

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra managementu

Online podnikání

Možnosti vydělávání peněz v dnešní online době

Bakalářská práce

Autor: Daniel Prouza
Studijní obor: Informační management

Vedoucí práce: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.
Pracoviště: FIM – Katedra managementu

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 15.7.2021

Daniel Prouza

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Dr. Ing. Vítězslavu Hálkovi, MBA, Ph.D.
za metodické vedení práce a cenné rady.

Anotace

Cílem mé bakalářské práce je ukázat možnosti online podnikání především v dnešní době. Nejvíce jsem se zaměřil na stále se rozrůstající model podnikání, kterým je multilevel marketing a poté chci popsat, jak se dá tento model spojit s obchodováním na finančních trzích. Teoretická část je věnována vysvětlení jednotlivých pojmů online podnikání, charakteristice multilevel marketingu, propojení tohoto druhu podnikání se sociálními sítěmi a důležitostí osobnostního rozvoje. V úvodu praktické části jsou nejprve zpracovány výsledky dotazníkových šetření, dále výhody a nevýhody tohoto druhu online podnikání a jsou zde popsána klíčová slova z oblasti obchodování na finančních trzích. V závěru je ukázán konkrétní fungující model, který spojuje multilevel marketing právě s obchodováním na finančních trzích.

Annotation

Title: Online business – possibilities to making money in today's time

The goal of my bachelor thesis is to show the possibilities of online business especially in these days. I mainly focus on the Multi-Level marketing, which is ever-growing business model and I described how this model can be associated with trading on the financial markets. The theoretical part is dedicated to explanation of individual online business concepts, Multi-Level Marketing characteristics, linking this type of business with social networks and the importance of personal development. At the beginning of the practical part, the results of questionnaire surveys are processed, secondly the advantages and disadvantages of these online business concepts and lastly, the keywords of trading on financial markets are described here. In the conclusion, a specific working business model is shown, which combines Multi-Level Marketing with trading on financial markets.

Obsah

1	Úvod	1
2	Cíl práce	3
3	Metodika zpracování	4
3.1	Výzkumné šetření	4
3.1.1	Výzkumný soubor	4
3.1.2	Použité metody	5
4	Online podnikání	6
4.1	E-commerce	6
4.1.1	Možné formy e-commerce	7
4.2	Multilevel marketing	7
4.2.1	Možné systémy multilevel marketingu	9
4.2.2	Nelegální formy multilevel marketingu	10
4.3	Finanční trhy	11
4.4	Sociální sítě	11
4.5	Osobnostní rozvoj	11
5	Vyhodnocení výsledků a představení fungujícího modelu spojujícího dvě formy online podnikání	12
5.1	Vyhodnocení dotazníkového šetření	12
5.2	Multilevel marketing	23
5.2.1	Produkt	23
5.2.2	Distributor	24
5.2.3	Kompenzační plán	24

5.2.4	Výhody multilevel marketingu	25
5.2.5	Nevýhody multilevel marketingu	26
5.3	Obchodování na Forexu	28
5.4	IM Mastery Academy	29
5.4.1	Forexová akademie (FRX)	31
5.4.2	Akademie digitálních měn (DCX)	32
5.4.3	Akademie binárních opcí (HFX)	32
5.4.4	Akademie E-commerce a Dropshippingu (ECX)	32
5.4.5	Akademie nezávislého byznysu (IBO)	33
5.5	Fungující spojení multilevel marketingu s jinými formami online podnikání	36
6	Závěry a doporučení	38
7	Seznam použitých zdrojů	40
8	Seznam obrázků a tabulek	43
9	Příloha	44

1 Úvod

Téma své bakalářské práce jsem si vybral hlavně z důvodu, že v dnešní době je online podnikání stále rozšířenějším způsobem, a i já se této formě podnikání chci věnovat. Možností k tomu, jak podnikat je spousta, ale hledal jsem formu podnikání, kterou neomezuje vzdálenost k zákazníkům, čas ani nutnost vlastnit výrobní a prodejní prostory. Z tohoto důvodu jsem se zaměřil na online podnikání.

Jednou z forem online podnikání je i multilevel marketing a mě zajímalo, jaký přínos může mít multilevel marketing ve spojení s jinými formami online podnikání, třeba s obchodováním na finančních trzích. Obchodování na finančních trzích samo o sobě nemusí být podnikáním, ale i tak může generovat vysoké příjmy.

Protože jsem se sám začal tomuto spojení dvou forem online podnikání věnovat, je toto téma pro mě hodně aktuální. Vše hodně souvisí i s dnešní dobou, kdy téměř jediné téma, které se řeší, je koronavirus. Vlády všech zemí omezují volný pohyb osob, omezují klasickou formu podnikání a vše se přesouvá do online prostředí a také na různé sociální sítě. Vlastnit v dnešní době restauraci nebo být třeba kadeřníkem je téměř likvidační. Vládní nařízení, ale neomezují jen podnikání v těchto sektorech, ale tím, že je omezen pohyb osob, některé sektory podnikání jsou úplně zavřené, dopadá tento vliv téměř na všechny oblasti podnikání. Jedinou výjimkou, na kterou mají omezení naprosto minimální vliv je online podnikání. Například internetové obchody zažívají pro změnu obrovský růst.

Při podnikání online jsou hodně využívány sociální sítě, proto jsem se zaměřil i na možnosti využití těchto sociálních sítí, jako jsou například Instagram, Facebook, LinkedIn, ClubHouse, YouTube při podnikání na internetu. Tyto sociální sítě lze použít jako formu reklamy, ale zároveň i jako komunikační kanál se zákazníky.

A poslední neméně důležitou oblastí při online podnikání je osobnostní rozvoj. Bez změny přístupu, změny myšlení a celkového osobního růstu nelze konkrétně multilevel marketing nebo obchodování na finančních trzích dlouhodobě udržet. Je to

hlavně z důvodu toho, že stále bojujeme s určitými zažitými pravidly, a hlavně s mýty o těchto druzích online podnikání, proto se musíme učit ovládat naše myšlenky, naše emoce a vzdělávat se v této oblasti. Správná psychická pohoda je 80% úspěchu. Proto je důležité toto téma neignorovat a věnovat mu stejnou pozornost jako samotnému podnikání.

2 Cíl práce

Hlavním cílem této práce, je ukázat výhody a nevýhody multilevel marketingu ve spojení s dalšími formami online podnikání, jako je obchodování na finančních trzích, obchodování s kryptoměnami nebo dropshipping.

Dílčím cílem této práce je pomocí kvantitativního dotazníkového šetření zjistit, jak různé skupiny lidí vnímají multilevel marketing, jak vnímají různé skupiny pohled na obchodování na finančních trzích a jakou formu online podnikání by zvolili.

Jako základní otázky k dotazníkovému šetření jsem zvolil:

- Slyšeli jste již pojem multilevel marketing?
- Když se řekne multilevel marketing, co se vám vybaví?
- Myslíte, že obchodování na finančních je rizikové?

Odpovědi byly srovnávány z těchto pohledů

- věk,
- zda je respondent v současné chvíli student, zaměstnanec nebo podnikatel,
- a jaký má vliv osobnostní rozvoj na online podnikání.

3 Metodika zpracování

Bakalářská práce se skládá ze dvou hlavních částí, a to části teoretické a části výzkumné, kterou tvoří výsledky výzkumu a závěry.

V úvodní teoretické části se věnuji objasnění základních pojmů relevantních pro dané téma, jako jsou online podnikání, sociální sítě, finanční trhy a osobnostní rozvoj. Dále seznamuji detailně čtenáře s konkrétním druhem online podnikání, kterým je multilevel marketing.

Pro druhou praktickou část jsem zvolil metodu kvantitativního dotazníkového šetření, jehož výstupem by mělo být zjištění celkového povědomí o online podnikání a obchodování na finančních trzích v porovnání s tím jaký vliv na toto povědomí má věk, zda je respondent zaměstnanec nebo podnikatel a zároveň jestli toto povědomí ovlivňuje zájem o osobnostní rozvoj. Dále pak uvádím konkrétní model spojení dvou oborů, a to multilevel marketingu s obchodováním například na finančních trzích a zjištění výhody a nevýhody tohoto spojení.

3.1 Výzkumné šetření

3.1.1 Výzkumný soubor

Výzkumné soubory jsou určeny pro věkové kategorie od 15 let.

Pro výběr výzkumného souboru jsem zvolil metodu podle Trouсила, Jašíkové (Trousil, 2014, s. 58-59):

nabalováním – odkaz na online dotazník byl zaslán náhodně vybraným respondentům, s žádostí o jeho přeposlání dalším lidem

Dotazník (Příloha č.1) zodpovědělo celkem 196 lidí, z nichž bylo 109 mužů a 87 žen. Nejvíce respondentů bylo ve věku 15–25 let (34 %) dále pak ve věku 46 let a více (29 %), ve věku 36–45 let (27 %) a nejméně bylo ve věku 26–35 let (10 %). K vyhodnocení bylo použito i kritérium, jestli je respondent student, zaměstnanec nebo podnikatel. Z celkového počtu respondentů bylo nejvíce zaměstnanců (57 %), studentů (28 %)

a podnikatelů (13 %). Zbývající 3 % respondentů nejsou ani jedno z výše uvedeného. Další podrobnější zpracování dotazníkového šetření je uvedeno v části 5.1 této práce.

3.1.2 Použité metody

Jako technika sběru dat byl zvolen dotazník – nejběžněji využívaný nástroj v kvantitativní výzkumné strategii.

Pro vyhodnocení dat byla použita metoda absolutní a relativní četnosti. Data byla pro přehlednost zpracována do grafů. Použity byly tyto typy grafů:

- ✓ sloupcový (např. otázka číslo 5) – pro zobrazení relativní četnosti hodnoty dávají dohromady 100 %,
- ✓ výsečový (např. otázka číslo 3) – pro zobrazení absolutní četnosti,
- ✓ spojnicový (otázky číslo 1 a 2)

Všechny otázky byly povinné, u žádné z otázek nebyla možnost označit více odpovědí, u jedné otázky byla jedna z možností odpovědí “jiná”, kde museli respondenti odpověď vyjádřit vlastními slovy.

Dotazník se skládá z celkem 11 otázek. První tři otázky zjišťují charakteristiku respondentů, následující otázky zjišťují celkové povědomí o multilevel marketingu, o obchodování na finančních trzích a názor respondentů na tyto oblasti.

4 Online podnikání

V této kapitole se věnuji vysvětlení základních pojmů z oblasti online podnikání a s ním souvisejících témat. Jsou zde uvedeny různé možnosti online podnikání, se zaměřením speciálně na multilevel marketing a obchodování na finančních trzích, neboť cílem této bakalářské práce je ukázat fungující model spojením těchto dvou oblastí dohromady.

Online podnikání, znamená jakoukoliv výdělečnou činnost, kterou můžu dělat odkudkoliv za pomoci internetu. Souhrnné označení pro všechny obchodní transakce uskutečněné pomocí internetu nebo elektronických komunikačních prostředků se nazývá E-commerce.

4.1 E-commerce

E-commerce neboli elektronické obchodování, je forma, která k realizaci obchodu využívá moderní elektronické komunikační prostředky. E-commerce můžeme rozdělit do 4 základních skupin.

