci na základě paušálu (měsíční či roční předplacené služby) a balíčkové ceny (souhrn služeb o určité velikosti). Další výraznější změny v hodnocení vlastní práce u podnikatelů na volné noze nenastaly.

Tato otázka opět zahrnovala možnost otevřené odpovědi. Jednalo se však o odpovědi, které se s více odpověďmi neshodovaly. Autor tedy tyto volné odpovědi zahrnul do skupiny ostatní. Je však zajímavé poukázat na to, jaké způsoby hodnocení vlastní práce podnikatelé využívají. Jedná se o účtování na základě sazby za normostranu, ceny za výrobek, procentní sazbu či provizi z projektu.

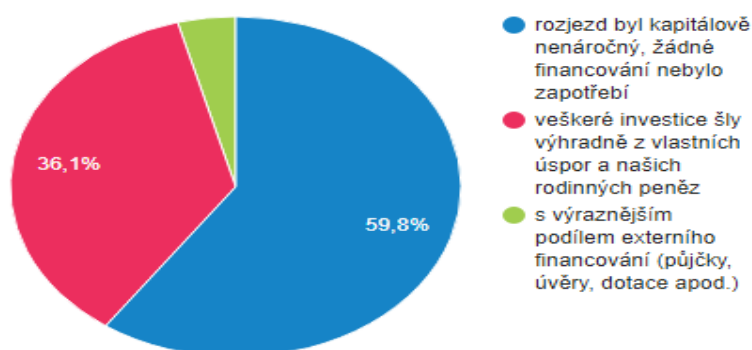
Otázka č. 7: Jakým byl Váš prvotní zdroj financování podnikání?

Obr. č. 16: Jaký byl Váš prvotní zdroj financování podnikání?



Zdroj: *Vlastní zpracování, 2018*

Obr. č. 17: Jaký byl Váš prvotní zdroj financování podnikání? Robert Vlach



Zdroj: *Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015*

Respondenti u této otázky měli možnost výběru ze tří možností prvotního zdroje financování svého podnikání. Výsledky průzkumu ukázaly, že začít podnikat na volné noze lze i bez výraznějšího externího podílu financování. Odpověď výrazné financování nebylo potřeba, rozjezd podnikání je kapitálově nenáročný, využilo celkem

66 podnikatelů. Odpověď veškeré investice byly financovány z vlastních úspor, využilo celkem 65 podnikatelů. Poslední odpověď externí financování využili pouze 4 podnikatelé.

Při srovnání grafů z roku 2015 a 2018 je vidět, že došlo k mírnému zvýšení prvotních nákladů na podnikání a podnikatelé museli začátek podnikání zafinancovat z vlastních úspor.

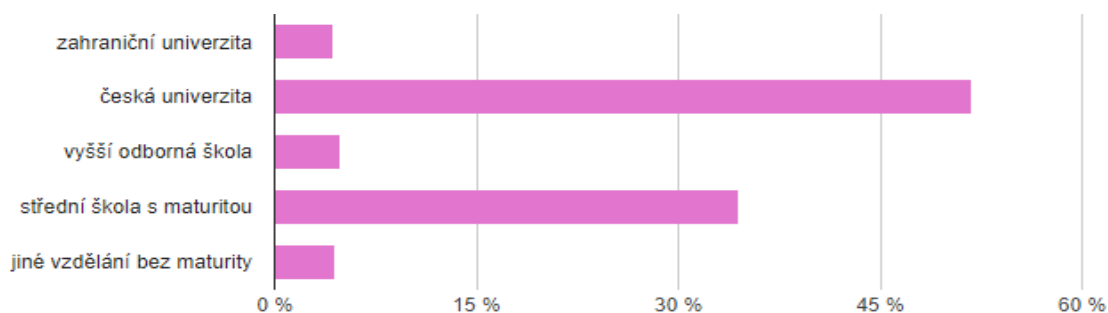
Otázka č. 8: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Obr. č. 18: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 19: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? Robert Vlach



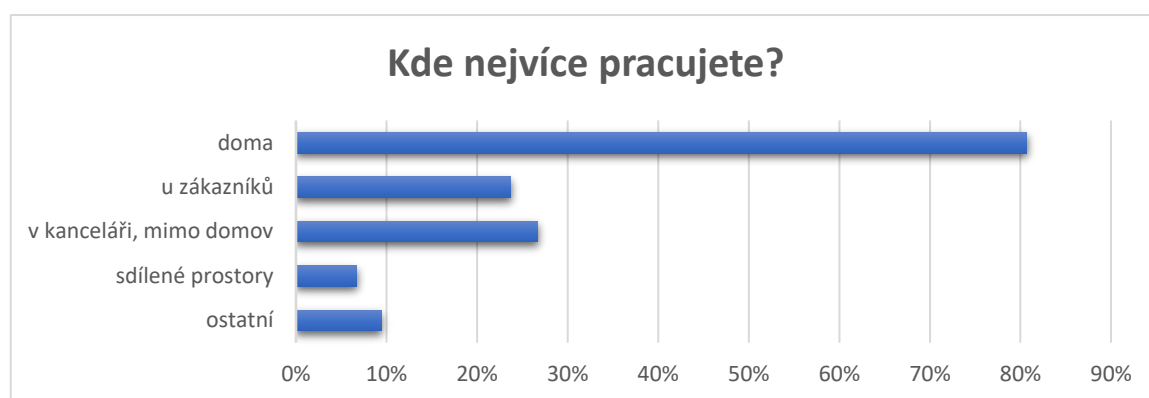
Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

Respondenti měli v této otázce na výběr ze šesti úrovní vzdělání. Autor se z důvodu větší zajímavosti rozhodl rozdělit vysokoškolské studium na bakalářské a navazující. Do výzkumu nezařadil na rozdíl od Roberta Vlacha možnost zahraniční univerzity. Podnikatelé zde odpovídali na jejich nejvyšší dosažené vzdělání. Autor si chtěl touto otázkou zejména ověřit, zda se podnikání na volné noze týká převážně podnikatelů s vyšším vzděláním.

Celkový počet podnikatelů s ukončeným vysokoškolským vzděláním je 97 ze 135 podnikatelů. Z celkového počtu těchto podnikatelů je 74 podnikatelů s ukončeným navazujícím studiem a 23 podnikatelů s ukončeným bakalářským studiem. Při srovnání u této otázky s výzkumem Roberta Vlacha je vidět, že se rozdíl poměru vysokoškolských podnikatelů k podnikatelům s maturitou navýšil. Počet podnikatelů s ukončeným navazujícím vzděláním výrazně převládá nad všemi ostatními možnostmi vzdělání.

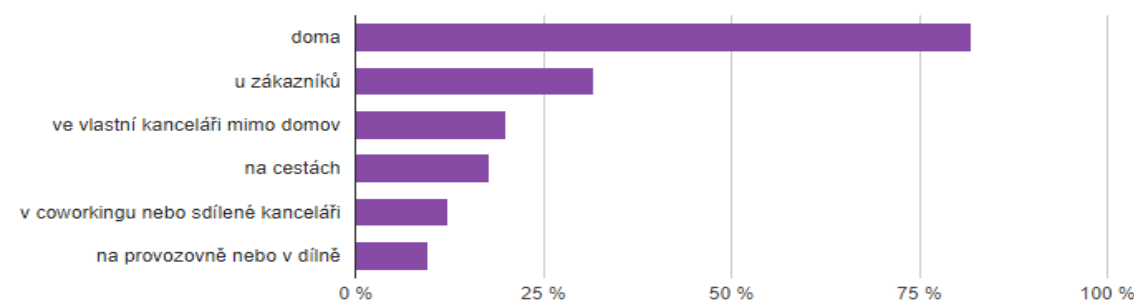
Otázka č. 9: Kde nejvíce pracujete?

Obr. č. 20: Kde nejvíce pracujete?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 21: Kde nejvíce pracujete? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

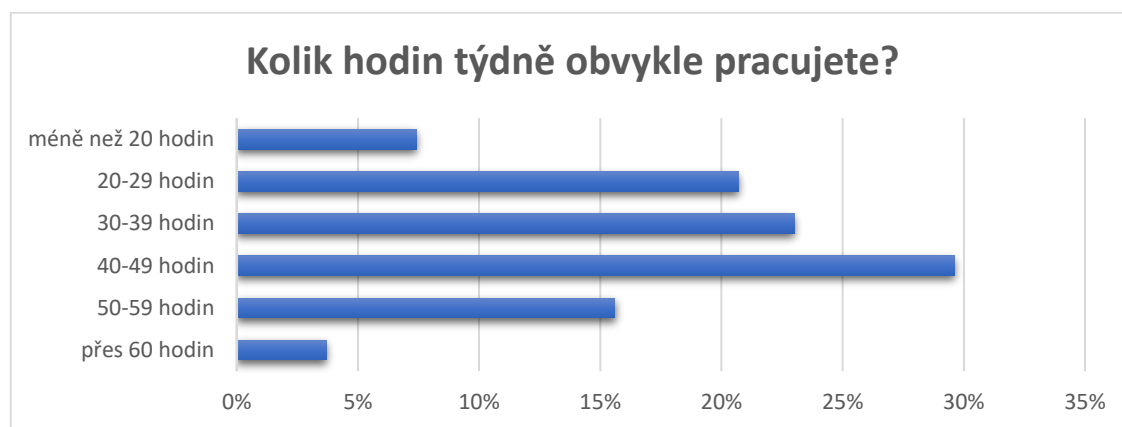
U této otázky mohli podnikatelé také vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla využita z důvodu, že podnikatelé nemusí pro své podnikání využívat pouze jeden prostor, ale mohou je kombinovat. Z většího množství odpovědí je patrné, že podnikatelé k podnikání tyto prostory kombinují.

Výsledek výzkumu ukázal, že freelanceři pracují nejvíce doma. Podnikání z domova v dotazníkovém šetření označilo celkem 109 podnikatelů, což je prakticky každý podnikatel ze zkoumaného vzorku. V porovnání s výzkumem Roberta Vlacha je u této odpovědi rozdíl pouze 1 procento. Tudiž podnikání doma je hlavním znakem podnikání na volné noze, který se nemění. Na druhé nejvíce využívané místo k podnikání se dostala odpověď v kanceláři, mimo domov. Na tuto otázku odpovědělo 36 respondentů v dotazníkovém šetření. Dále průzkum ukázal, že podnikatelé poměrně často ve svém podnikání pracují přímo v prostorách svých zákazníků. Sdílené prostory nejsou podnikateli na volné noze využívány ve velkém rozsahu.

Tato otázka také zahrnovala možnost otevřené odpovědi. Jednalo se však o odpovědi, které se s více odpověďmi neshodovaly. Autor tedy tyto volné odpovědi zahrnul do skupiny ostatní. Podnikatelé tedy ještě pracují na cestách, na úradech, v dílně, vyučují ve školách a vzdělávacích institucích a na mnoho dalších místech.

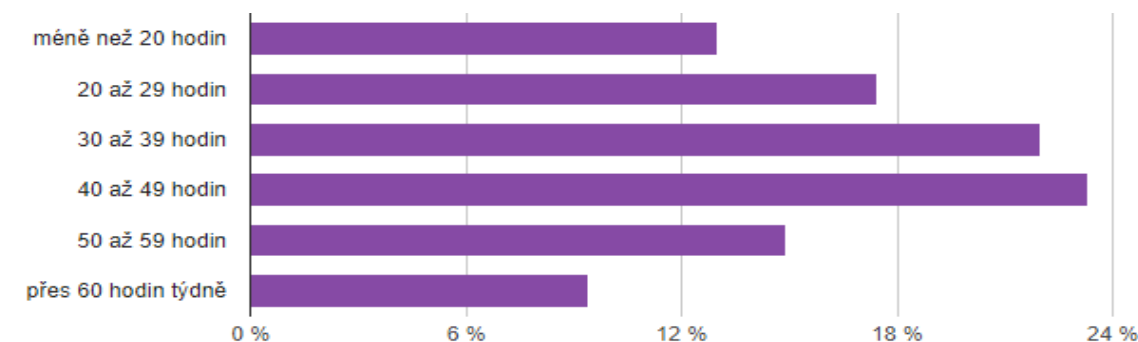
Otázka č. 10: Kolik hodin týdně obvykle pracujete?

