

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Ekonomická fakulta
Katedra řízení

Bakalářská práce

Freelancer: podnikání na volné noze

Vypracovala: Kateřina Korčáková
Vedoucí práce: Ing. Monika Maříková, Ph.D.

České Budějovice 2021

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Kateřina KORČÁKOVÁ**
Osobní číslo: **E18109**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Řízení a ekonomika podniku**
Téma práce: **Freelancer: podnikání na volné noze**
Zadávatel katedra: **Katedra řízení**

Zásady pro vypracování

Cíl práce:

Zhodnocení aktuálního stavu podnikání na volné noze v ČR, zjištění silných a slabých stránek podnikání na volné noze a případně doporučit změny pro zlepšení současného stavu.

Metodika práce:

1. Prostudování odborné literatury se zaměřením na podnikání na volné noze.
2. Zpracování metodiky v souladu s cílem bakalářské práce.
3. Analýza současného stavu podnikání na volné noze v ČR, identifikace kladů a záporů podnikání na volné noze.
4. Dotazníkové šetření mezi freelancery.
5. Návrh na změny.
6. Závěr.

Rámcová osnova:

1. Úvod.
2. Literární přehled.
3. Cíl a metodika.
4. Vlastní zpracování.
5. Závěr.
6. Přehled použité literatury.
7. Přílohy.

Rozsah pracovní zprávy: **40 – 50 stran**

Rozsah grafických prací: **dle potřeby**

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná**

Seznam doporučené literatury:

- Janouch, V. (2014). *Internetový marketing: Přilákejte návštěvníky a maximalizujte zisk*. Brno: ComputerPress.
- Schánová, L. (2015). *Networking: jak získat nové klienty a obchodní partnery*. Praha: Grada.
- Slaunwhite, S., & Savage, P. (2010). *The wealthy freelancer: 12 secrets to a great income and an enviable lifestyle*. New York: Alpha.
- Srpová, J. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Praha: Grada Publishing.
- Ta'eed, C. (2011). *How To Be a Rockstar Freelancer: Perfect Paperback*. Washington: Eden Media.
- Vlach, R. (2017). *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové*. Brno: Jan Melvil Publishing.
- Veber, J., & Srpová, J. (2012). *Podnikání malé a střední firmy*. Praha: Grada.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Monika Maříková, Ph.D.**
Katedra řízení

Datum zadání bakalářské práce: **17. ledna 2020**

Termín odevzdání bakalářské práce: **17. dubna 2021**


doc. Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 10, 370 05 České Budějovice


doc. Ing. Petr Řehoř, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 20. února 2020

Prohlášení autora

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury. Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to – v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Ekonomickou fakultou – elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne:

Podpis studenta:

Poděkování

Velké poděkování patří mé vedoucí práce Ing. Monice Maříkové, Ph.D. za její cenné rady, metodické vedení, trpělivost, skvělý přístup a ochotu při psaní bakalářské práce. Svými bohatými zkušenostmi a širokým přehledem o problematice mi byla vždy velmi nápomocna.

Obsah

Obsah	1
Úvod.....	2
Teoretická část	3
1. Základní pojmy	3
1.1 Podnikání.....	3
1.2 Podnikatel.....	4
1.3 Freelancer	5
2. Freelancing.....	8
2.1 Co je potřeba k podnikání na volné noze	8
2.1.1. Legislativní požadavky při podnikání na volné noze.....	8
2.1.2. Podnikatelská činnost.....	10
2.1.3. Marketingová strategie freelancera	11
2.2 Klady a zápory podnikání na volné noze v ČR	14
3. CÍL A METODIKA.....	17
3.1 Cíle bakalářské práce.....	17
3.2 Struktura a popis bakalářské práce	17
3.3 Popis výzkumu a výzkumných otázek	18
4. Vlastní práce	22
4.1 Výsledky dotazníkového šetření.....	22
4.2 Navrhované řešení	38
4.2.1. Eliminace nevýhod podnikání na volné noze.....	38
4.2.2. Využívání sociálních sítí	42
4.2.3. Využití podpory prodeje	43
Závěr	45
Summary a keywords.....	47
Seznam použité literatury	48

Úvod

Tématem bakalářské práce je podnikání na volné noze (tzv. freelancing). Podnikání na volné noze je velmi specifickou formou podnikání. Podnikatel neprodává pouze produkt, ale i sebe samého (své znalosti v daném oboru). Bakalářská práce přibližuje čtenáři problematiku spojenou s tímto typem podnikání. Nastíní mu současný stav freelancingu, uvede klady a zápory a vysvětlí základní pojmy tématu. Podnikání na volné noze nabírá v posledních letech na popularitě, protože tento druh podnikání poskytuje dostatečnou míru svobody a nezávislosti.

V porovnání s dalšími státy EU patří Česká republika k zemím s největším počtem podnikatelů na volné noze. Konkrétně jedno z největších zastoupení má z evropských hlavních měst právě Praha. Jedná se o 21 % podnikatelů na volné noze (*Self-employment across EU regions, 2020*).

Freelancing je odrazem životních hodnot podnikatele a nutí ho neustále na sobě pracovat a rozvíjet své znalosti v daném oboru. Úspěch, který se pak dostavuje, je jednou z hlavních motivací proč se lidé začnou freelancingu věnovat. Ačkoliv s sebou podnikání na volné noze přináší i některé hrozby, jako je nejistý pravidelný příjem, časová náročnost nebo absence týmové spolupráce, přesto tyto faktory neodradí freelancery začít s podnikáním. Činnost nezávislých odborníků je populární také u řady firem, které si je najímají. Z pohledu snížení nákladů se jim vyplatí využít tuto alternativu.

Práce se skládá z teoretické a empirické části. V teoretické části jsou vysvětleny základní pojmy, jako je: podnikání, podnikatel a freelancer. Jsou zde uvedeny rozdíly mezi klasickým podnikáním a podnikáním na volné noze. Dále je vysvětleno, co vše je k podnikání na volné noze potřeba, ať už jsou to legislativní povinnosti nebo marketingové strategie. Empirická část se skládá z prováděného výzkumu a výsledků. V neposlední řadě je uvedeno navržené řešení pro eliminaci nevýhod podnikání na volné noze.

Cílem bakalářské práce je analýza současného stavu podnikání na volné noze v ČR, identifikace kladů a záporů podnikání na volné noze a průzkum využití marketingových strategií a nástrojů českých freelancerů. Cíle tak čtenáři podrobněji představí současnou situaci v podnikání na volné noze v ČR.

Teoretická část

1. Základní pojmy

Úvodem je nutné vysvětlit základní pojmy a definice, které se týkají tématu podnikání na volné noze neboli freelancingu. Vysvětlení základních pojmů umožní pochopit podstatu tohoto typu podnikání, založeného na profesionalitě, individualitě a nezávislosti.

1.1 Podnikání

Obecně se dá říci, že z pohledu ekonomů existují různá pojetí procesu podnikání. Například Srpová a Řehoř (2010, s. 19) popisují 3 základní pojetí podnikání: „*Podnikání jako proces (činnost). Jde o vytvoření něčeho navíc, nové (přidané hodnoty), která může mít finanční nebo nefinanční formu.*“, nebo „*Podnikání jako přístup (metoda).*“ Jako poslední pojetí uvádí Srpová a Řehoř (2010, s. 20): „*Podnikání jako hodnotová orientace. Symbolicky bývá označovaná jako “podnikatelský duch”, což představuje typickou strukturu hodnot a postojů, která má společenský a individuální rozměr.*“

Dále podnikání definuje Šilhán a Czudek, (2015, s. 12) takto: „*Podnikání je určitá kvalifikovaná činnost. Zákon ji vymezuje následujícími znaky:*

- *Výdělečná činnost*
- *Vykonávaná samostatně*
- *Na vlastní účel a odpovědnost*
- *Živnostenským nebo obdobným způsobem*
- *Se záměrem činit tak soustavně*
- *Za účelem dosažení zisku.*“

Tyto dílčí pojmy detailněji objasňuje Srpová a Řehoř (2010, s. 20) takto:

- *soustavnost* – znamená, že činnost musí být vykonávána opakovaně a pravidelně, ne příležitostně;
- *samostatnost* – je-li podnikatelem fyzická osoba, jedná osobně; právnická osoba jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu;
- *vlastní jméno* – právní úkony činí podnikatel fyzická osoba svým jménem a příjmením, právnická osoba pod svým názvem (obchodní firmou);
- *vlastní odpovědnost* – podnikatel (fyzická i právnická osoba) nese veškeré riziko za výsledky své činnosti;

- **dosažení zisku** – činnost musí být vykonávána s úmyslem docílit zisku (nemusí být však dosažen).

To, v čem se všechny definice podnikání shodují, je snaha podnikatele proměnit vklady na zisk a vnést na trh produkty nebo služby, které povedou ke spokojenosti zákazníka (Mulačová & Mulač, 2013).

Na proces podnikání je možné nahlížet z různých úhlů pohledů:

- Ekonomické pojetí – začlenění ekonomických prvků s cílem vytvoření jejich přidané hodnoty;
- Psychologické pojetí – podnikatel usiluje o seberealizaci, nezávislost a je motivován potřebou dosažení cílů;
- Sociologické pojetí – podnikatelská činnost zahrnuje širší okruh lidí, s tím souvisí i vznik nových pracovních příležitostí;
- Právnícké pojetí – v tomto pojetí uvádí autor dnes již neplatnou definici podnikání dle zákona č.513/1991 Sb., obchodní zákoník, v aktuálním znění § 2. (Veber & Srpová, 2012). Nová právní definice podnikání je aktuálně zakotvena v novém občanském zákoníku.

Procesu podnikání se musí člověk permanentně učit. Každodenně stojí před výzvou řešit nové věci a situace. Důležitým prvkem osobnosti podnikatele je proto podnikatelský duch a schopnost stále se vzdělávat, získávat zkušenosti z praxe, literatury i od svých kolegů (Vlach, 2017).

1.2 Podnikatel

Pojem podnikatel je definován v občanském zákoníku, konkrétně v § 420 a § 421. Rozděluje se na dva typy:

1. ti, kteří podnikají

Šilhán a Czudek (2015, s. 12) tento typ popisují: „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. S podnikatelským oprávněním souvisí: platí, že podnikatelem je již i osoba, která k podnikání určité živnostenské nebo jiné oprávnění má. Stačí tedy živnostenské oprávnění mít; není nutné skutečně podnikat.“

2. ti, kteří jsou zapsáni v obchodním rejstříku

Druhý typ popisuje Šilhán a Czudek (2015, s. 12) jako: „*Druhá kategorie podnikatelů žádný důkaz opaku nepřipouští. Za podnikatele se vždy považuje každá osoba, která je zapsaná v obchodním rejstříku. Kdokoliv je zapsán v obchodním rejstříku, je podnikatelem, a to bez ohledu na to, zda podniká, anebo nepodniká. Zaměření jeho činnosti není v tomto případě relevantní. Například: bytové družstvo podnikání nevykonává. Jelikož se ale zapisuje do obchodního rejstříku, podnikatelem je. Kdo se zapisuje do obchodního rejstříku, stanoví zákon o veřejných rejstřících (v §42).*“

Z předchozího rozdělení lze shrnout, že podnikatel je nejen osoba, která podniká, ale i ta, která je evidovaná v obchodním rejstříku (Šilhán & Czudek, 2015).

Stejně jako u pojetí podnikání, tak i definici podnikatele můžeme posuzovat z různých hledisek – právního, ekonomického, psychologického apod. (Srpková & Řehoř, 2010).

Pro podnikatele jsou typické charakteristické znaky osobnosti, jako je samostatnost v rozhodování a schopnost odhadnout jaký produkt chybí na trhu a dovednost umět ho prosadit. Podnikání není vždy jen o úspěchu, podnikatel musí nést riziko v případě obchodního nezdaru. Zároveň se musí neustále sebevzdělávat a sledovat trendy trhu i legislativní změny. Velké nároky jsou kladeny na jeho organizační schopnosti apod. (Veber & Srpková, 2012).

Předpoklady a úspěchy podnikatele definuje výstižně článek na portálu Podnikatel.cz, který uvádí, že úspěšní podnikatelé hledají řešení, nikoliv výmluvy, mají jasnou vizi a vědí, že je čeká každodenní tvrdá práce. Bez toho se úspěch nemůže dostavit. Takto nastavené myšlení se ovšem neobejde bez akčního jednání. Je lepší se občas spálit než jen o podnikání přemýšlet. Jak uvádí autor článku: „*Úspěšní ale moc nepřemýšlí o tom, že by se jim něco nepovedlo. Mají svůj cíl, který vidí jasně před sebou a jdou si za ním, protože věří, že to pro ně má smysl a vygeneruje to výsledek, který je pro ně hodnotný.*“ (Vesecký, 2014).

1.3 Freelancer

Robert Vlach (2017, s. 15) ve své knize definuje freelancery takto: „*Jako freelanceři jsme v první řadě odborníci a až poté podnikatelé.*“ Zásadním předpokladem pro podnikání na volné noze jsou tedy hluboké znalosti a vysoká odbornost v oboru podnikání.

Česká veřejnost se často mylně domnívá, že freelanceři jsou v podstatě živnostníci nebo osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ). Pro podnikatele na volné noze je však spíše než forma podnikání charakteristický jejich přístup. Prezentují se jako nezávislí

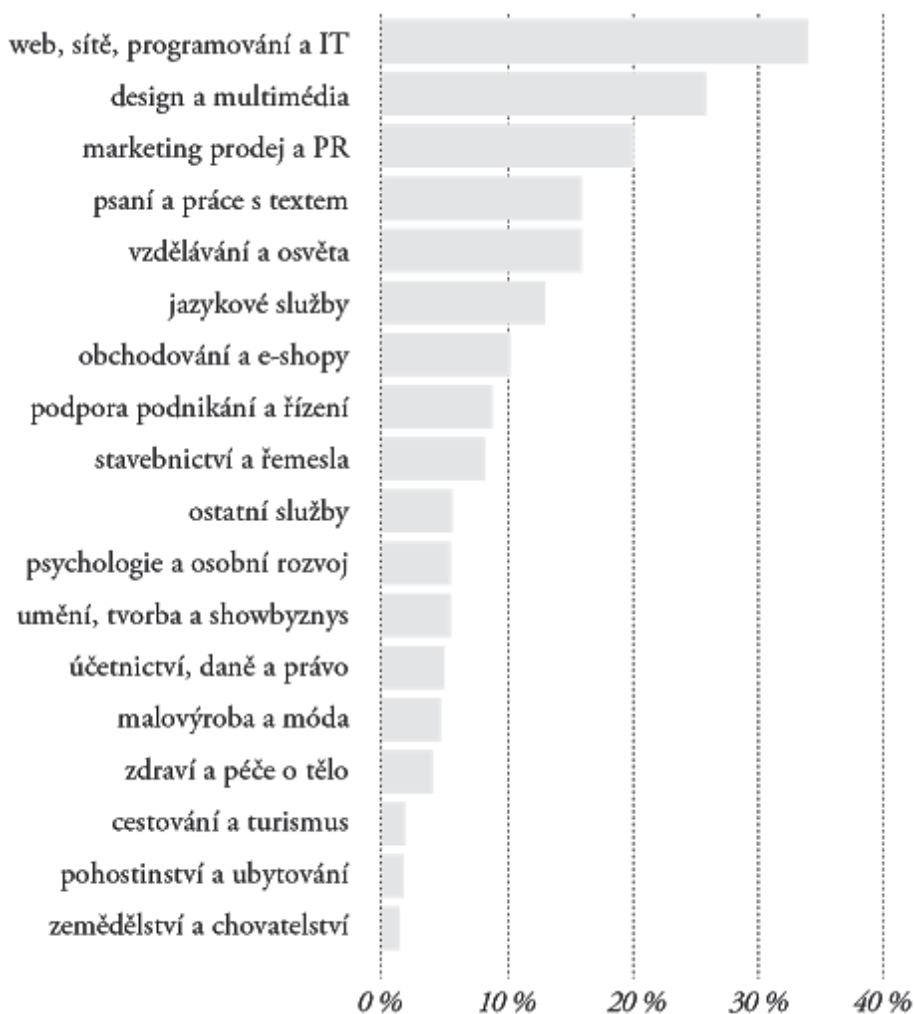
profesionálové pod vlastním jménem a s vyhraněným profesním zaměřením (Vlach, 2017).

Podnikání na volné noze se na rozdíl od podnikání ve společnosti liší v tom, že se týká výhradně osoby podnikatele. Společnost je totiž oddělená od jejího majitele. Podnikání na volné noze se této osoby velmi týká, je většinou na všechno sama (Vlach, 2017).

Podle Vlachova (2017, str. 28) průzkumu: „Má 7 % českých freelancerů zaměstnance a dalších 11 % je mívá na přechodnou dobu.“ Z toho vyplývá, že podnikání na volné noze se týká převážně podnikatelů – jednotlivců, bez zapojení zaměstnanců do chodu firmy.

Přehled oborového složení českých freelancerů vytvořeného na základě průzkumu Roberta Vlacha.

Obrázek 1: Oborové složení českých freelancerů



Zdroj: Robert Vlach, 2017

Vysvětlení pojmu freelancer ve světě se příliš neliší od české definice. Freelancer je v zahraničí definován jako osoba samostatně výdělečně činná, která nabízí své odborné znalosti a je finančně hodnocena buď podle charakteru projektu, nebo stanovené hodinové sazby (Kendall, 2012).

Například v USA je freelancer často definován jako osoba, která podniká sama na sebe. Většina z nich nabízí specializované služby, jako například služby v oboru fotografie, programování apod. (Ta'eed, 2011).

Upwork je největší webová stránka v USA, která umožňuje firmám nebo klientům vyhledávat odborníky z řad nezávislých podnikatelů. Ti mohou být díky společnosti Freelancers Union, která se v USA řadí mezi největší organizace zastupující freelancery, její součástí. Z posledních výsledků, které zveřejnily Freelancers Union a Upwork v roce 2019 vyplývá, že na americkém trhu působí 57 mil. freelancerů. Převažují zástupci tzv. generace Z. Většina z nich je rozhodnuta věnovat se podnikání na volné noze dlouhodobě (Sixth annual "Freelancing in America" study finds that more people than ever see freelancing as a long-term career path, 2019).