- ✓ B-2-B (Business to Business) – jedná se o nabídku jedné firmy druhé firmě, propojuje všechny transakce (sdílení informací, vyjednávání podmínek, zasílání nabídek nebo poptávek, faktury, objednávky, propagace a další dokumenty, a to vše elektronickou poštou)
- ✓ B-2-C (Business to Consumer) – jedná se o nabídku firmy zákazníkovi, firma prodává své výrobky a služby zákazníkům prostřednictvím internetu
- ✓ C-2-B (Consumer to Business) – obchodní transakce iniciuje kupující formou poptávky
- ✓ C-2-C (Consumer to Consumer) – typickým příkladem tohoto modelu je internetová spotřebitelská burza například použitého zboží nebo sběratelských předmětů. (Elektronické obchodování, 2001)

4.1.1 Možné formy e-commerce

Možných forem e-commerce je v dnešní době velké množství, mezi často využívané patří například:

- ✓ **Dropshipping** – jedná se o obchodní model, kde maloobchodní prodejce nabízí zboží velkoobchodního prodejce přímo zákazníkovi nejčastěji na svém e-shopu. Maloobchodní prodejce zboží fyzicky nenakupuje, ale objednávky směřuje přímo na velkoobchod a ten zboží dodá zákazníkovi,
- ✓ **Internetový obchod** – obchodník nabízí a prodává své služby a zboží pomocí svého e-shopu,
- ✓ **Affiliate marketing** – někdy označován jako provizní marketing jehož princip spočívá v tom, že partner přivede koncovému obchodníkovi zákazníky přes reklamy umístěné na svých webových stránkách nebo sociálních sítích, jedním z nejznámějších affiliate programů je například booking.com,
- ✓ **Copywriting** – je činnost, která spočívá ve vytváření reklamních a marketingových textů,
- ✓ **Multilevel marketing a obchodování na finančních trzích** – těmto oblastem jsou věnovány samostatné kapitoly, vzhledem k tomu, že cílem této práce je ukázka možného spojení těchto dvou forem online podnikání.

4.2 Multilevel marketing

Ve Spojených státech byl v roce 1940 multilevel marketing představen v praxi společností California Vitamins, která dodnes funguje pod názvem Nutrilite. (Petr, 2019) Multilevel marketing podle doslovného překladu znamená marketing více úrovní. Pro multilevel marketing existuje více označení v češtině hodně používaný je síťový marketing, což je převzato z anglického pojmenování network marketing.

Podnikání v multilevel marketingu není složité. Jedná se o přímý prodej, kde zpravidla distributoři získávají odměny a ohodnocení za splněné osobní výsledky, obraty a výsledky v týmu. Odměny distributora se obvykle odvíjí od množství odvedené práce, což je klíčové pro dosažení úspěchu, a zároveň možnou příčinou neúspěchu. Hlavní

výhoda multilevel marketingu oproti klasickému prodejnímu řetězci spočívá ve zkrácení distribuční fáze na minimum.

Tento způsob podnikání je v první řadě založen na osobním doporučení, které funguje jako reklama. Tato forma je považována za neúčinnější. Protože v případě multilevel marketingu prezentuje produkt nebo nabízenou službu někdo, koho člověk většinou osobně zná.

V České republice existuje sdružení Asociace osobního prodeje, jehož posláním je: *„Usilovat o to, aby přímý prodej byl všeobecně uznáván a respektován jako jedna z nejlepších metod prodeje zboží a služeb zákazníkům.“* (Poslání, cíle, fakta, 2014) Jedním z cílů tohoto sdružení je kontrola dodržování legislativy a ochrana spotřebitele proti nekalým praktikám. Toto sdružení je součástí Evropské asociace přímého prodeje Seldia.

V dnešní době je multilevel marketing považován mnohými experty a odborníky za jeden z nejrychleji se vyvíjejících obchodních modelů světa. Jeden ze známých expertů na obchodování a investice Robert Kyiosaki napsal na toto téma několik knih uvádí ve své knize:

“MLM. Zvaný též „multilevel marketing“ nebo přímý distribuční systém. Podobně jako u franšíz se právní systém zprvu pokoušel systém MLM postavit mimo zákon a vím o několika zemích, kde k tomu, nebo alespoň k přísnému omezení, došlo. Každý nový systém nebo nápad si tímto obdobím, kdy je označen za „divný a podezřelý“, musí projít. I já jsem si zpočátku myslel, že MLM je podvod. Ale v průběhu let jsem prostudoval několik systémů, které se prostřednictvím MLM nabízejí, a sledoval jsem několik známých, kteří v této metodě podnikání uspěli, a změnil jsem stanovisko. Poté, co jsem se zbavil předsudků a pustil se do prozkoumávání multilevel marketingu, zjistil jsem, že existuje řada lidí, kteří na základě MLM upřímně a pilně rozvíjejí úspěšné podnikání. Když jsem se s nimi setkal, uvědomil jsem si, jaký vliv má jejich podnikání na životy a finanční budoucnost jiných lidí. Za rozumný vstupní poplatek (kolem 200 dolarů) si lidé mohou koupit právo vstupu do již existujícího systému a mohou okamžitě začít budovat svůj obchod. Díky technickému pokroku v počítačovém průmyslu jsou tyto organizace plně automatizované a všechny potíže spjaté s papírováním, zpracováváním objednávek, distribucí,

účetnictvím a propagací skoro bez výjimky zvládají softwarové systémy. Noví distributoři mohou soustředit veškeré své snahy na rozvoj svého podniku sdílením této automatizované obchodní příležitosti a nemusejí se zatěžovat běžnými počítačnými problémy spjatými s rozjezdem jakéhokoli jiného drobného podnikání“. (Kiyosaki, 2001, s. 51)

4.2.1 Možné systémy multilevel marketingu

Multilevel marketing bychom mohli rozdělit na dva způsoby fungujících systémů, a to produktový multilevel marketing a vzdělávací multilevel marketing.

Produktový:

Základním kamenem tohoto systému je produkt. Pojem produkt v tomto případě znamená hmotnou spotřební věc, jako je například zubní pasta, parfém nebo třeba nějaký doplněk stravy. Zároveň tímto produktem může být i třeba pojištění nebo sleva na zájezd. Základní odměna distributora je v tomto případě marže z prodeje produktu. Další zisk je pak odměna ve výši určitých procent z prodeje celé distributorovi síti. Distributor může také dosáhnout i na další bonusy, které má daná společnost v kompenzačním plánu. Distributor, ale zároveň může být pouze zákazníkem, což v praxi znamená, že je zaregistrován ve společnosti fungující v systému multilevel marketing, ale netvoří si žádnou síť dalších distributorů, ale pouze nakupuje produkt pro vlastní spotřebu. Jeho odměnou je pouze sleva na produkty, to znamená velkoobchodní cena.

Vzdělávací:

V tomto systému se pod pojmem produkt ukrývá nabízená služba ve formě vzdělání. Těchto společností není mnoho, ale jejich systém je oproti produktové zcela odlišný. V tomto systému je více distributorů spíše jen zákaznicky. Zaregistrují se do společnosti a čerpají vzdělání převážně v oblastech, které jim umožní další finanční příjem, jako je například obchodování na finančních trzích, kryptoměnových trzích nebo dropshipping. Zároveň ale mohou toto vzdělání nabízet dalším a tím si tvoří vlastní síť. Tím, že zákazník platí poplatek za vzdělávání měsíčně, je zde nastaven kompenzační plán, který je zárukou dlouhodobé existence a zároveň odměny v tomto kompenzačním

plánu jsou mnohonásobně vyšší, než je to u produktových multilevel marketingů. Konkrétním případem tohoto systému se zabývám v praktické části mé práce.

4.2.2 Nelegální formy multilevel marketingu

Multilevel marketing stále není v České republice zažitá forma podnikání. Souvisí to s faktem, že vedle multilevel marketingu existuje nelegální model, tzv. Pyramidová hra. Rozdíl mezi touto nelegální formou a multilevel marketingem je produkt. Pyramidová hra je pouze o získávání lidí, ale nenabízí za přijaté peníze žádnou protihodnotu a když ano tak se jedná o nesmyslně předražený produkt. Tuto nelegální formu řeší i zákon 634/1992 Sb. o ochraně spotřebitele, kde je v příloze č. 1. písm. m) definováno co jsou to klamavé praktiky, mezi které patří i Pyramidová hra nebo Ponzioho schéma. (Česká republika, 1992)

Rozdíl mezi nimi je v tom, že v Ponzioho schématu je se jedná o investiční fond. Osoba, která založí tento fond musí sama do něho sehnat investory na základě slíbeného zisku z investic, přijaté finanční prostředky dále ale neinvestuje, takže není z čeho vyplácet zisky, anebo se zisky vyplatí jen některým investorům. Samotní investoři už nemusí dělat nic. Původcem tohoto schématu byl Carlo Ponzi, ale největší podvod za pomoci Ponzioho schématu uskutečnil v 90. letech Bernard Madoff, který způsobil škodu celkem 4800 klientům v celkové výši 64,8 milionů dolarů. Odsouzen byl za tento trestný čin na 150 let. V případě pyramidové hry musí investoři přivést další investory, aby měli nárok na vyplácení zisků. Obě formy tohoto nelegálního modelu fungují do té doby, dokud přicházejí noví investoři. (Heinz, 2021)

4.3 Finanční trhy

Finanční trh je systém institucí, které zabezpečují pohyb peněz a kapitálu ve všech formách na základě nabídky a poptávky. Finanční trhy můžeme dělit z různých hledisek. Mohou to být například peněžní, kapitálové, devizové nebo komoditní. V praktické části se zaměřím na jeden z těchto finančních trhů, a to trh devizový.

4.4 Sociální sítě

Jednou z možností, kde získávat zákazníky a partnery pro své podnikání jsou sociální sítě. V dnešní době se online marketing bez stále populárnějších sociálních sítí neobejde. Nejenže lze na sociálních sítích tvořit reklamu a prodávat tak své produkty. Na sociálních sítích můžete najít i partnery pro svůj druh podnikání. Sociálních sítí je mnoho, patří mezi ně populární Instagram, kde se pohybuje spíše mladší generace, dále je to Facebook, který mladá generace trochu opouští, ale stále na této síti zůstává generace 30letých a starších. Mezi další sociální sítě patří Twitter, LinkedIn, YouTube, ale i nově se rozšiřující ClubHouse. Sociální sítě jsou v dnešní době důležitou součástí online podnikání.

4.5 Osobnostní rozvoj

Osobnostní rozvoj je nezbytná součást online podnikání, kterou nelze opomenout. Osobnostní rozvoj se odvíjí především od toho, jak budeme reagovat, myslet, přijímat a jednat. Díky němu získáváme šanci vystoupit z davu. Učí nás žít jednodušeji. Díky osobnostnímu rozvoji lépe zvládneme stres a umíme se rozhodovat bez emocí. Což jsou důležité aspekty, právě při obchodování na finančních trzích. Vzdělání v osobnostním rozvoji poskytují mentoři nebo kouči, dále je spousta publikací, které při osobnostním rozvoji mohou pomoci. V dnešní době, je vzdělání v osobnostním rozvoji stále více populární a má pozitivní vliv na rozvoj online podnikání.

5 Vyhodnocení výsledků a představení fungujícího modelu spojujícího dvě formy online podnikání

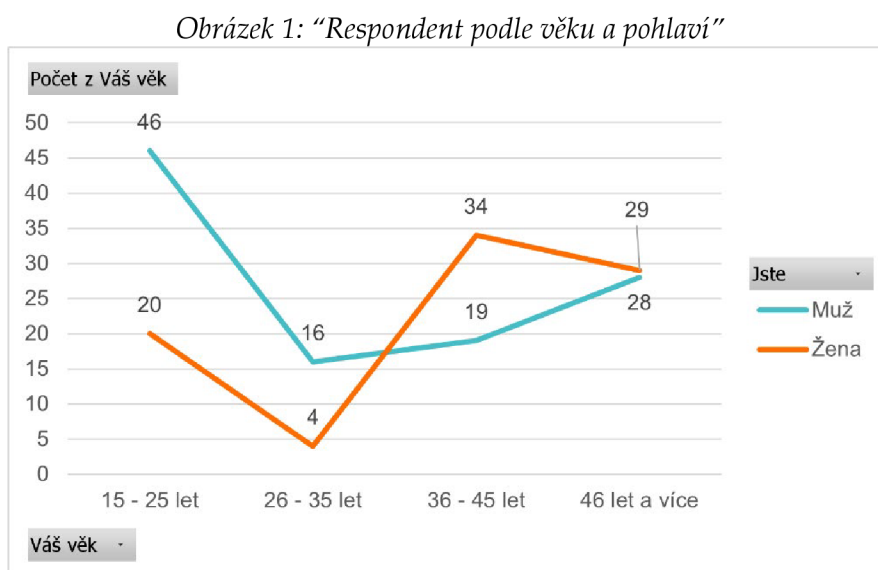
Souhrn vlastních výsledků získaných v průběhu řešení problému.