Obr. č. 22: Kolik hodin týdně obvykle pracujete?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 23: Kolik hodin týdně obvykle pracujete? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

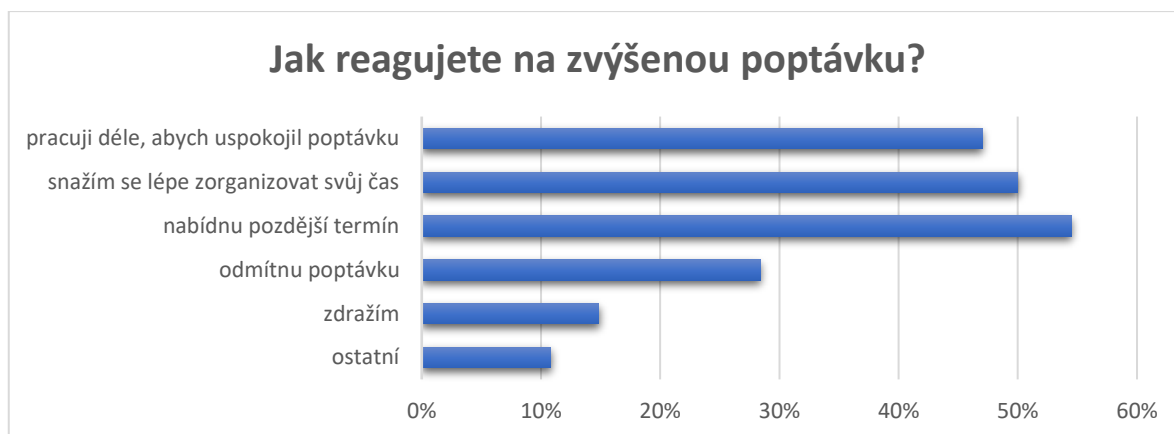
Respondenti u této otázky mohli vybírat ze šesti možností týdenního pracovního vytížení. Spodní hranice je méně než 20 hodin za týden a horní hranice je více než 60 hodin za týden. Tyto hraniční možnosti pracovního vytížení podnikatelé využívali velmi zřídka. Hranice 60 hodin týdně je dokonce pouze 3,7 procenta.

Výsledek výzkumu ukázal, že podnikatelé na volné noze nejvíce pracují 40 – 49 hodin za týden. Tuto variantu pracovního vytížení vyplnilo celkem 40 respondentů. Druhou nejčastější odpovědí je pracovní vytížení 30 – 39 hodin za týden. Tyto odpovědi jsou přibližně shodné pracovnímu vytížení osob pracujících v zaměstnaneckém poměru. Proto lze říci, že více než polovina podnikatelů má stejné časové pracovní vytížení jako lidé pracující v zaměstnaneckém poměru. Velké množství podnikatelů pracuje pouze 20 – 29 hodin za týden.

V porovnání s výzkumem Roberta Vlacha se hranice pracovního vytížení menší než 20 hodin a vyšší než 60 hodin snížily. Toto procentní snížení se projevilo nárůstem u ostatních možností v týdenním pracovním vytížení. Nejvyšší nárůst od roku 2015 zaznamenala možnost 40 – 49 hodin za týden. Jedná se o zvýšení 6,39 procent podnikatelů.

Otázka č. 11: Jak reagujete na zvýšenou poptávku?

Obr. č. 24: Jak reagujete na zvýšenou poptávku?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

U této otázky mohli podnikatelé také vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla využita z důvodu, že podnikatelé mohou přistupovat ke každé poptávce individuálně a nemusí vždy reagovat stejně. Této

otázce se Robert Vlach v jeho průzkumu nevěnoval. Nemůžeme tudíž určit změnu od roku 2015.

Výsledek výzkumu ukazuje, že podnikatelé na volné noze využívají při zvýšení poptávky možnost nabídnutí pozdějšího termínu. Tuto možnost využilo celkem 73 respondentů. Druhou nejčastější odpovědí u této otázky je, že si podnikatel snaží kvalitněji zorganizovat svůj čas. Možnost této odpovědi využilo celkem 67 respondentů. Třetí nejčastější odpovědí je, že podnikatelé pracují déle, aby uspokojili poptávku všech svých klientů. Méně využívanou možností, ale však poměrně častou, a to v 28,4 procentech, je odmítnutí poptávky. Z těchto výsledků lze vyvodit, že se podnikatelé primárně snaží uspokojit požadavky všech klientů. Možnosti odmítnutí či zdražení se snaží minimalizovat.

Možnost odpovědi zdražení autor v dotazníku nevyužil. Vysoká opakovatelnost této odpovědi respondentů v otevřených odpovědích však tuto odpověď zařadila na páté místo. Podnikatelé možnost volné odpovědi u této otázky využívali poměrně často. Tudíž stojí za zmínku uvést možnosti, jak jednotliví podnikatelé na zvýšenou poptávku reagují. Jedná se například o najmutí sekretářky, spolupráce s dalším freelancerem, odfiltrování méně zajímavých klientů, zajištění služby přes externího dodavatele, atd.

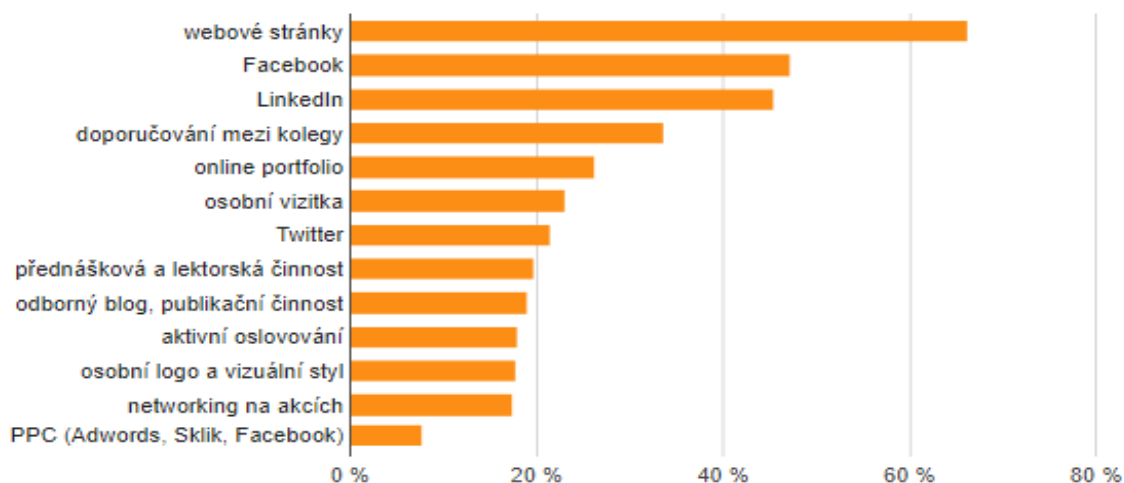
Otázka č. 12: Co vše využíváte k osobnímu marketingu?

Obr. č. 25: Co vše využíváte k osobnímu marketingu?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 26: Co vše využíváte k osobnímu marketingu? Robert Vlach



Zdroj: *Jak se daří českým freelancerům?* Robert Vlach, 2015

U této otázky mohli podnikatelé také vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla využita z důvodu, že podnikatelé na volné noze využívají více prostředků k osobnímu marketingu. Jak již odpovědi z grafu ukazují, mnoho podnikatelů využívá více prostředků k vlastní propagaci. Spektrum odpovědí je opravdu veliké. Mnoho podnikatelů zároveň využilo otevřené odpovědi, které jsou zahrnuty v kategorii ostatní. Tyto odpovědi nebyly individuálně zařazeny do výzkumu, neboť se jednalo o ojedinělé odpovědi.

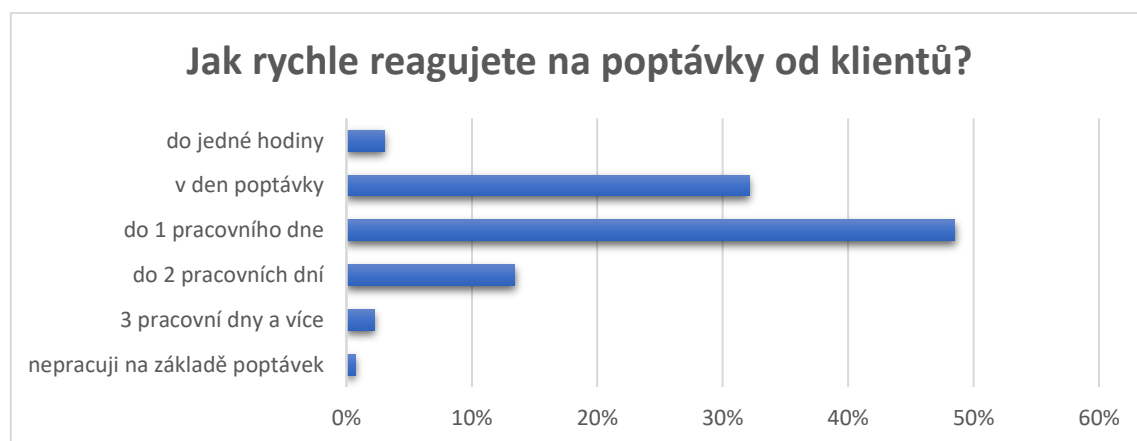
Nejvíce využívaným prostředkem k osobnímu marketingu jsou webové stránky. Webové stránky vlastní celkem 121 respondentů ze 135 členného výzkumného vzorku. Prakticky každý podnikatel na volné noze se propaguje na webových stránkách. Další možností v této formě podnikání je osobní doporučování od ostatních freelancerů. Tato možnost osobního marketingu se stala druhou nejčastější odpovědí v dotazníkovém šetření. Více než polovina freelancerů využívá k marketingu nejvíce využívané sociální sítě Facebook a LinkedIn. Někteří podnikatelé k marketingu využívají ne tak známou v České republice sociální síť Twitter.

Při srovnání grafů z roku 2015 a 2018 došlo k výraznému růstu podnikatelů s webovými stránkami. Tento nárůst dosahuje až k 90 procentům respondentů. V roce 2015 využívalo webové stránky pouze 66 procent podnikatelů na volné noze. Nejvyšší nárůst zaznamenalo doporučování mezi samotnými freelancery. Doporučování se zvýšilo o 38,32 procent. Tento způsob propagace je mezi podnikateli velmi účinný. Při dalším porovnání výzkumu z roku 2015 a z roku 2018 je viditelné, že podnikatelé začínají více

využívat uvedených prostředků k osobnímu marketingu. Nárůst nastal u všech možností, jenž umožňují podnikateli zvýšit jeho podvědomí ve společnosti. Nárůst nenastal pouze u položek Twitter a aktivního oslovování.

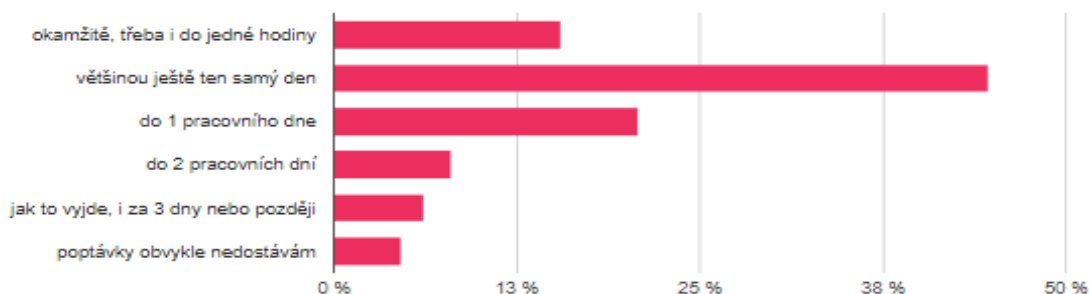
Otázka č. 13: Jak rychle reagujete na poptávky od klientů?

Obr. č. 27: Jak rychle reagujete na poptávky od klientů?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 28: Jak rychle reagujete na poptávky od klientů? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

Tato otázka se zaměřovala na podnikatele a jejich potřebnou dobu na přijetí poptávky klienta. Z grafu je patrné, že podnikatelé na volné noze reagují nejčastěji do jednoho pracovního dne. Jedná se o 48,5 procent podnikatelů. Na přijetí poptávky klienta během dne reaguje 32,1 procent podnikatelů. Podstatně menší část podnikatelů odpovídá do dvou pracovní dnů. Jedná se o 13,4 procent podnikatelů. Ostatní doby podnikatelů na přijetí poptávky jsou v nepatrném množství.

Pokud srovnáme grafy z roku 2015 a 2018, je vidět, že podnikatelé již tak často neodpovídají do jedné hodiny. Dále je zde patrné, že podnikatelé v roce 2015 odpovídali

na přijetí poptávky nejčastěji v den poptávky. V roce 2018 podnikatelé nejčastěji odpovídají na poptávku do jednoho pracovního dne.