V Evropě je z historického pohledu pojem freelancer známý už na přelomu 18. a 19. století. V současné době zažívá pozice freelancera obrovský boom, protože lidé preferují nezávislost a současně i trh hledá samostatné specialisty, kteří jsou špičkami ve svém oboru (Horowitz, 2012).

Výsledky zveřejněných studií z roku 2018 hovoří o tom, že v Evropské unii se freelancingu věnovalo cca 33 mil. osob ve věku od 15 do 74 let. Prvenství ve statistikách zaujímají Řekové, Italové a dále Poláci. Česká republika se v počtu freelancerů umístila na čtvrté pozici (Self-employed persons, 2019).

O rozvoj a podporu freelancerů v Evropě se v letošním roce zasloužili čeští freelanceři vytvořením nového webu Freelancing.eu. Tento projekt umožňuje propojení všech evropských freelancerů se zahraničními klienty. Na této platformě může uživatel najít seznam zahraničních freelancerů, ale také skupiny, komunity atd. (Vlach, 2020).

Jak shrnuje současný stav Vlach: *„Největší změna nastala po krizovém roce 2008, kdy hospodářská recese přiměla firmy i korporace k tomu, aby více spoléhaly na externí nezávislé profesionály a tento trend pokračuje dodnes. Český freelancing tak dospěl od bodu nula, v porevolučních letech, až po plně rozvinutý trh. Dnes se můžeme směle srovnávat s freelance ekonomikou USA a západoevropských zemí.“* (Poncarová, 2019).

2. Freelancing

Ti, kteří si zvolili podnikání na volné noze tzv. freelancing, chtěli být především pánem svého času a realizovat své schopnosti a dovednosti kreativním způsobem. Podnikání na volné noze je samotářská práce. Typickou formou práce je pro freelancery to, že často podnikají v domácím prostředí, a i když pro někoho pracují, jsou izolovaní od ostatních pracovníků (Hackwith, 2011).

Freelancing nezahrnuje pouze jednu činnost, ale podnikatel musí zastupovat více pozic, ať už se jedná o práci organizátora, odborníka nebo účetního. Freelancer musí sám získat své zákazníky, vytvořit produkt nebo službu a následně ho prodat. Proto je zásadní, aby byl podnikatel na volné noze pracovitý a schopný zvládat více činností samostatně (Horowitz, 2012).

Osoba, která chce podnikat na volné noze, si musí ujasnit, jaké projekty, zákazníky, příjmy a formu práce preferuje. Všechny tyto oblasti jsou velmi důležité (Slaumwhite, 2010).

2.1 Co je potřeba k podnikání na volné noze

Předpokladem pro to stát se freelancerem, je vytvořit si základnu zákazníků a zajímavé produktové portfolio (Kendall, 2012).

Tři nejdůležitější pilíře pro podnikání na volné noze popisuje Vlach (2017, s. 14) následovně: *„Podnikání nezávislých profesionálů můžeme rozdělit do 3 hlavních rovin: 1. Odbornost (to chtějí klienti), 2. Daňová a jiná administrativa (to chce stát) a 3. Vlastní podnikání, které zahrnuje vše ostatní včetně toho, co chcete vy (výdělek, stabilitu, časovou flexibilitu, uspokojení z práce aj.).“*

Následující podkapitoly jsou věnovány podrobnému výkladu toho, co zahrnuje podnikání na volné noze.

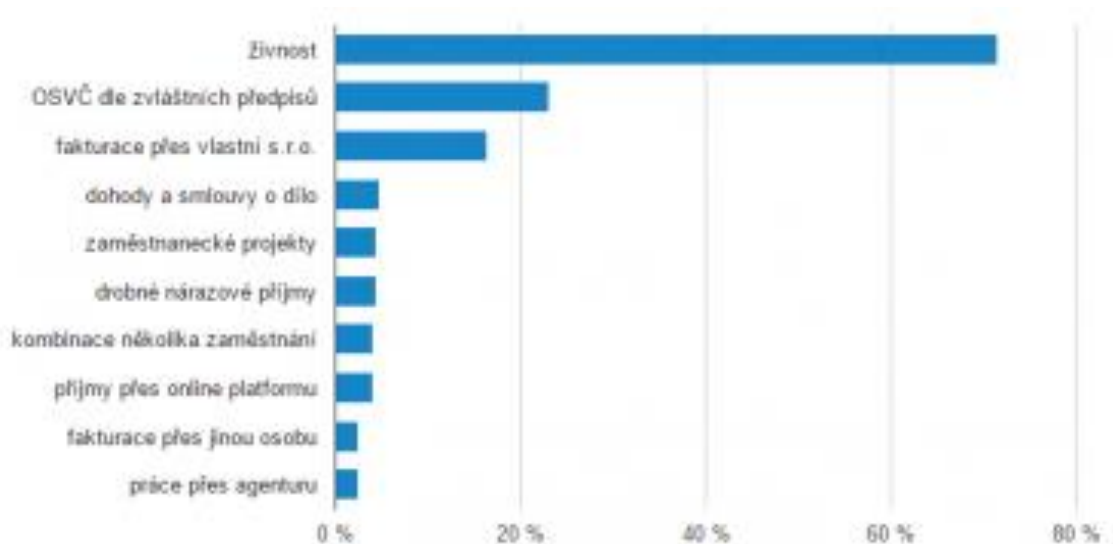
2.1.1. Legislativní požadavky při podnikání na volné noze

Co se týká právní formy freelancerů v České republice, převažují především živnostníci a osoby samostatně výdělečně činné (OSVČ) (Vlach, 2017).

Pokud si podnikatel zvolí formu živnosti, je jednou z kladných stránek nízký kapitál a také nenáročná administrativa, což je pro podnikání na volné noze žádoucí (Mulačová & Mulač, 2013).

Pro přesnou charakteristiku živnosti můžeme citovat Mulačovou a Mulače (2013, s. 29): „Živností se rozumí soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek živnostenského zákona.“ Dále Mulačová a Mulač (2013, s. 29) dodává: „O povolení živnosti rozhodují živnostenské úřady, které vedou živnostenský rejstřík.“

Graf 1: Právní forma podnikání na volné noze



Zdroj: Robert Vlach, 2015

Z grafu vyplývá, že největší zastoupení ve volbě právní formy podnikání u freelancerů má forma živnosti.

Pro získání živnosti musí podnikatel učinit následující kroky, které Veber a Srpová (2012, s. 76) popisují:

- „Navrhnout obchodní jméno, pod kterým bude živnostenské podnikání provozováno;
- Ověřit, zda činnost, v níž chceme podnikat, vykazuje znaky živnosti;
- Ověřit, zda splňujeme všeobecné a případně i zvláštní podmínky pro provozování živnosti;
- Zjistit, do jaké skupiny živností patří činnost, kterou chceme vykonávat;
- Vyplnit jednotný registrační formulář na centrálním registračním místě nebo na Czech POINTu, předložit požadované dokumenty a zaplatit správní poplatek;
- Zahájit podnikatelskou činnost.“

Mezi základní podmínky pro získání oprávnění živnosti patří dosažení věku plnoletosti. Dále musí být osoba způsobilá k právním úkonům a bezúhonná. Nesmíme zapomenout ani na odbornou způsobilost (Veber & Srpová, 2012).

2.1.2. Podnikatelská činnost

Nepochybně výhodné pro podnikatelskou činnost freelancera je to, aby smýšlel podobně jako kdyby vedl firmu a bral si inspiraci z obchodních firemních taktik. Jediným rozdílem je skutečnost, že on sám je vlastním produktem (Kendall, 2012).

Existují také další prvky, ve kterých se liší podnikání na volné noze a firemní podnikání.

Tabulka 1: Porovnání podnikání na volné noze a firemního podnikání

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

Dalším rozdílem, ve kterém se freelanceři odlišují od ostatních podnikatelů, je například stanovení sazeb. Freelanceři si účtují od hodiny, dne nebo projektu, zato firmy si účtují od produktu. Pro každého nového podnikatele na volné noze je nezbytně nutné stanovit si podnikatelský plán. Tento plán by měl zahrnovat strategii organizační, marketingovou a zejména finanční (Ta'eed, 2011).

Veber a Srpová (2012, s. 95) uvádějí, že: „*Podnikatelský plán je písemný dokument zpracovaný podnikatelem, popisující všechny podstatné vnější i vnitřní faktory související se zahájením podnikatelské činnosti. Zpracování podnikatelského plánu vyžaduje investici, odvahu a flexibilitu. Podnikatelský plán slouží k interním účelům, zejména je však vyžadován externími subjekty.*“

Základním předpokladem pro start podnikání na volné noze je kapitál. Nespornou výhodou tohoto podnikání je fakt, že výše kapitálu nemusí být vysoká. Důležitá je v tomto směru odbornost freelancera a jeho vysoká specializace v daném oboru (Vlach, 2017).

V podnikání na volné noze je současně potřeba počítat s riziky, stejně jako v jiných formách podnikatelské činnosti. Martinovičová et al. (2019, s. 25) upozorňuje: „*Riziko v podnikání má dvě stránky, a to pozitivní i negativní. Pozitivní stránka je spojována s očekáváním úspěchu, uplatněním na trhu a dosažením vysokého zisku, přičemž tato stránka podnikání je určitým hnacím motorem fungování a rozvoje tržní ekonomiky. Negativní stránka se projevuje nebezpečím dosažení horších hospodářských výsledků, než podnik předpokládal, příp. ztrátami a v krajním případě i bankrotem.*“

V podnikání na volné noze vystupuje podnikatel výhradně sám za sebe, a proto je důležitý jeho permanentní seberozvoj, který ovlivňuje výslednou práci freelancera. Tento proces klade na člověka velké nároky, jak časové, tak mentální. Proto by měla existovat rovnováha mezi prací a odpočinkem, jako prevence proti profesnímu vyhoření (Poncarová, 2019).

2.1.3. Marketingová strategie freelancera

Jak Vlach (2017, s. 641) říká: „*Marketing freelancerů vypadá a funguje úplně jinak než ten firemní. Jen minimálně se opírá o reklamu, ale zato má velice těsnou návaznost na některé klíčové strategie.*“ Jako klíčové strategie Vlach (2017, s. 641) uvádí: „*Dobré jméno je ta nejlepší reklama sama o sobě a nestojí ani korunu. Odbornost, kvalitu a produktivitu klienti sami vyhledávají a jsou ochotni za ni zaplatit.*“

Podnikání na volné noze je odlišné od standardního podnikání v tom, že freelancer je podnikatel i produkt, proto je pro něj dobré jméno tak klíčové. Díky dobrému jménu se může freelancer dostat k lepším zakázkám (nabídkám). Do povědomí se freelancer může dostat také pozitivními referencemi mezi známými, dalšími freelancery a lidmi v okolí. O své práci by měl veřejně mluvit. Dalším způsobem, jak se může freelancer dostat do

povědomí zákazníků, je online marketing, který zahrnuje sociální sítě, networking nebo vlastní webové stránky (Vlach, 2017).

V současné době je fungování webových stránek absolutně nedílnou součástí podnikatelské činnosti. Díky webovým stránkám se může podnikatel prezentovat navenek v online světě a být v interakci se zákazníkem. Webové stránky by měly obsahovat prvky, které umožní zpětnou vazbu zákazníka. Jedná se o vyplňování recenzí, dotazníkové formuláře pro získávání zpětné vazby nebo možnost přihlášení se k odběru informativních e-mailů od podnikatele. Tím se může rozšířit portfolio potenciálních zákazníků a podpoří se budoucí obchodní komunikace. Dále se podnikatelům vyplatí založit si vlastní e-shop pro online prodej svých služeb nebo produktů (Janouch, 2014).

Webové stránky freelancera by měly mimo jiné obsahovat informace o realizaci významných projektů, referenční příběhy zákazníků, doklady o profesní způsobilosti (certifikáty, ocenění). V úvodu je pak nezbytné seznámit návštěvníky webu s osobním příběhem freelancera a jeho produktovým zaměřením. Pro větší zosobnění je dobré tuto sekci doplnit fotoportrétem, který osobnost podnikatele vystihuje a současně zaujme na první pohled (Vlach, 2017).

Online nástrojem pro získání klientů, který může freelancerům pomoci, je networking. Schánová (2015, s. 10) ho definuje jako: *„Způsob získávání nových kontaktů a jejich následná aplikace při vytváření obchodních příležitostí.“* A dále Schánová (2017, s. 11) uvádí: *„Úkolem networkingu je sdružování lidí, kteří si mohou pomáhat při budování vlastních obchodních kontaktů či sítí.“*

Do povědomí zákazníků se může freelancer dostat také prostřednictvím sociálních sítí, které jsou dnes velmi oblíbené. Janouch (2014, s. 299) je charakterizuje: *„Sociální média jsou online média, kde je obsah (spolu)vytvářen a sdílen uživateli. Sociální média se nepřetržitě mění tím, jak se mění (přibývá) jejich obsah, a také přidáváním mnoha funkcí.“* Dále Janouch (2014, s. 312) dodává: *„Sociální média pomáhají sdílet informace mezi názorově podobnými lidmi, a tak kladné reference od jednoho člověka se mohou snadno dostat k poměrně širokému okruhu lidí. Ti navíc takovým informacím budou věřit o hodně víc než třeba tomu, co tvrdíte na vašich WWW stránkách.“*

Nejnámější sociální síť pro podnikatele je LinkedIn. Jedná se o profesní portál, kde se dají získat pracovní kontakty. Profil na LinkedInu slouží jako profesní životopis, proto je důležité v něm vyzdvihnout zejména pracovní zkušenosti, odbornost a motivaci

k dosažení cílů. LinkedIn také nabízí možnost seskupení uživatelů, kde si pak lidé následně předávají zkušenosti a další informace (Schánová, 2015).

Rozšířenou sociální sítí, která je vhodná k byznys propagaci, je Twitter. Frey (2011, s. 61) tuto síť definuje jako: „*Twitter je poskytovatel sociální sítě a mikroblogu, který umožňuje uživatelům posílat a číst příspěvky zaslané jinými uživateli, známé jako tweety.*“ Díky Twitteru lze vytvořit komunitu nových zákazníků, se kterými budou podnikatelé na volné noze v interakci (Frey, 2011).

Celosvětově může freelancer oslovit své zákazníky prostřednictvím sociální sítě Facebook. Ta umožňuje vytvořit si vlastní firemní profil a využít komunikační nástroje jako např. vkládání fotografií a videí, vytvoření diskusí a využití PPC reklamy aj. (Štědroň et al., 2018).

Princip fungování PPC reklamy vysvětluje Janouch (2014, s. 94) takto: „*PPC znamená pay-per-click, zaplat' za klik. V principu je tato reklama zobrazována pouze lidem, kteří hledají určité informace pomocí vyhledávačů nebo si prohlíží nějaký obsah a je jim nabízena reklama související s tímto obsahem. PPC reklama je jednou z nejúčinnějších forem marketingové komunikace na Internetu.*“ Na obdobném principu funguje na českém internetovém vyhledávači Seznam.cz reklamní nástroj tzv. Sklik (Janouch, 2014).

Poslední často využívanou platformou, kterou mohou freelanceři využít k propagaci sebe samých, je YouTube. Podnikatel může umisťovat na internetový kanál svá vlastní videa, nebo pomocí systému Google AdWords vkládat reklamní spoty do videí jiných uživatelů. Úspěšnost videa nebo reklamního sdělení určuje počet zhlédnutí (Janouch, 2014).

Velmi účinnou formou prezentace freelancera je pořádání eventů. Při těchto akcích se podnikatel zaměřuje na klíčové skupiny zákazníků. Marketingové akce slouží jako efektivní způsob prezentace nových produktů, uváděných na trh. Na event akcích by měl podnikatel zaujmout netradiční formou prezentace a vzbudit tak zájem potenciálních zákazníků (Frey, 2011).

Pro interní vyhodnocení úspěšnosti podnikání na volné noze je důležitá zpětná vazba od klientů. Tu lze získat formou dotazování. Může se jednat o osobní dotazování, kdy dochází k interakci mezi tazatelem a respondentem, nebo telefonické, které je pro tazatele výhodnější z důvodu rychlé zpětné vazby. Další formy jsou písemné a online dotazování. Při písemném dotazování je respondent sdílnější z důvodu absence tazatele. Online dotazování je v současnosti nejpoužívanější (Karlíček, 2018).

Uvádí-li freelancer na trh nový produkt, může využít kromě event marketingu také podporu prodeje. Srpová a Řehoř (2012, s. 220) tuto strategii popisují jako: „*Pro prostředky podpory prodeje je charakteristické, že poutají pozornost zákazníka k produktu, zároveň mu umožňují získat určitou hodnotu navíc či „zdarma“ a zpravidla představují tak silný stimul k nákupu, že mají až charakter výzvy.*“ Jedná se o výhody ve formě slev, kupónů, soutěží, testerů nebo různých programů (Srpová & Řehoř, 2010).

S uvedením nového produktu na trh úzce souvisí proces cenotvorby. Jedná se o nejdůležitější prvek v rámci marketingové strategie freelancerů. Jak říká Vlach (2017, s. 427): „*Nesmíme mít cenu ani předraženou, ani moc nízkou.*“

K tvorbě cen může podnikatel přistupovat několika způsoby, z nichž Veber a Srpová (2012, s. 210) uvádí tyto:

- *tvorba cen vycházející z nákladů,*
- *tvorba cen orientovaná na poptávku,*
- *tvorba cen orientovaná na konkurenci.*

Zvolí-li podnikatel tvorbu cen orientovanou na náklady, pak vychází z vlastních nákladů, ke kterým připočte marži, nebo z neúplných nákladů, kdy si určí nejnížší možnou cenu. Při volbě ceny orientované na poptávku, je cena stanovena na základě poptávky trhu. Cena orientovaná na konkurenci vychází z konkurenčních cen ostatních podnikatelů. Cena může být stejná, vyšší nebo nižší než konkurenční (Synek, 2015).