5.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Pro průzkum byl použit dotazník obsahující 11 otázek. Níže jsou zobrazeny výsledky a diskuse k jednotlivým otázkám z dotazníku. Pro vyhodnocení výsledků byla použita metoda absolutní a relativní četnosti. Pro přehlednost jsou výsledky zobrazeny v grafech (typy grafů viz kapitola 3.1.2. Použité metody).

Otázka č. 1 - Jste? (respondent musel vybrat jednu z možností – žena nebo muž)

Otázka č. 2 - Váš věk? (respondent musel vybrat jednu z možností)

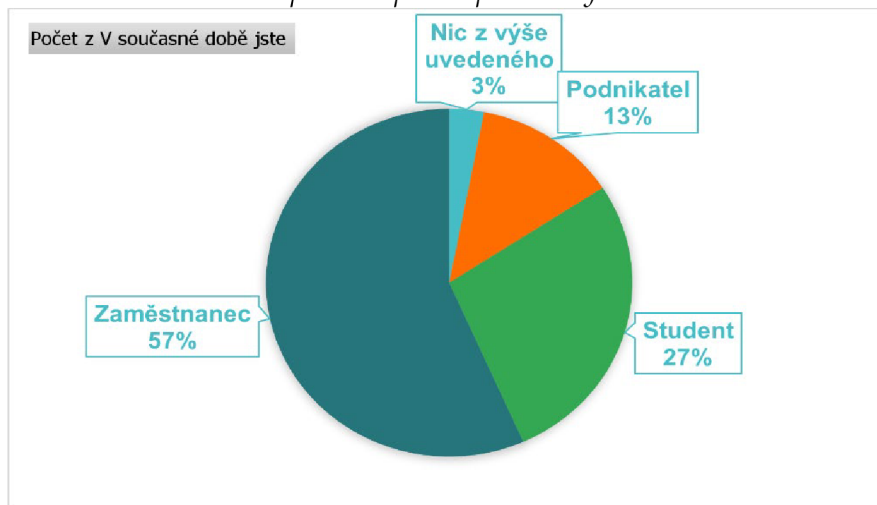


Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 1 vyjadřuje složení respondentů podle pohlaví a jejich věku. Dotazník zodpovědělo 109 mužů a 87 žen. Z toho bylo 34 % respondentů ve věku 15–25 let, 29 % respondentů ve věku 46 let a více, 27 % respondentů ve věku 36–45 let a 10 % respondentů ve věku 26–35 let. Tato informace slouží k charakteristice respondentů.

Otázka č. 3 – V současné době jste? (respondent musel vybrat jednu z možností – student, zaměstnanec, podnikatel nebo nic z uvedeného)

Obrázek 2: „Respondent podle způsobu výdělečné činnosti“

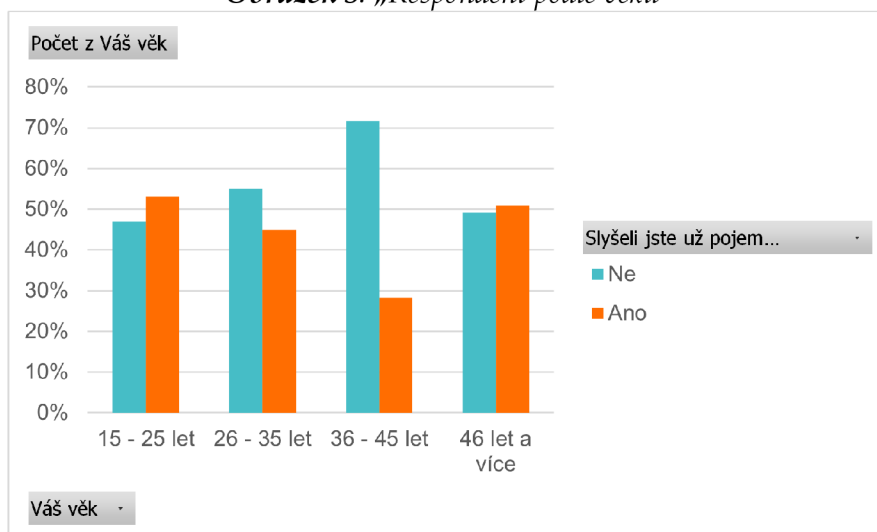


Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 2 vyjadřuje složení respondentů podle způsobu výdělečné činnosti. Dotazník zodpovědělo 57 % respondentů, kteří jsou v současné době zaměstnanci, 27 % respondentů, kteří jsou studenti, 13 % respondentů, kteří jsou podnikatelé a 3 % respondentů zvolilo možnost “nic z výše uvedeného”. Tato informace slouží k charakteristice respondentů.

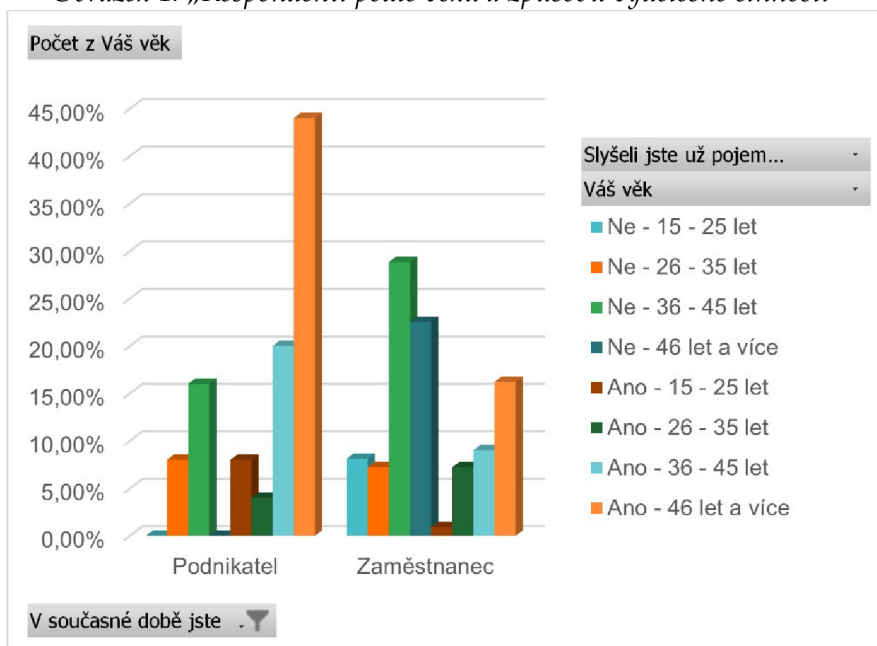
Otázka č. 4 - Slyšeli jste už pojem multilevel marketing? (respondent musel vybrat možnost ano nebo ne)

Obrázek 3: „Respondent podle věku“



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 4: „Respondenti podle věku a způsobu výdělečné činnosti“

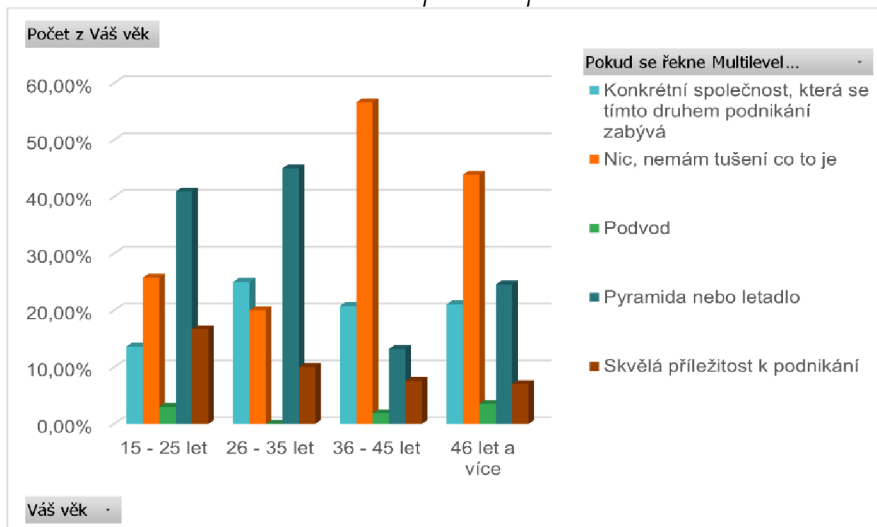


Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 3 vyjadřuje složení respondentů podle věku, ale zároveň v souvislosti s otázkou, jestli už někdy slyšeli o pojmu multilevel marketing. Z grafu je zřejmé, že respondenti ve věku od 26 do 45 let mají menší povědomí o multilevel marketingu. U respondentů ve věku 15-25 let a 46 let a více jsou hodnoty téměř vyrovnané. Největší rozdíl je tak u respondentů ve věku 36-45 let, kde 72 % této věkové kategorie odpovědělo že pojem multilevel marketing ještě neslyšeli. Na Obrázku 4 je vidět rozložení respondentů podle věku, ale zároveň i podle způsobu výdělečné činnosti. Z celkového počtu zaměstnanců a podnikatelů je patrné, že pro respondenty, kteří podnikají je pojem multilevel marketing více známý než pro respondenty zaměstnance. Nejvyšší podíl podnikatelů, kteří odpověděli, že už pojem multilevel marketing slyšeli je ve věkové kategorii od 46 let. U zaměstnanců naopak nejvíce převládá odpověď, že neslyšeli o multilevel marketingu, a to nejvíce ve věkových kategoriích od 26 respektive od 36 let.

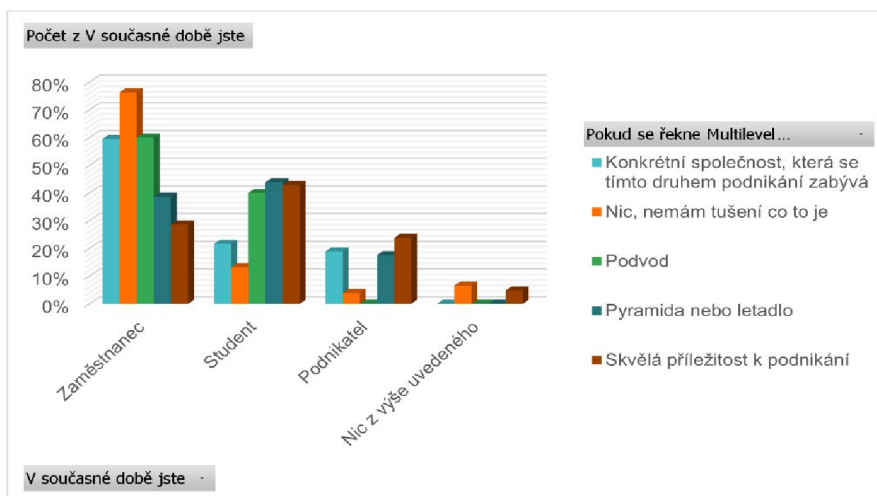
Otázka č. 5 - Pokud se řekne multilevel marketing, vybaví se vám? (respondent musel vybrat jednu z možností)

Obrázek 5: "Respondent podle věku"



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 6: "Respondent podle způsobu výdělečné činnosti"



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázky 5 a 6 vyjadřují názor na multilevel marketing z pohledu věku respondentů a podle způsobu jejich výdělečné činnosti. Na obrázku 5 je patrné, že u respondentů ve věku 36-45 co odpovídali na otázku č. 5, převládá odpověď, že nemají tušení, co to je nebo pak, že se jedná o pyramidu nebo letadlo. Odpověď, že se jedná o pyramidu nebo letadlo převládá zároveň u respondentů ve věku 15-35 let. Z celkového počtu

respondentů odpověď, že se jedná o pyramidu nebo letadlo odpovědělo 29 % dotázaných, 19 % respondentů zná konkrétní společnost, která se tímto druhem podnikání zabývá a pouze 11 % procent respondentů odpovědělo, že je to skvělá příležitost k podnikání.

