



Digitální nomádství: Jak mění podnikatelské prostředí a trh práce

Diplomová práce

Studijní program: N6208 – Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T085 – Podniková ekonomika - Podnik v mezinárodním prostředí

Autor práce: **Bc. Eliška Knížková**
Vedoucí práce: prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.





Zadání diplomové práce

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Eliška Knížková, MSc**
Osobní číslo: E15000528
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: N6208T085 – Podniková ekonomika – Podnik v mezinárodním prostředí
Zadávající katedra: katedra podnikové ekonomiky a managementu
Vedoucí práce: prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.
Konzultant práce: Bc. Jindřich Krásný
GoodCall s.r.o., Recruiter

Název práce: **Digitální nomádství: Jak mění podnikatelské prostředí a trh práce**


Zásady pro vypracování:


1. Stanovení cílů a formulace výzkumných otázek.
2. Definování digitálního nomádství a jeho forem.
3. Trh práce a podnikatelské prostředí - současné trendy a nástup generace Z.
4. Kvalitativní výzkum - otázky pro nomády.
5. Formulace závěrů a zhodnocení výzkumných otázek.


Seznam odborné literatury:

- SELLINGSLOH, Frank. 2017. Digital Nomad Lifestyle - All Questions Answered. In: *Coworking in the Sun* [online]. FU International Academy Tenerife: Sellingsloh. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <http://www.coworkinginthesun.com/digital-nomads-lifestyle/>
- MOHN, Tanya. 2017. Digital Nomads Wander the World Without Missing a Paycheck. *New York Times, Late Edition (East Coast); New York, N.Y.* [online]. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1883595440?accountid=17116>
- Digitální nomádství: Jak cestovat a pracovat odkudkoli* [online]. Martin Rosůlek, 2017 [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <http://digitalninomadstvi.cz/>
- VLACH, Robert. 2015. Výsledky průzkumu: Jak se daří českým freelancerům? *Na volné noze: portál nezávislých profesionálů* [online]. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <https://navolnenoze.cz/blog/vysledky/>
- Statistika a my: Měsíčník Českého statistického úřadu* [online]. Český statistický úřad, 2017 [cit. 2017-10-04]. Dostupné z: <http://www.statistikaamy.cz/category/analyzy/trh-prace/>
- PROQUEST. 2017. *Databáze článků ProQuest* [online]. Ann Arbor, MI, USA: ProQuest. [cit. 2017-09-28]. Dostupné z: <http://knihovna.tul.cz/>

Rozsah práce: 65 normostran
Forma zpracování: tištěná / elektronická
Datum zadání práce: 31. října 2017
Datum odevzdání práce: 31. srpna 2019


prof. Ing. Miroslav Žižka, Ph.D.
děkan Ekonomické fakulty


L.S.


prof. Ing. Ivan Jáč, CSc.
vedoucí katedry

V Liberci dne 31. října 2017

Prohlášení

Byla jsem seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé diplomové práce a konzultantem.

Současně čestně prohlašuji, že tištěná verze práce se shoduje s elektronickou verzí, vloženou do IS STAG.

Datum: 23.4.2018

Podpis: 

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucímu své diplomové práce prof. Ing. Ivanu Jáčovi, CSc. za možnost zvolení nového a zajímavého tématu, odborné vedení a cenné rady a připomínky, které mi během vypracování poskytl.

Dále bych ráda poděkovala digitálním nomádům, kteří jsou mi inspirací a ztělesňují hlavní článek této diplomové práce.

V neposlední řadě musím poděkovat své rodině a partnerovi, kteří mě neúnavně podporovali po celou dobu mého studia.