Marketingová strategie freelancera se v mnoha ohledech neliší od firemních marketingových strategií. Při prezentaci však podnikatelé na volné noze kladou větší důraz na sebe samé.

2.2 Klady a zápory podnikání na volné noze v ČR

Tato kapitola pojednává o kladech a záporech podnikání na volné noze českých freelancerů.

Největším pozitivem podnikání na volné noze je samostatnost a svoboda. Freelanceři se totiž mohou sami rozhodnout, jakou práci přijmou a za jakou cenu. Dalším velkým benefitem je skutečnost, že se většinou freelancer nemusí o svůj zisk dělit (Vlach, 2017).

Oproti firemnímu podnikání může využívat freelancer další výhody, jako je práce z jakéhokoliv místa, kdy není vázán na firemní kancelář. Sám si řídí svůj time

management a zároveň ovlivňuje výši svých příjmů a budoucnost podnikání (Kendall, 2012).

Pracovat odkudkoliv přináší freelancerovi obrovský pocit svobody. Tento jev se ujal pod názvem tzv. digitální nomádství. Je to častý důvod, proč si lidé zvolí právě podnikání na volné noze. K vybavení pro práci na cestách jim stačí obvyklá technika: PC, internetové připojení, telefon (Vlach, 2017).

Poslední velkou výhodou podnikání na volné noze je to, že obecně patří k nejpřístupnějším formám podnikání ze všech. Ať z hlediska kapitálu nebo administrativy. Často je možností, jak si vydělat více peněz než v klasické formě zaměstnání. Profesní znalosti, které v této činnosti uplatňují, mohou freelanceři předávat dál a tím nacházejí své profesní uspokojení (Vlach, 2013).

Podnikání na volné noze s sebou přináší také určitá rizika a nevýhody.

Největší nevýhodou je nejistota pravidelných příjmů. Snahou freelancera je především udržet podnikání v ziskových číslech (Vlach, 2017). Podle Vlachova (2017, s. 136) výzkumu: *„se jen 17 % freelancerů opírá o větší finanční rezervu, aby měli dost peněz stranou pro všechny případy.“*

Freelancer by se měl vyvarovat špatně nastavenému time managementu a s tím spojené nespolehlivosti při dodržování termínů předání zakázek nebo projektů. Ovlivňuje tím budování dobrého jména jako podnikatele. Obecně zákazníci oceňují spolehlivost a dodržování závazků. Právě proto je důležité umět zorganizovat svůj pracovní čas ke spokojenosti zákazníka (Vlach, 2016).

Citlivým tématem ve spojení s time managementem je umění oddělit pracovní čas a volnočasové aktivity. Ne každému se toto daří a workoholismus pak může vést k negativním dopadům na kvalitu práce a osobní spokojenost (Vlach, 2017).

Ze zkušeností a statistik vyplývá, že při podnikání na volné noze jsou nejvíce kritické první dva roky. Podnikatel je nezkušený a může hodně chybovat. Nevýhodou je rovněž nenahraditelnost freelancera v době nemoci. Tuto situaci může řešit například pojištěním nebo rezervami ve smluvních termínech (Vlach, 2013).

Rizikovým faktorem v podnikání na volné noze je jistá míra stresu, která se netýká jen začínajících freelancerů (Vlach, 2017). Vlach (2017, s. 150) uvádí: *„Úroveň stresu a rizika, kterou dokážeme unést, je dána několika věcmi. Jednak výchovou a tím, co jsme*

dostali s narozením do vlnku. Dále podnikatelskou kulturou a podnikavostí dané země či komunity. A konečně náš vztah k nejistotě a stresu ovlivňuje i to, jakou máme životosprávu a kolik máme pohybu.“ Dále Vlach (2017, s. 152) dodává: „Připadá mi lepší znát svá rizika a čelit jim než se tvářit, že žádná neexistují. Myslím, že to je obecně lepší nastavení mysli i pro rozjezd podnikání.“

Důvodem stresu podnikatele může být i to, že nerozlišuje mezi profesním a osobním životem. Pracuje z domova, jeho rodina se často stává součástí podnikání a přátelé klienty (Horowitz, 2012).

Uvědomění si kladů, záporů a rizik podnikání na volné noze je nezbytným krokem při volbě tohoto povolání.

3. CÍL A METODIKA

Tato kapitola popisuje cíl bakalářské práce, stanovené výzkumné otázky a formu a strukturu samotného výzkumu, která povede k vytvoření finální analýzy a závěrů.

3.1 Cíle bakalářské práce

Pro naplnění cíle práce – analýza současného stavu podnikání na volné noze v ČR a identifikace kladů a záporů podnikání na volné noze, byl stanoven následující dílčí cíl:

- průzkum využití marketingových strategií a nástrojů českých freelancerů.

Pro naplnění těchto cílů je v bakalářské práci zvolen kvantitativní výzkum (Kozel et. al., 2011). Pro výzkum byl vytvořen strukturovaný dotazník, který byl formulovaný tak, aby poskytl dostatečné množství relevantních dat pro dosažení cílů. V návrhu na zlepšení této problematiky se dále nacházejí kvalitativní data z výzkumu od českých freelancerů.

3.2 Struktura a popis bakalářské práce

První část práce obsahuje teoretické znalosti orientované na podnikání na volné noze, tzv. freelancing. Definuje základní pojmy, jako je podnikatel, podnikání a freelancer. Dále popisuje, jaké předpoklady a podmínky jsou nutné pro podnikání na volné noze a jaké znalosti a dovednosti musí freelancer splňovat.

Uvedené informace byly čerpány z odborné české i zahraniční literatury a následně využity při definici výše uvedených pojmů. Prostudování odborné literatury se stalo současně podkladem pro praktickou část práce.

Úvod praktické části je zaměřen na výsledky získané z dotazníkového šetření. Hlavním postupem je analýza a následné vyhodnocení získaných dat. Dále byly stanoveny výzkumné otázky inspirované výzkumem Roberta Vlacha z roku 2017.

Výzkumná otázka 1: Na volné noze podniká více jak 25 % freelancerů v oboru web, sítě, programování a IT.

Výzkumná otázka 2: Nejčastější nevýhodou podnikání na volné noze je nepravidelný příjem.

Výzkumná otázka 3: Více než třetina freelancerů naceňuje své služby individuální cenou za projekt.

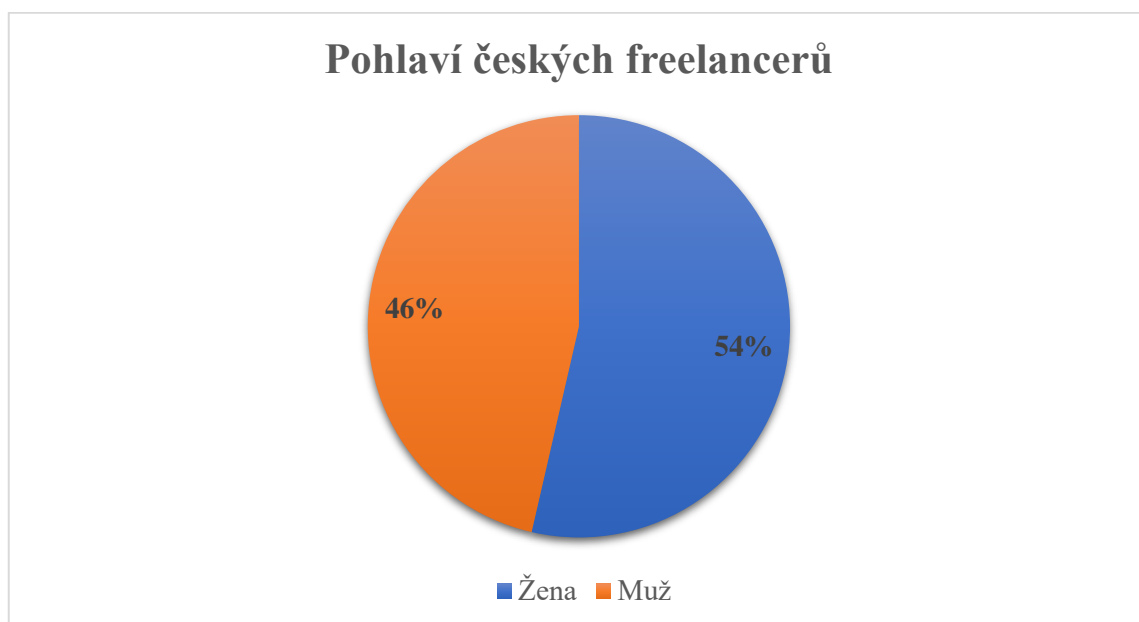
3.3 Popis výzkumu a výzkumných otázek

Sběr dat probíhal v období od prosince 2020 do února 2021, kdy byly získávány vyplněné dotazníky českými freelancery. Z celkového počtu 210 odeslaných dotazníků byla návratnost 125 vyplněných dotazníků. Respondenti byli osloveni skrze webové stránky Navolnoze.cz, a z každého profesního odvětví byl dotazník zaslán vybraným 20–30 freelancerům. Rozesílání dotazníku bylo směřováno tak, aby každé oborové odvětví uvedené v dotazníku mělo řádné zastoupení. Dotazník byl vytvořen pomocí Google formuláře a zahrnoval 19 otázek. Otázky v dotazníkovém šetření byly rozděleny na několik částí. První část se zabývala oblastmi, díky kterým zjišťujeme rozložení freelancerů – jejich pohlavím, věkem, oborem podnikání. Další část byla zaměřena na důvody, proč si podnikatelé zvolili tento typ podnikání a jejich marketing. Poslední část se zabývala výhodami a nevýhodami podnikání na volné noze.

Popisky u níže uvedených grafů se od otázek v dotazníku liší.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem již zmíněných 125 respondentů. Z toho bylo 67 žen a 58 mužů (viz. graf 2), z něhož je patrné, že vyšší účast na vyplnění dotazníku byla ze strany žen (54 %).

Graf 2: Rozložení českých freelancerů podle pohlaví

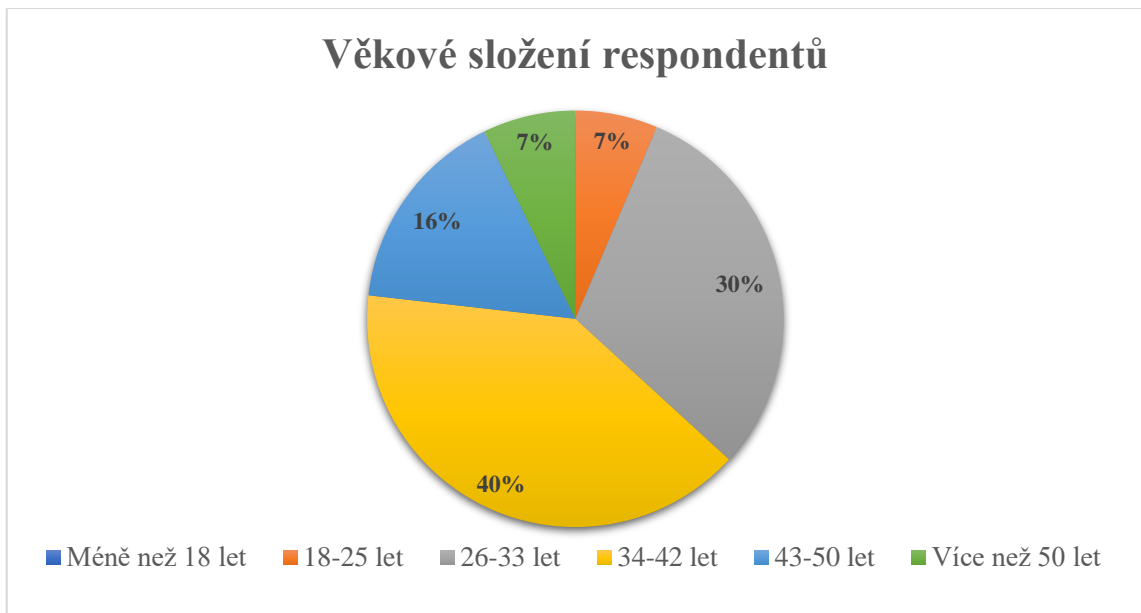


Zdroj: vlastní zpracování

Z hlediska věkového složení (viz. graf 3) byli nejpočetnější skupinou respondenti ve věku 34 až 42 let. A to celkem 40 % (50 respondentů). Pomyslnou „druhou příčku“ obsadila

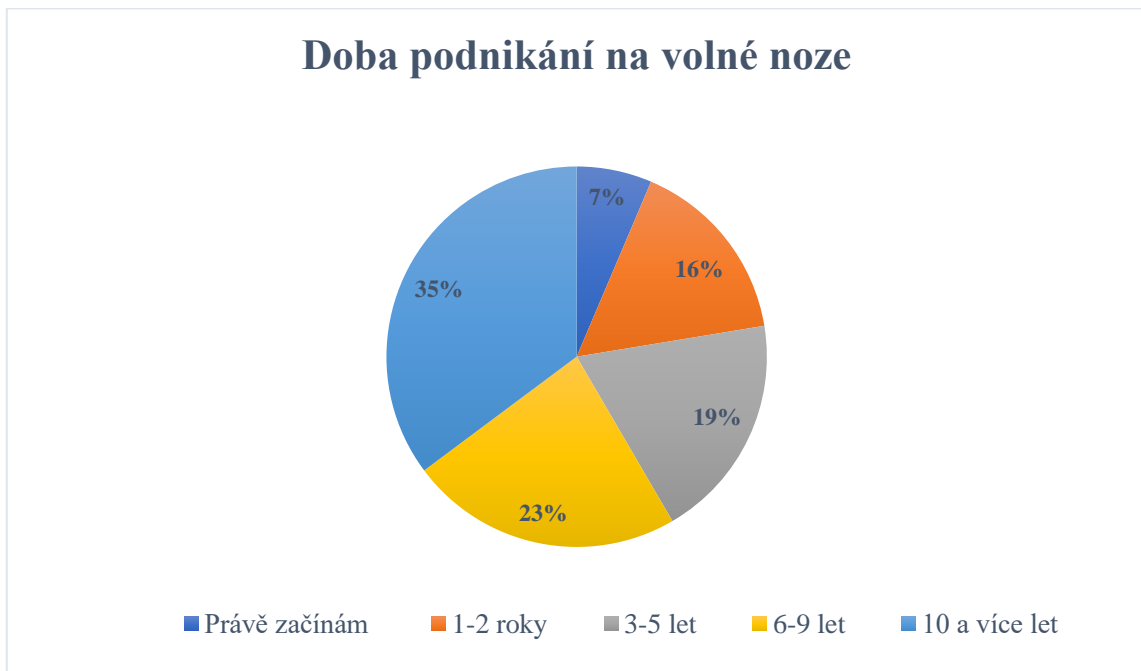
věková kategorie 26 až 33 let - 30 % (38 respondentů). Nejméně, a to konkrétně 0 % respondentů, má věková skupina mladší 18-ti let.

Graf 3: *Věkové složení českých freelancerů*



Zdroj: vlastní zpracování

Graf 4: *Doba podnikání na volné noze*

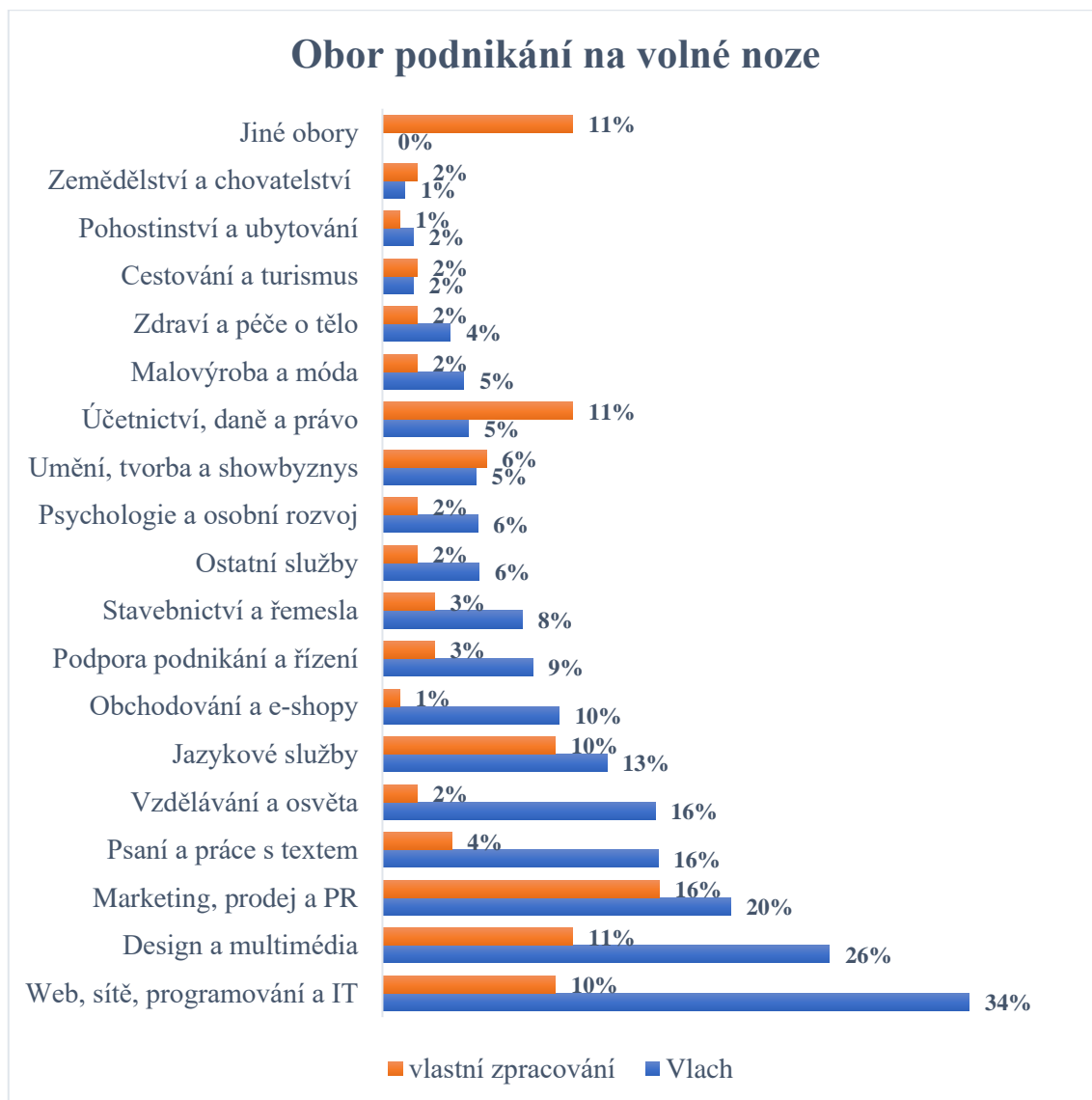


Zdroj: vlastní zpracování

Z výsledku dotazování „jak dlouho se respondenti věnují podnikání na volné noze“ (viz. graf 4) vyplynulo, že nejvíce z nich (35 % - v počtu 44 respondentů) podniká minimálně

10 a více let. Druhou nejdéle podnikající skupinou byli podnikatelé, kteří se této činnosti věnují 6-9 let (23 % - 29 respondentů). Freelancerů, kteří začínají s podnikáním na volné noze, bylo naopak nejméně (7 % - v počtu 8 respondentů).