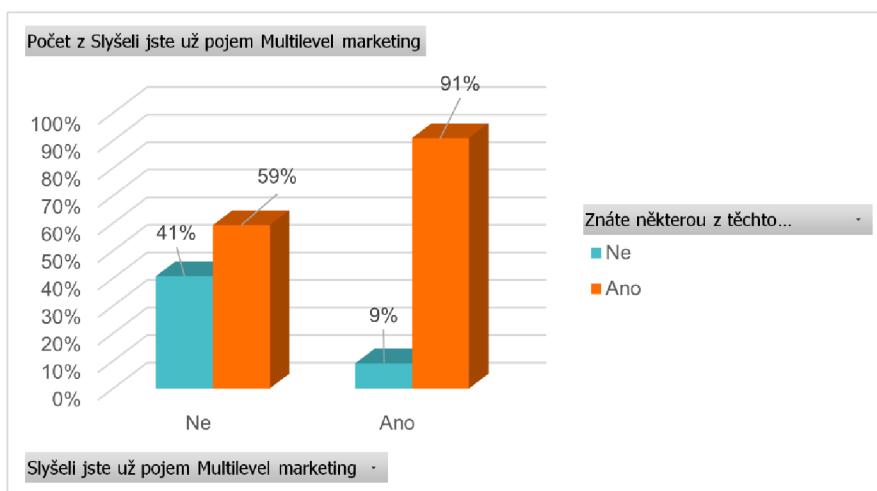
Z obrázku 6 vyplývá, jak je rozdílný pohled na multilevel marketing podle toho, v jakém prostředí se pohybujete. Pokud je člověk zaměstnanec, pohybuje se v prostředí, kde nemá moc možností, jak získat povědomí o způsobech podnikání, proto také 52 % zaměstnanců odpovědělo, že neví, co multilevel marketing je. Oproti tomu respondenti z kategorie podnikatelů mají o multilevel marketingu větší povědomí.

Tato otázka měla ukázat, jak je celkově vnímán multilevel marketing v různých věkových kategoriích a v různých prostředích, kde se respondenti pohybují. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že pojem multilevel marketing je pro hodně lidí neznámá oblast nebo podléhá neověřeným informacím a vidí multilevel marketing jako podvod.

Otázka č. 6 – Znáte některou z těchto společností? Amway, Avon, Oriflame, Herbalife, Mary Kay, Vorwerk. (respondent musel vybrat možnost ano nebo ne)

Otázka č. 7 – Koupili jste si nějaký produkt od těchto společností? Amway, Avon, Oriflame, Herbalife, Mary Kay, Vorwerk. (respondent musel vybrat možnost ano nebo ne)

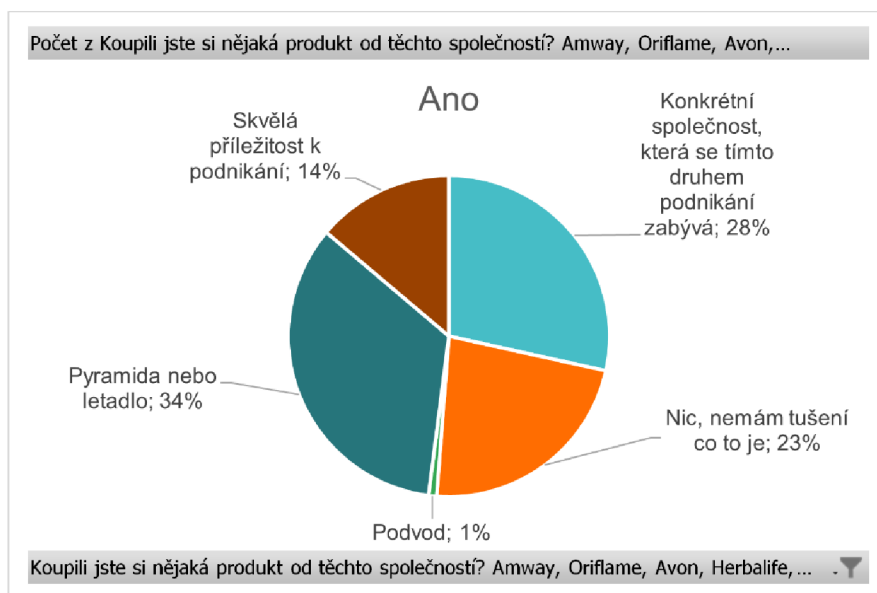
Obrázek 7: Znáte konkrétní společnosti



Zdroj: vlastní zpracování

Z obrázku 7 vyplývá, že přestože respondenti odpověděli, že neznají pojem multilevel marketing, tak znají konkrétní společnost, která v systému multilevel marketingu funguje. V dotazníku zvolené společnosti jsou členy Asociace osobního prodeje, tudíž v České republice ověřené a fungující společnosti. Respondenti se tedy setkávají s multilevel marketingem celkem běžně, jen nevědí že se jedná o tuto formu prodeje. Z celkového počtu respondentů, kteří odpověděli, že nikdy neslyšeli pojem multilevel marketing, jich 59 % procent odpovědělo, že znají jednu z konkrétních multilevel marketingových společností.

Obrázek 8: Respondenti, kteří si koupili od multilevel marketingových společností produkt?



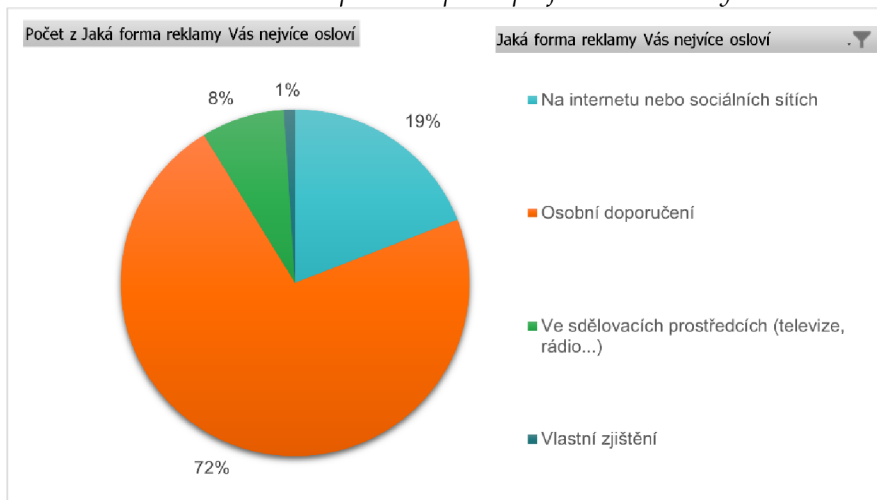
Zdroj: vlastní zpracování

I obrázek 8 dokazuje, že respondenti, kteří nemají ponětí o tom, co je to multilevel marketing, nakupují produkty těchto společností. Tuto skutečnost vyjadřuje výše uvedený graf, kde jsou uvedeny respondenti, kteří si koupili nějaký produkt od vybraných společností, ale na otázku Když se řekne multilevel marketing jich 23 % odpovědělo, že nemá tušení, co to je a 34 % odpovědělo, že se jedná o pyramidu nebo letadlo.

Z obou výše uvedených grafů celkem jednoznačně vyplývá, že pojem multilevel marketing je méně známý, ale od společností, které využívají tento obchodní model přímého prodeje, respondenti nakupují.

Otázka č. 8 - Jaká forma reklamy Vás nejvíce osloví? (respondent musel vybrat jednu z možností)

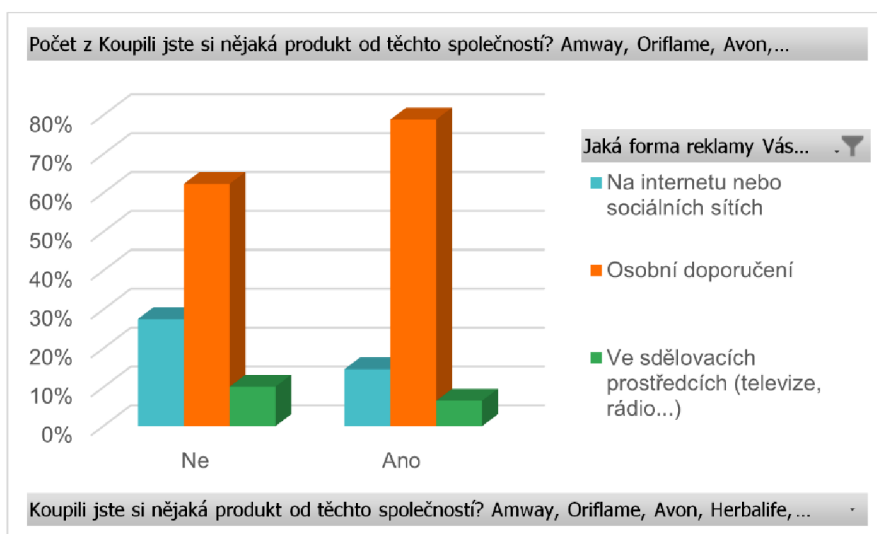
Obrázek 9: "Respondent podle preference reklamy"



Zdroj: vlastní zpracování

Obrázek 9 ukazuje, že 72 % respondentů nejvíce osloví reklama formou osobního doporučení, 19 % respondentů preferuje reklamu na internetu nebo sociálních sítích, 8 % respondentů osloví reklama ve sdělovacích prostředcích a 1 % respondentů uvedlo jinou formu reklamy. Z tohoto zjištění je patrné, že vlastně většinu respondentů osloví nejvíce osobní doporučení, což je stěžejní pro multilevel marketing.

Obrázek 10: Respondenti podle preference reklamy a zakoupení produktů

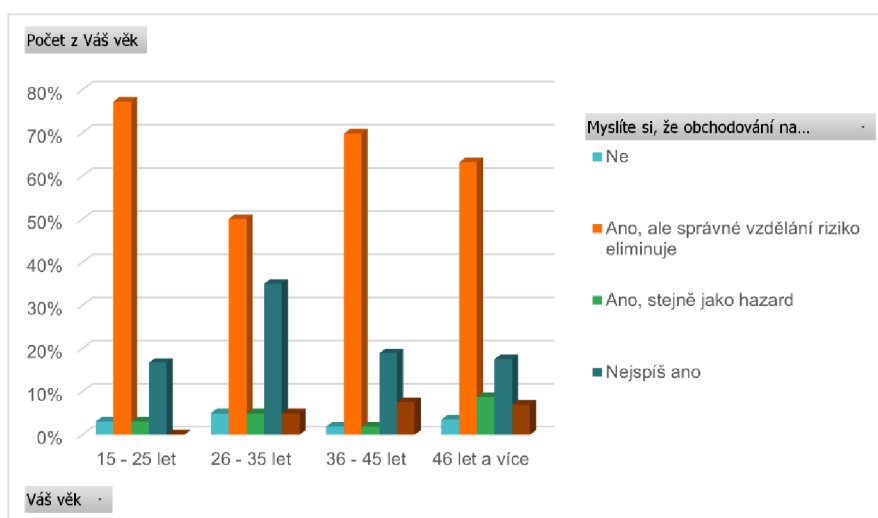


Zdroj: vlastní zpracování

Na obrázku 10 je vidět, že převážná většina respondentů, kteří si zakoupili nějaký produkt od multilevel marketingových společností, celkem 79 %, preferuje jako nejlepší formu reklamy osobní doporučení.

Otázka č. 9 - Myslíte si, že obchodování na finančních trzích je rizikové? (respondent musel vybrat jednu z možností)

Obrázek 11: “Respondent podle věku a názoru na rizikovost obchodování na finančních trzích”

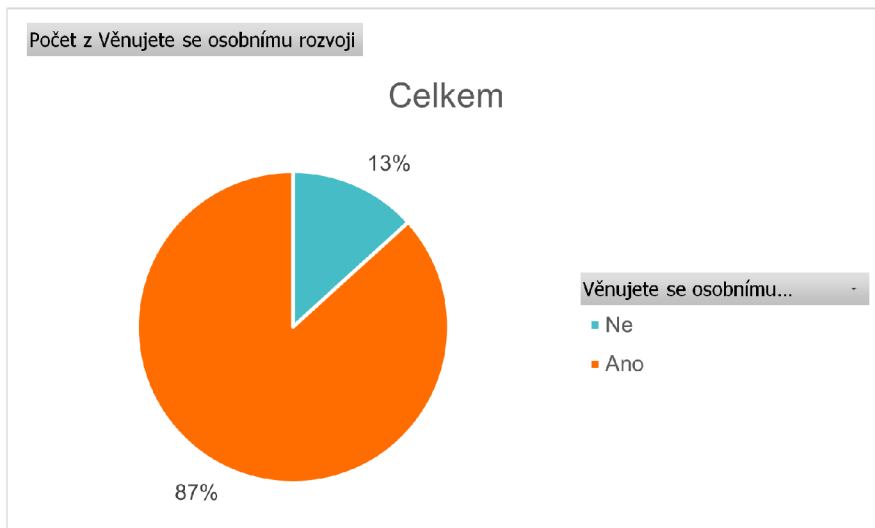


Zdroj: vlastní zpracování

Na obrázku 11 je patrné, že bez ohledu na věk si oslovení respondenti myslí, že obchodování na finančních trzích je rizikové, ale vhodným vzděláním se toto riziko eliminuje. Což je pozitivní výsledek, protože pokud se někdo rozhodne obchodovat na finančních trzích, tak opravdu bez jakéhokoliv vzdělání se jedná o pouhý hazard. Tím by se pak mohlo snižovat negativní povědomí o tomto druhu online podnikání.