Otázka č. 14: Co děláte, abyste byl lepší než konkurence?

Obr. č. 29: Co děláte, abyste byl lepší než konkurence?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

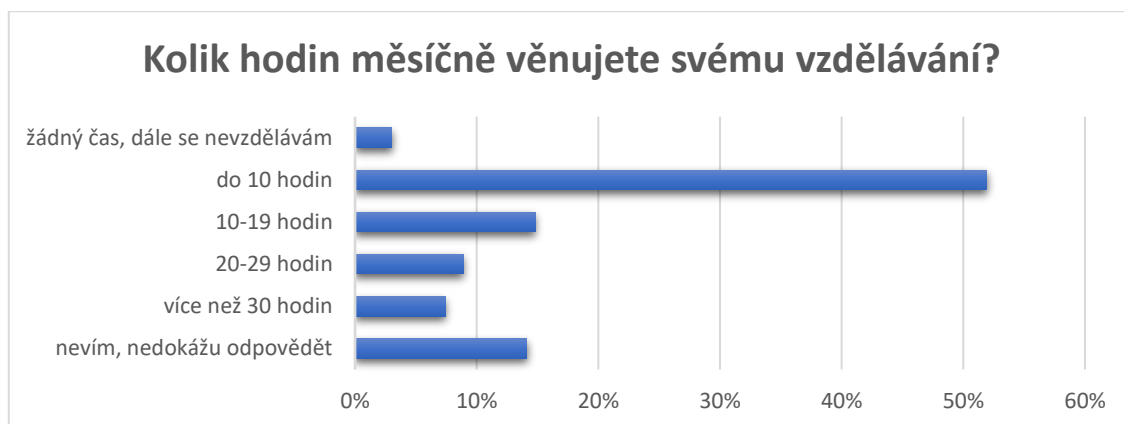
U této otázky mohli podnikatelé také vybírat z více odpovědí, proto součet všech odpovědí je vyšší než 100 procent. Tato možnost byla použita z důvodu, že podnikatelé mohou ke zvýšení vlastní konkurenceschopnosti využívat více prostředků, které mohou mezi sebou kombinovat. Této otázce se Robert Vlach v průzkumu nevěnoval. Z tohoto důvodu nelze určit změnu od roku 2015.

Více než polovina podnikatelů se neustále vzdělává nebo dochází na různá školení. Snaží se zvýšit svoji konkurenceschopnost. Jedná se o 60,4 procent respondentů. Poměrně velká část podnikatelů vlastní konkurenceschopnost neřeší. Jedná se o 32,8 procent podnikatelů. Někteří podnikatelé se také snaží zvýšit svou konkurenceschopnost pomocí marketingových aktivit či větším portfoliem služeb pro klienta.

Jak již bylo uvedeno, tato otázka umožňovala respondentům otevřené odpovědi. Podnikatelé pro zlepšení své pozice, vůči konkurenci, využívají například soft skills, kreativní uvažování, zlepšení na základě zpětných vazeb či přednesu zajímavého osobního příběhu.

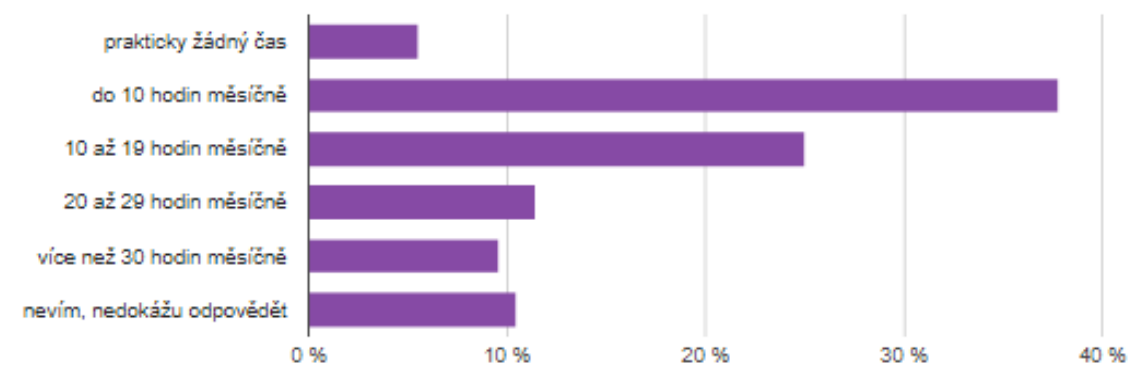
Otázka č. 15: Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání?

Obr. č. 30: Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání?



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Obr. č. 31: Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání? Robert Vlach



Zdroj: Jak se daří českým freelancerům? Robert Vlach, 2015

Poslední otázka se týkala počtu hodin, které podnikatelé věnují za měsíc vlastnímu vzdělávání. Autor nabídl v této otázce respondentům šest časových možností. Nejvíce podnikatelů se věnuje vlastnímu vzdělávání do 10 hodin měsíčně. Tato skutečnost potvrzuje odpovědi z předchozí otázky, že podnikatelé se snaží zvýšit svou konkurenceschopnost pomocí dalšího vzdělávání. Dalšímu vzdělávání se nevěnují pouze tři procenta podnikatelů na volné noze. Tudíž lze na základě těchto odpovědí říci, že další vzdělávání je pro tento segment podnikání velmi důležitý.

Při srovnání grafů z roku 2015 a 2018 je vidět, že došlo k výraznějšímu nárůstu vzdělávání do 10 hodin měsíčně. Jedná se o 14,07 procent. Tento nárůst vznikl na úkor snížení vzdělávání v rozmezí 10 až 19 hodin měsíčně. Žádné další výraznější změny se během výzkumu neuskutečnily.

5.2. Vyhodnocení hypotéz výzkumu

Na začátku výzkumu byly vytvořeny tři hypotézy:

1. Hypotéza: Předpokládá se, že 41 a více procent (hodnota dosažená před 3 roky) českých podnikatelů na volné noze podniká 6 a více let.
2. Hypotéza: Předpokládá se, že čeští podnikatelé využívají ke své propagaci webové stránky k propagaci a komunikaci s klienty a to více než 75 procent dotázaných respondentů.
3. Hypotéza: Předpokládá se, že více než 75 procent českých podnikatelů na volné noze se během podnikání neustále vzdělává.

První hypotéza se zaměřuje na délku podnikání českých podnikatelů na volné noze. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že čeští podnikatelé podnikají na volné noze déle než 6 let a více. Jedná se o 61,5 procent případů. Z tohoto zjištění vyplývá, že první hypotézu lze označit za pravdivou. Tak se potvrdil předpoklad, že na volné noze se nepodniká jen přechodně, ale lze tímto způsobem úspěšně podnikat mnohem více let. V porovnání s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015 se výrazně navýšil počet podnikatelů v České republice, kteří podnikají déle než 6 let. Počet podnikatelů se navýšil ze 41 procent na 61,5 procent. Závěrem lze napsat, že většina podnikatelů své podnikání neukončila a pokračuje v něm i nadále. Podnikání na volné noze se v České republice stává dlouhodobou záležitostí.

Druhá hypotéza se zaměřuje na marketingovou propagaci podnikatelů na volné noze. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že čeští podnikatelé, kteří podnikají na volné noze, disponují vlastními webovými stránkami v 89 procentech případů. Tímto výsledkem se předpoklad autora potvrdil a může tuto druhou hypotézu označit opět za pravdivou. Prakticky devět z deseti freelancerů využívá ke své propagaci internetové stránky. Nárůst oproti roku 2015 je velmi výrazný. Propagaci na webových stránkách využívalo pouze 66,25 procent podnikatelů. Podnikatelé v České republice se stále více digitalizují a snaží se přiblížit k široké veřejnosti a svým klientům rovněž pomocí internetových stránek.

Třetí hypotéza se zaměřuje na vzdělávání podnikatelů na volné noze během jejich podnikání. V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že čeští freelanceri se během podnikání účelně dále vzdělávají. Jedná se o 82,9 procent případů. Z tohoto výsledku vyplývá, že

třetí hypotéza je pravdivá. Více než 75 procent českých podnikatelů na volné noze se stále účelně vzdělává. Tímto byl potvrzen předpoklad, že i čeští freelanceři se musí neustále vzdělávat a zlepšovat, aby zůstali na trhu konkurenceschopní a dokázali tak uspokojit požadavky svých klientů v požadované kvalitě.

6. Case study

Autor vkládá do diplomové práce případovou studii, která poukazuje na problémy týkající se podnikání na volné noze. Tato studie je příkladem o překonání prvotních chyb v podnikání a jejich řešení, které vede ke zlepšení podnikání. Případová studie popisuje zahájení a další průběh podnikání na volné noze české podnikatelky M. K.

Představení

Paní M. K. nikdy neměla v plánu stát se podnikatelkou na volné noze. Pochází z malého městečka na Moravě. Získala inženýrský titul v Praze na VŠE a plánovala získat dobrou pozici v nadnárodním podniku. Po ukončení studia na vysoké škole začala pracovat v oddělení auditu ve společnosti zaměřující se na účetní uzávěrky.

Po 2 letech odešla na mateřskou dovolenou. Po ukončení mateřské dovolené si uvědomila, že se nechce vrátit na původní pozici z důvodu časové náročnosti tohoto zaměstnání. Chce zůstat s potomkem doma, aby se mu mohla více věnovat. Její manžel pracuje jako obchodní zástupce, tudíž nemá pravidelnou a flexibilní pracovní dobu. Paní M. K. chce přispět do rodinného rozpočtu, a proto se rozhodla začít podnikat.

Zahájení podnikání na volné noze byla nejlepší možnost, která odpovídala jejím požadavkům. Může zůstat s potomkem doma a přispěje finančními prostředky do domácnosti. Od bývalého kolegy se dozvěděla o možnosti psaní odborných příspěvků na zahraniční internetové stránky. Základním předpokladem, kterým byla angličtina, disponovala. Odbornou angličtinu získanou na vysoké škole si následně doplnila v oddělení auditu na zahraničních projektech. Kreativita v psaní jí nikdy nedělala problémy. Rozhodla se tudíž pro podnikání na volné noze v tomto oboru.

První klient

Prvním krokem této podnikatelky byla registrace na webu iWriter. Společnost provozující tyto stránky najímá větší množství osob/spisovatelů za nejnižší možné ceny, za účelem produkování co největšího množství příspěvků. Zajistit si práci přes tuto společnost bylo pro podnikatelku snadné, stačilo se pouze na nějakou práci přihlásit. Při psaní prvních textů strávila dlouhé hodiny. První text se týkal krátkého popisu hračky. Za článek činila odměna jen 1 dolar. Práce pro společnost Content mill byla pro podnikatelku velmi nevýhodná. Podnikatelka si vydělala za 210 blogových příspěvků pouze 70 dolarů.

Z tohoto důvodu se podnikatelka rozhodla, že zkusí využít jiné internetové portály, aby za své internetové příspěvky měla lépe zapláceno. Snažila se tedy získávat projekty pomocí těchto internetových portálů. Tyto portály se záhy ukázaly také jako chybné. Podnikatelka byla v této situaci bezradná, a proto se chystala své podnikání vzdát. Po uvedených zkušenostech si myslela, že nemá šanci trvale se prosadit na trhu internetových příspěvků.

Rozvoj podnikání

Manžel však podnikatelku přesvědčil, aby podnikání na volné noze ještě neukončila. Rozhodla se tedy své podnikání razantně změnit. Místo toho, aby se snažila být od prvního dne zisková, si vytvořila vlastní internetové stránky. Na internetových stránkách se propagovala, publikovala PDF ukázky ze své tvorby. Zanedlouho se podnikatelce začali ozývat klienti, které její ukázky zaujaly. Díky těmto ukázkám jí kontaktovaly známé zahraniční blogy, jako je například Brazen Careerist. Spoluprací s těmito zahraničními blogy podnikatelka začala získávat zajímavé příspěvky do svého portfolia a kontakty na potenciální klienty. Současně podnikatelka každý týden publikovala vlastní příspěvek na vlastní blog, aby zvýšila jeho popularitu.

V následujících měsících podnikatelka investovala svůj čas do dalšího rozvoje svého marketingu. Podnikatelku kontaktovaly různé společnosti se zájmem o příspěvek na téma od zdraví až po financování. Čtyři měsíce poté co si vytvořila vlastní webové stránky, získala první větší kontrakt. Jednalo se o blog design domů, který podnikatelce zaplatil 80 dolarů za příspěvek s 700 slovy. Po telefonickém kontaktu s touto společností byla mile zaskočena. Společnost původně hledala spisovatele, který měl být zároveň i fotografem. Mezi všemi spisovateli si společnost vybrala právě ji a nabídla honorář 80 dolarů. Podnikatelka byla z tohoto projektu nesmírně nadšená. Byla odměněna za dobře vykonanou předešlou práci.