Graf 5: *Obor podnikání na volné noze*



Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce dotazovaných podniká v oboru marketing, prodej a PR (16 % - 20 respondentů). Dále jsou v popředí odvětví, jako web, síť, programování a IT (10 % - 13 respondentů); design a multimédia (11 % - 14 respondentů); jazykové služby (10 % - 13 respondentů); účetnictví, daně a právo (11 % - 14 respondentů) (viz. graf 5). Údaje uvedené v kolonce „jiné obory“ jsou spíše kombinací předchozích. Konkrétně se jedná o tyto obory: jazykové služby a cestování s turistickým ruchem; poradenství v oblasti investování do nemovitostí; finance; virtuální asistentka; multi-level marketing – prodej drogerie,

kosmetiky, potravin; investice; MKT poradenství, jazykové služby a pomoc se vstupem na PL trh; optimalizace výrobních procesů; fotograf; teambuildingy, moderování, průvodcovství a lektorování; životní prostředí; grafický design a malování obrazů nebo kombinace webu, sítí, programování a IT a designu a multimédií.

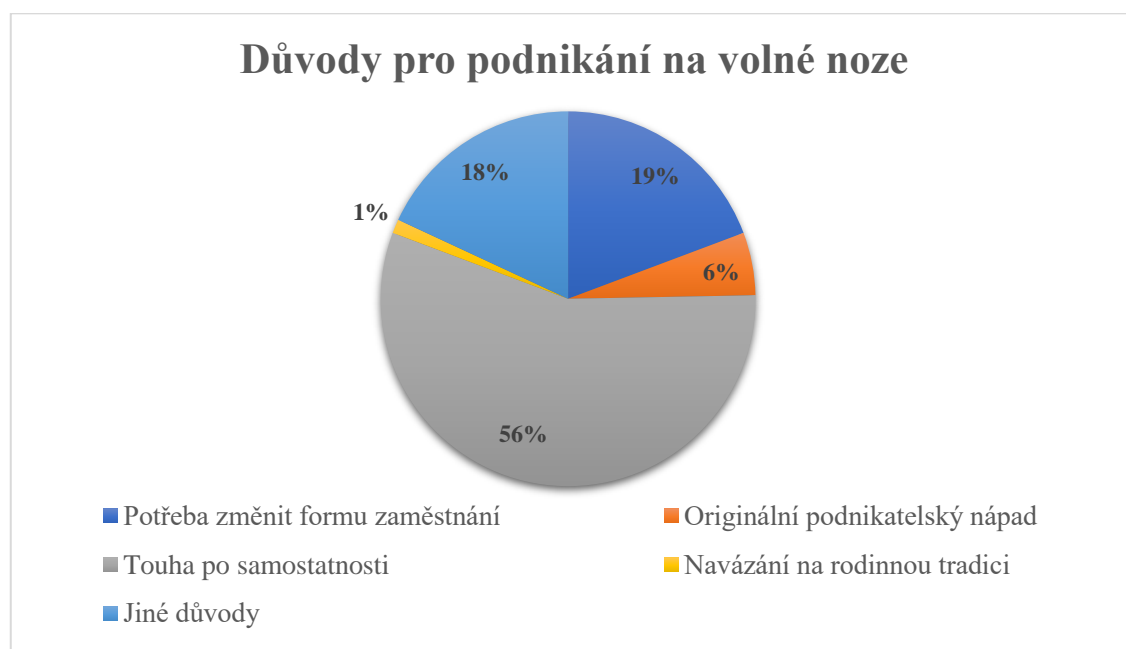
V porovnání s výzkumem Roberta Vlacha z roku 2017 je patrné, že nastala změna v pořadí odvětví, ve kterých se freelanceři realizovali. V předchozích letech byl na „prvním místě“ obor web, sítě, programování a IT. Podle současného výzkumu má ale největší zastoupení obor marketing, prodej a PR (posun z třetí příčky na první). Tuto změnu lze vysvětlit tím, že v současnosti se obor marketing a PR stává společensky atraktivním oborem, ve kterém se pracovní realizuje vyšší podíl podnikatelů. Z porovnání obou grafů lze konstatovat, že v ostatních oborech k zásadním změnám nedochází.

4. Vlastní práce

V této části jsou uvedeny výsledky dotazníkového šetření, na jejichž základě je uvedeno mnou navržené řešení, jak zlepšit současný stav podnikání na volné noze.

4.1 Výsledky dotazníkového šetření

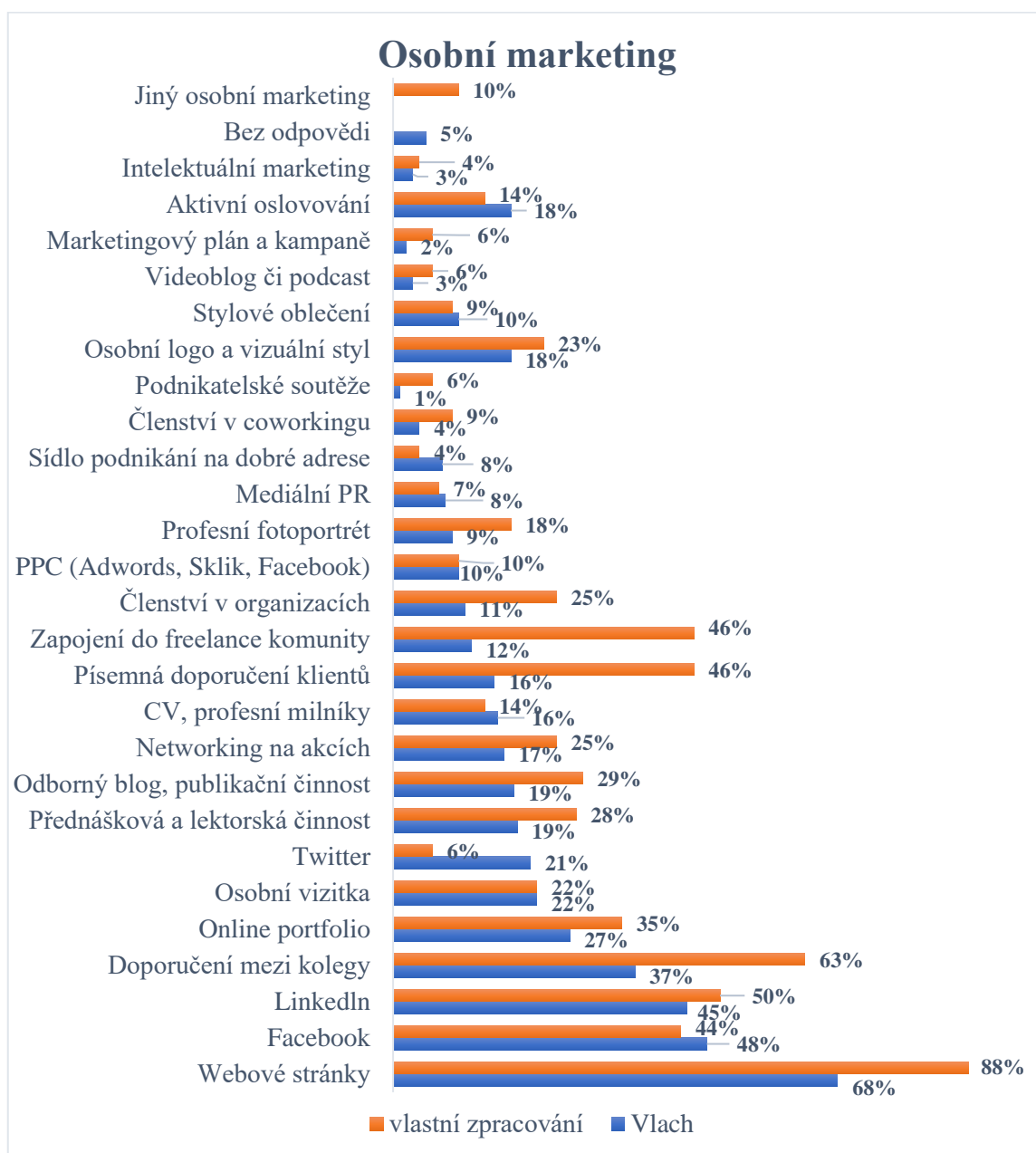
Graf 6: *Důvody pro podnikání na volné noze*



Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastěji uváděným důvodem, proč respondenti začali podnikat jako freelanceři (viz. graf 6), byla jejich touha po samostatnosti a svobodě, možnosti podnikat nezávisle a rozhodovat se podle vlastních znalostí a dovedností (56 %). V menší míře se u dalších z nich objevila potřeba změnit formu zaměstnání, určitá touha po změně (19 %). Chtěli vykročit ze stereotypu, prosadit samostatně své dovednosti nebo transformovat své zájmy do profesní roviny. Mezi další důvody, které dotazovaní uváděli, patřily: flexibilita pro rodinu (mateřská/rodičovská dovolená); navázání na podnikání při VŠ; sběr zkušeností a osobní rozvoj; charakter profese; jedinečná forma pro vykonávání určitých profesí (překladačství, tlumočnictví).

Graf 7: Osobní marketing českých freelancerů



Zdroj: vlastní zpracování

Z pohledu volby osobního marketingu (viz. graf 7) využívají freelanceré zejména webové stránky (14 %). Na této platformě mohou velmi snadno a v patřičném rozsahu prezentovat jak svoji práci, produkty, služby, tak i sebe samotné. Důležitým aspektem osobního marketingu freelancerů je jejich doporučování ostatními kolegy – freelancery (10 %). Často také volí možnost sebeprezentace prostřednictvím internetového pracovního portálu LinkedIn (8 %) a Facebooku (7 %). Nezanedbatelný podíl v osobním marketingu představuje sociální síť Instagram nebo nově vzniklá sociální síť Clubhouse (v dotazníku jsou uvedeny v kategorii „Jiné formy osobního marketingu“). Svoboda – redaktor online

magazínu CzechCrunch (2021) popisuje Clubhouse takto: „Tato nová sociální síť je v Česku objevem posledních dní a zejména v podnikatelských, marketingových i kreativních kruzích exponenciálně nabírá na popularitě.“ Svoboda (2021) dále dodává: „Zásadní je ale jednoduchost, na které je Clubhouse založený. Oproti jiným sociálním sítím nestojí na tom, co vidíme, ale na živém zvuku.“ Hojně využívaný je také portál Navolnoze.cz, který sdružuje české freelancery a umožňuje jim prezentovat své pracovní profily. Freelanceři z oboru design preferují především designerské soutěže nebo Behance a Dribbble.

Porovnáme-li výsledky dotazníkového šetření v tomto bodě s grafem Roberta Vlacha z roku 2017 (viz. graf 7), můžeme konstatovat, že způsoby osobního marketingu se příliš nemění, pouze nabývá většího významu doporučení mezi freelancery.

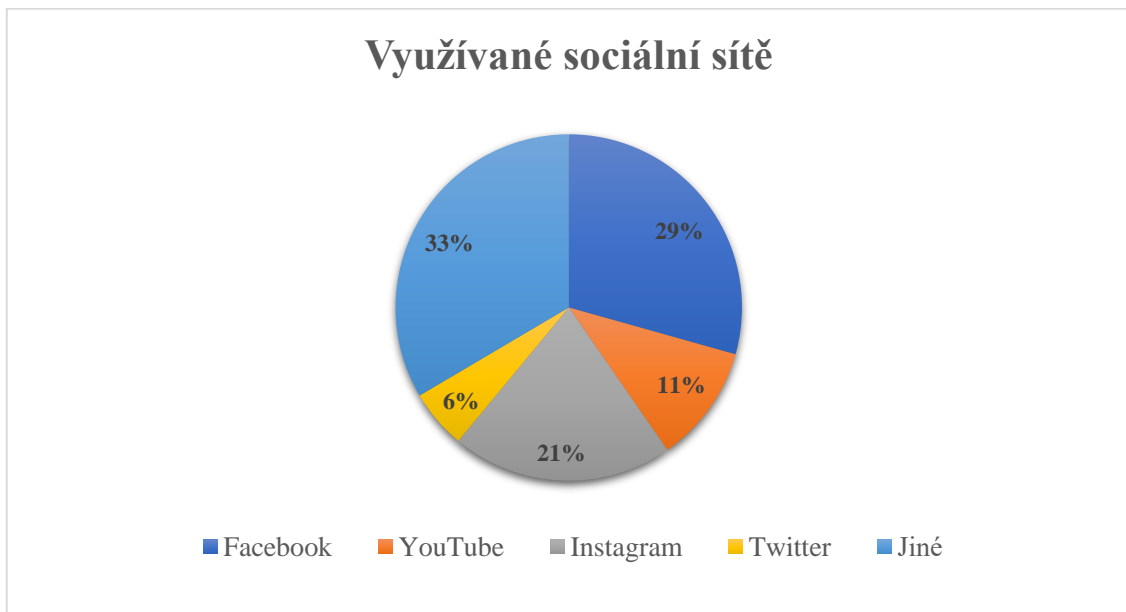
Graf 8: *Tvoříte si marketingovou strategii sami, bez pomoci marketingových specialistů?*



Zdroj: vlastní zpracování

Z výzkumu vyplynulo, že 93 % českých „volnonožců“ si tvoří marketingovou strategii sami (viz. graf 8). A 7 % (9 dotazovaných) svěřuje svou marketingovou strategii marketingovým odborníkům.

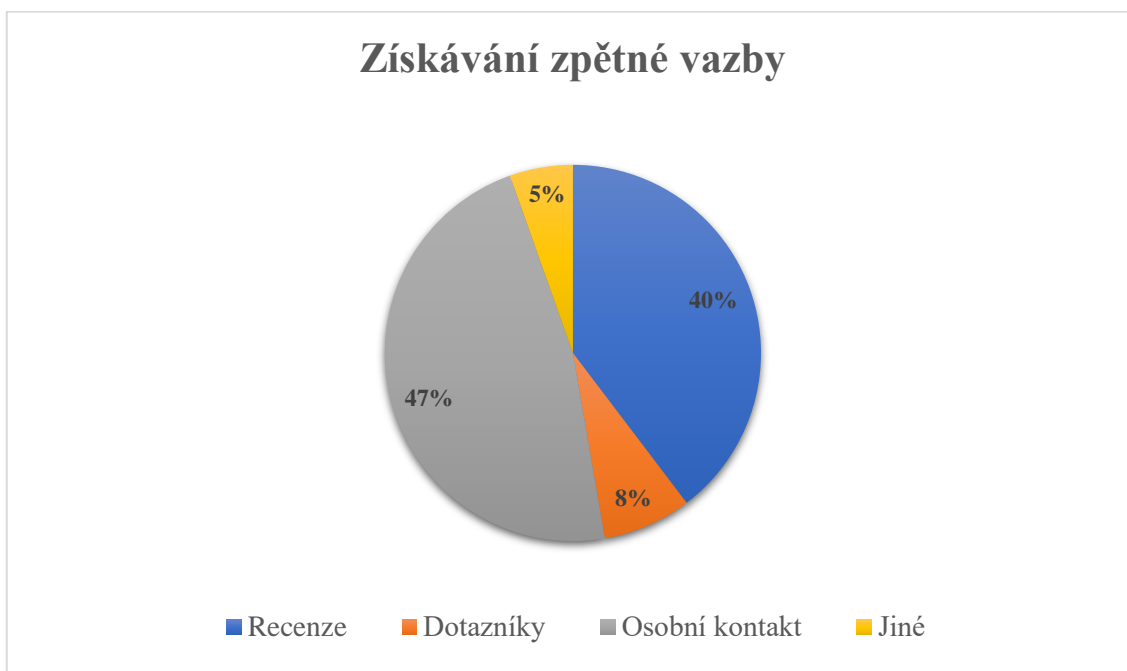
Graf 9: Sociální sítě českých freelancerů



Zdroj: vlastní zpracování

Pro sdílení své práce s potenciálními zákazníky (viz. graf 9) volí čeští freelanceri nejčastěji sociální síť Facebook (29 %) a dále sociální síť Instagram (21 %). Na těchto sociálních sítích mohou uživatelé zveřejňovat své příspěvky, vést diskuze, komunikovat s dalšími uživateli a využít možnost placené reklamy. Oblíbenou platformou je i YouTube (11 %), kde mají možnost nahrávat videa o své práci. A v neposlední řadě síť Twitter (6 %). Jako další sociální sítě volí respondenti LinkedIn, Behance, Podcasty, Dribbble, Artstation, portál Navolnenoze.cz. Celkem 30 respondentů z dotazovaných svoji práci na sociálních sítích nesdílí vůbec.