Otázka č. 10 - Věnujete se osobnostnímu rozvoji? (respondent musel vybrat jednu z možností ANO nebo NE)

Obrázek 12: "Respondent podle toho, jestli se věnuje osobnostnímu rozvoji nebo ne"

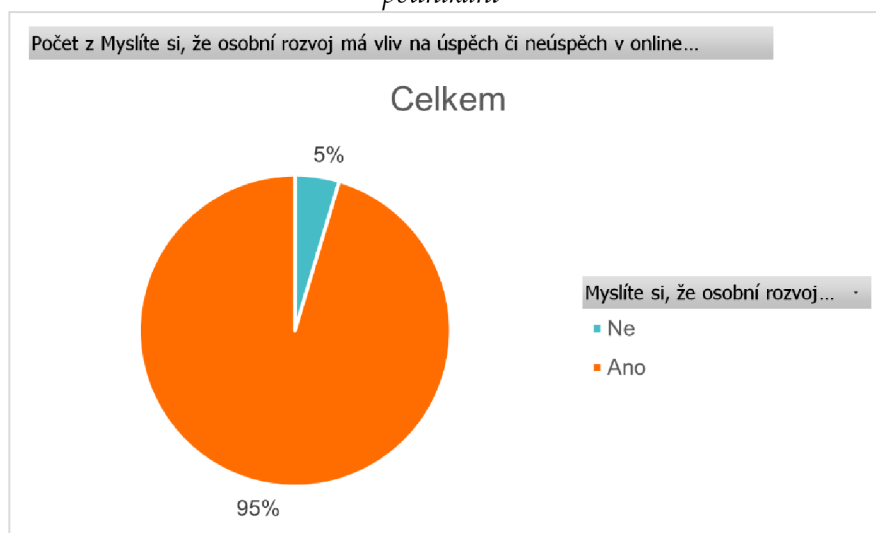


Zdroj: vlastní zpracování

Bez ohledu na věk nebo prostředí ve kterém se pohybují odpovědělo celkem 87 % respondentů, že se věnuje osobnostnímu rozvoji a pouze 13 % respondentů uvedlo, že se osobnostnímu rozvoji nevěnuje.

Otázka č. 11 - Myslíte si, že osobnostní rozvoj má vliv na úspěch či neúspěch v online podnikání? (respondent musel vybrat jednu z možností)

Obrázek 13: "Respondent podle toho, jakou přikládá důležitost osobnostního rozvoje v online podnikání"



Zdroj: vlastní zpracování

Bez ohledu na věk, místo, kde žijí nebo prostředí ve kterém se pohybují odpovědělo celkem 95 % respondentů, že osobnostní rozvoj má vliv na úspěch v online podnikání a pouhých 5 % odpovědělo, že to vliv nemá.

5.2 Multilevel marketing

Princip multilevel marketingu je postaven na zkrácení distribučního řetězce. Multilevel marketing je uznávaný obchodní model po celém světě a využívá ho tisíce firem. Hlavními důvody jsou zejména podstatně nižší rozjezdové náklady oproti obdobnému začátku klasickou cestou.

5.2.1 Produkt

Základní věcí pro každou takovou společnost je produkt nebo služba. Tento aspekt je jedním z nejdůležitějších, který určuje, zda se jedná o legální systém nebo podvodnou strukturu typu "Pyramida".

Pro úspěch v multilevel marketingu je velmi důležité, aby distributor dobře produkt znal a zároveň ho i používal, vzhledem k tomu, že se jedná o formu osobního doporučení.

Většina společností fungujících v systému multilevel marketingu nabízí produkt. Tímto produktem zpravidla bývá nějaký druh spotřebního zboží, nejčastěji z oblasti drogerie, kosmetiky nebo třeba doplňků stravy, prostě produkty, které užíváme a kupujeme opakovaně.

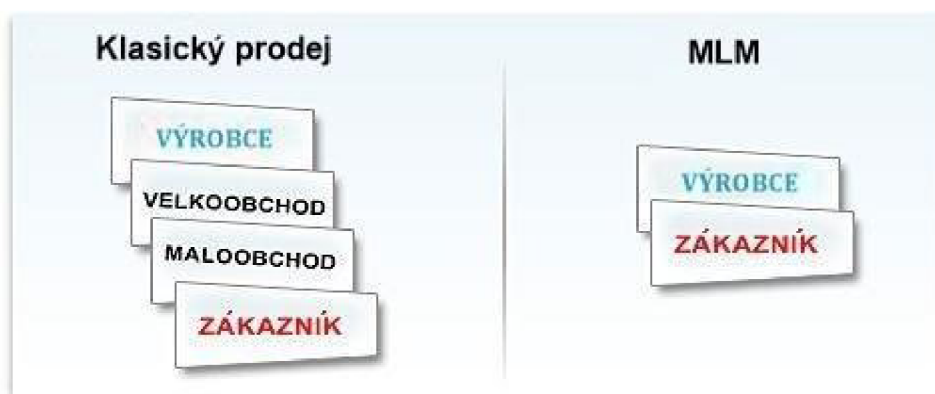
„U seriózních společností multilevel marketingu dostanete produkt, který bývá o dvě až tři třídy kvalitnější než v klasickém obchodě. Tyto společnosti se zavazují, že cca 30 % z celkové ceny produktu dávají zpět na výrobu, vývoj a inovaci produktu. Tím garantují špičkovou kvalitu svého výrobku. Dalších cca 50 % z ceny produktu ve formě bonusů a pasivních příjmů jde do kapsy distributorům, kteří s multilevel marketingovou společností spolupracují. Díky tomuto systému odpadají náklady spojené s distribucí výrobku, a tak vzniká přidaná hodnota ve formě unikátní podnikatelské příležitosti pro všechny, kteří hledají navýšení příjmu“. (Furiš, 2011)

Jsou ale i společnosti zabývající se multilevel marketingem jejichž produktem je služba nebo třeba vzdělání. Tady většinou zákazník nekupuje jeden produkt, ale v dlouhodobějším časovém úseku si platí právě za poskytnout službu nebo vzdělání.

5.2.2 Distributor

Další pojem, který je nezbytný pro multilevel marketing je distributor. Distributor multilevel marketingu je nezávislý zástupce společnosti. Je to jediný článek mezi výrobcem nebo poskytovatelem služby a koncovým zákazníkem a tím se podstatně liší od klasického prodeje. Na obrázku č. 1 je tento rozdíl znázorněn.

Obrázek 14: "Rozdíl mezi multilevel marketingem a klasickým prodejem"



Zdroj: pracezdomu.com, 2020

Distributor se zaregistruje u dané společnosti a zaplatí registrační poplatek. Od té chvíle si distributor může produkt nakupovat za velkoobchodní ceny a sám se stává prodejcem tohoto produktu. Jeho odměna je závislá na tom, jaké množství těchto produktů prodá. Rozdíl mezi velkoobchodní a maloobchodní cenou z prodaného produktu je jeho ziskem. Dalším možným ziskem distributora je tvorba tzv. sítě. Sám distributor zaregistruje do společnosti další distributory a začíná tím tvořit síť. Podle kompenzačního plánu dostává další odměny z prodeje distributorů z vlastní sítě. V kompenzačním plánu může být i nastavení dalších bonusů souvisejících s velikostí sítě.

5.2.3 Kompenzační plán

Kompenzační plán neboli plán odměňování a bonusů je důležitý pojem v těchto společnostech. Tento kompenzační plán má každá společnost vytvořen pro své distributory podle svého vlastního nastavení a fungování společnosti.

Kompenzační plány u multilevel marketingových společností se v základním rozdělení používají tyto: Binární, Uni-level a Multi-level, který se ještě dál dělí podle způsobů řazení dalších distributorů do sítě. Kompenzační plán Multi-level je nejstarší a zároveň nejvíce využívaný plán u společností fungujících v systému multilevel marketingu.

Obrázek 15: "Druhy kompenzačních plánů"



Zdroj: vlastní tvorba

Správné nastavení kompenzačního plánu je klíčovým bodem k tomu, aby společnost vydržela na trhu dlouhodobě. Kompenzační plán musí být nastaven tak, aby nedošlo k tomu, že je systém odměňování nastaven nadhodnoceně a společnost si nevydělá na to, aby tento plán mohla plnit v dlouhodobém časovém horizontu.

5.2.4 Výhody multilevel marketingu

Jednou z hlavních výhod multilevel marketingu je nízká počáteční investice v začátcích podnikání. Narozdíl od založení vlastní restaurace se v multilevel marketingu investuje mnohem menší obnos peněz na začátku podnikání. Společnost, ve které podnikám, nabízí za 235 amerických dolarů přístup k informacím o finančních trzích za první měsíc. Pro představu bych chtěl dodat, že náklady spojené se založením vlastní restaurace se podle webu 21století.cz pohybují okolo 3 000 000 korun. (Macourek, 2021)

Dalším bodem a zároveň výhodou je malá rizikovost. Pokud by náhodou člověk neuspěl v multilevel marketingu je to daleko menší ztráta, než pokud by zakládal svou

restauraci. Tato informace je patrná z předchozího odstavce. Jediné, o co tedy člověk může přijít je čas investovaný do podnikání a v nejhorším případě o několik tisíc korun a mnohdy i o svou pověst, pokud podnikání neprezentuje tak, jak to skutečně je. Z toho plyne, že člověk zajímající se o tento druh podnikání si nejprve musí prověřit firmu, se kterou bude chtít v budoucnu spolupracovat. Tyto informace se může dozvědět u Asociace přímého prodeje České republiky.

Výhodou, proč se lidé o multilevel marketing zajímají je nepopíratelně možnost vytvoření si pasivního příjmu. Pasivní příjem mohou brát zaměstnanci jako přivýdělek ke své práci nebo jako peníze navíc na zaplacení nájmu. Studenti mohou pasivní příjem brát jako brigádu nebo jako hlavní zdroj jejich financí. V případě pasivního příjmu je výhodou to, že vám umožní vydělávat ať už jste doma, v zahraničí, na dovolené anebo zrovna spíte.

Výhoda, která se v zaměstnání moc často nevidí je pomoc od upline neboli člověka, který vám pomohl dostat se do podnikání. Pomoc přichází, protože pokud se bude dařit vám, tak se bude dařit i vašemu kolegovi, který je ve struktuře nad vámi. Společným cílem je vytvoření systému, který bude lehce duplikovatelný a bude nést výsledky jak vám, tak vašemu obchodnímu týmu. Proto je pomoc v multilevel marketingu tak důležitá.

Jako poslední mnou zmíněnou výhodou je možnost využití sociálních sítí. Sociální sítě se v dnešní době dají využít i jako osobní vizitka na propagaci vašeho podnikání, což si ale moc lidí neuvědomuje. V roce 2019 na sociálních sítích trávili občané České republiky průměrně 143 minut denně, (Instagram se stává králem sociálních sítí, 2021) otázka však je, jestli pouze konzumovali obsah na sociálních sítích anebo obsah sami vytvářeli a tím si budovali osobní vizitku.