Marketing

Kontrakt za 80 dolarů za jeden příspěvek byl pro podnikatelku impulzem do dalšího podnikání. Podnikatelka zjistila, že klíčem úspěchu je přilákání klientů na vlastní webové stránky. Toto zjištění jí přimělo k dalšímu vzdělávání v oblasti digitálního marketingu.

Podnikatelka si vytvořila profily na sociálních sítích: Facebook, Twitter a LinkedIn. Svě webové stránky, aby získala lepší pozici v internetových vyhledávačích, optimalizovala pomocí SEO. Dále pokračovala v rozvíjení svých dovedností a začala pro své příspěvky

na blogu využívat obrázky ve stylu Pinterest. Zároveň komentovala blogy jiných blogerů a tím si vytvořila lepší vlastní síť. Podnikatelka pomocí komentářů na ostatních blogech, blogováním na svém blogu a spravováním sociálních profilů zdvojnásobila do měsíce návštěvnost vlastního blogu. Stále více klientů začalo podnikatelku na jejím webu kontaktovat pomocí kontaktního formuláře.

Podnikatelka tak naplno poznala kouzlo inbound marketingu. Podnikatel se snaží klienty přivést k sobě, než aby je sám vyhledával a kontaktoval. Podstatou tohoto marketingu je přivést návštěvníky na svůj web, ze kterých se pak stanou klienti. Podnikatelka přijala inbound marketingovou strategii hned poté, co jí na základě kontaktního formuláře na jejím webu kontaktovala první větší společnost (příspěvek o designu domu).

Zanedlouho jí přes kontaktní formulář kontaktovala další společnost, která nabízela 200 dolarů za příspěvek ve finančním odvětví. Jednalo se o jeden příspěvek týdně o rozsahu 800 slov.

Další plány

Podnikatelka M. K. plánuje v následujících letech:

- nabízet formátování elektronických knih
- vytvořit on-line kurzy pro spisovatele na volné noze
- založit si firmu, která se bude zaměřovat na marketing
- rozvíjet copywriting

Chyby v průběhu podnikání

S ohlédnutím na své podnikání vidí podnikatelka M. K. několik chyb, kterých se během svých začátků v podnikání měla vyvarovat. Velkou chybou v začátku podnikání bylo, že podnikatelka často říkala „ano“. Ne každá práce, která jí byla nabídnuta, stála za přijetí. Podnikatelka přijímala práci i v případě, že klient vyjednal velmi nízkou sazbu za internetový příspěvek. Byla ráda, že má placenou práci. Pokud podnikatel přijme veškerou práci, nepomůže mu to k rychlejšímu růstu v podnikání. Proto se časem rozhodla pevně si stanovit minimální sazbu, pod kterou nepřijme žádnou nabídku. Nepřijetí každé nabídky má i několik výhod. Pokud podnikatelka nepřijme zákazníky s nízkými platbami, má dostatek času na svůj marketing a na lepší klienty. Podnikatelka se z této chyby poučila a následně posuzovala pečlivě každou nabídku. Zjišťovala si, zda je výhodnější dlouhodobý závazek nebo jen jednorázový úkol. Odmítáním špatných a

méně placených projektů, podnikatelka získala více času a kreativní energii na investici do dalšího vlastního podnikání.

Za další chybu v podnikání považuje, že měla na potenciální klienty spoustu bezvýznamných otázek na jejich představy o daném příspěvku. Zpětně vidí, že tímto klienty spíše vyděsila. Upozornil ji na to klient, který podnikatelce sdělil, že byl nepříjemně překvapen všemi jejími otázkami k příspěvku. Příspěvek outsorsoval, neboť nechtěl s příspěvkem ztrácet svůj čas. Proto si najal jiného blogera, který ho nezdržoval s takovým množstvím otázek.

Další chybou v podnikání bylo, že podnikatelka neměla správně zorganizovanou práci. Hlavním problémem zde bylo, že nevěděla, čím má svůj pracovní den zahájit. Během podnikání si však svůj pracovní den zorganizovala tak, aby vyhovoval jejím potřebám i potřebám klientů. Zjistila, že v dopoledních hodinách je nejvíce kreativní, proto tyto hodiny věnovala tvorbě příspěvků. V odpoledních hodinách se věnovala spíše plněním různých úkolů a spravováním svého blogu.

Další chybou v začátcích podnikání bylo, že podnikatelka nepočítala s časovým rozdílem kontinentů. Měla mnoho klientů z Asie, Evropy i USA. Sjednala si on-line schůzku s klientem bez ohledu na jeho časové pásmo, a tak často schůzku zmeškala. Nyní sleduje časové pásmo všech klientů a přesně si určuje čas jejich schůzky či jiné komunikace s nimi.

Doporučení pro začínající podnikatele na volné noze

Na závěr případové studie bylo shrnuto několik doporučení pro začínající podnikatele na volné noze. Základním doporučením pro podnikání je znát svá „čísla“. Jedná se o čísla, jako jsou výnosy z podnikání, návštěvnost webu, poměry mezi marketingovým obsahem (jaké příspěvky jsou nejvíce sledovány, jaké jsou přehlíženy, atd.). Znalost těchto čísel výrazně ulehčí práci freelancera. Podnikatel okamžitě vidí, co je třeba zlepšit. Pokud má podnikatel přehled o svých příjmech (klienti, typ projektů, atd.) může se lépe zaměřit na oblasti, které produkují vyšší příjem než ostatní. Zároveň znalostí těchto čísel podnikatel může zjistit, odkud je největší návštěvnost webových stránek a jaký obsah je nejpopulárnější. Podnikatel vidí, na jaký segment se má zaměřit a jaké příspěvky přilákají nejvíce návštěvníků na webové stránky.

Dalším doporučením pro začátek podnikání je zřídit si aplikaci Wunderlist. Aplikace Wunderlist je přehledný seznam úkolů, který se synchronizuje na všechny zařízení, jenž podnikatel využívá. Jednotlivé úkoly je možné nastavit jako připomenutí. Úkoly lze také poslat klientům či ostatním spolupracovníkům na projektu. Pomocí této aplikace si lze synchronizací udělat přehled v úkolech, lze zde také nastavit čas v jiných zemích. Tímto se podnikatel pojistí, že by neměl zapomenout na žádný úkol.

Posledním a nejdůležitějším doporučením pro podnikatele je poučení se z vlastních chyb. Podnikatelka se z výše uvedených chyb poučila a to jí pomohlo dále se rozvíjet. Podnikatel by se měl z chyb poučit a zamezit jejich opakování.

7. Příprava a realizace rozhovorů s podnikateli na volné noze

V další empirické části diplomové práce byly provedeny rozhovory zaměřené na zhodnocení předsudků uvedených v teoretické části diplomové práce a představení činností podnikatelů na volné noze. Této problematice se v České republice více věnuje pouze Robert Vlach. Tato oblast je poměrně neprozkoumaná. Z tohoto důvodu je nedostatek odborných textů, proto jsou limitovaná sekundární data, jenž by bylo možné dále statisticky zpracovat. Tudíž se autor této práce rozhodl k získání dalších dat pomocí osobních rozhovorů s některými podnikateli.

Cílem těchto rozhovorů je získat další data, ze kterých bude možné lépe definovat podnikatelské prostředí českých freelancerů. Autor chce na základě rozhovoru s podnikateli zjistit co nejvíce informací o každodenní i výjimečné činnosti podnikatelů. Otázky se zabývají předpoklady, které byly sepsány v teoretické části práce, více podhalí podnikání na volné noze. Základní body rozhovoru byly rozděleny do dvou částí. První část byla zaměřena na předsudky a druhá na činnosti podnikatele. Jednotlivé otázky byly v případě potřeby dostatečně vysvětleny na základě teoretické části, aby bylo dostatečně dosaženo potřeb těchto rozhovorů.

7.1. Průběh rozhovorů

Při rozhovoru byla nejdříve představena diplomová práce a její cíle. Následovně respondenti odpovídali na seznam témat či otázek. Jednotlivé otázky byly formulovány následovně:

První část otázek

- Je zahájení podnikání na volné noze, co se týče legislativy složité?
- Připadá Vám, že podnikání na volné noze přináší osamělý styl života?
- Myslíte si, že podnikání na volné noze je kariérní sebevražda?
- Byl Váš rozjezd podnikání finančně náročný a musel jste být velkým odborníkem v oboru?

Druhá část otázek

- Jakým způsobem získáváte nové klienty?
- Jak probíhá Vaše seznámení s klientem?
- Přizpůsobujete plánování Vaši dovolené sezónnosti práce?
- Jakým způsobem plánujete Vaši činnost?

Rozhovory byly provedeny s podnikateli, kteří podnikají nebo podnikali na volné noze déle než 3 roky. Autor předpokládá, že tyto podnikatelé již dobře znají podnikatelské prostředí a mají s tímto typem podnikání zkušenosti. Proto je možné zaznamenat a následně zpracovat důležité aspekty z rozhovorů týkající se podnikání na volné noze. Většina respondentů se zaměřovala převážně na konkrétní pracovní zkušenosti. Takto připravený návrh pomohl autorovi k odpovědím na všechna témata. Pořadí otázek nebylo však u každého podnikatele stejné.

7.2. Sběr dat

Jednotlivé rozhovory autor zaznamenával pomocí audio nahrávek či písemných poznámek. Následně byly audio nahrávky uspořádány dle témat a přepsány do jednotné textové podoby. Sběr a zpracování dat realizování rozhovorů vyjadřuje následující schéma.

Obr. č. 32: Sběr dat pomocí rozhovoru



Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

7.3. Předvýzkum

Autor se rozhodl před těmito rozhovory uspořádat předvýzkum, aby otestoval správnost dotazníku. Úkolem předvýzkumu bylo zjistit, zda témata a otázky rozhovorů korespondují s cíli diplomové práce. Předvýzkum byl realizován v měsíci březnu roku 2018 se třemi podnikateli na volné noze.

Při zpracování otázek u jednotlivých rozhovorů z předvýzkumu byly vybrány podstatné odpovědi pro diplomovou práci a vyřazeny odpovědi, které nepodávaly důležité informace pro cíl této diplomové práce.

Někteří respondenti měli na určitá témata rozdílné názory. Tyto rozdílné názory budou zaznamenány ve výsledcích diplomové práce. V některých tématech se všichni respondenti shodli, a tudíž nedocházelo ke zjišťování nových informací. Během předvýzkumu docházelo k saturaci témat. Autor vytvořil na základě předvýzkumu nové doplňující otázky.

7.4. Výběr podnikatelů pro uskutečňování rozhovorů

K lepšímu zachycení podnikatelského prostředí se autor rozhodl k rozhovorům s devíti podnikateli na volné noze. Těchto devět podnikatelů bylo vybráno na základě osobního doporučení podnikatelů, se kterými probíhaly rozhovory. Tito podnikatelé mají víceleté zkušenosti v tomto oboru a autor předpokládá, že tak získá další informace, které mu pomohou tuto problematiku lépe pochopit.

Podnikatelé byli osloveni pomocí e-mailů. V e-mailu bylo uvedeno, na základě jakého doporučení je autor oslovil. Všichni tito podnikatelé žádost o rozhovor přijali. Podnikatelé si přáli, aby jejich totožnost zůstala v anonymitě. Podnikatelé souhlasili alespoň s uvedením iniciálů. Pomocí těchto iniciálů bude v následujícím textu odkazováno na jejich osobní sdělení. Iniciály podnikatelů, jejich obory a data rozhovorů jsou uvedeny v následující tabulce.

Tab. č. 5: Seznam vybraných podnikatelů pro rozhovory

Iniciály	Obor podnikání	Datum provedení rozhovoru
FR	Účetnictví	10. 3. 2018
JV	Fotografické služby	17. 3. 2018
PK	Design	18. 3. 2018
MH	Cestovní ruch	20. 3. 2018
AK	Vzdělávání	20. 3. 2018
TS	Marketing	22. 3. 2018
DD	Grafika	23. 3. 2018
JB	Podnikatelský mentoring	26. 3. 2018
JN	IT	27. 3. 2018

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Část rozhovorů probíhala formou osobní schůzky a část probíhala z důvodu vzdálenosti pomocí Skypu, jenž umožňuje videohovor pomocí internetu. Rozhovory probíhaly mezi 10. až 27. březnem roku 2018.