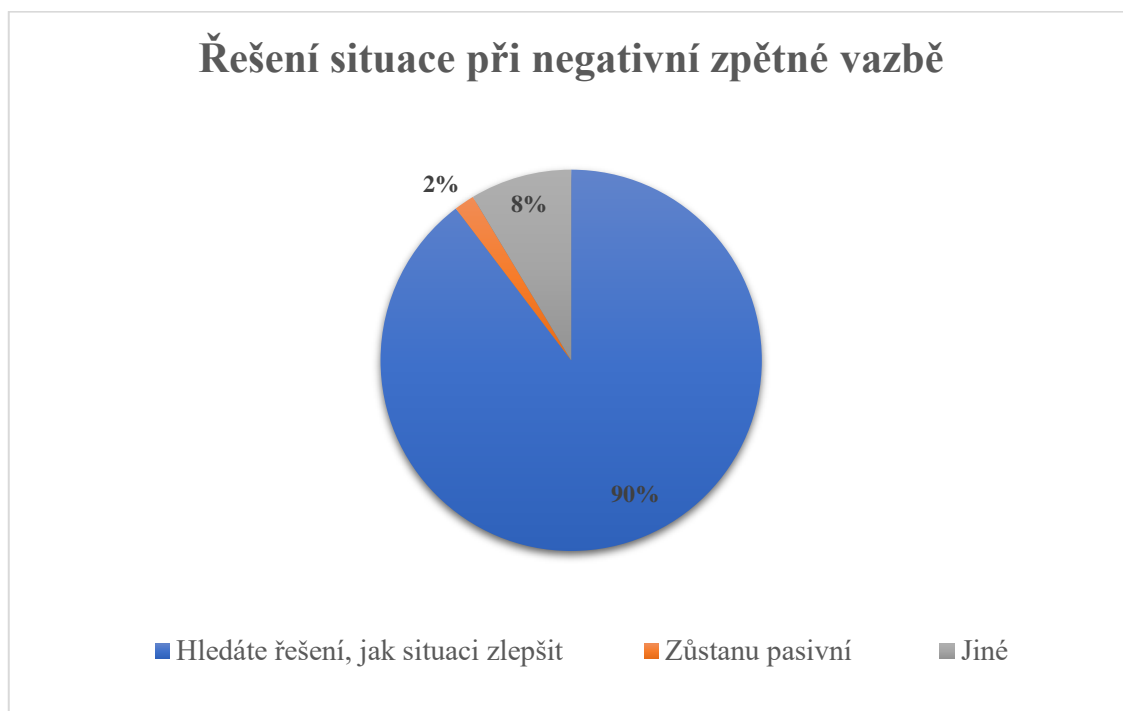
Graf 10: Získávání zpětné vazby od zákazníků



Zdroj: vlastní zpracování

Nejzásadnější zpětnou vazbou je pro freelancery osobní kontakt s klientem (47 %) (viz. graf 10). Na „druhé přičce“ jsou recenze (40 %). K nejméně využívané formě zpětné vazby patří dotazníky, pouze 8 %. Jako další formy získávání zpětné vazby respondenti uváděli: stálé klienty, kteří doporučují služby freelancerů dalším potenciálním zákazníkům. Mohou tak činit prostřednictvím osobního kontaktu, e-mailu, telefonicky nebo kladnými recenzemi na webových stránkách. Z šetření je patrná i odlišná reakce, kdy freelancer nevyhledává zpětnou vazbu, pokud nevzejde ze strany klienta.

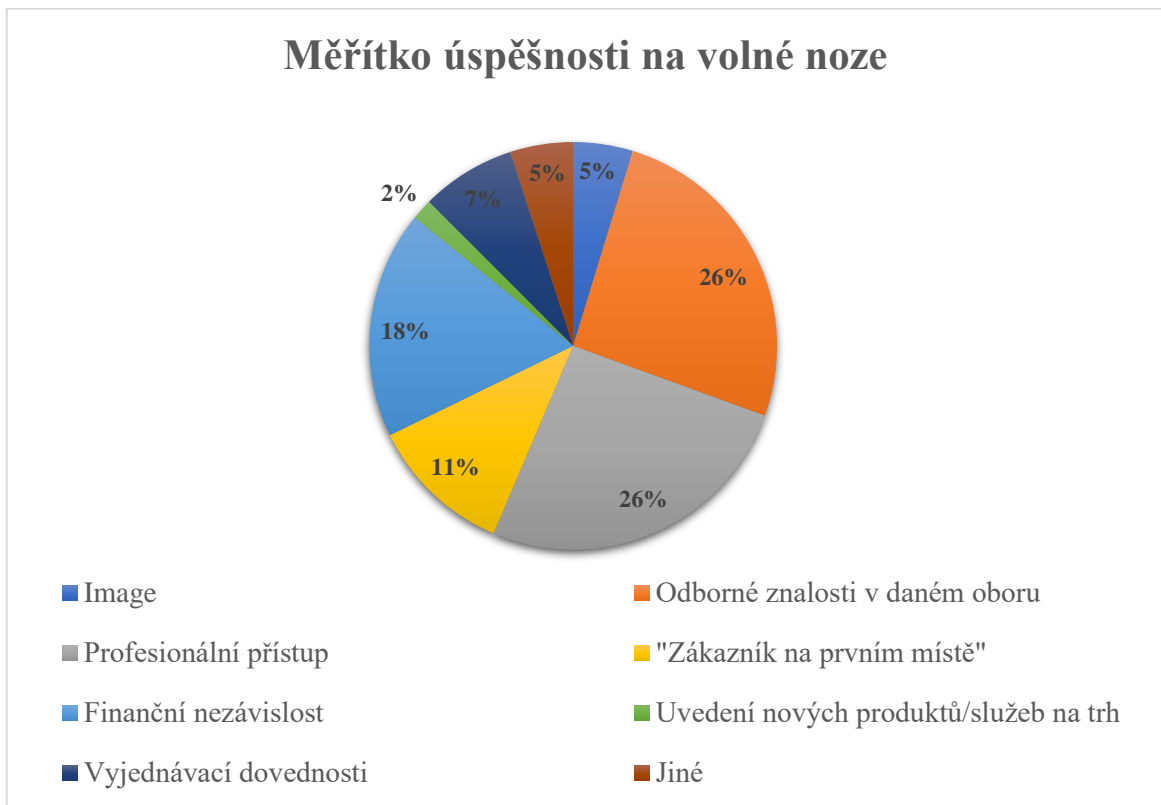
Graf 11: Řešení situace při negativní zpětné vazbě od zákazníka



Zdroj: vlastní zpracování

Při negativním hodnocení práce freelancera hledá řešení, jak situaci zlepšit 84 % z nich (104 respondentů), (viz. graf 11). Dva respondenti (2 %) zůstávají pasivní. Deset respondentů (14 %) se nesetkalo s negativními ohlasy. Většina uvádí, že způsob řešení takovéto situace závisí ve značné míře na okolnostech. Ty rozhodnou, zda situaci budou řešit, či nikoli. Samozřejmě je vždy důležité, aby freelanceři posoudili, zda je stížnost oprávněná. Dva respondenti tuto otázku vůbec nezodpověděli.

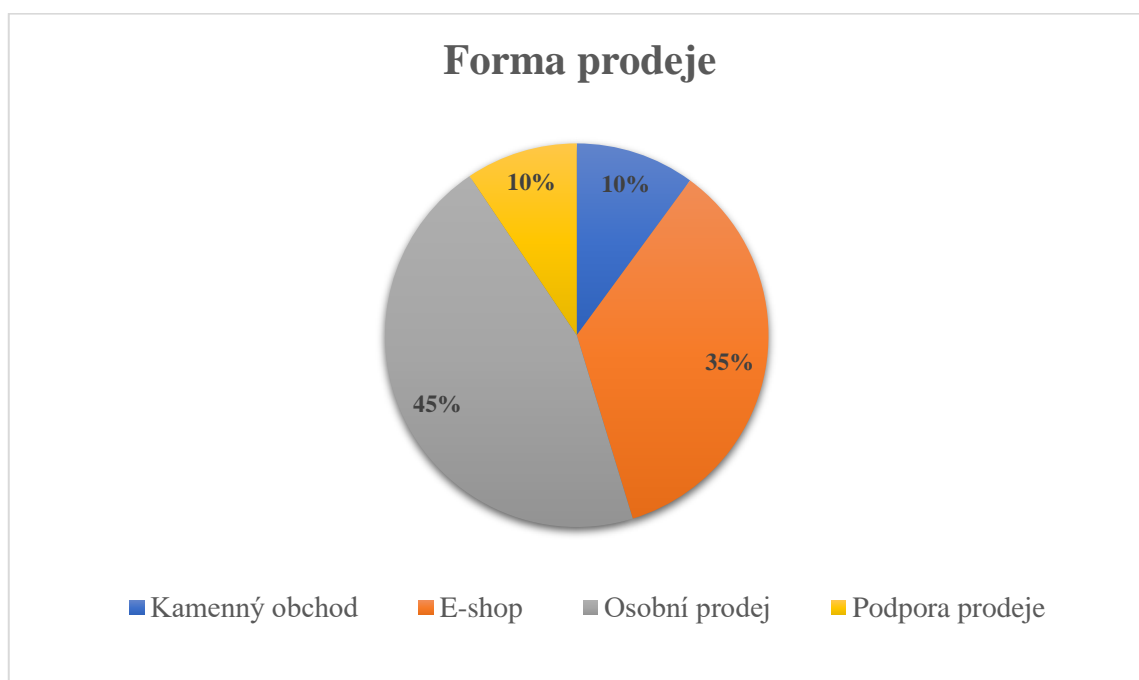
Graf 12: Měřítko úspěšnosti na volné noze



Zdroj: vlastní zpracování

Podle mínění respondentů jsou hlavními měřítky úspěšnosti (viz. graf 12) odborné znalosti v daném oboru (26 %) a profesionální přístup (26 %). Důležitým aspektem je také finanční nezávislost (18 %). Mezi jiné patří: spokojenost klienta; dobrý pocit z odvedené práce; vytvoření dobrého jména na trhu; časová a prostorová flexibilita a nárůst poptávek.

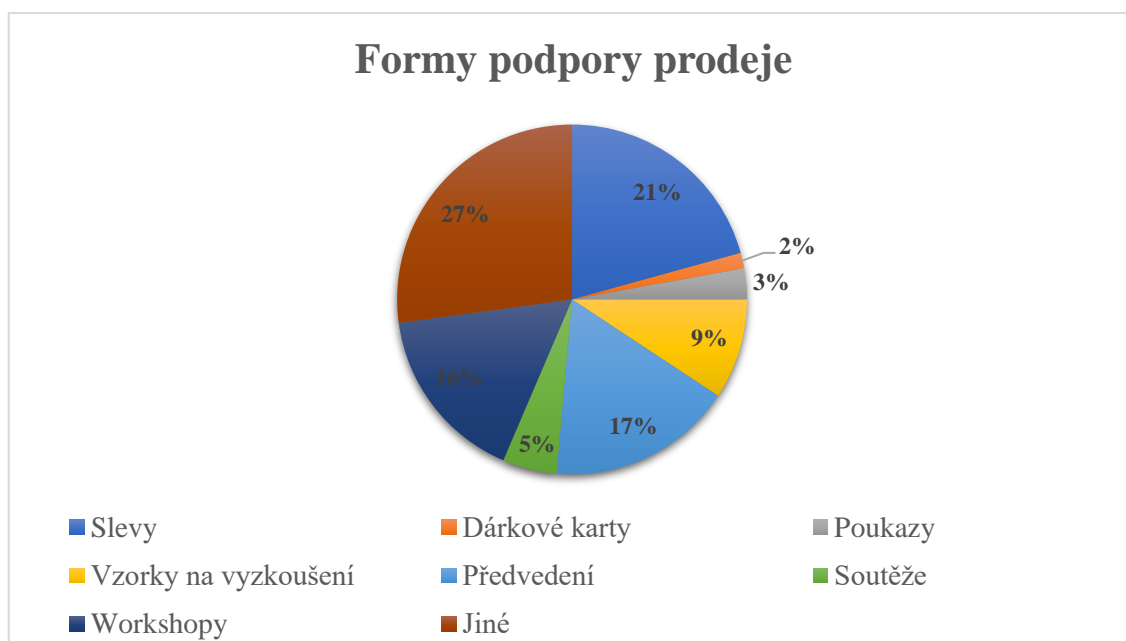
Graf 13: *Formy prodeje využívané freelancery*



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazovaní freelanceři nejvíce využívají formu osobního prodeje (45 %) (viz. graf 13). Těsně za tím se řadí prodej formou e-shopů (35 %), u kterého se předpokládá – vzhledem k současné pandemické situaci, že se bude dále rozšiřovat. Naopak v nejmenší míře volí freelanceři prodej v kamenném obchodě (10 %) a podporu prodeje (10 %).

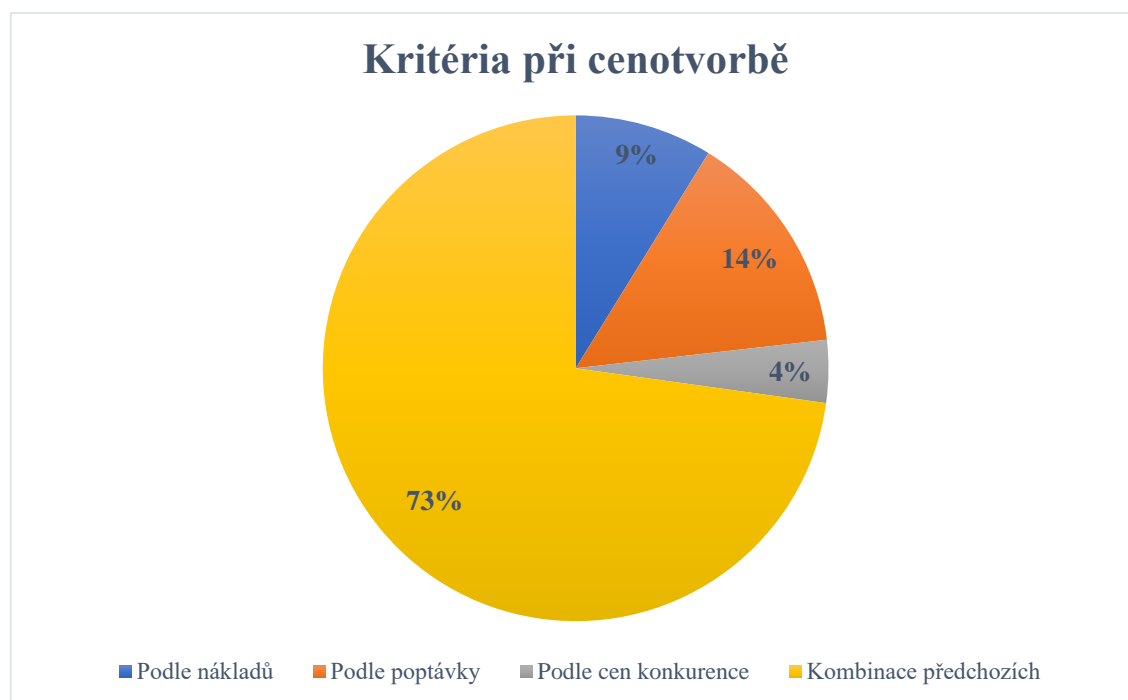
Graf 14: *Formy podpory prodeje*



Zdroj: vlastní zpracování

Z uvedených forem podpory prodeje (viz. graf 14) volí freelanceři nejčastěji slevy (21 %), konkrétně množstevní. Dále nabízejí různé workshopy (16 %) a předvedení (17 %). V kategorii „Jiné“ (27 %) uvedli dotazovaní jako možnosti podpory prodeje: obchodní schůzky; zkušební verze; krátké konzultace zdarma; výhodnější ceny pro stálé zákazníky a variantní nabídky. Otázku nezodpovědělo 23 respondentů a dále 18 respondentů žádné výhody neposkytuje.