5.2.5 Nevýhody multilevel marketingu

První nevýhoda, kterou bych chtěl zmínit je ta, že spousta lidí, kteří přicházejí do multilevel marketingu prakticky neví, co podnikání právě v tomto odvětví obnáší.

Pokud člověk nemá nastudované informace o multilevel marketingu, tak si může myslet, že za minimální práci vydělá velké peníze, ale tak to opravdu není. Pokud se člověk nebude snažit o to být profesionálem v tomto oboru a nebude vyvíjet dostatečné úsilí k rozšíření jeho sítě, tak nemá šanci uspět. Z toho plyne, že osoba podnikající v multilevel marketingu je závislá pouze sama na sobě. Toto riziko si ale většina lidí neuvědomuje a zoufá z toho, že po třech měsících nedosáhla jejich vytoužené finanční nebo časové svobody, i když pro to nebyla schopna vyvinout dostatečnou práci. Podnikání v multilevel marketingu není otázka práce na pár dní.

Další nevýhodou je pověst multilevel marketingu. Generace mých rodičů si totiž pamatuje podvodné společnosti, které se například ještě v roce 1989 pohybovaly na trhu a doslova tahaly z lidí peníze. Tyto společnosti využívaly nelegálního obchodního modelu známého jako pyramidové schéma nebo Ponzioho schéma. Od té doby je multilevel marketing brán v očích některých jako nečestný byznys. Na základě těchto zkušeností a neinformovanosti o tomto tématu tak vznikají domněnky a pomluvy na tuto formu podnikání. Celkovou neinformovaností o multilevel marketingu vznikají mýty o tomto obchodním modelu. Nejvíce opakujícími se mýty o multilevel marketingu jsou názory, že nejvíce vydělají ti nahoře nebo kdyby byl produkt kvalitní, prodával by se v obchodech. Ale faktem je že, úspěšné multilevel marketingové společnosti nabízí velice kvalitní produkty. V obchodech se neprodávají právě proto, že nejlepší reklamou je osobní doporučení, dále pak zkrácení distribučního řetězce, čímž firmy ušetří peníze, které mohou dále investovat do rozvoje a kvality produktu.

Obrovskou nevýhodou multilevel marketingu je to, že existují jedinci, kteří nejsou ochotni respektovat pravidla daná společností. Není překvapením, že v každé společnosti se najde distributor produktu, který chce vydělat co nejvíce peněz, a to za každou cenu. S tím je spojeno neetické chování k ostatním, šíření klamných informací, nebo nevhodné vystupování a prezentování se rychlými zisky na sociálních sítích.

5.3 Obchodování na Forexu

Forex je zkratka z Foreign Exchange, což v překladu z angličtiny znamená směna cizích měn. Je to nejlikvidnější finanční trh, na kterém se denně zobchoduje více než 6 biliónů amerických dolarů. Obchodníci na trh vstupují z důvodů spekulace, nakupují a prodávají měny za účelem zisku. Forex je mimoburzovní trh, což znamená, že nemá žádné určené místo k obchodování. Specifikou Forexu je možnost obchodovat na tomto trhu 24 hodin 5 dní v týdnu. Tuto možnost zajišťují centrální banky se sídlem v New Yorku, Londýně, Tokiu a Hongkongu. Na Forexu obchodují z převážné části banky, pojišťovny, fondy a další finanční instituce. Toto jsou subjekty, které dokážou tímto trhem hýbat a zároveň s ním manipulovat díky finančním obnosům, které investují. Retailový obchodník má samozřejmě taky možnost obchodovat na Forexu, ale on sám se svým kapitálem nedokáže trh ovlivnit. Historie Forexu sahá do roku 1971, ale až od roku 2000 byl povolen vstup na tento trh retailovým obchodníkům. (Forex, 2001)

Výhody obchodování na Forexu jsou relativně vysoký výnos, téměř nepřetržitý provoz, možnost demo účtu a obchodování online. Přesto až 95 % retailových obchodníků na Forexu prodělává. Největším důvodem tohoto vysokého podílu je nedostatek kvalitního vzdělání v tomto oboru neschopnost se rozhodovat bez emocí a vnějších vlivů.

Retailový obchodník nemůže sám zadávat obchody, ale činí toho prostřednictvím brokera, který je prostředníkem mezi obchodníkem a finančním trhem. Existuje velké množství strategií, druhy obchodování jako třeba poziční, denní i minutové.

Obrázek 16: „Analýza trhu“



Zdroj: vlastní zpracování

5.4 IM Mastery Academy

Společnost IM Mastery Academy založil Christopher Terry a Isis de La Torre v roce 2015, tehdy ještě s názvem iMarkets Live, ve Spojených státech amerických. V září 2019 už společnost využívá nynější název IM Mastery Academy. Jedná se o vzdělávací platformu v oblasti online podnikání, a to hned v několika oblastech. Nejvíce rozšířenou vzdělávací platformou je Forexová akademie (FRX), dále je možné využít vzdělávání v Akademii digitálních měn (DCX), Akademii binárních opcí (HFX), Akademii e-commerce a dropshippingu (ECX) a Akademii nezávislého byznysu (IBO). Všechno to jsou oblasti vzdělávání, které mohou produkovat další zisk. Nejedná se o jednorázové kurzy ani kurzy s konkrétním počtem lekcí, je to průběžné vzdělávání v reálném čase. Celá tato platforma funguje v systému multilevel marketingu. Produktem tohoto multilevel marketingu je právě vzdělání, konkrétně přístup do vybrané akademie.

Mimo jednotlivé akademie spolupracuje společnost i s uznávanými mentory v oblasti osobnostního rozvoje. Součástí společnosti jsou například Bob Proctor nebo Alex Morton. Přímou v České republice společnost využívá k dalšímu rozvoji svých členů například Pavla Morice nebo Václava Šlapáka, což jsou právě mentoři v této oblasti vzdělávání.

Celosvětově toto vzdělání využívá v současné době přibližně půl milionu zákazníků. IM Mastery Academy je rozšířená po celém světě. V České a Slovenské republice má společnost přibližně 650 zákazníků.

Zakoupením vzdělávání neboli registrací do akademie zákazník získává přístup k vybrané akademii, na GoLive a má možnost využívat další produkty, které mu pomáhají a ulehčují analýzu trhu. Následně pak zákazník platí měsíční poplatek za využívání těchto vzdělávacích služeb. Přístup je neomezený 24 hodin denně 7 dní v týdnu. Výhodou je i možnost si tuto akademii vyzkoušet na 7 dní, pokud zákazník zjistí, že mu tato forma vzdělávání nevyhovuje společnost mu vrátí uhrazený registrační poplatek. Pokud zákazník nezplatí měsíční poplatek, je mu omezen přístup ke vzdělávání, ale zůstává stále člen akademie. Zaplacením poplatku je mu přístup obnoven. Pokud nemá zákazník zaplacen poplatek déle než šest měsíců, je mu zrušen osobní profil v platformě a musí se znovu registrovat. (IM Academy, 2019)

Akademie

První část celého vzdělávání je zpracována do několika výukových videí. Ve videích zákazník získá potřebné informace od úplných základů po ty nejsložitější kroky, které jsou potřeba k úspěšnému zvládnutí celé akademie. Videá jsou rozdělena do několika sérií podle obtížnosti a jejich délka je v rozmezí od 5 do 60 minut. Výhodou je, že k videím je možné se zpětně kdykoliv vrátet. Vzdělávací videa jsou v anglickém jazyce, ale některé akademie jsou přeloženy do dalších jazyků. Forexová akademie, která je nejvíce využívána v České republice je i v českém jazyce.

GoLive

GoLive je nejhodnotnějším článkem celého vzdělávání. Celkem 137 edukátorů vysílá živě v předem daný čas dle jejich osobního rozvrhu. Vysvětlují konkrétní strategie obchodování, živě vstupují do obchodů a v reálném čase přímo při vysílání odpovídají na dotazy. Jsou to prověřeni obchodníci s doloženou historií obchodování, kteří se živí právě obchodováním, ať už na Forexu, obchodováním s kryptoměnami, binárními opcemi nebo mají vlastní e-shop. Edukátoři následně posílají do vnitřní komunikační

sítě (Piptalk) obchody, které se řešily na GoLive. Všechny tyto vysílání jsou ukládány a lze si je prohlédnout zpětně. GoLive je vlastně ten hlavní důvod, proč platit měsíční poplatek, protože tyto aktuální informace nikde jinde zákazník nemá možnost získat.

Produkty

Další možností, jak zlepšit své výsledky v obchodování je používání tzv. produktů. Produkty jsou aplikace, vytvořené některými z edukátorů, kam přidávají své zanalyzované obchody, v případě akademií na obchodování, nebo aplikace, které pomáhají při fungování e-shopu, v případě akademie na e-commerce a dropshipping. V rámci aplikace vám chodí do telefonu notifikace, které vás upozorní na nově přidané analýzy. Součástí každé akademie je jeden základní produkt v ceně poplatku, ostatní produkty se dokupují zvlášť. Nejsou podmínkou pro vzdělávání, ale v začátcích usnadní průběh obchodování.

5.4.1 Forexová akademie (FRX)

Forexová akademie je nejvíce využívanou akademií v celé společnosti. Tato akademie byla jako první, při jejím vzniku. Akademie učí od základů obchodování na finančních trzích. Výuková část akademie je přeložena do šesti jazyků, a to do češtiny, španělštiny, portugalské, němčiny, francouzštiny a polštiny. Obsahuje celkem 48 videí. Na GoLive vyučuje obchodování na forexových trzích 87 edukátorů z 15 zemí. Pro Českou a Slovenskou republiku je k dispozici 5 edukátorů. Zajímavostí jsou třeba edukátoři, kteří vysílají v somálské, japonské nebo čínské. K dispozici je 8 produktů včetně jednoho, který je v ceně akademie.

Důkazem toho, že vzdělávání v oblasti finančních trhů je důležité, je například fakt, že spousta zákazníků forexové akademie, plní FTMO Challenge a díky tomu si zvyšuje svůj vlastní obchodní kapitál. *„FTMO je projekt, který hledá úspěšné obchodníky a pomocí finančního partnera jim poskytuje kapitál. Pro zjištění, zda má obchodník všechny vlastnosti, které projekt hledá, vyvinuli dvoustupňový ověřovací proces. Prvním krokem je FTMO Challenge a druhá část ověřování se nazývá Verifikace, což jsou monitorované demo účty, kde testují dovednosti traderů. Po úspěšném ověřovacím procesu se stáváte obchodníkem FTMO a dostáváte*

obchodní účet až s 4 000 000 korun. Jako FTMO Trader s FTMO Account máte nárok na 70 % vygenerovaného zisku a společnost za vás pokryje veškeré případné ztráty“. (FTMO, 2021)

5.4.2 Akademie digitálních měn (DCX)

Další v poslední době populární akademií je akademie, která učí obchodování s digitálními měnami jako jsou třeba Bitcoin nebo Ethereum. Výuková akademie obsahuje 37 videí pouze v angličtině. Na GoLive vysílá celkem 17 edukátorů v pěti jazycích a jedním z nich je třeba arabština. Pro tuto akademii jsou k dispozici 2 produkty. V současné době není k dispozici žádný český ani slovenský edukátor.

5.4.3 Akademie binárních opcí (HFX)

Obchodování binárních opcí je v České republice povoleno jen registrovaným ověřeným obchodníkům. Proto nelze v České republice binární opce obchodovat a tato akademie není českými zákazníky téměř využívána. Celkem obsahuje 97 videí v angličtině a španělštině. Na GoLive vysílá 27 edukátorů ve čtyřech jazycích (v angličtině, španělštině, portugalské a japonštině). Zákazníci této akademie mají k dispozici tři produkty.

5.4.4 Akademie E-commerce a Dropshippingu (ECX)

Nejnovější akademií společnosti je akademie na E-commerce a Dropshipping. Tato akademie byla představena v listopadu roku 2020 a už teď patří i v České republice mezi velice oblíbenou. V celkem 154 videích najde zákazník krok po kroku informace, jak si vytvořit vlastní e-shop, jak nastavit reklamu nebo jaké produkty, v které zemi a v konkrétním období nabízet. Ve videích jsou vysvětleny také způsoby platby, jak je nastavit, jak vytvořit webové stránky, jak cílit reklamu, jaké výrobky nenabízet a spousta dalších užitečných informací pro tento druh online podnikání. Akademie je v angličtině, španělštině a v současné době je přeložena i do češtiny. Na GoLive vysílá celkem 8 edukátorů v anglickém, španělském a českém jazyce. V této akademii mají zákazníci k dispozici celkem 4 produkty, z čehož dva jsou součástí zakoupené akademie.