Autor se snažil vybrat freelancery s různých oborů. Byli vybráni podnikatelé, kteří se podnikání věnují na „plný úvazek“, ale i podnikatelé, kteří podnikají pouze na „poloviční úvazek“. Cílem bylo získat co nejširší spektrum podnikatelů na volné noze.

7.5. Výsledky rozhovorů s podnikateli

Tato kapitola se zaměřuje na popsání zkušeností a znalostí podnikatelů na volné noze. V první části jsou analyzovány předsudky, které často podnikatele od podnikání odvracejí. Jedná se převážně o předsudky vztahující se k zahájení podnikání.

Podnikatel JV uvádí: „Při zahrávání si s myšlenkou založení živnosti jsem se potýkal s množstvím nepřesných a neprověřených informací, které člověk během života o podnikatelích nasbírá od nepodnikatelů a od neinformované veřejnosti. Hlavním strachem byla složitost založení OSVČ a složitost vedení účetnictví a celkově vyřízení daňového přiznání. Většina předsudků byla po přečtení úředních desek daných úřadů vyvrácena.“

V druhé části rozhovorů jsou analyzovány běžné i méně běžné činnosti, jenž jsou spojené s podnikáním na volné noze. Jedná se o činnosti jako je způsob komunikace s klienty, plánování podnikání, atd.

Podnikatel FR uvádí: „*Mnoho lidí nechápe, že když freelanceři nechodí pravidelně každý den do práce od 7h do 15h, že i přesto také pracují. Freelanceři často pracují mnohem více než lidé v zaměstnání, jen to zkrátka není vidět. Pracují prakticky neustále, mají pořád v hlavě pracovní schůzky, klienty, další povinnosti spojené s podnikáním a tak dále.*“

První část rozhovorů

Otázka č. 1: Je zahájení podnikání na volné noze, co se týče legislativy složité?

Tohoto předsudku, že zahájení podnikání je legislativně složité, se obávali jen nezkušení podnikatelé. Výjimku, kteří tomuto předsudku nevěnovali velkou pozornost, tvořili podnikatelé, jenž měli alespoň základní zkušenosti s podnikáním. Jednalo se o podnikatele, kteří měli vystudovanou školu s ekonomickým zaměřením či zkušenosti s předchozím podnikáním. Někteří podnikatelé se zkušenostmi již vlastnili toto oprávnění z předchozích let podnikání. Tudiž pro ně nebyl problém začít podnikat na volné noze, třeba i v jiném oboru.

Začínající podnikatelé si dávali otázky, kde si mají vůbec živnost sjednat nebo co je vše potřeba k založení jejich živnosti. Po zjištění těchto informací o založení živnosti, zjistili, že tento předsudek není pravdivý a založení živnosti v České republice není pro podnikatele složité. Podnikatel PK popsal získání živnostenského oprávnění následovně: „*Založení živnosti je opravdu jednoduché. Stačí zajít na živnostenský úřad, vyplnit zde jednotný registrační formulář a zaplatit správní poplatek, který u mého podnikání činil 1000 Kč.*“ Dále podnikatelé se shodli na tom, že během několika dnů jim byl doručen dopis ze živnostenského úřadu s důležitými informacemi k podnikání. Oslovení podnikatelé odpovídali, že v současné době je založení živnosti velmi snadné. Jednotlivé instituce mezi sebou spolupracují a po vyplnění registračního formuláře na živnostenském úřadě se podnikatelé automaticky registrují na finančním úřadě, zdravotní pojišťovně a české správě sociálního zabezpečení.

Všichni oslovení podnikatelé podnikají na základě živnostenského oprávnění jako osoby samostatně výdělečně činné. Jako hlavní důvod této právní formy podnikání uvedli, že

tato forma podnikání je pro ně nejjednodušší jak se vypořádat s legislativou v České republice.

Tento předsudek po rozhovorech s podnikateli na volné noze lze jednoznačně označit za nepravdivý. Žádný z podnikatelů, se kterými provedl autor rozhovor, neměl žádný problém se zakládáním živnosti.

Otázka č. 2: Případá Vám, že podnikání na volné noze přináší osamělý styl života?

S tímto předsudkem, že podnikání na volné noze přináší osamělý styl života, se mnoho dotázaných podnikatelů nesešlo. Podnikatelé, kteří tento předsudek předtím neznali, po krátkém zamyšlení uváděli, že předsudek může být pro řadu oborů možná pravdivý. Oni se však s touto skutečností ve svém oboru nesečkávají. Podnikatel MH uvádí: *„V podnikání na volné noze existuje řada oborů, kde může tento předpoklad platit a také řada oborů, kde tento předpoklad jednoznačně neplatí. Mé podnikání je ten druhý případ. Denně komunikuji s klienty, průvodci, atd. Komunikace sice někdy probíhá elektronickou formou, ale ve většině případech osobní schůzkou. Podle mého názoru je tento předpoklad nepravdivý. Záleží na každém podnikateli, jaký styl života mu vyhovuje. Pokud podniká v oboru, ve kterém nepřijde do osobního kontaktu s klientem, existuje mnoho možností jak se udržet společenský styl života. Může například pracovat ve sdílených prostorách či navštěvovat různé společenské spolky.“*

Rozhovory s podnikateli z podnikatelského prostředí, jenž se vyznačuje samostatnou prací podnikatele, uváděli, že jim tento způsob práce nevádí a je součástí jejich podnikatelského oboru. Při zahájení podnikání o tomto předpokladu věděli. Tento předpoklad ale osobně nepocítují, neboť dělají práci, která je baví a naplňuje. Nepotřebují ke svému životu žádný speciální osobní kontakty s ostatními lidmi.

Někteří podnikatelé uvedli, že jsou členy freelance komunit. Tyto komunity umožňují podnikateli se sociálně realizovat ve skupině, ve které se dobře orientuje a má s ní společné zájmy.

Citovaný podnikatel MH tento předsudek definoval celkem přesně a jasně. Vždy záleží na konkrétním podnikateli, zda mu vyhovuje podnikání v samotě nebo se snaží udržovat ve společenském prostředí.

Otázka č. 3: Myslíte si, že podnikání na volné noze je kariérní sebevražda?

Předsudku, že podnikání na volné noze je kariérní sebevražda, se obávala řada dotázaných podnikatelů. Podnikatelé však měli různé důvody, proč dali přednost podnikání na volné noze před kariérním růstem v zaměstnaneckém poměru. Část podnikatelů se pro tuto variantu rozhodla z důvodu ztráty stálého zaměstnání. Podnikání na volné noze bylo pro ně možností jak se dále seberealizovat. Podnikatelka AK řekla: *„Učila jsem na střední škole a ve volných chvílích jsem na základě živnostenského oprávnění doučovala studenty. Po ukončení pracovního poměru ve školství jsem se rozhodla věnovat doučování na celý úvazek. Jako kariérní sebevraždu tento krok nepovažuji. O českém školství nemám dobré mínění a nehodlám se na něm osobně podílet.“*

Podnikatelé si nemyslí, že by se měli lépe, kdyby zůstali na stávajícím místě v zaměstnaneckém poměru. Hlavní výhodu tohoto kroku vidí v získání dalších životních zkušeností. Jako podnikatelé na volné noze se musí neustále vzdělávat, aby byli schopni co nejlépe plnit požadavky svých klientů. Neustálým vzděláváním a dlouholetými zkušenostmi ve stejném oboru, si myslí, že se stali lepšími odborníky. Možnost návratu do zaměstnaneckého poměru vždy existuje. Podnikatel TS říká: *„Zaměstnavatelé mě často kontaktují s pracovními nabídkami, často i s lukrativními. Já však zatím stále odolávám, protože práce na sebe mě baví. Nemám nad sebou žádné nadřizené a mohu si vybrat projekt, který mě osobně baví.“*

Zatím žádný z kontaktovaných podnikatelů na volné noze tohoto kroku nelituje. Někteří však připouští, že by se v budoucnu mohli někdy vrátit do zaměstnaneckého poměru. Nemyslí si však, že by tímto podnikáním svoji osobní kariéru zničili.

Otázka č. 4: Byl Váš rozjezd podnikání finančně náročný a musel jste být velkým odborníkem v oboru?

Tento předsudek se zabývá finanční náročností v začátcích podnikání a odborností podnikatele v oboru. Dotázaní podnikatelé měli znalosti o oboru, ve kterém chtěli podnikat. Pro některé byl obor před podnikáním koníčkem. Věděli, co podnikání v tomto oboru obnáší a jaké jsou potřebné výdaje. Nikdy se nejednalo o velké částky. Podnikatelé si spíše rozšířili své původní vybavení.

Postupem času se podnikatelé stávají většími a většími odborníky. Podnikatelé uváděli, že podnikatel při zahájení podnikání nemusí disponovat velkými znalostmi, ale musí mít

chuť se nadále v oboru vzdělávat. S úsměvem odpovídali, že podnikání je baví, a proto je baví i neustálé vzdělávání.

Finanční náročnost v tomto podnikání také není extrémně vysoká. Při založení činnosti se jedná například o poplatek za živnost ve výši 1 000 Kč. Podnikatelé pracují převážně vlastními schopnostmi, tudíž nepotřebují žádné drahé výrobní stroje, atd. Podnikatel si k podnikání kupuje pouze „doplňkové“ vybavení, jako je například počítač, telefon, počítačové programy, atd. Podnikání stojí primárně na schopnostech podnikatele a ne na věcech, které si podnikatel zakoupí.

Podnikatel DD se k tomuto předsudku vyjádřil následovně: *„Začátek mého podnikání jsem financoval z vlastních úspor. Nejednalo se o extrémně vysoké částky. Byly ve výši mého měsíčního platu z předchozího zaměstnání. Nejednalo se o statistické částky, na které bych si musel půjčovat. Původně jsem pracoval v nejmenované společnosti, která se zabývala designem. Mě to, ale spíše táhlo k designu mobilních aplikací. S kamarády jsme vytvořili několik jednoduchých mobilních aplikací a v tom jsem se našel. V začátku podnikání jsem neměl žádné velké znalosti ohledně designu mobilních aplikací. Vzděláváním se ze mě stal podnikatel, který už vytvořil několik designově pěkných mobilních aplikací.“*

Druhá část rozhovorů

Otázka č. 5: Jakým způsobem získáváte nové klienty?

Toto téma se zabývá získáváním nových klientů. Odpovědi klientů se lišily na základě oboru, ve kterém podnikají.

Podnikatel PK své začátky v získávání nových klientů popsal následovně: *„Při svých začátcích jsem získával klienty na základě doporučení od rodiny a přátel. Když jsem opustil své zaměstnání a začal podnikat jako freelancer, založil jsem si webové stránky. Přesto získávám nejvíce klientů právě na základě osobního doporučení od spokojených klientů.“*

Podnikatelé se převážně shodli v tom, že získávají nejvíce klientů na základě osobních doporučení. Na osobní doporučení také výrazně upozorňovala podnikatelka AK, jenž se věnuje doučování. Tato podnikatelka disponuje webovou stránkou a facebookovou

stránkou. Dále si podává inzeráty, přesto nejvíce klientů získává na základě dobrých referencí od spokojených klientů.

Z dotazovaných podnikatelů, jsou i podnikatelé, kteří se nesetkávají s klienty osobně, kladou důraz na aktivity na internetu. Jedná se o vytvoření vlastních internetových stránek. Poukazují na skutečnost, že internetové stránky mají největší dosah a internetové stránky si může vyhledat každý potenciální klient. Pomocí těchto internetových stránek může klient ihned podnikatele kontaktovat. Klient může kontaktovat podnikatele e - mailem nebo telefonicky. S touto variantou mají podnikatelé dobré zkušenosti.

Každý podnikatel má své určité zdroje k získávání nových klientů. Podnikatelé se však shodli, že nejdůležitější jsou osobní doporučení na základě dobře odvedené práce, potom facebookové stránky a webové stránky.

Otázka č. 6: Jak probíhá Vaše seznámení s klientem?

Téma se zabývá komunikačním procesem mezi podnikatelem a klientem. Cílem této otázky je zjistit jakým způsobem podnikatelé komunikují s novými klienty a zda si nastavují určitá pravidla.