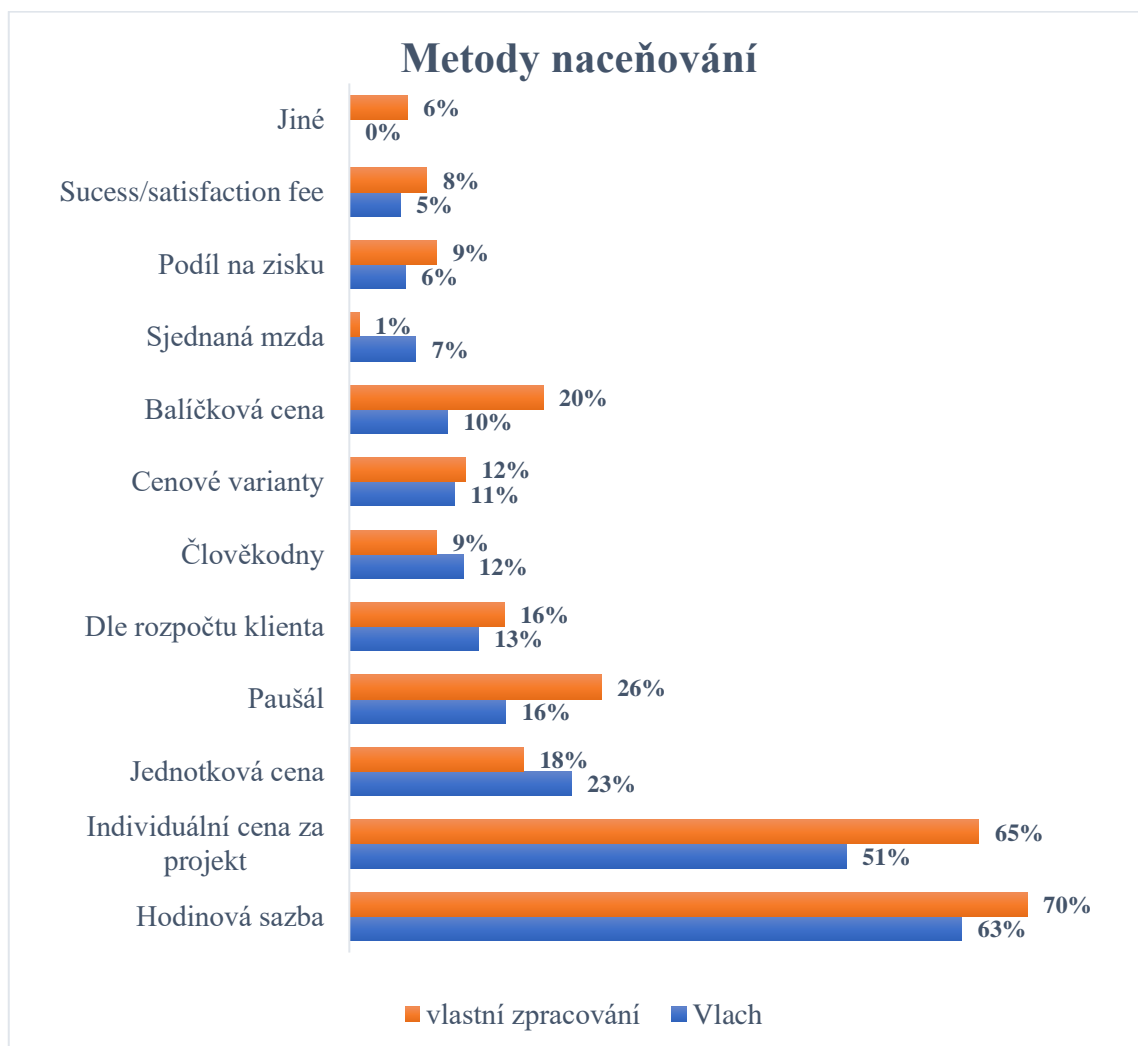
Graf 15: *Kritéria, která řídí cenotvorbu*



Zdroj: vlastní zpracování

Při tvorbě cen se 73 % freelancerů (viz. graf 15) řídí kombinací kritérií, kterými jsou: tvorba cen podle nákladů, poptávky a cen konkurence. Největší podíl z těchto kritérií zaujímá tvorba cen podle poptávky (14 %), dále tvorba cen podle nákladů (9 %) a na posledním místě je tvorba cen podle konkurence (4 %).

Graf 16: *Metody naceňování*

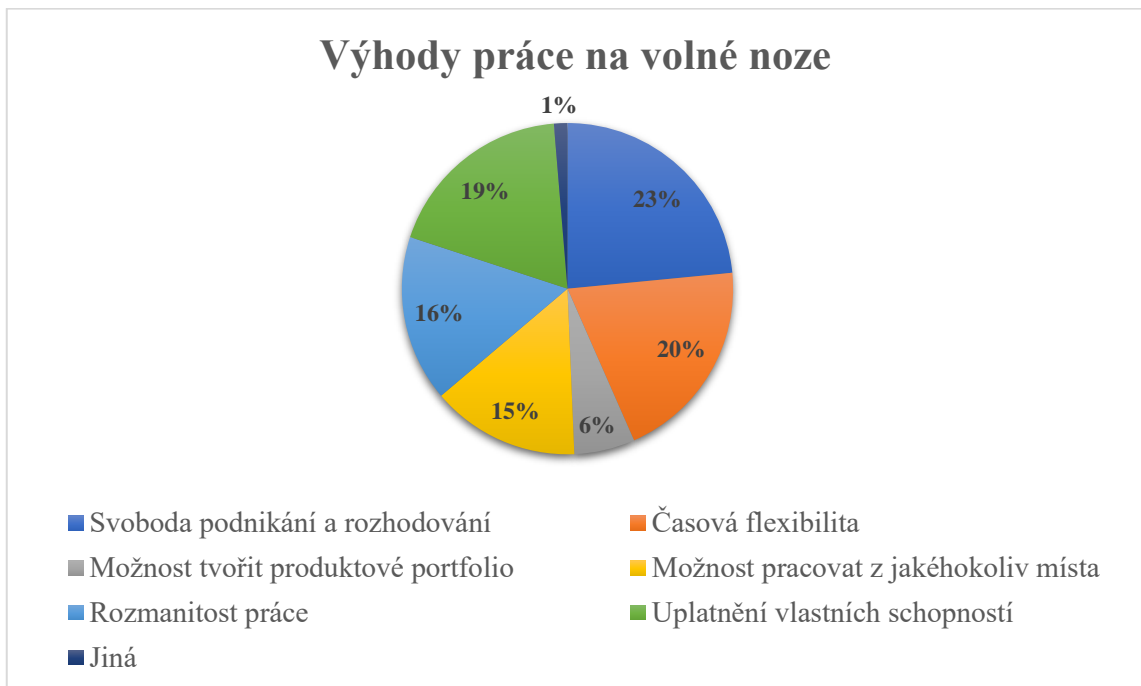


Zdroj: vlastní zpracování

Vyhodnocení otázky metod naceňování (viz. graf 16) je možné porovnat s grafem Roberta Vlacha z roku 2017. V obou šetřeních se na prvních pozicích objevují stejné metody naceňování, konkrétně se jedná o hodinovou sazbu a individuální cenu za projekt. V metodách, které se v grafech objevují na dalších pozicích, je patrné, že dochází ke změnám. Například v aktuálním dotazníkovém šetření se dostává do popředí paušál a balíčková cena. Pokles je vidět u metody sjednané mzdy.

Metody, které spadají do kategorie „Jiné“, jsou například: pevná cena za službu a procento z vyjednané slevy (tato metoda se používá při koupi nemovitosti klientem). Odlišně naceňují také překladatelé nebo korektoři. Ti pracují se sazbami za normostranu.

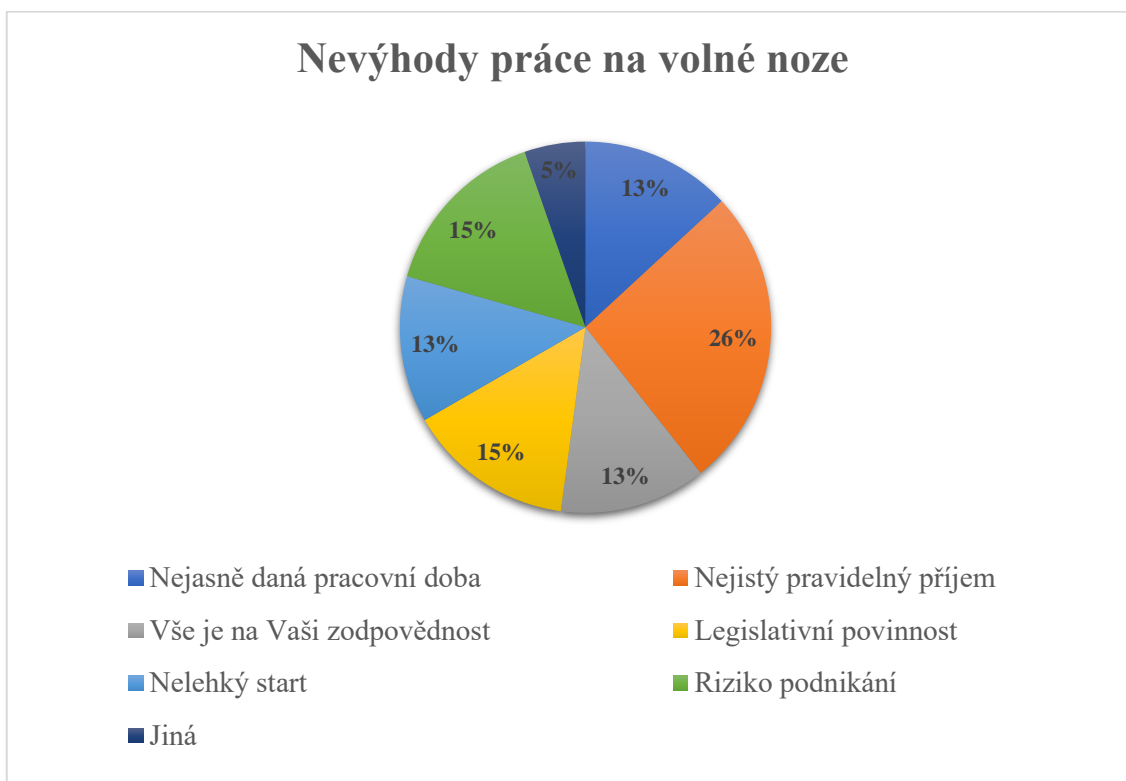
Graf 17: Největší výhody práce freelancera



Zdroj: vlastní zpracování

Největšími výhodami podnikání na volné noze (viz. graf 17) jsou svoboda podnikání a rozhodování (23 %), časová flexibilita (20 %) a uplatnění vlastních schopností (19 %). Freelanceři se cítí doceněni, mají-li pocit, že to, co dělají, má smysl. Rádi si samostatně organizují pracovní procesy a nevdají jim zodpovědnost za výsledky jejich práce.

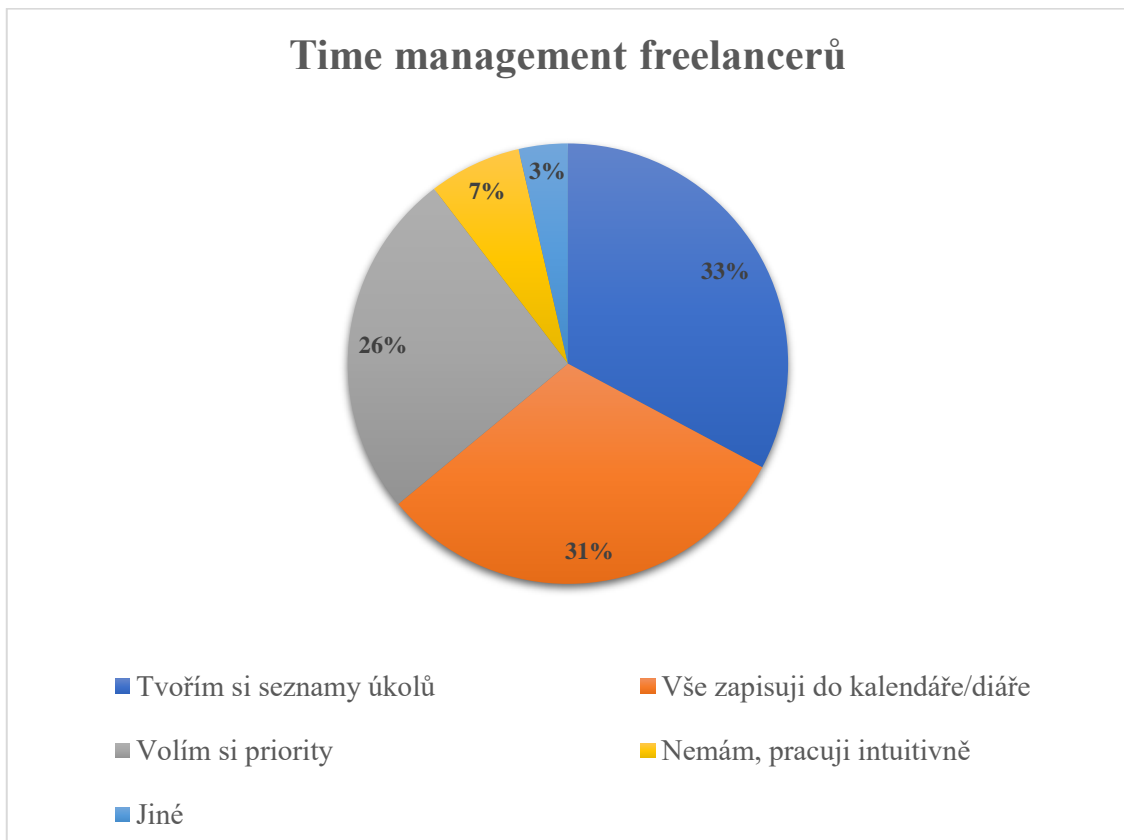
Graf 18: Největší nevýhody práce freelancera



Zdroj: vlastní zpracování

Podnikání na volné noze s sebou přináší i jisté nevýhody (viz. graf 18), za největší nevýhodu považují dotazovaní nejistý pravidelný příjem (24 %). Zhruba stejný počet respondentů uvádí jako další nevýhody riziko podnikání, nelehký start, legislativní povinnosti, nejasnou pracovní dobu a to, že je vše na jejich zodpovědnost. Jako další nevýhody uváděli respondenti: samotu; povinnost hradit sociální a zdravotní pojištění, i když ještě nemají příjem; nezastupitelnost a pomalý start. Žádné nevýhody nevedlo 7 respondentů.

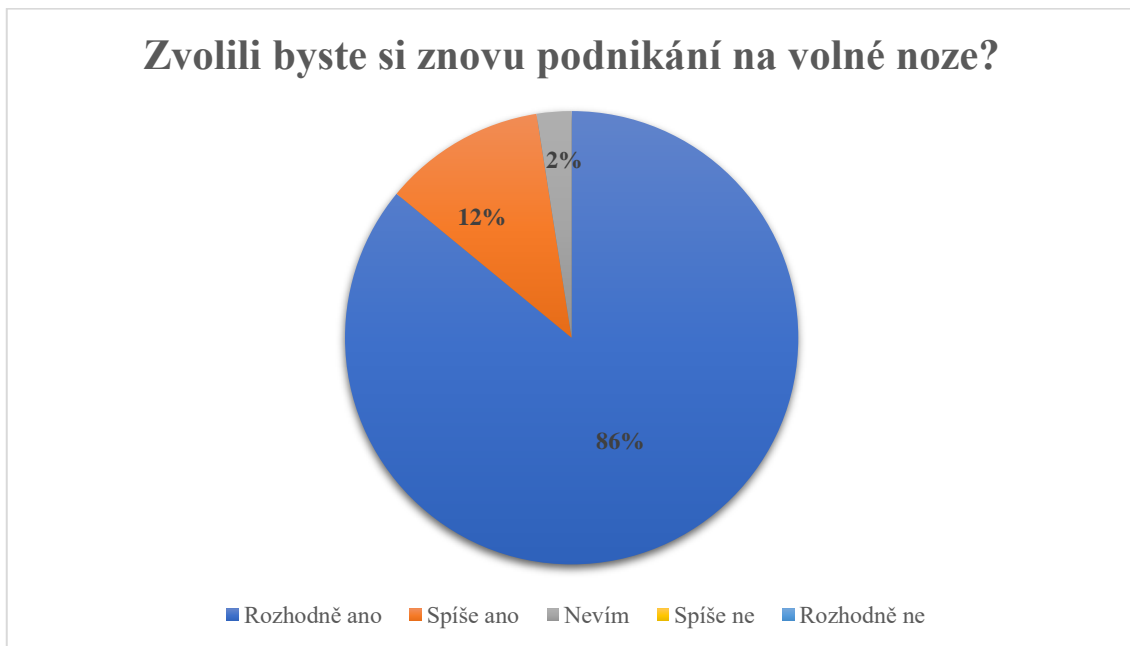
Graf 19: *Time management freelancerů*



Zdroj: vlastní zpracování

Time management je pro podnikání na volné noze velmi důležitou složkou činnosti. Většina dotazovaných (viz. graf 19) se zaměřuje na tvorbu seznamu svých úkolů (33 %) a pracovní činnosti nebo povinnosti si zaznamenává do kalendářů/diářů (31 %). V plánování času kladou důraz na volbu priorit (26 %). Z dotazníkového šetření vyplynulo, že většina freelancerů si svoji práci časově organizuje a používá i další prostředky jako jsou: komplexní kroky; vytváření vlastních procesů, díky kterým odvádějí práci rychle a kvalitně; digitální nástroje a virtuální asistentky; projektové aplikace (Trello, Asana).

Graf 20: Zvolili byste si znovu podnikání na volné noze?



Zdroj: vlastní zpracování

Závěrečná otázka zjišťovala, zda jsou čeští freelanceři spokojeni s formou svého podnikání (viz. graf 20). Drtivá většina z nich (86 %) uvedla, že podnikání na volné noze by si znovu rozhodně zvolila. Odpověď spíše ano uvedlo 12 %, 2 % dotazovaných neví.

Pro tento výzkum byly zvoleny tři výzkumné otázky, které primárně vycházely z výzkumu Roberta Vlacha a byly s ním porovnávány.

Výzkumná otázka 1: Na volné noze podniká více jak 25 % freelancerů v oboru web, sítě, programování a IT.