Po velmi krátké době, co byla tato akademie představena je už i v České republice několik úspěšných obchodníků, kteří mají fungující e-shop nastavený podle videí v akademii a úspěšně tak prodávají své nabízené produkty. Jeden z nejlépe fungujících e-shopů, který má majitele z České republiky a je vytvořen na základě této akademie má název Mymoonshare. (Karásková, 2021)

5.4.5 Akademie nezávislého byznysu (IBO)

Tato akademie provede zákazníky celým systémem multilevel marketingu této společnosti. Není obvyklé, aby si zákazník zakoupil pouze tuto akademii a věnoval se ve společnosti pouze multilevel marketingu, ale není to ani vyloučené.

Systém multilevel marketingu ve společnosti je nastaven jednoduše, a hlavně s fungujícím kompenzačním plánem. Jedná se o typ kompenzačního plánu multi-level. V této společnosti, oproti klasickým společnostem fungujícím v systému multilevel marketingu, nejsou distributoři v síti odměňováni procenty z prodaných produktů, ale na základě velikosti sítě. První základní odměna je po registraci dvou zákazníků, kdy distributorovi odpadá povinnost platit měsíční poplatek. Tato úroveň se ve společnosti nazývá 2&free. V tomto případě ještě distributor nemusí být součástí akademie IBO, ale má možnost využívat veškeré možnosti původně zakoupené akademie bez toho, aby musel za toto vzdělávání platit.

Prvním stupněm, kdy už začíná distributor budovat vlastní síť je, když registruje do systému tři zákazníky, od té chvíle už zase musí platit měsíční poplatek, ale zároveň mu společnost vyplácí 150 dolarů měsíčně. Z tohoto prvního stupně je patrné, že každý distributor si tvoří tzv. tři nohy. Aby dosáhl na tuto úroveň (Platinum 150) musí tyto zákazníky registrovat sám. Tímto okamžikem se stává součástí akademie IBO. Pro postup do další úrovně kompenzačního plánu se mu již počítají všichni registrovaní zákazníci v jeho síti.

Další úrovní je Platinum 600. Na této úrovni je potřeba celkem 12 zákazníků rozdělených do tří noh v poměru 4/4/4. Měsíční odměna pro distributora na této úrovni je 600 dolarů.

Další úrovně pak jsou: Platinum 1000 (30 zákazníků v síti), Platinum 2000 (75 zákazníků v síti), Platinum 5000 (225 zákazníků v síti), následuje Chairman 10, což je nejvyšší pozice v současnosti v České republice. K této úrovni distributor potřebuje 500 zákazníků v síti a jeho odměnou je 10000 dolarů měsíčně. Kompenzační plán pokračuje na úroveň Chairman 25, Chairman 50, Chairman 100, Chairman 250, Chairman 500 a v současné době nejvyšší úroveň, na kterou prozatím dosáhli 4 distributoři, je Chairman 750, kde odměna pro distributora činí 750 tisíc dolarů měsíčně. Prvním Chairmanem v historii IM Mastery Academy se stal v roce 2015 Austin Goodsey. V současné době má společnost 426 Chairmanů po celém světě.

K těmto odměnám jsou ještě připočítávány různé bonusy například za novou registraci, za časové období tří měsíců na určité pozici a při dosažení úrovně Chairman 10 dostane distributor navíc jednorázovou odměnu ve výši 10000 dolarů.

System je nastaven tak, jak by u legálních multilevel marketingových společností mělo být. Nezáleží na tom, jak vysoko jste v dané síti, díky systému můžete dosáhnout na vyšší úroveň kompenzačního plánu než distributor, který registroval vás.

Obrázek 17: "Kompenzační plán společnosti IM Mastery Academy"

RANK	POŽADOVANÉ GV	POŽADOVANÝ POČET UŽIVATELŮ	TÝDENNÍ PŘÍJEM*	MAXIMUM V LINII (40 %)
CHAIRMAN 500	4350000	30000	\$125,000	12000/12000/6000
CHAIRMAN 250	2175000	15000	\$62,500	6000/6000/3000
CHAIRMAN 100	725000	5000	\$25,000	2000/2000/1000
CHAIRMAN 50	362500	2500	\$12,500	1000/1000/500
CHAIRMAN 25	181250	1250	\$6,250	500/500/250
CHAIRMAN 10	72500	500	\$2,500	200/200/100
PLATINUM 5000	32625	225	\$1250	90/90/45
PLATINUM 2000	10875	75	\$500	30/30/15
PLATINUM 1000	4350	30	\$250	12/12/6
PLATINUM 600	1740	12	\$150	4/4/4
PLATINUM 150	435	3	\$37.50	N/A

* Pouze za informační a smluvní účelem. IM Academy není obchodní či investiční platforma, je pouze informačního charakteru. Všechna doporučení jsou pouze příkladem a nezaručují finanční zisk. Před investicí se nejprve poradte s licencovaným finančním poradcem.

Zdroj: im.academy/home

V celosvětovém žebříčku multilevel marketingových společností, který zpracovává Business for home, v hodnocení "Momentum ranks" se společnost IM Mastery Academy

stabilně pohybuje na předních příčkách. V současné chvíli je to na první příčce tohoto žebříčku. (Momentum Ranks, 2021) Momentum je kouzlo přímého prodeje, tzv. "Svatý grál". Navíc se mezi deseti nejvíce vydělávajícími podnikateli v multilevel marketingu umístilo hned šest zástupců společnosti IM Mastery Academy podle Business for home. Například podnikatelé a manželé Ivan a Monika Tapia patří mezi největší jména celé společnosti. Tento pár si přijde na 1500000 milionů dolarů měsíčně. To je v přepočtu přes 32 milionů korun. Dalším zástupcem IM Mastery Academy je David Imonitie, který měsíčně obdrží částku 865000 amerických dolarů za dosaženou pozici Chairman 750. Tyto zmíněné osobnosti jsou nejvýraznějšími a nejvíce vydělávajícími osobami, které jsou vypláceny na základě kompenzačního plánu. Za zmínku stojí i osobnosti jako Jason Brown, Matthew Rosa nebo Bryce Thompson, kteří dosáhli také na pozici Chairman 750.

5.5 Fungující spojení multilevel marketingu s jinými formami online podnikání

Společnost IM Mastery Academy spojuje více různých forem online podnikání dohromady. Netradičním způsobem spojuje vzdělávání v oblasti obchodování na finančních trzích, dropshipping nebo obchodování s kryptoměnami, které je v této společnosti zároveň jako produkt multilevel marketingu. Každý, kdo se rozhodne pro vzdělávání v těchto oblastech se zároveň stává součástí sítě multilevel marketingu a je jen na něm, jestli se rozhodne tvořit svoji síť dál nebo bude pouze využívat produkt – vzdělávání. Ať bude rozhodnutí jakékoli, obě strany mají své výhody a nevýhody.

Největší výhodou je však to, že všechny formy vzdělávání v této společnosti, Vám už v průběhu učení mohou generovat příjem. Vzdělávání je online tudíž dostupné odkudkoli. Stačí mít telefon, v lepším případě notebook a připojení k internetu. Dále je velkou výhodou podpora od člověka, který Vás do podnikání přivedl a současně podpora od profesionálních obchodníků, kteří se obchodováním živí a denně vysílají na GoLive.

Oproti běžným kurzům má zákazník na denní bázi možnost komunikovat s profesionálními obchodníky a řešit tak situace, kterým nerozumí nebo konzultovat to, co se již naučil. Navíc díky spojení s multilevel marketingem může své vzdělání platit z pasivního příjmu plynoucího právě z tvorby vlastní sítě multilevel marketingu.

Nevýhodou i pro tuto společnost je převážně pověst některých multilevel marketingových společností a špatná prezentace některými distributory. Další nevýhodou v současné době může být i skutečnost, že někteří distributoři této společnosti propagují výše zmíněnou HFX akademii. Jedná se vzdělávání v oblasti obchodování s binárními opcemi. V Americe je toto obchodování legální, proto společnost nabízí vzdělávání i v této oblasti, ale v České republice může binární opce obchodovat jen profesionální zákazník, tudíž je toto vzdělání pro běžného zákazníka z České republiky pravděpodobně méně využitelné.

Za nevýhodu lze označit i upozornění České národní banky (Upozornění ČNB na aktivity, 2021), která upozorňuje na to, že činnost této společnosti nepatří mezi činnosti regulované Českou národní bankou. Toto upozornění má jen informativní charakter, a to hlavně z důvodu opatrnosti, vzhledem k tomu, že obchodování na finančních trzích není bez rizika. Aby mohla Česká národní banka regulovat tuto společnost, musela by IM Mastery Academy obchodovat s penězi svých zákazníků a vyplácet jim zisk, ale společnost IM Mastery Academy pouze učí své zákazníky, jak si zhodnocovat svůj vlastní kapitál. Pouhé toto upozornění může však zákazníky odradit od toho, aby důvěřovali této společnosti.

Výsledkem této vzdělávací platformy je umění, jak zhodnocovat vlastní kapitál.

6 Závěry a doporučení

Hlavním cílem této práce bylo ukázat výhody, ale i nevýhody multilevel marketingu ve spojení s dalšími formami online podnikání, jako je například obchodování na finančních trzích nebo aktivity v e-commerce a dropshippingu. V této práci byla představena existující společnost, které spojuje několik odvětví online obchodování se systémem multilevel marketingu. Ať už se jedná o úspěšnost v obchodování na Forexu, v dropshippingu nebo spojením těchto odvětví s multilevel marketingem. Tyto oblasti online obchodování ve společnosti IM Mastery Academy jsou nejvíce využívány právě v České republice.

Dílčím cílem bylo zjistit pomocí dotazníkového šetření, jak lidé vnímají multilevel marketing jako obchodní model a jak vidí obchodování na finančních trzích.

Z odpovědí respondentů bohužel jednoznačně vyplynulo, že multilevel marketing nemá v České republice dostatečnou důvěru a lidé v něm vidí zejména podvodná schémata jako je pyramida. Překvapivě tuto možnost dost často zvolili respondenti ve věku od 15 do 35 let. Respondentům ve věku od 36 do 45 let převážně tento model podnikání nic neříká. Z celkového počtu oslovených 196 respondentů vybralo 71 % možnosti, že se jedná o pyramidu nebo letadlo, že se jedná o podvod nebo že nemají tušení co multilevel marketing je. Naopak se ukázalo, že i přesto, že respondenti neznají pojem multilevel marketing a označují ho za podvod, ve velké míře nakupují produkty od multilevel marketingových společností, aniž by tušili, že tento obchodní model je multilevel marketing. To stejné vyplynulo i z preferencí reklamy. Ti, co si nakoupili nějaký produkt od multilevel marketingových společností, označují jako nejlepší reklamu osobní doporučení. To ukazuje na velice nízkou informovanost o tomto druhu podnikání a taky na špatné zkušenosti respondentů nebo lidí z jejich okolí. Pouze každý devátý respondent vybral možnost, že multilevel marketing je skvělá příležitost k podnikání. Převážně to byli respondenti pohybující se v podnikatelském prostředí. Naopak respondenti, kteří jsou zaměstnanci nejvíce volili možnost, že jim tento pojem

nic neříká. Tato skutečnost jen ukazuje na fakt, že jsme ovlivněni prostředím, ve kterém trávíme nejvíce času.

Naopak pozitivně lze hodnotit pohled na obchodování na finančních trzích, bez ohledu na to, kolik je respondentům let nebo v jakém prostředí se pohybují. 68 % z celkového počtu respondentů sdílí názor, že toto obchodování je rizikové, ale správné vzdělání toto riziko eliminuje. Tato odpověď zároveň vystihuje fakt, že opravdu obchodování na finančních trzích není bez rizika, ale pokud budeme mít v této oblasti dostatečné a správné vzdělání, eliminujeme toto riziko na minimum. Pouhých 5 % oslovených respondentů si myslí, že je to stejné jako hazard. Což naopak svědčí o skutečnosti, že nemají povědomí o tom, co obchodování na finančních trzích je.