Část podnikatelů v rozhovorech uvedla, že před zahájením spolupráce je velmi důležité se s klientem osobně sejit. Tyto schůzky jsou důležité k upřesnění podstaty projektu a k dořešení některých otázek potřebných k realizaci projektu. Důležitým aspektem těchto schůzek je zároveň seznámení se s klientem. Bližší poznání klienta může podnikateli pomoci k lepšímu pochopení a provedení požadovaného úkolu. Další pozitivum osobní schůzky vidí podnikatelé v prokázání svých vlastních kvalit potřebných k realizaci projektu. V rámci schůzky si podnikatel s klientem často vyjasní pravidla pro další komunikaci.

Podnikatel MH uvedl: *„Preferuji osobní setkání i s dlouhodobým klientem při každém novém projektu v cestovním ruchu. Každý výlet, dovolená či pracovní cesta je specifická, tudíž je třeba ujasnění řady otázek. Osobní setkání je důležité zejména v cestovním ruchu, když je do projektu zahrnuto více stran.“*

Část podnikatelů preferuje výhradně elektronickou komunikaci. Tito podnikatelé se snaží s klientem nastavit pravidla v komunikaci ihned tak, že se nebudou scházet osobně, i když mají možnost se s klientem sejit. Říkají, že je pro klienta dobré, když si na tento způsob komunikace zvykne hned a nebude požadovat osobní schůzky.

Podnikatel JV uvedl: „*Nastavení komunikace je pro mě velice důležité. Snažím se, aby zákazníci měli možnost mě vždy kontaktovat, a abych jim mohl při jakémkoli problému co nejdříve pomoci. Proto pro komunikaci využívám FB, Instagram, SMS, Whatsup, email a volání.*“

Tito podnikatelé jsou názoru, že osobní schůzky ubírají drahocenný čas podnikateli i jeho klientům.

Otázka č. 7: Přizpůsobujete plánování Vaši dovolené sezónnosti práce?

Cílem je zjistit, zda má podnikatel v jeho činnosti nějakou sezónnost a zda této sezónnosti uzpůsobuje dovolenou. Odpovědi klientů se velmi lišily na základě oboru, ve kterém podnikají.

Podnikatelka AK uvedla: „*Problém doučování je, že je to činnost převážně orientovaná na období. Většinu mých klientů tvoří školáci. Nejvíce práce je v období, ve kterých se píšou testy. Jde hlavně o čtvrtletí a pololetí. Mám však i řadu klientů, kteří již studenty nejsou a chtějí si jen doplnit vzdělání. Proto není jednoduché si uzpůsobit dovolenou. Snažím se termín své dovolené domluvit s dlouhodobějšími klienty.*“

Část podnikatelů, kteří mají sezónní práci, přizpůsobují svoji dovolenou právě této sezónnosti. Podnikatelé se snaží jezdit na dovolenou v obdobích, ve kterých mají co nejmenší ušlý zisk. Jsou toho názoru, že se jim více vyplatí i dražší dovolená v zimě, než dovolená v sezónnosti v letních měsících. Podnikatelé si na tuto skutečnost již zvykli.

Podnikatelé, u kterých sezónnost práce neexistuje, uvedli, že jezdí na dovolenou stejně jako při zaměstnaneckém poměru. Další výhodou je, že termín dovolené si vybírají sami a nemusí čekat na souhlas vedoucího pracovníka. Podnikatelé si dovolenou vytyčí a naplánují s dostatečným předstihem a v uvedených termínech nepřijímají žádné pracovní nabídky. Tento postup je mnohem efektivnější, než si vybírat dovolenou na poslední chvíli mezi jednotlivými projekty klientů. Při podnikání na volné noze není pro ně plánování dovolené žádným problémem, dokonce to uvádí jako výhodu.

Otázka č. 8: Jakým způsobem plánujete Vaši činnost?

Cílem je zjistit, zda podnikatel své podnikání plánuje a v jakém rozsahu. Odpovědi klientů se velmi lišily na základě oboru, ve kterém podnikají. Pro některé podnikatele je plánování zásadní, pro jiné podnikatele není plánování vůbec podstatné.

Podnikatelé se shodli na tom, že každý podnikatel by si měl ještě před zahájením podnikání vytvořit podnikatelský plán. Podnikateli v tomto případě stačí plánování v jednoduché podobě. Jedná se o nastavení pravidel, drobných kroků, financí, atd. Aby byl v podnikání žádaný úspěch je nutné tyto připravené plány dodržovat.

Část podnikatelů si neumí bez plánování své podnikání ani představit. Říkají, že jim plánování pomáhá ušetřit čas a zároveň je posouvá profesně dál. Podnikatelka JB uvedla: *„Každou neděli večer trávím plánováním následujícího týdne. Do svého blogu si sepíši vše, co mě v následujícím týdnu čeká. Píši si zde všechny úkoly, povinnosti, ale také radosti. Sestavím si zde jednoduchý seznam úkolů pro každý jednotlivý den.“* Tato část podnikatelů si vytváří denní či týdenní plány. Plány si každý večer či po skončení týdne sumarizují a vyhodnocují splněné úkoly a povinnosti.

Plánování se netýká pouze samotného podnikání. Podnikatelé plánují také projekty a spolupráci s více lidmi. V těchto případech je důležité stanovit celkové propojení. Podnikatel JN uvedl: *„Na projektech, na kterých spolupracují lidé, jenž nejsou součástí jedné společnosti, je nejdůležitější plánování. Podnikatel se musí snažit co nejvíc vyhýbat ad-hoc otázkám. Podnikatel si nemůže dovolit čekat na svého spolupracovníka několik hodin, než bude k dispozici nebo až zaměstnanci začne pracovní doba.“* Tento přístup plánování projektů se odvíjí od plánování podnikatelských činností právě samotného podnikatele na volné noze. Pokud je podnikatel schopen si dobře plánovat vlastní podnikání, je schopen si správně naplánovat i projekt.

8. Shrnutí informací k podnikatelskému prostředí freelancerů

Úkolem diplomové práce bylo zjistit co nejvíce informací o podnikání na volné noze v České republice. V této kapitole jsou shrnuty výsledky všech průzkumů provedených mezi freelancery v diplomové práci. Dále jsou v kapitole uvedeny doporučení pro tento segment podnikání.

8.1. Shrnutí poznatků

V diplomové práci bylo zjištěno mezi oslovenými podnikateli, že zahájení podnikání na volné noze, co se týče legislativy, není složité. Podnikatelé na volné noze v České republice podnikají převážně na základě živnostenského oprávnění. Oslovení podnikatelé se shodli, že zakládání živnosti je v České republice jednoduché a finančně nenáročné. Podnikání na volné noze nepřináší vždy freelancerům osamělý styl života, jak bylo uvedeno v předsudku. Oslovení podnikatelé se shodli, že záleží na každém podnikateli, jak se v této situaci zachová. Podnikatelé mají možnost pracovat ve sdílených prostorách a sdružovat se v freelance komunitách. Tyto komunity sdružují freelancery, kteří mohou v této komunitě spolupracovat a komunikovat s podnikateli ze stejného oboru.

Dalším poznatkem z průzkumů je, že podnikání na volné noze neznamená kariérní sebevraždu. Většinou podnikatelé podnikají ve svém oboru. Neustálým vzděláváním si podnikatelé zvyšují své znalosti a dovednosti, proto se mohou ke své kariéře vždy vrátit. Průzkumem bylo dále zjištěno, že rozjezd podnikání na volné noze je finančně nenáročný. Úspěch podnikání na volné noze závisí primárně na schopnostech každého podnikatele a ne na věcech, které si k podnikání zakoupí. Na začátek podnikání, dle dotázaných podnikatelů, není potřeba vysoké odbornosti. Odbornost podnikatel získává během svého podnikání. Neustále si doplňuje své odborné znalosti, aby byl schopen vyhovět požadavkům svých klientů.

Průzkumem bylo zjištěno, že v České republice podniká na volné noze více mužů než žen. Rozdíl však činí pouze 10 procent. Podnikání na volné noze se nejvíce týká věkové skupiny 26 – 35 let. V posledních letech se také navýšil počet českých freelancerů ve věkové skupině 36 – 45 let. Toto podnikání se stává dlouhodobější formou podnikání. Podnikatelé podnikají na volné noze nejčastěji 10 a více let. Nejčastější právní formou pro podnikání jako freelancer v České republice je živnostenské oprávnění. Jedná se o 81 procent freelancerů.

Tito podnikatelé v České republice podnikají v širokém spektru oborů. Nejvíce čeští freelanceři podnikají v oboru marketing, prodej a PR. U podnikatelů na volné noze neexistuje jednotný způsob hodnocení práce. Každý podnikatel využívá pro jeho obor jiný způsob hodnocení. Nejčastěji freelanceři hodnotí svoji práci pomocí hodinové sazby či individuální ceny za projekt. Zahájení podnikání na volné noze v České republice není dle dotázaných podnikatelů finančně náročné. Podnikatelé nepotřebují k prvotnímu financování podnikání využívat externí zdroje, zahájení podnikání financují z vlastních zdrojů.

V České republice se podnikání na volné noze věnují převážně podnikatelé s vysokoškolským vzděláním. Tím je potvrzen fakt, že podnikání na volné noze se týká lidí s vyšším vzděláním. Dosažené vzdělání si podnikatelé během podnikání neustále doplňují. Bylo zjištěno, že podnikatelé věnují dalšímu vzdělávání v průměru do 10 hodin měsíčně.

Freelanceři nejvíce pracují doma. V domácím prostředí pracuje téměř 81 procent freelancerů. K podnikání dále podnikatelé využívají sdílené prostory, kanceláře, prostory u zákazníků, atd. Délka pracovní doby freelancerů výrazně nepřevyšuje pracovní dobu v zaměstnaneckém poměru. Nejvíce českých freelancerů pracuje 40 – 49 hodin týdně, nejméně přes 60 hodin týdně.

V případě zvýšení poptávky klientů, reaguje freelancer nejčastěji tak, že nabídne klientovi pozdější termín. Další variantou je, ve snaze klientovi vyhovět, že si podnikatel lépe zorganizuje svůj čas nebo pracuje déle. K odmítnutí poptávky klienta nepřistupuje freelancer v takovém rozsahu. Čeští freelanceři, co se týče osobního marketingu, jsou aktivní. Ke zvýšení osobního marketingu kombinují více prostředků. Seznam využívaných prostředků je široký. Freelanceři nejvíce využívají internetové stránky, doporučení mezi kolegy a facebook.

Freelanceři pro zlepšení své konkurenceschopnosti využívají, jak již bylo uvedeno, převážně další vzdělávání a školení. Další aktivity se nevyskytují v takovém rozsahu. Dalším krokem k udržení konkurenceschopnosti je, že se čeští freelanceři snaží odpovídat na poptávku klientů do jednoho pracovního dne. V delší době reaguje pouze 15 procent freelancerů.

Dalším poznatkem průzkumu je, že pro podnikatele je důležité znát „svá“ čísla. V průběhu podnikání by měl podnikatel neustále sledovat náklady, výnosy z podnikání, počet klientů, návštěvnost webu, poměry mezi marketingovým obsahem (jaké příspěvky jsou nejvíce sledovány, jaké jsou přehlíženy, atd.). Tento přehled mu umožní zaměřit se klienty, kteří mu přinášejí vyšší příjem.

Freelanceři získávají nové klienty převážně na základě osobních doporučení od spokojených klientů. Podnikatelé zároveň získávají klienty pomocí kontaktů na internetových stránkách, sociálních sítích, atd. Většina freelancerů před zahájením projektu vyžaduje s klientem osobní schůzku. Důvodem je, aby si podnikatel s klientem upřesnil podstatu projektu a vyjasnil si všechny náležitosti související s projektem. Část freelancerů preferuje pouze elektronickou komunikaci. Tito freelanceři jsou názoru, že osobní schůzky ubírají drahocenný čas podnikateli i jeho klientům.

Freelanceři se shodli, že každý začínající podnikatel by si měl před zahájením podnikání určit směr svého podnikání a stanovit základní pravidla, podle kterých se bude řídit. Většina podnikatelů si vytváří denní či týdenní plány. Tyto plány následně sumarizují a vyhodnocují. Cílem tohoto plánování je zefektivnění podnikání. K dosažení účelu a úspěchu je důležité plány dodržovat. Důležitým bodem plánování je plánování vlastní dovolené. V podnikání na volné noze často existuje sezonnost práce. Je důležité, aby freelanceři tento fakt ve svém podnikání respektovali. V případě freelancerů, u kterých neexistuje sezonnost, je dobré plánovat dovolenou v dostatečném předstihu. Důvodem je, aby této skutečnosti přizpůsobili množství a termíny zakázek.