Graf 21: *Obor podnikání českých freelancerů*

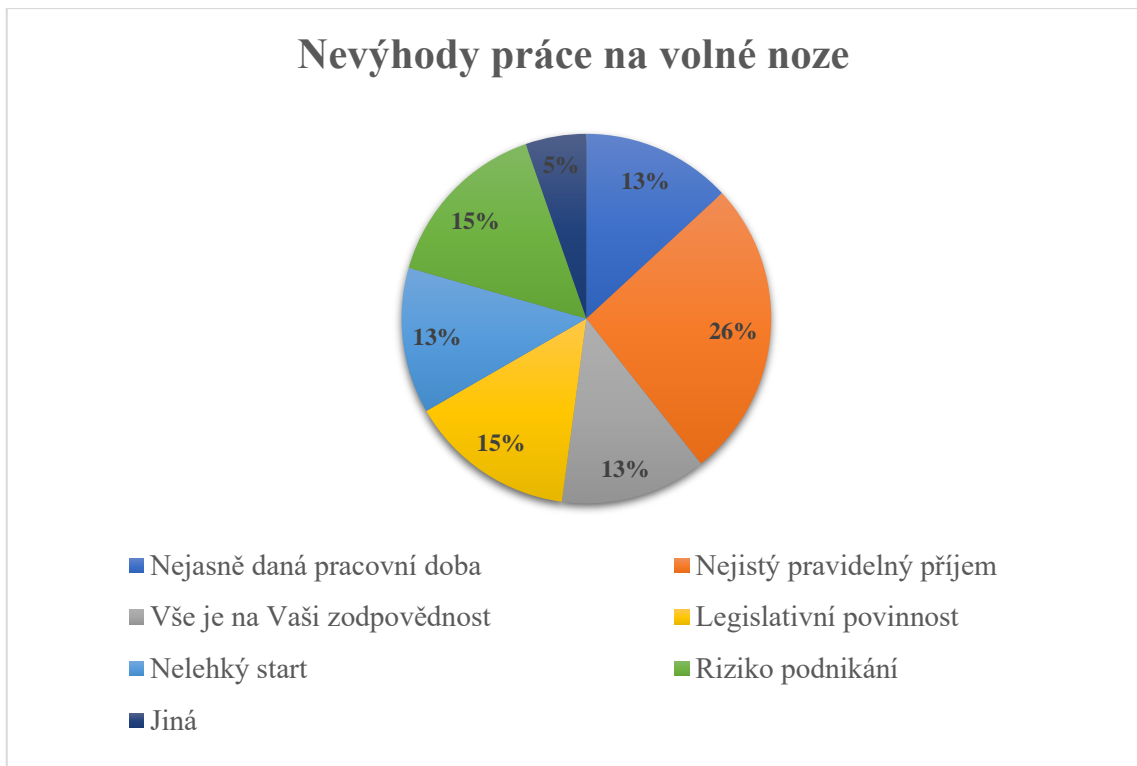


Zdroj: vlastní zpracování

Z odpovědí dotazníkového šetření vyplynulo, že v oboru web, sítě, programování a IT podniká pouze 11 % dotazovaných (viz. graf 21). Největší zastoupení má totiž obor marketing, prodej a PR (16 %). Když se ale podíváme na výsledky výzkumu Roberta Vlacha, v oboru web, sítě, programování a IT podnikalo 34 % dotazovaných a tím pádem byl tento obor na „první“ příčce.

Výzkumná otázka 2: Nejčastější nevýhodou podnikání na volné noze je nepravidelný příjem.

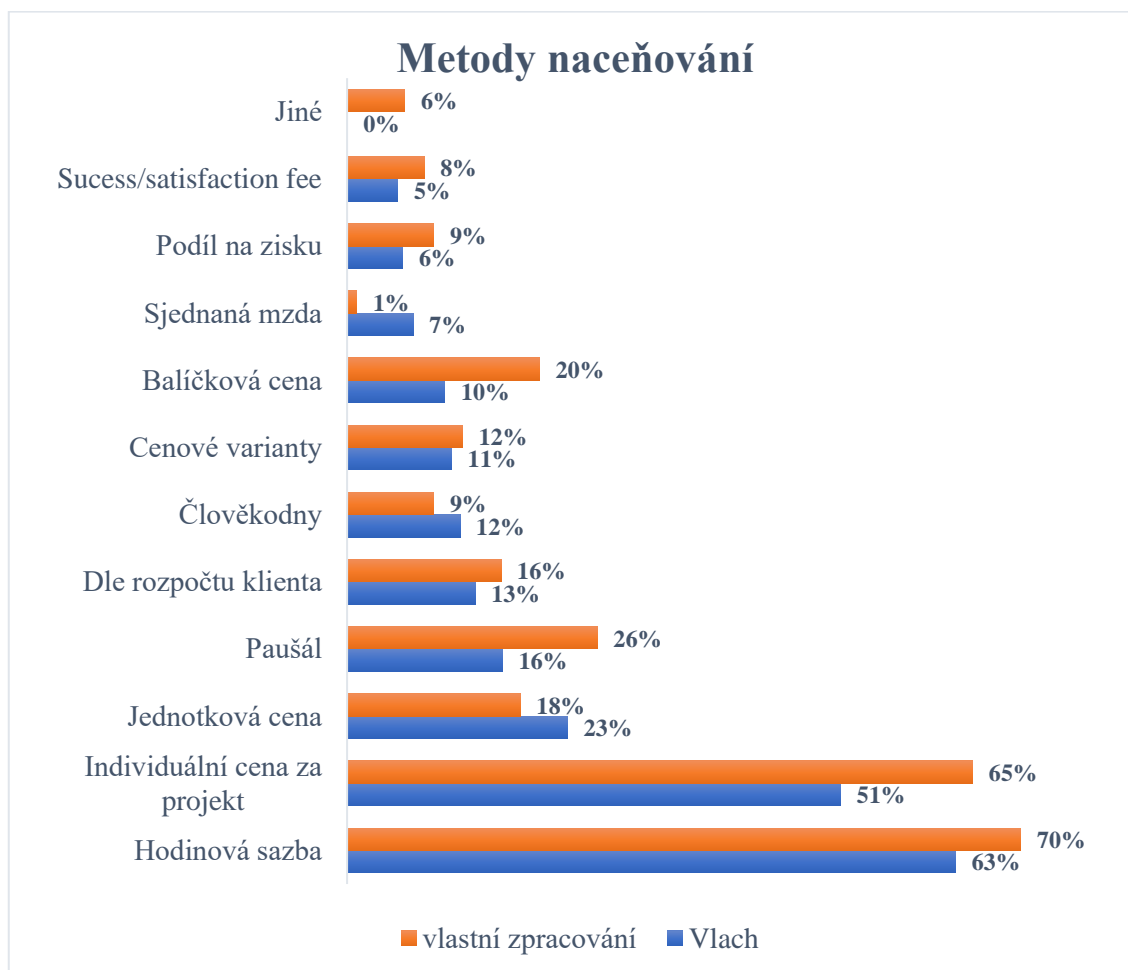
Graf 22: Nevýhody podnikání na volné noze



Zdroj: vlastní zpracování

Z výzkumu vyplynulo, že 26 % dotazovaných považuje nepravidelný příjem za největší nevýhodu podnikání na volné noze. Tím pádem se potvrdilo i to, co uváděl Robert Vlach ve svém výzkumu jako největší nevýhodu.

Výzkumná otázka 3: Více než třetina freelancerů naceňuje své služby individuální cenou za projekt.



Zdroj: vlastní zpracování

Odpovědi ukazují, že více jak třetina dotazovaných freelancerů využívá při naceňování individuální cenu za projekt.

4.2 Navrhované řešení

Tato část obsahuje mnou navržené řešení na zlepšení aktuální situace podnikání na volné noze.

4.2.1. Eliminace nevýhod podnikání na volné noze

V podnikání na volné noze převažují spíše výhody nad nevýhodami. Přesto i nevýhody je důležité eliminovat. Mezi nejzásadnější negativa podnikání na volné noze, která vyplývají z výsledků výzkumu, patří následující:

- nejistý pravidelný příjem (26 %)
- legislativní povinnosti (15 %)
- riziko podnikání (15 %)
- nejasně daná pracovní doba (13 %)
- vše je na Vaši zodpovědnost (13 %)
- nelehký start (13 %)

Dále freelanceři v dotazníku uváděli:

- *„Samota.“*
- *„Povinnost platit sociální a zdravotní, když ještě není příjem.“*
- *„Nepravidelné příjmy jsou asi největší problém, hlavně na startu, kdy není vybudovaná stálá základna klientů.“*
- *„Nezastupitelnost. Např. při nemoci.“*
- *„Volno je vždy neplacené.“*
- *„Sociální izolace, chybějící týmová práce a sdílení zkušeností.“*
- *„Problém dostat hypotéku (za stejné peníze v HPP by to bylo více v pořádku.)“*
- *„Pomalý start, trvalo mi rok, než jsem se odvážila dát sbohem práci zaměstnance. Na druhou stranu to opravdu chce čas, než se podnikání zajede.“*

I z těchto nevýhod uvedených freelancery je stále patrné, že nejkritičtější oblastí jsou příjmy, začátek podnikání a nezastupitelnost/samota.

Práce v coworkingových centrech

První možností, jak eliminovat pocit pracovního osamocení, je možnost pracovat v coworkingových centrech. Tato centra se u nás v České republice objevila poprvé v roce 2009 v Praze (Pýcha, 2012).

Nyní už jsou rozšířena po celé republice ve velkých i menších městech. V coworkingovém centru si lze pronajmout pracovní místo ve společných kancelářích, pevné pracovní místo v oblíbené části společné kanceláře nebo také vlastní malou pracovnu. Pronájem lze uhradit na pár hodin, den nebo až několik měsíců. Velikou výhodou je provozní režim center, ta jsou otevřena 24/7 pro své členy. Člověk není tedy omezen časem. Coworkingová centra jsou charakteristická svými společenskými

prostorami – kuchyně, relaxační zóny či venkovní prostory. To členům navozuje také příjemnou atmosféru při práci (Miková, 2019).

Výhodou zapojení se do coworkingového centra je možnost vzájemného sdílení zkušeností, sociální kontakt s dalšími podnikateli/freelancery. Další výhodou je využití jiného prostředí. Freelanceři většinou pracují z domova, proto je velice dobré využít možnosti práce v coworkingu. Člověk lépe oddělí svůj pracovní život od soukromého a pokud bude pracovat mimo domov, lépe se mu podaří stanovit pracovní dobu.

V případě, že freelancerům chybí týmová práce, lze ji vyřešit najmutím asistenta, který bude freelancerovi pomáhat s jeho prací a v době nemoci ho částečně zastoupí.

Tím může freelancer eliminovat případné komplikace.

Předcházení finanční nejistotě

Způsob, jak předcházet finanční nejistotě, je z mého pohledu vytvořit si finanční rezervu. Ta je důležitá vzhledem k pomalému startu tohoto typu podnikání, kdy freelanceři nemají v začátcích vybudovanou klientskou základnu nebo v případě vzniklé krize (např. pandemické krize). Finanční rezervu může podnikatel získat úsporou peněz z různých zdrojů, například pasivními příjmy, z příjmů ze zaměstnání nebo z více pracovních příležitostí.

Usnadnění práce pomocí chytrých aplikací

S tím je spojené také plánování financí. To by neměl freelancer podcenit. Měl by mít dobře propracovaný finanční plán a z kalkulované měsíční příjmy a výdaje, zkrátka cash flow. Pro přehlednější finanční plánování může podnikatel využít také různé aplikace pro ulehčení administrativy a lepší vedení účetnictví či plánování práce. Některé z nich lze vyzkoušet i zdarma. Mezi takové aplikace patří Caflou, tu lze používat zdarma nebo její rozšířenou verzi za 8 Kč/den. Již z názvu je patrné, že tato aplikace zaznamenává především cash flow. To je zde propojené i s fakturami, nabídkami, projekty i výkazy. Uživatel má všechno přehledné, vidí zde i své klienty, dodavatele, dokumenty, zakázky atd. Platby a faktury je možné párovat s bankou. Při práci na projektu se dají aplikovat projektová řízení, sledovat rozpočty, termíny a přiřazovat úkoly (*Co Caflou umí?*, 2021). Zkrátka tato aplikace může freelancerovi velice ušetřit práci, protože zde má vše potřebné pro podnikání na jednom místě. Ať už se jedná o administrativu, plánování schůzek s klienty, plánování a uskutečňování projektů, finanční řízení atd.

Další nástroj, který mohou freelanceři používat, je iDoklad, který lze také vyzkoušet zdarma a je vhodný pro živnostníky a malé firmy. Ten nabízí možnost vystavení dokladů, sdílení dokladů se svým účetním a vypořádá se i s EET (*Idoklad.cz*, 2021).

Z těchto dvou uvedených aplikací jsou z mého pohledu výhodné obě. Caflou nabízí vše, co pro podnikání potřebujeme a iDoklad přidává další možnosti.

Zdravotní a sociální pojištění

Úhrada zdravotního a sociálního pojištění je samozřejmě nevýhodou, ale freelancer se jí nemůže nijak vyhnout. Podnikatel je povinen odvádět tyto platby už při zahájení podnikání, i když ještě nemusí dosahovat zisku. Pak je finanční rezerva zcela na místě. V začátcích podnikání na volné noze je výhodné provozovat tuto činnost jako vedlejší, např. při zaměstnání nebo studiu a vyzkoušet si, zda se freelancer dokáže na trhu uplatnit a získat svou klientskou základnu. V případě úspěchu se pak může svobodně rozhodnout věnovat se této činnosti na 100 %.

Paušální daň

Další nevýhodou, kterou freelanceři uváděli, byl problém získat hypotéku.

Tato nevýhoda může být spojena s tzv. paušální daní. Nově vzniklá daň, která je platná od roku 2021 umožňuje to, že podnikatel nebude muset podávat každoroční daňové přiznání a ani odvody na sociální a zdravotní pojištění. Pokud si podnikatel zvolí paušální daň, zaplatí měsíčně 5 469 Kč (100,- daň, 2 393,- zdravotní pojištění a 2 976,- sociální pojištění), nebo lze uhradit paušální daň za rok ve výši 65 628 Kč. Paušální daní láká stát podnikatele na vidinu přilepšení si na důchod a chce tím posílit současný důchodový systém. Aby podnikatel mohl žádat o paušální daň, musí splňovat následující podmínky:

- Není plátcem DPH
- Má příjmy do 1 mil. Kč ročně
- Není zaměstnanec

Stát také nabízí pro ty, kteří si zvolí paušální daň ušetření administrativy. Ten, kdo má zájem o paušální daň si může na stránkách ministerstva financí vypočítat, zda se mu daň vyplatí (Morávek, 2020).

Vše zní pro podnikatele lákavě. Je to pro ně ulehčení administrativy a povinností, problém ale nastává v případě, že si podnikatel chce zažádat o bankovní úvěr nebo hypotéku. Banka v tomto případě požaduje od žadatele kopii daňového přiznání. Při paušální dani

tak banka neví, jestli má žadatel dostatek financí. Proto banky chystají nové produkty, kde žadatelé budou dokládat výši obrátu na bankovním účtu a příchozí a odchozí faktury za posledních 6 měsíců. Z toho vyplývá, že tato daň se rozhodně nevyplatí těm, kteří se v nejbližší době chystají žádat o hypotéku či úvěr. Na paušální daň také nelze uplatňovat určité slevy.

Neplacené pracovní volno

Jako další negativum vidí dotazovaní neplacené pracovní volno. Čerpání pracovního volna je u tohoto typu podnikání neplacené, což může být chápáno jako nevýhoda. Z mého pohledu „nevýhodu“ vyvažuje na druhé straně možnost pracovat odkudkoliv a kdykoliv. Freelancer si může svůj pracovní čas uzpůsobit podle svých potřeb. I v tomto případě je dobré pracovat s pasivními příjmy.

Nejasně daná pracovní doba

V pozici „nevýhody“ se také objevuje další faktor – nejasně daná pracovní doba. Aby nedocházelo ke stavu profesního vyhoření a ztrátě radosti z podnikání, je důležité, aby si freelancer stanovil pracovní dobu, nastavil správný time management a vyhradil si čas na mimopracovní aktivity – rodinu/přátele, zájmy a především odpočinek. Této nevýhodě může předejít například již zmíněným coworkingovým centrem.

4.2.2. Využívání sociálních sítí

To, co by každý freelancer neměl podcenit, je rozšiřování klientské základny. A tak další faktor, na který je potřeba upozornit a zlepšit ho, je využívání sociálních sítí. V dotazníkovém šetření odpovědělo 30 respondentů, že sociální sítě pro sdílení své práce nevyužívají. To je z mého pohledu při nynějším velkém zájmu o sociální sítě chyba. Freelancer prodává především sám sebe a díky sociálním sítím se svým potenciálním klientům více přiblíží. Sdílet zde může nejen svou práci, ale také představí více sebe jako osobu.

Sociální síť Instagram

Jako nejúspěšnější sociální síť lze nyní označit sociální síť Instagram. Zde uživatelé mohou přidávat příspěvky formou fotografií či videí. Instagram nabízí propagaci, živá vysílání a spoustu dalších funkcí. Jelikož je podle statistik na Instagramu v České republice 2,9 mil. aktivních uživatelů (Kavková, 2020), šance na rozšíření klientské základny je zde opravdu veliká.

Sociální síť Clubhouse

Tento rok nastal velký „boom“ nové sociální sítě s názvem Clubhouse. Tato síť je z mého pohledu pro freelancery jedna z nejlepších. Jak tato síť vlastně funguje? Uživatelé zde tvoří tzv. „roomky“, kde se diskutuje na nejrůznější témata. Právě zde mohou freelanceři předávat své odborné znalosti a zkušenosti dál a dělat si tím zároveň reklamu zcela zdarma. Prostřednictvím Clubhousu mohou uživatelé vstoupit do diskuze také s nejlepšími podnikateli v ČR a zcela bez předsudků s nimi vést diskuzi.

Sociální síť Facebook

Z výsledků dotazníkového šetření vyplynulo, že stále jednoznačným favoritem je sociální síť Facebook. Na Facebooku lze objednat placenou reklamu, freelancer zde může vytvářet skupiny. V dotazníkovém šetření také volili respondenti podcasty. Ty jsou aktuálně na vzestupu. Zde může freelancer nahrávat podcast na téma, které se týká jeho podnikání a zvat si například hosty, kteří se zabývají tímto tématem.

Sociální síť Tik Tok

Další sociální sítí, která je stále více populární, je sociální síť Tik Tok. Dříve tato síť byla označována jako virtuální prostor především pro mladší uživatele, a proto je výhodnější pro freelancery, kteří mají ve svém portfoliu zákazníky mladší věkové kategorie. Nyní ovšem věková kategorie uživatelů stoupá. Na Tik Toku je možné nahrávat maximálně minutová videa a lze zde i živě vysílat. I této sociální sítě mohou freelanceři využít a v krátkých videích představit dalším uživatelům (potenciálním zákazníkům) svou práci a sebe. Spousta malých podnikatelů tuto možnost využívá a ve videích ukazují například vznik produktů nebo představují sami sebe. V dnešní zrychlené době jsou velmi preferovaná a oblíbená krátká videa a tohoto trendu se Tik Tok drží.

Toto je jeden ze způsobů, jak získávat klienty. Další možností pro získání klientů je forma podpory prodeje.