Poslední z aspektů, který byl cílem porovnat, je to, jaký má vliv na online podnikání osobnostní rozvoj. Z celkového počtu oslovených respondentů, se 87 % věnuje osobnostnímu rozvoji. Což hodnotím jako velice kladný výsledek, protože v dnešní době je osobnostní rozvoj velice důležitou součástí jakéhokoliv podnikání, o to více to platí v oblasti obchodování na finančních trzích, kde je správně nastavené myšlení 80 % úspěchu. S čímž souhlasí 95 % respondentů, kteří si myslí, že osobnostní rozvoj má vliv na úspěch v online podnikání.

Doporučení z mé strany je hlavně studentům středních a vysokých škol, kteří by se měli více zajímat o obecné informace ohledně financí, o investice a osobnostní rozvoj. Tyto informace mohou člověku velmi pomoci v průběhu celého života a nasměrovat ho správným směrem.

Touto prací jsem chtěl ukázat jaké jsou výhody nebo nevýhody spojení více druhů online podnikání, konkrétně multilevel marketingu a obchodování na finančních trzích, na společnosti, která toto spojení více druhů online podnikání provozuje a věřím, že se mi to povedlo.

7 Seznam použitých zdrojů

ČESKÁ REPUBLIKA, 1992. Zákon č. 634/1992 o ochraně spotřebitele ve znění pozdějších předpisů. In: Sbíрка zákonů. Praha: Federální ministerstvo vnitra, ročník 1992, částka 130, číslo 634. Dostupné také z: <https://aplikace.mvcr.cz/sbirka-zakonu/ViewFile.aspx?type=c&id=2653>

Elektronické obchodování, 2001. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2021-03-21]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Elektronick%C3%A9_obchodov%C3%A1n%C3%AD

Forex, 2001. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Forex>

FTMO, 2021. <https://ftmo.com/cs/faq/co-je-ftmo/>. In: *FTMO* [online]. Praha: FTMO Evaluation Global s.r.o. [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://ftmo.com/cs/faq/co-je-ftmo/>

FURIŠ, Jan, 2011. Co je to MLM, aneb jak se stát dravcem spotřebitelského řetězce. In: *Plnit si své sny není nemožné: MultiLevel Marketing* [online]. [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <http://www.globalbusiness.wbs.cz/MultiLevel-Marketing.html>

HEINZ, Bogdan, 2021. Ponzioho schéma, pyramida, letadlo – co jsou tyto podvody zač?. In: *Finanční magazín Finex.cz* [online]. FINEX MEDIA s.r.o. [cit. 2021-03-27]. Dostupné z: <https://finex.cz/co-je-to-ponziho-schema-pyramida-letadlo/>

IM Academy [online], 2019. New York: IMacademy Inc. [cit. 2021-04-29]. Dostupné z: <https://im.academy/home>

Instagram se stává králem sociálních sítí, 2021. In: *Aktualne.cz* [online]. Praha: Economia a.s. [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/pruzkum-uzivani-socialnich-siti-v-cr-zacalo-letos-klesat/r~ad026ef68dc211e98aa4ac1f6b220ee8/>

KARÁSKOVÁ, Michaela, 2021. *Mymoonshare* [online]. Brno: mymoonshare [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://mymoonshare.com/>

KIYOSAKI, Robert a Sharon LECHTER, 2001. *Bohatý táta, chudý táta*. Praha: Pragma. ISBN 80-720-5853-3.

MACOUREK, Martin, 2021. Náklady na otevření restaurace. In: *21století.cz* [online]. Praha: RF-Hobby s.r.o [cit. 15.2.2021]. Dostupné z: <https://21století.cz/2019/11/28/naklady-na-otevreni-restaurace/>

Momentum Ranks, 2021. In: *BFH Business for home* [online]. Heemstede: Business For Home BV [cit. 20.3.2021]. Dostupné z: <https://www.businessforhome.org/2020/06/recommended-distributors-added-to-the-momentum-ranks/>

PETR, 2019. Historie multilevel marketingu, aneb trnitá cesta MLM. In: *SvětMLM.cz – Magazín o MLM* [online]. [cit. 2021-02-15]. Dostupné z: <http://svetmlm.cz/index.php/historie-multilevel-marketingu-aneb-trnita-cesta-mlm/>

Poslání, cíle, fakta, 2014. Asociace osobního prodeje [online]. Praha: Asociace přímého prodeje, 2014 [cit. 2021-6-26]. Dostupné z: <https://www.osobniprodej.cz/poslani-cile-fakta>

TROUSIL, Michal a Veronika JAŠÍKOVÁ, 2014. *Úvod do tvorby odborných prací*. Hradec Králové: Gaudemaus [i.e. Gaudeamus]. ISBN 978-807-4353-802.

Upozornění ČNB na aktivity, 2021. Česká národní banka [online]. Praha: © ČNB 2021, 10.2.2020 [cit. 2021-6-26]. Dostupné z: <https://www.cnb.cz/cs/dohled-financni-trh/ochrana-spotrebitele/upozorneni/Upozorneni-na-platformy-www.imakademie.cz-www.highlifemakers.cz-a-www.cash-warriors.com/>

Zdroje obrázků:

IM Academy [online]. New York: IMacademy, ©2019 [cit. 2021-02-15]. Dostupné z: <https://im.academy/home>

JIŘÍ H. Co je MLM a jak funguje? Výhody a nevýhody tohoto byznysu. Prace-z-domu.com [online]. ©2019, 10.2.2020 [cit. 2021-03-20]. Dostupné z: <https://www.prace-z-domu.com/co-je-mlm-multi-level-marketing/>

8 Seznam obrázků a tabulek

Obrázek 1: <i>“Respondent podle věku a pohlaví”</i>	12
Obrázek 2: <i>“Respondent podle způsobu výdělečné činnosti”</i>	13
Obrázek 3: <i>„Respondent podle věku”</i>	13
Obrázek 4: <i>„Respondenti podle věku a způsobu výdělečné činnosti”</i>	14
Obrázek 5: <i>“Respondent podle věku”</i>	15
Obrázek 6: <i>“Respondent podle způsobu výdělečné činnosti”</i>	15
Obrázek 7: <i>Znáte konkrétní společnosti</i>	17
Obrázek 8: <i>Respondenti, kteří si koupili od multilevel marketingových společností produkt?</i>	18
Obrázek 9: <i>“Respondent podle preference reklamy”</i>	19
Obrázek 10: <i>Respondenti podle preference reklamy a zakoupení produktů</i>	19
Obrázek 11: <i>“Respondent podle věku a názoru na rizikovost obchodování na finančních trzích”</i>	20
Obrázek 12: <i>“Respondent podle toho, jestli se věnuje osobnostnímu rozvoji nebo ne”</i> ..	21
Obrázek 13: <i>“Respondent podle toho, jakou přikládá důležitost osobnostního rozvoje v online podnikání”</i>	22
Obrázek 14: <i>“Rozdíl mezi multilevel marketingem a klasickým prodejem”</i>	24
Obrázek 15: <i>“Druhy kompenzačních plánů”</i>	25
Obrázek 16: <i>„Analýza trhu“</i>	29
Obrázek 17: <i>“Kompenzační plán společnosti IM Mastery Academy”</i>	34

9 Příloha

Online podnikání

Dobrý den, jmenuji se Daniel Prouza a jsem studentem 3. ročníku bakalářského studia Informační management na Univerzitě Hradec Králové. Zpracovávám bakalářskou práci na téma Online podnikání. Práce je zaměřena převážně na oblast Multilevel marketingu. Dotazník je zcela anonymní a jeho výsledky použiji pouze jako podklad své bakalářské práce.

Moc Vám děkuji, že věnujete pár minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

***Povinné pole**

Jste *

Žena

Muž

Váš věk *

15–25 let

26–35 let

36–45 let

46 let a více

V současné době jste *

Student

Zaměstnanec

Podnikatel

Nic z výše uvedeného

Slyšeli jste už pojem Multilevel marketing *

Ano

Ne

Pokud se řekne Multilevel marketing, vybaví se Vám *

Konkrétní společnost, která se tímto druhem podnikání zabývá

Podvod

Pyramida nebo letadlo

Skvělá příležitost k podnikání

Nic, nemám tušení, co to je

Znáte některou z těchto společností? Amway, Oriflame, Avon, Herbalife, Mary Key, Vorwerk *

Ano

Ne

Koupili jste si nějaký produkt od těchto společností? Amway, Oriflame, Avon, Herbalife, Mary Key, Vorwerk *

Ano

Ne

Jaká forma reklamy Vás nejvíce osloví *

Ve sdělovacích prostředcích (televize, rádio...)

Na internetu nebo sociálních sítích

Osobní doporučení

Myslíte si, že obchodování na finančních trzích je rizikové *

Ano, stejně jako hazard

Nejspíš ano

Ano, ale správné vzdělání riziko eliminuje

Ne

Nevím, co si mám představit pod pojmem obchodování na finančních trzích

Věnujete se osobnostnímu rozvoji *

Ano

Ne

Myslíte si, že osobnostní rozvoj má vliv na úspěch či neúspěch v online podnikání *

Ano

Ne



Zadání bakalářské práce

Autor: Daniel Prouza

Studium: I1800451

Studijní program: B6209 Systémové inženýrství a informatika

Studijní obor: Informační management

Název bakalářské práce: **Online podnikání - možnosti vydělávání peněz v dnešní online době**

Název bakalářské práce AJ: Online business - possibilities to making money in today's time

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Osnova

1. Marketing - přímý prodej
2. Definice MLM - výhody, nevýhody
3. MLM v České republice
4. Použití sociální sítě v MLM
5. Finanční trhy - obecně
- (forexový trh)
6. Důležitost osobního rozvoje v MLM a na forexových trzích
7. Konkrétní podnikání - IM Academy (spojení MLM a forexových trhů)

Cílem mé bakalářské práce je ukázat možnosti online podnikání především v dnešní době. Nejvíce jsem se zaměřil na stále se rozrůstající model podnikání, kterým je multilevel marketing a poté chci popsat, jak se dá tento model spojit s obchodováním na finančních trzích. Teoretická část je věnována vysvětlením jednotlivých pojmů, charakteristice MLM, propojení tohoto druhu podnikání se sociálními sítěmi a důležitostí osobního rozvoje. V této části jsou zároveň popsány výhody a nevýhody těchto druhů online podnikání.

DOUGLAS, Mark. Trading in the zone: tajemství úspěchu na burzovních trzích. 2. vydání. Tetčice: Impossible, [2019]. ISBN 978-80-87673-33-1.

FAITH, Curtis M. Cesta želvy: tajné metody, které dělají z obyčejných lidí legendární obchodníky. Tetčice: Impossible, c2011. Knihovna úspěšného obchodníka. ISBN 978-80-254-9319-9.

TAYLOR, Chris. Recept na úspěch v síťovém marketingu. Brno: Knihkupectví CZ, 2011. ISBN 978-80-87426-22-7.

KALENCH, John. Jak být nejlepší v systému MLM. Brno: Jiří Alman, 1995. ISBN 80-901780-6-5.

CARNEGIE, Dale, CARNEGIE, Dorothy a Arthur R. PELL, ed. Jak získávat přátele a působit na lidi. 12. vyd. Přeložil Svatoslav GOSMAN. Praha: Dobrovský, 2012. ISBN 978-80-7306-519-5.

KIYOSAKI, Robert T. Cashflow kvadrant. Praha: Pragma. 2004. 978-80-7205-853-2

KIYOSAKI, Robert T. Bohatý táta, chudý táta. Praha: Pragma, 2001. ISBN 80-7205-853-3.

Garantující pracoviště: Katedra managementu,
Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Dr. Ing. Vítězslav Hálek, MBA, Ph.D.

Oponent: Ing. Anna Borkovcová

Datum zadání závěrečné práce: 25.5.2021