8.2. Doporučení pro segment podnikání na volné noze

Před zahájením podnikání by si měl každý začínající freelancer uvědomit, co ho vlastně baví a co je schopen dělat tak dobře, aby mu to přineslo úspěch a dostatečné příjmy v podnikání. Freelancer si musí uvědomit, že nemusí vyhovět každému klientovi, neboť ne každý člověk je dobrý klient. Práce pro takového klienta by podnikateli jen ubírala čas a energii do dalšího podnikání. Podnikatel se nesmí snažit nabízet více různorodých činností. Bránilo by mu to, aby se stal odborníkem v daném oboru. Freelancer je nezávislý profesionál, který by si měl v podnikání přesně vytýčit, jakým klientům se bude věnovat a kolik si bude fakturovat za svou práci.

Úspěch podnikání závisí na neustálém vzdělávání. Doba 21. století je doba digitalizace a globalizace. Klienti mají vyšší a vyšší nároky. Podnikatelské prostředí je pod velkým tlakem neustálého vývoje. Aby měl klientům freelancer stále co nabídnout, musí se neustále vzdělávat a zdokonalovat své znalosti a dovednosti. Freelancer si musí uvědomit, že pracuje sám na sebe, a proto se může spolehnout jen na své schopnosti a dovednosti. Musí dělat vše pro to, aby byl jeho klient spokojený, a vytvářet pro něj co nejvyšší hodnotu. Zároveň musí podnikatel dodržovat etiku v podnikání. Dodržovat sliby a profesní mlčenlivost. Je nezbytné, aby si podnikatel vytvořil vizitky, aby v případě zájmu na něj měli klienti kontakt.

Podnikatel na volné noze se musí snažit dát veřejnosti o sobě co nejvíce vědět. Vytvořit si vlastní internetové stránky, být aktivní na sociálních sítích, atd. Prezentovat své podnikání na internetu, jelikož lidé dnes vyhledávají služby převážně online. Na těchto stránkách by měl podnikatel vymezip základní informace o sobě a svém podnikání. Uvést kontaktní informace, popsat nabízené služby a jejich přínos pro klienty, zveřejnit ukázky své práce a reference od klientů. Freelancera by měla reprezentovat jeho vlastní práce a kladné reference. Tento způsob prezentace je mnohem efektivnější než prezentace vlastního podnikání bez hodnocení spokojených klientů. Freelancer by neměl vytvářet příliš mnoho prostředků k osobnímu marketingu, měl by vytvářet jen tolik prostředků, které bude schopen neustále aktualizovat a být na nich aktivní.

Podnikatel má možnost na sebe upozornit i dalšími způsoby. Podnikatel může vydávat odborné články o jeho oboru, natáčet videa nebo dokonce vydat knihu. Tímto způsobem zvýšil svoji popularitu podnikatel Robert Vlach, který vydal knihu Na volné noze. Vydání této knihy mu přineslo velký úspěch a řadu nových klientů. Dále může freelancer, aby prokázal své odborné znalosti, vést školení nebo vlastní kurz. Je důležité, aby lidé v oboru o něm věděli a ve spojení s tímto oborem si ihned vybavili jeho jméno.

Podnikatel by měl navštěvovat různé společenské akce týkající se jeho oboru. Osobní setkání je vždy pro klienta lepší než kontakt online formou. Pro podnikatele je důležité začlenit se do komunity, ve které se sdružují lidé ze stejného oboru. Autor by také doporučil každému freelancerovi komunitu navolnenoze.cz, kde se sdružují freelanceři z různých oborů. Freelancer se může registrovat na sociální síť LinkedIn. Podnikatel má možnost na této síti uvést své krátké životní příběhy či reference od klientů. Tato sociální síť je však v České republice dosti podceňovaná.

V neposlední řadě by měl podnikatel využívat ve svém podnikání moderní technologie a aplikace. Ze široké nabídky lze doporučit aplikace Zapier, Feedly či Hours Time Tracking. Tyto aplikace freelancerovi zefektivní práci, ušetří drahocenný čas a přidají k jeho službám hodnotu. Aplikace Feedly pomáhá uživatelům najít zajímavé a odborné články na základě klíčových slov. Tato aplikace zároveň umožňuje sledování publikačních článků od konkrétních autorů. Aplikace Hours Time Tracking je nástroj k sledování času. Aplikace umožňuje podnikateli sledovat čas, který věnuje konkrétnímu klientovi. Na základě těchto výsledků freelancer zrekapituluje časy svých činností a vyhodnotí efektivní a neefektivní činnosti.

U freelancera je podstatné zachovat si obezřetnost, stát nohama na zemi a uspět v konkurenčním prostředí.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo představit problematiku podnikání na volné noze v České republice. Autor se rozhodl zjistit, co lidi motivuje, aby začali podnikat na volné noze a staly se nezávislými profesionály. Zároveň zjišťoval základní informace o jejich podnikání. Zjišťoval, co dělají pro to, aby byli v podnikání úspěšní a uspěli mezi konkurencí.

V teoretické části autor nejdříve definoval termín podnikání a termín podnikatel. V další kapitole se soustředil na vysvětlení termínu freelancer. Uvedl definice zahraničních autorů, organizací a českého freelancera Roberta Vlacha. Popsal hlavní rozdíly mezi podnikáním na volné noze a firemním podnikáním. V podkapitole autor uvedl, jaké právní formy podnikání využívají podnikatelé v České republice a jaké právní formy podnikání využívají podnikatelé ve Spojených státech. V další podkapitole bylo uvedeno, na základě výzkumu Roberta Vlacha, oborové složení freelancerů v České republice. V další části byly představeny předsudky o podnikání na volné noze. Pravdivost těchto předsudků byla následně ověřována v empirické části diplomové práce. Autor zároveň poukázal na klady a zápory tohoto typu podnikání. Hlavní výhodou podnikání na volné noze je jednoduchost při jeho zahájení. Poslední část teoretické části je věnována metodologii výzkumu. Účelem této části bylo získání teoretických poznatků k realizaci výzkumu v empirické části.

V empirické části autor nejdříve vytvořil návrh výzkumu. Podle tohoto návrhu následně postupoval při realizaci výzkumu. V návrhu byl popsán cíl a účel výzkumu, výzkumné otázky, hypotézy, cílová skupina respondentů a časový harmonogram výzkumu. Výzkum se prováděl pomocí dotazníkového šetření se 135 vybranými respondenty. Každému respondentovi bylo předloženo celkem 15 otázek. Dotazník nabízel většinou polootevřené otázky, aby měl respondent více prostoru pro svou odpověď. Výsledky tohoto šetření byly následně porovnány a vyhodnoceny s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015. V další kapitole empirické části autor vypracoval case study. Tato studie se zaměřila na začátek podnikání podnikatelky na volné noze a její prvotní problémy se získáváním práce a klientů. Ve studii byla dále uvedena její cesta k získávání solidních klientů. Na konci této studie byly sepsány chyby podnikatelky v podnikání a doporučení pro začínající podnikatele, jak se těmto chybám vyvarovat. V další kapitole byly provedeny rozhovory s vybranými freelancery. Tito freelanceři byli vybráni na základě

osobního doporučení podnikatelů, se kterými probíhaly rozhovory. Rozhovory byly rozděleny na dvě části. V první části se autor ptal na předsudky o podnikání na volné noze a ve druhé části na běžné činnosti spojené s podnikáním na volné noze. Poslední kapitola empirické části diplomové práce se věnovala konečnému shrnutí a doporučení pro tento segment podnikání.

Závěrem lze říci, že podmínky pro podnikání na volné noze v České republice jsou pro freelancery příznivé. Svědčí o tom výsledky provedeného výzkumu a srovnání s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015.

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Rozdíl mezi freelancerem a firemním podnikáním	16
Tab. č. 2: Formy podnikání freelancerů.....	18
Tab. č. 3: Klady a zápory freelancera	23
Tab. č. 4: Časový harmonogram výzkumu	37
Tab. č. 5: Seznam vybraných podnikatelů pro rozhovory	67

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Oborové složení freelancerů v ČR.....	19
Obr. č. 2: Model výzkumu	27
Obr. č. 3: Klíčové otázky návrhu výzkumu	28
Obr. č. 4: Jakého jste pohlaví?	40
Obr. č. 5: Jakého jste pohlaví? Robert Vlach	40
Obr. č. 6: Kolik je Vám let?	41
Obr. č. 7: Kolik je Vám let? Robert Vlach	41
Obr. č. 8: Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze?.....	42
Obr. č. 9: Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze? Robert Vlach	42
Obr. č. 10: Na základě jaké právní formy podnikáte?	43
Obr. č. 11: Na základě jaké právní formy podnikáte? Robert Vlach.....	43
Obr. č. 12: V jakém oboru podnikáte?	44
Obr. č. 13: V jakém oboru podnikáte? Robert Vlach	44
Obr. č. 14: Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce?	45
Obr. č. 15: Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce? Robert Vlach.....	46
Obr. č. 16: Jaký byl Váš prvotní zdroj financování podnikání?	47
Obr. č. 17: Jaký byl Váš prvotní zdroj financování podnikání? Robert Vlach.....	47
Obr. č. 18: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?	48
Obr. č. 19: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? Robert Vlach.....	48
Obr. č. 20: Kde nejvíce pracujete?	49
Obr. č. 21: Kde nejvíce pracujete? Robert Vlach	49
Obr. č. 22: Kolik hodin týdně obvykle pracujete?	50
Obr. č. 23: Kolik hodin týdně obvykle pracujete? Robert Vlach	50
Obr. č. 24: Jak reagujete na zvýšenou poptávku?	51

Obr. č. 25: Co vše využíváte k osobnímu marketingu?	52
Obr. č. 26: Co vše využíváte k osobnímu marketingu? Robert Vlach.....	53
Obr. č. 27: Jak rychle reagujete na poptávky od klientů?.....	54
Obr. č. 28: Jak rychle reagujete na poptávky od klientů? Robert Vlach	54
Obr. č. 29: Co děláte, abyste byl lepší než konkurence?	55
Obr. č. 30: Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání?	56
Obr. č. 31: Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání? Robert Vlach	56
Obr. č. 32: Sběr dat pomocí rozhovoru.....	65

Seznam použitých zkratk

atd.	a tak dále
B2B	business to business
č.	číslo
HR	Human resources (lidské zdroje)
IT	informační technologie
obr.	obrázek
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
PR	Public Relations (vztah s veřejností)
tab.	tabulka

Seznam použité literatury

Literatura

DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: příručka pro uživatele*. 3. vyd. Praha: Karolinum, 2000. ISBN 978-80-246-0139-7.

EGER, Ludvík a Dana EGEROVÁ. *Základy metodologie výzkumu*. 2. přepracované a rozšířené vydání. V Plzni: Západočeská univerzita, 2017. ISBN 978-80-261-0735-4.

FORET, Miroslav. *Marketing research*. V Brně: Mendelova univerzita, 2012. ISBN 978-80-7375-592-8.

GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000. Edice pedagogické literatury. ISBN 80-859-3179-6.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-485-4.

HIPP, Mason. *The Unlimited Freelancer*. 1. Washington: Media, PA, by FreelanceFolder.com, 2009. ISBN 978-0578022529.

HISRICH, Robert D. a Michael P. PETERS. *Založení a řízení nového podniku*. Praha: Victoria Publishing, 1996. ISBN 80-85865-07-6.

HOLCOVÁ, Veronika. *Nezávislí profesionálové jako nová netradiční forma podnikání*. Praha. 2009. str. 149. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Národohospodářská fakulta

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1369-4.

IRCINGOVÁ, Jarmila a kol. *Zahájení podnikání z různých úhlů pohledu*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2014. ISBN 978-80-261-0381-3.

KARLÍČEK, Miroslav. *Základy marketingu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-802-4742-083.

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

MARTINOVIČOVÁ, Dana, Miloš KONEČNÝ a Jan VAVŘINA. *Úvod do podnikové ekonomiky*. Praha: Grada, 2014. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-5316-4.

O'Neil, B. (2014). Managing Labor Market Changes: Essential Skills for Entrepreneurs and Intrapreneurs. *Journal of Family and Consumer Sciences, Vol.106 No.2*, stránky 9–15. ISSN 1082-1651.

PINDERHUGHES, Paula McCoy. *How to be an entrepreneur and keep your sanity*. Phoenix: Amber Books, c2004. ISBN 09-727-5199-8.

PUNCH, Keith. *Úspěšný návrh výzkumu*. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-807-3674-687.

REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Praha: Grada, 2009. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

SLAUNWHITE, Steve., Pete. SAVAGE a Ed. GANDIA. *The wealthy freelancer: [12 secrets to a great income and an enviable lifestyle]*. New York: Alpha, c2010. ISBN 1592579671.