Anotace

Diplomová práce představuje současný trend digitálního nomádství se zaměřením na Českou republiku. Cílem a zároveň přínosem této práce je přiblížení tohoto trendu a představení nových statistických dat, která na toto téma chybí. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část vychází z dostupné literatury, která se týká této specifické formy práce na dálku. Vysvětluje pojem a formy digitálního nomádství, prezentuje stávající statistiky a zkoumá tuto problematiku v širším kontextu trhu práce a podnikatelského prostředí. V rámci praktické části byl proveden kvantitativní výzkum formou anonymního dotazníku. Zúčastnilo se ho 34 respondentů. I přes některá omezení průzkumu přináší jeho výsledky poznatky o délce pobytu v zahraničí, motivech pro digitální nomádství, oborech a formě práce, spolupráci s firmami, vízových záležitostech, zdanění příjmů, českém podnikatelském prostředí a výhledu do budoucna. Shrnutí teoretické a praktické části přináší propojení nejdůležitějších informací z obou částí. Závěr práce rekapituluje práci a její cíle včetně výsledků práce a doporučení.

Klíčová slova

Digitální nomádství, digitální nomádi, online podnikání, podnikatelské prostředí, práce na dálku, trh práce

Annotation

This diploma thesis presents the current trend of digital nomadism while focusing on the Czech Republic. The aim is to analyze this trend and introduce new data which are currently lacking. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The practical part is based on available literature regarding this unique form of remote work. It explains the definition of digital nomadism as well as its forms, comments on existing statistics and puts this trend into a broader context of labour market and business environment. Quantitative research was carried out as a foundation for the practical part of this thesis. 34 participants took part in an anonymous questionnaire. Despite some limitations, the results produced valuable data. The questionnaire focused on travel duration, motives for nomadism, fields and forms of work, cooperation with companies, visa issues, taxes, Czech business environment and future outlook. The summary connects both parts of the thesis and highlights the most important information. The conclusion recapitulates the thesis and its aims and includes results and recommendations.

Key Words

Business Environment, Digital Nomadism, Digital Nomads, Labour Market, Online Entrepreneurship, Remote Work

Obsah

Seznam obrázků	10
Seznam tabulek.....	11
Seznam zkratk	12
Úvod.....	13
1. Teoretická východiska	15
1.1 Pojem digitální nomádství	15
1.1.1 Kdo je digitální nomád	16
1.1.2 Formy digitálního nomádství.....	17
1.1.3 Uplatnění nomádů.....	18
1.1.4 Čeští nomádi	20
1.1.5 Nedostatky digitálního nomádství	20
1.2 Digitální nomádství v číslech	21
1.2.1 Zahraniční průzkumy	21
1.2.2 České průzkumy a statistiky	23
1.3 Trh práce.....	31
1.3.1 Nedostatek talentů	31
1.3.2 Online trh práce	31
1.3.3 Současná situace na trhu práce v České republice.....	32
1.3.4 Generace X, Y a Z	33
1.3.5 Sřet poptávky a nabídky na trhu práce	35
1.4 Podnikatelské prostředí	36
1.4.1 Inovační vlny a globalizace	36
1.4.2 Současné trendy v podnikatelském prostředí.....	39
1.4.3 Mezinárodní podnikatelské prostředí: vznik nových služeb.....	41
1.4.4 Mezinárodní legislativa: Thajsko a Česká republika	44
1.4.5 Podnikatelské prostředí v České republice	45
2. Praktická část	47
2.1 Kvalitativní a kvantitativní výzkum	47
2.2 Metodika výzkumu.....	49
2.3 Průběh výzkumu a výsledky.....	50
2.3.1 Délka pobytu digitálních nomádů v zahraničí	51
2.3.2 Důvody vedoucí k digitálnímu nomádství.....	51
2.3.3 Přehled výdělečných aktivit.....	52

2.3.4	Forma práce.....	54
2.3.5	Spolupráce s firmami.....	55
2.3.6	Vízové záležitosti	58
2.3.7	Zdanění příjmů	60
2.3.8	Hodnocení podnikatelského prostředí v České republice.....	60
2.3.9	Vývoj digitálního nomádství v budoucnu	63
2.4	Omezení výzkumu a doporučení.....	64
3.	Shrnutí teoretické a praktické části.....	66
	Závěr	70
	Seznam použité literatury	73
	Seznam příloh	77