4.2.3. Využití podpory prodeje

Freelanceři by neměli zapomínat na podporu prodeje. Ze 125 respondentů 18 z nich žádné výhody neposkytuje a 23 respondentů tuto otázku nezodpovědělo. Jelikož nejsilnější stránkou, kterou freelanceři nabízejí jsou jejich vědomosti, nejlepší formou podpory prodeje jsou pro ně workshopy nebo přednášky. Freelanceři mohou předávat své zkušenosti zdarma nebo za úhradu.

Předávání zkušeností potenciálním zákazníkům

Předávat zkušenosti lze například na vzdělávacím portálu Naučmese.cz, kde se může freelancer stát lektorem. Více než stovky lektorů zde nabízejí nejrůznější kurzy – online marketing, jazykové kurzy atd. Kurzy zde mohou být offline a v nynější době i online. Úspěšnost kurzu se odvíjí od toho, jestli se přihlásí dostatečný počet zájemců a mají zájem i o další workshopy od daného lektora. Zde může freelancer nabízet své zkušenosti a předávat je dál, dostat za to zapláceno a také přilákat další klienty, kteří budou mít o něj a jeho produkty zájem.

Dále mohou nabízet slevy na produkty, balíčky a k podpoře prodeje mohou využít současně sociální síť.

Závěr

Podnikání na volné noze je do značné míry specifickou formou podnikání, která s sebou přináší řadu výhod, ale i negativní faktory oproti klasickým formám podnikání. Z tohoto pohledu je na freelancery kladen větší tlak, musí prokazovat vyšší flexibilitu – jak časovou, tak i odbornou. Navíc je zde zásadní rozdíl, že freelancer neprodává pouze produkt, ale také sám sebe. Musí mít velmi dobře promyšlenou a propracovanou marketingovou strategii, aby jeho šance uplatnit se na trhu nebyla mizivá. K tomu freelanceři, jak ukázal výše uvedený výzkum, využívají různé formy osobního marketingu.

Cílem bakalářské práce byla analýza současného stavu podnikání na volné noze v ČR, dále identifikace kladů a záporů podnikání na volné noze a průzkum využití marketingových strategií a nástrojů českých freelanceřů. Na základě zjištěných dat, získaných z dotazníkového šetření, byly formulovány výsledky v porovnání s grafy Roberta Vlacha a dále se stanovenými hypotézami. Pro zlepšení současného stavu českých freelanceřů bylo navrženo jeho řešení.

Z empirického šetření vyplynulo, že v oboru podnikání na volné noze působí více žen než mužů. Změnami prošly obory, ve kterých čeští freelanceři podnikají. Aktuálně nejvíce freelanceřů preferuje obor marketing, prodej a PR, který vytěsnil dříve prioritní obor web, sítě, programování a IT.

Vzhledem k faktu, že freelancer vystupuje v podnikatelském a konkurenčním prostředí sám za sebe, je kladen velký důraz na osobní marketing. Nejčastěji využívaným nástrojem freelanceřů jsou webové stránky. Jedná se o klasickou platformu, díky které mohou prezentovat svoji práci, své znalosti, nabídku a uvádět informace o sobě. Dále hojně využívají sociální sítě – Facebook, Instagram, YouTube, Twitter s možnostmi placené prezentace. Z pohledu cenotvorby naceňují freelanceři své produkty/slужby podle individuální ceny za projekt. Řada z nich, například z IT oborů, naceňuje svoji práci dle hodinové sazby.

V současné době se také osvědčil trend, kdy si mnohé firmy najímají pro své projekty freelancery. Tento způsob skýtá některé výhody, jako jsou například nízké náklady, kdy firmy nemusí najímat drahé odborné firmy. Firmy mohou freelancery nalézt na již zmíněném portálu Navolnenoze.cz, ale také na portálu Freelancer.cz. Zde stačí pouze vyplnit profil s podrobnými údaji o svých zkušenostech a firmě, které zde zadají svůj

požadavek na projekt, si zde vyberou neadekvátnějšího freelancera. Freelancer.cz nabízí projekty z celé Evropy, a proto podnikatelé mohou najít své uplatnění i u zahraničních společností.

Odpovědi výzkumných otázek ukázaly, že v oboru web, sítě, IT a programování nepodniká více než 25 % freelancerů. Skutečně největší nevýhodou podnikání na volné noze je nepravidelný příjem. Při naceňování používá více jak třetina freelancerů individuální cenu za projekt.

Podnikání na volné noze je charakterizováno mnohými výhodami, ale také nevýhodami. Z výzkumu vyplynulo, že současní freelanceři nacházejí ve svém podnikání více výhod. K nejčastěji uváděným patří svoboda podnikání, časová flexibilita a uplatňování oborových znalostí. Naproti tomu podnikání na volné noze přináší freelancerům určitou finanční nejistotu, velkou dávku osobní zodpovědnosti, a to může být vnímáno jako negativní faktor.

Na základě zjištění bylo navrženo řešení k eliminaci nevýhod podnikání na volné noze.

Summary a keywords

The thesis deals with a freelance business. The main goal of the thesis is to identify the pros and cons of a freelancer business and to present the current state of freelancers in the Czech Republic. The current state of the freelance business is analysed by means of a questionnaire survey. The questionnaire is in electronic form and is intended for Czech freelancers from the different disciplines. The questionnaire focuses mainly on the field of marketing of freelancers. These answers of 125 respondents are brought into graphs. Some of the results from the questionnaire are compared with those of Robert Vlach's research. These resulting research charts show the current state of freelancers in the Czech Republic.

Keywords: freelancer, independent expert, marketing, freelancing, self-employed, freelance business

Seznam použité literatury

- Co Caflou umí?. (2021). Caflou.cz. Retrieved March 28, 2021, from <https://www.caflou.cz/co-caflou-umi>
- Frey, P. (2011). *Marketingová komunikace: nové trendy 3.0* (3., rozš. vyd). Management Press.
- Hackwith, A. (2011). *Freelance confidential: The Whole Truth on Successful Freelancing!*. Rockable Press.
- Horowitz, S. (2012). *The Freelancer's Bible*. Workman Publishing.
- Idnes.cz. Retrieved November 20, 2020, from https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/klady-a-zapory-podnikani-na-volne-noze.A131003_124408_podnikani_sov
- Idoklad.cz. (2021). Retrieved March 28, 2021, from <https://www.idoklad.cz/>
- Janouch, V. (2014). *Internetový marketing* (2. vyd). Computer Press.
- Karlíček, M. (2018). *Základy marketingu* (2., přepracované a rozšířené vydání). Grada.
- Kavková, J. (2020). *Instagram, aktuálně nejdynamičtější sociální síť v ČR, slaví 10 let*.
- Kendall, L. (2012). *Brilliant Freelancer: Discover the Power of Your Own Success* (2012 ed.). Pearson Education Limited.
- Kozel, R., Mynářová, L., & Svobodová, H. (2011). *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. Grada.
- Kurzy.cz. Retrieved March 30, 2021, from <https://www.kurzy.cz/zpravy/560690-instagram-aktualne-nejdynamicitejsi-socialni-sit-v-cr-slavi-10-let/>
- Martinovičová, D., Konečný, M., & Vavřina, J. (2019). *Úvod do podnikové ekonomiky* (2., aktualizované vydání). Grada Publishing.
- Miková, M. (2019). *Coworkingová centra. Tak trochu jiný svět*. Archiv.ihned.cz. Retrieved March 28, 2021, from <https://archiv.ihned.cz/c1-66642360-coworkingova-centra-tak-trochu-jiny-svet>
- Morávek, D. (2020). *V lednu startuje paušální daň. Zde je velký manuál a formulář pro přihlášení*. Retrieved March 28, 2021, from <https://www.podnikatel.cz/clanky/v-lednu-startuje-pausalni-dan-zde-je-velky-manual-a-formular-pro-prihlaseni/>
- Mulačová, V., & Mulač, P. (2013). *Obchodní podnikání ve 21. století*. Grada.

- Poncarová, J. (2019). Robert Vlach: Freelancing je nejjednodušší způsob podnikání. E15.Cz. Retrieved November 20, 2020, from <https://www.e15.cz/finexpert/vydelavame/robert-vlach-freelancing-je-nejjednodussi-zpusob-podnikani-1361202>
- Pýcha, A. (2012). *Coworkingová centra nejsou jen v Praze, mnoho z nich najdete po celé České republice!*. Mladypodnikatel.cz. Retrieved March 24, 2021, from <https://mladypodnikatel.cz/coworkingova-centra-v-ceske-republice-t4348>
- Self-employed persons. (2019). Ec.europa.eu. Retrieved November 20, 2020, from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20190430-1>
- Self-employment across EU regions*. (2020). Ec. europa.eu. Retrieved March 28, 2021, from <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/-/ddn-20200401-1>
- Schánová, L. (2015). *Networking: jak získat nové klienty a obchodní partnery*. Grada.
- Sixth annual “Freelancing in America” study finds that more people than ever see freelancing as a long-term career path. (2019). Upwork.com. Retrieved November 20, 2020, from <https://www.upwork.com/press/releases/freelancing-in-america-2019>
- Srpová, J., & Řehoř, V. (2010). *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. Grada.
- Svoboda, J. (2021). Česko má nový fenomén. Na sociální síti Clubhouse se lidé nevidí, jen si povídají a tráví tím hodiny denně. Czechcrunch.cz. Retrieved March 08, 2021, from <https://www.czechcrunch.cz/2021/01/cesko-ma-novy-fenomen-na-socialni-siti-clubhouse-se-lide-nevidi-jen-si-povidaji-a-travi-tim-hodiny-denne/>
- Synek, M., & Kislingerová, E. (2015). *Podniková ekonomika* (6., přepracované a doplněné vydání). C.H. Beck.
- Šilhán, J., & Czudek, D. (2015). *Základy obchodního práva pro ekonomy*. VŠB-TU Ostrava.
- Štědroň, B., Čáslavová, E., Foret, M., Strítěský, V., & Šíma, J. (2018). *Mezinárodní marketing*. C.H. Beck.
- Veber, J., & Srpová, J. (2012). *Podnikání malé a střední firmy* (3., aktualiz. a dopl. vyd). Grada.

- Vesecký, Z. Úspěšný podnikatel musí být už od dětství lehký antisociál (2014).Podnikatel.cz. Retrieved October 14, 2020 from <https://www.podnikatel.cz/clanky/uspesny-podnikatel-musi-byt-uz-od-detstvi-lehky-antisocial/>
- Vlach, R. (2013). *Je podnikání na volné noze pro vás? Poznejte jeho klady a zápory*. Idnes.cz. Retrieved November 20, 2020, from https://www.idnes.cz/finance/prace-a-podnikani/klady-a-zapory-podnikani-na-volne-noze.A131003_124408_podnikani_sov
- Vlach, R. (2016). Hříchy na volné noze: Nespolehlivost. Forbes.cz. Retrieved November 20, 2020, from <https://forbes.cz/hrichy-na-volne-noze-nespolehlivost/>
- Vlach, R. (2017). *Na volné noze: podnikejte jako profesionálové*. Jan Melvil Publishing.
- Vlach, R. (2017). Kancelář kdekoliv na světě: Co používají a na co nedají dopustit digitální nomádi. Forbes.cz. Retrieved November 20, 2020, from <https://forbes.cz/kancelar-kdekoliv-na-svete-co-pouzivaji-a-na-co-nedaji-dopustit-digitalni-nomadi/>
- Vlach, R. (2020). Freelancing.eu — brána do Evropy otevřená. Novolnenoze.cz. Retrieved November 20, 2020, from <https://navolnenoze.cz/blog/freelancing-eu/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Oborové složení českých freelancerů..... 6

Seznam tabulek

Tabulka 1: Porovnání podnikání na volné noze a firemního podnikání 10

Seznam grafů

Graf 1: Právní forma podnikání na volné noze.....	9
Graf 2: Rozložení českých freelancerů podle pohlaví.....	18
Graf 3: Věkové složení českých freelancerů	19
Graf 4: Doba podnikání na volné noze	19
Graf 5: Obor podnikání na volné noze.....	20
Graf 6: Důvody pro podnikání na volné noze.....	22
Graf 7: Osobní marketing českých freelancerů	23
Graf 8: Tvoříte si marketingovou strategii sami, bez pomoci marketingových specialistů?	24
Graf 9: Sociální sítě českých freelancerů	25
Graf 10: Získávání zpětné vazby od zákazníků	26
Graf 11: Řešení situace při negativní zpětné vazbě od zákazníka	27
Graf 12: Měřítko úspěšnosti na volné noze	28
Graf 13: Formy prodeje využívané freelancery	29
Graf 14: Formy podpory prodeje	29
Graf 15: Kritéria, která řídí cenotvorbu	30
Graf 16: Metody naceňování	31
Graf 17: Největší výhody práce freelancera	32
Graf 18: Největší nevýhody práce freelancera	33
Graf 19: Time management freelancerů	34
Graf 20: Zvolili byste si znovu podnikání na volné noze?	35
Graf 21: Obor podnikání českých freelancerů	36
Graf 22: Nevýhody podnikání na volné noze	37

Přílohy

Příloha 1 – Dotazník

Freelancer – podnikání na volné noze

Dobrý den,
jmenuji se Kateřina Korčáková a jsem studentkou třetího ročníku Ekonomické fakulty Jihočeské univerzity. Tento dotazník slouží k mé bakalářské práci, ve které se zabývám podnikáním na volné noze. Dotazník je určený podnikatelům na volné noze, tzv. freelancerům.

***Povinné pole**

Jaké je Vaše pohlaví? *

- Žena
- Muž

Jaká je Vaše věková skupina? *

- Méně než 18 let
- 18-25 let
- 26-33 let
- 34-42 let
- 43-50 let
- Více než 50 let

Jak dlouho se věnujete podnikání na volné noze? *

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

V jakém oboru podnikáte? *

- Web, síť programování 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
- Ostatní služby
- Psychologie a osobní rozvoj
- Umění, tvorba a showbiznys
- Účetnictví, daně a právo
- Malovýroba a móda
- Zdraví a péče o tělo
- Cestování a turismus
- Pohostinství a ubytování
- Zemědělství a chovatelství
- Jiné: _____

Jaké byly Vaše důvody začít podnikat na volné noze? *

- Potřeba změnit formu zaměstnání
- Originální podnikatelský nápad
- Touha po samostatnosti
- Navázání na rodinnou tradici
- Jiné: _____

Jaký volíte osobní marketing? *

- Webové stránky
- Facebook
- LinkedIn
- Doporučování mezi kolegy
- Online portfolio
- Osobní vizitka
- Twitter
- Přednáškové a lektorská činnost
- Odborný blog, publikační činnost
- Aktivní oslovování
- Osobní logo a vizuální styl
- Networking na akcích
- CV, profesní mlinčky
- Přímá doporučení klientů
- Zapojení do freelance komunity
- Členství v organizacích
- Stylové oblečení
- PPC (Adwords, Sklik, Facebook)
- Profesionální fotoportrét
- Mediální PR
- Sídlo podnikání na dobré adrese
- Členství v coworkingu
- Videoblog či podcast
- Intelektuální marketing
- Marketingový plán a kampaň
- Podnikatelské soutěže
- Bez odpovědi
- Jiné: _____

Tvoříte si marketingovou strategii sami, bez pomoci marketingových odborníků?

Ano

Ne

Na jakých sociálních sítích sdílíte svoji práci? *

Facebook

Youtube

Instagram

Twitter

Jiné: _____

Jakou formou zpětné vazby získáváte od svých zákazníků? *

Recenze

Dotazníky

Osobní kontakt

Jiné: _____

Pokud je zpětná vazba od zákazníka negativní, jak situaci řešíte?

- Zůstanu pasovní
- Hledáte řešení, jak situaci zlepšit
- Jiné: _____

Co je pro Vás měřítkem úspěšnosti při podnikání na volné noze? *

- Image
- Odborné znalosti v daném oboru
- Profesionální přístup
- "Zákazník na prvním místě"
- Finanční nezávislost
- Uvedení nových produktů/služeb na trh
- Vyjednávací dovednosti
- Jiné: _____

Jakou upřednostňujete formu prodeje? *

- Kamenný obchod
- E-shop
- Osobní prodej
- Podpora prodeje

Jakou formu * podpory prodeje volíte?

* podpora prodeje = poskytnutí určité výhody spotřebiteli, dává spotřebiteli přímý podnět ke koupi

- Slevy
 - Dárkové karty
 - Poukazy
 - Vzorky na vyzkoušení
 - Předvedení
 - Soutěže
 - Workshopy
 - Jiné: _____
-

Podle jakého kritéria se řídíte při cenotvorbě? *

- Podle nákladů
- Podle poptávky
- Podle cen konkurence
- Kombinace předchozích

Jaké využíváte metody naceňování? *

- Hodinová sazba
- Individuální cena za projekt
- Jednotková cena
- Paušál
- Dle rozpočtu klienta
- Člověkodny
- Cenové varianty
- Balíčková cena
- Sjednaná mzda
- Podíl na zisku
- Success/satisfaction fee
- Jiné: _____

Jaká je podle Vás největší výhoda práce freelancera? *

- Svoboda podnikání a rozhodování
- Časová flexibilita
- Možnost tvořit produktové portfolio
- Možnost pracovat z jakéholiv místa
- Rozmanitost práce
- Uplatnění vlastních schopností
- Jiné: _____

Jaká je podle Vás největší nevýhoda práce freelancera? *

- Nejasně daná pracovní doba
- Nejistý pravidelný příjem
- Vše je na Vaši zodpovědnost
- Legislativní povinnosti
- Nelehký start
- Riziko podnikání
- Jiné: _____

Jaký je Váš time management? *

- Tvořím si seznamy úkolů
- Vše zapisuji do kalendáře/diáře
- Volím si priority
- Nemám, pracuji intuitivně
- Jiné: _____

Zvolili byste si znovu podnikání na volné noze? *

- Rozhodně ano
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Rozhodně ne

Odeslat