SRPOVÁ, Jitka a Václav ŘEHOŘ. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada, 2010. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3339-5.

STRAUSS, Anselm L. a Juliet CORBIN. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. Brno: Sdružení Podané ruce, 1999. SCAN. ISBN 80-858-3460-X.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6., přeprac. a dopl. vyd. V Praze: C.H. Beck, 2015. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 80-7400-274-8.

TA'EED, Collis a Cyan TA'EED. *How To Be a Rockstar Freelancer: Perfect Paperback*. 1. Washington: Eden Media, 2011. ISBN 0987102605.

TAHAL, Radek. *Marketingový výzkum: postupy, metody, trendy*. Praha: Grada Publishing, 2017. Expert (Grada). ISBN 978-80-271-0206-8.

TAUŠL PROCHÁZKOVÁ, Petra. *Úvod do podnikové ekonomiky*. 3., upravené a rozšířené vydání. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni, 2017. ISBN 978-80-261-0733-0.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4520-6.

VLACH, Robert. *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové*. V Brně: Jan Melvil Publishing, 2017. Pod povrchem. ISBN 978-80-7555-015-6.

Elektronické zdroje

ABATE, Shelagn. Freelancing 101. In: *The Horn Call* [online]. Abate, 2014 [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: <http://shelaghabate.com/publications/>

BARÁNEK, Tomáš. Podnikání na volné noze přináší obživu i spokojenost. Musíte ale vědět, jak na to. *Forbes* [online]. Forbes, 2017. [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: <http://www.forbes.cz/podnikani-na-volne-noze-prinasi-obzivu-i-spokojenost-musite-ale-vedet-jak-na-to/>

Businesscenter.cz: Živnostenský zákon, zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání §2. [online]. (businesscenter.cz, 2018a, zákon č. 455/1991 Sb., § 2). [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>

Businesscenter.cz: Zrušený obchodní zákoník zákon č. 513/1991 Sb., §2 Podnikání. [online]. businesscenter.cz 2014a, zákon č. 513/1991 Sb., §2. [cit. 2018-02-12]. Dostupné z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>

BEDNÁŘ, Vojtěch. Tragédie Volnonožce. *Koment.cz* [online]. Praha: Bednář, 2014. [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <http://www.koment.cz/30-tragedie-volnnozce>

BRACCIO HERING, Beth. The Difference Between Freelancing and Being an Employee. *Flexjobs* [online]. Braccio Hering, 2017 [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: <https://www.flexjobs.com/blog/post/difference-freelancing-employee/>

CLEMENCE, Christopher. The 5 Business Entities Every Freelancer Should Know About. *Upwork* [online]. Clemence, 2015 [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: <https://www.upwork.com/hiring/for-freelancers/the-5-business-entities-every-freelancer-should-know-about/>

CORCIONE, Danielle. What's the Best Legal Structure for Your Freelance Business?. *Business news Daily* [online]. Corcione, 2017 [cit. 2018-03-19]. Dostupné z: <https://www.businessnewsdaily.com/9726-freelance-business-legal-structure-options.html>

EFIP. *About Us* [online]. EFIP, 2016 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <http://www.efip.org/about-us>

Freelancersunion. *About Us* [online]. Freelancersunion, 2018. [cit. 2018- 02-14]. Dostupné z: <https://www.freelancersunion.org/about/>

KALAŠOVÁ, Tomsa, Linda. Nejčastější předsudky o podnikání na volné noze. *Jatodokažu* [online]. Jatodokažu, 2015 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://www.jatodokazu.cz/nejcastejsi-predsudky-o-podnikani-na-volne-noze/>

Managmentmania. Freelancer (Nezávislý profesionál, odborník na volné noze). *Managmentmania cz* [online]. Managementmania, 2017 [cit. 2018- 02-14]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/freelancer-nezavisly-profesional-na-volne-noze>

MINÁŘOVÁ, Ivana. Být na volné noze je dřina, ale je to ta nejlepší věc, co mě mohla potkat. *Podnikatel.cz* [online]. Podnikatel.cz, 2015 [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/byt-na-volne-noze-je-drina-ale-je-to-ta-nejlepsi-vec-co-me-mohla-potkat/>

Robert Vlach: Jak se daří českým Freelancerům. *Youtube* [online]. 29. 4. 2016 Robert Vlach: Jak se daří českým Freelancerům, 2018) [cit. 2018- 02-14]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=-mihlp03HIM>. Kanál uživatele BPark

SHARMA, Vijay. Advantages and disadvantages of freelancing. *Klient Solutech* [online]. Sharma, 2016 [cit. 2018-02-21]. Dostupné z: <http://www.klientsolutech.com/advantages-and-disadvantages-of-freelancing/>

SMEJKALOVÁ, Radka. Co nás čeká. „Není to krize, ale nová realita“. *Týden.cz* [online]. Týden.cz, 2014 [cit. 2018-02-21]. Dostupné z: https://www.tyden.cz/rubriky/domaci/co-nas-ceka-neni-to-krize-ale-nova-realita_294984.html#UzhZ9Pl_vko

SOVOVÁ, Eva. Na volné noze vydělává víc než v zaměstnání. Umí poradit, jak na to. *iDnes.cz* [online]. iDnes.cz, 2013b [cit. 2018-02-19]. Dostupné z: https://finance.idnes.cz/podnikani-na-volne-noze-robert-vlach-dvg-/podnikani.aspx?c=A130905_101019_podnikani_sov

VLACH, Robert. Podnikání na volné noze bez kapitálu? Jde to, má to ale háček. *iDnes.cz* [online]. iDnes, 2017. [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: https://finance.idnes.cz/robert-vlach-o-podnikani-na-volne-voze-dxb-/podnikani.aspx?c=A170721_134535_podnikani_sov

VLACH, Robert. Je podnikání na volné noze pro vás? Poznejte jeho klady a zápory. *iDnes.cz* [online]. iDnes, 2013a. [cit. 2018-02-17]. Dostupné z: https://finance.idnes.cz/klady-a-zapory-podnikani-na-volne-noze-dxy-/podnikani.aspx?c=A131003_124408_podnikani_sov

VLACH, Robert. Odhod'te předsudky o podnikání na volné noze. *navolnénoze* [online]. navolnénoze, 2014 [cit. 2018-02-21]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/predsudky/>

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: dotazník

Podnikání na volné noze

Dobrý den,
jmenuji se Josef Berka a jsem studentem fakulty ekonomické v Plzni. Rád bych Vás požádal o vyplnění dotazníku k mé diplomové práci na téma - Freelancer: podnikání na volné noze. Dotazník je anonymní. Cílem tohoto dotazníku je získat informace od podnikatelů k analyzování podnikatelského prostředí. K vyplnění dotazníku budete potřebovat přibližně 5 minut.

Jste Freelancer? (Nezávislý profesionál, který podniká sám na sebe.)

- ano
- ne

Jakého jste pohlaví?

- muž
- žena

Kolik je Vám let?

- méně než 18 let
- 18 - 25 let
- 26 - 35 let
- 36 - 45 let
- 46 - 55 let
- více než 55 let

...

Jak dlouho jste podnikatelem na volné noze?

- právě začínám
- 1 - 2 roky
- 3 - 5 let
- 6 - 9 let
- 10 a více let

Na základě jaké právní formy podnikání podnikáte?

- živnost
- OSVČ dle zvláštních předpisů
- fakturace přes s. r. o.
- dohody a smlouvy o dílo
- drobné nárazové příjmy
- Jiná...

V jakém oboru podnikáte?

- web, sítě a IT
- design a multimédia
- marketing, prodej a PR
- psaní a práce s textem
- vzdělávání a osvěta
- jazykové služby
- obchodování a e-shopy
- podpora podnikání a řízení
- stavebnictví a řemesla
- psychologie a osobní rozvoj
- účetnictví, daně a právo
- Jiná...

Jakým způsobem je hodnocena Vaše práce?

- hodinová sazba
- individuální cena za projekt
- jednotková cena
- paušál
- dle rozpočtu klienta
- člověkodny
- cenové varianty
- balíčková cena
- sjednaná mzda
- podíl ze zisku
- Jiná...

Jaký byl Váš prvotní zdroj financování podnikání?

- veškeré investice byly financovány z vlastních úspor
- externím financováním (půjčky, úvěry, dotace, apod.)
- výrazné financování nebylo potřeba, rozjezd podnikání je kapitálově nenáročný

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- vysoká škola - bakalářské studium
- vysoká škola - navazující studium
- vyšší odborná škola
- střední škola s maturitou
- jiné vzdělání bez maturity

Kde nejvíce pracujete?

- doma
- u zákazníků
- v kanceláři, mimo domov
- sdílené prostory
- Jiná...

Kolik hodin týdně obvykle pracujete?

- méně než 20 hodin
- 20 - 29 hodin
- 30 - 39 hodin
- 40 - 49 hodin
- 50 - 59 hodin
- přes 60 hodin týdně

Jak reagujete na zvýšenou poptávku?

- pracuji déle, abych uspokojil veškerou poptávku
- snažím se lépe zorganizovat svůj čas
- nabídnu pozdější termín
- odmítnu nabídku
- Jiná...

Co vše využíváte k osobnímu marketingu?

- internetové stránky
- Facebook
- LinkedIn
- doporučování mezi kolegy
- online portfolio
- osobní vizitka
- twitter
- přednášková a lektorská činnost
- publikační činnost
- aktivní oslovení
- networking na akcích
- písemná doporučení klientu
- zapojení do freelance komunity
- PPC (Adwords, Sklik, Facebook)
- Jiná...

Jak rychle reagujete na poptávky od klientů?

- do jedné hodiny
- v den poptávky
- do 1 pracovního dne
- do 2 pracovních dní
- 3 pracovní dny a více
- nepracuji na základě poptávek

Co děláte, abyste byl lepší než konkurence?

- další vzdělávání a školení
- levnější produkty
- více nabízených služeb
- více marketingových aktivit
- neřeším to
- Jiná...

Kolik hodin měsíčně věnujete svému vzdělávání?

- žádný čas, dále se nevzdělávám
- do 10 hodin
- 10 - 19 hodin
- 20 - 29 hodin
- více než 30 hodin
- nevím, nedokážu odpovédět

Abstrakt

BERKA, Josef. *Freelancer: podnikání na volné noze*. Plzeň, 2018. 92 s. Diplomová práce. Západočeská univerzita v Plzni. Fakulta ekonomická

Klíčová slova: podnikatel na volné noze, výzkumné šetření, případová studie, osobní dotazování

Diplomová práce je vypracována na téma Freelancer: podnikání na volné noze. Práce je rozdělena na teoretickou a empirickou část. Hlavním cílem teoretické části je představit problematiku podnikání na volné noze v České republice. Poukázat na klady a zápory tohoto podnikání. Dalším cílem teoretické části je seznámení se s metodikou návrhu výzkumu a samotným výzkumem. V empirické části je detailně zpracován návrh výzkumu, podle kterého je následně prováděn výzkum podnikatelského prostředí podnikatelů na volné noze v České republice. Výzkum je prováděn pomocí dotazníkového šetření, které je realizováno elektronickou formou. Odpovědi 135 respondentů jsou zpracovány do grafů a následně porovnány s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2015. K hlubšímu analyzování podnikatelského prostředí podnikatelů na volné noze je vypracována případová studie a jsou uskutečněny osobní rozhovory s podnikateli. Na základě výsledků výzkumů je vypracováno doporučení pro podnikatele na volné noze.

Abstract

BERKA, Josef. *Freelance business*. Plzeň, 2018. 92 s. Diploma thesis. University of West Bohemia. Faculty of Economics.

Key words: Freelancer, research survey, case study, personal questions

The diploma thesis is about Freelance business. The thesis is divided into the theoretical part and the empirical part. The main purpose of the theoretical part is to introduce the issue of freelance entrepreneurship in the Czech Republic and point out the pros and cons of this business. Next purpose of the theoretical part is to get acquainted with the methods of research and the research itself. In the empirical part, the research proposal, according to which the research of entrepreneurial environment of freelancers in the Czech Republic is subsequently carried out, is elaborated. The research is carried out by a questionnaire survey, which was made in electronic form. Answers of 135 respondents are brought into charts and then compared with Robert Vlach's research, that was made in 2015. Case studies and personal interviews with entrepreneurs are elaborated, in order to analyze the entrepreneurial environment of freelancers. Based on the results of the research, recommendations for the freelancers are drawn up.