Seznam obrázků

Obr. 1: Forma práce freelancerů v %	25
Obr. 2: Obory uplatnění freelancerů v %	27
Obr. 3: Klienti freelancerů v %	28
Obr. 4: Geografické rozdělení klientů freelancerů v %	29
Obr. 5: Obvyklé místo výkonu práce v %	30
Obr. 7: Délka pobytu digitálních nomádů v zahraničí	51
Obr. 8: Důvody vedoucí k digitálnímu nomádství	52
Obr. 9: Hlavní výdělečné aktivity digitálních nomádů	54
Obr. 10: Forma práce digitálních nomádů	55
Obr. 11: Spolupráce digitálních nomádů s firmami	56
Obr. 12: Přístup firem ke spolupráci s digitálními nomády	56
Obr. 13: Spolupráce s českými a zahraničními subjekty	57
Obr. 14: Rozdíly ve spolupráci s českými a zahraničními subjekty	58
Obr. 15: Druh víz	59
Obr. 16: Uvádění práce na dálku v zahraničí	59
Obr. 17: Místo zdanění příjmů	60
Obr. 18: Hodnocení podnikatelského prostředí v České republice	62
Obr. 19: Vliv digitálního nomádství na podnikatelské prostředí v České republice.....	63
Obr. 20: Vývoj digitálního nomádství v budoucnu.....	64

Seznam tabulek

Tab. 1: Inovační vlny.....	37
Tab. 2: Globalizační vlny	38
Tab. 3: Porovnání výdělečných činností digitálních nomádů a freelancerů.....	53

Seznam zkratk

EU	Evropská Unie
IT	informační technologie
OSVČ	osoba samostatně výdělečně činná
TUL	Technická univerzita v Liberci

Úvod

Tato diplomová práce se zabývá současným fenoménem digitálního nomádství a představuje souhrnnou teoretickou základnu zahrnující definování tohoto pojmu, formy práce, obory uplatnění a další. Práce se také orientuje na současnou situaci podnikatelského prostředí a trhu práce. V rámci diplomové práce byl realizován online dotazník zaměřující se na získání statistických údajů, které se zatím na toto téma nevyskytují. Jeho výsledky jsou interpretovány v praktické části této práce.

Cílem diplomové práce je přiblížit a analyzovat rozrůstající se trend digitálního nomádství v širším kontextu podnikatelského prostředí a přinést statická data, která jsou zatím nedostupná. Na základě zhodnocení současné situace na trhu práce a možností podnikatelského prostředí hledá tato práce odpovědi na otázky, v jakých oborech se nomádi mohou uplatnit, jak rozmach digitálního nomádství ovlivňuje podnikatelské prostředí, jaké nové služby vznikají v návaznosti na uspokojení poptávky digitálních nomádů, zda se firmy dokáží přizpůsobit požadavkům nové generace, jaká jsou omezení pro práci na dálku, zda jsou státy na tento druh práce legislativně připraveny apod. Práce také přináší otázky týkající se budoucího vývoje tohoto trendu a podnikatelského prostředí.

Přínos práce je zakotven v prezentování statistických údajů, které na téma digitálního nomádství téměř neexistují. Oficiální statistiky se zatím tímto trendem nezabývají. Na českém poli působnosti zatím vznikl jen jeden významný průzkum, který se však týká freelancerů. Jak je pojednáno v teoretické části, freelanceři však mohou, ale nemusí být digitálními nomády. Důvod zvolení daného tématu spočívá v jeho novosti a aktuálnosti. Na akademické půdě se mu zatím nevěnuje přílišná pozornost, přesto že zájem o tuto formu práce narůstá. V současnosti představuje digitální nomádství a práce na dálku zajímavou alternativu jak pro jednotlivce, tak pro firmy.

V teoretické části se tato práce věnuje nejprve vymezení pojmu digitálního nomádství a jeho forem. Díky rozsáhlé a především zahraniční literární rešerši se práce zaměřuje nejen na definování pojmu. Zároveň přináší pohled do oborů, ve kterých je možné nalézt uplatnění a práci na dálku aplikovat. Tato část dále uvádí několik českých nomádů, nedostatky této formy práce a české i zahraniční statistiky. Pro utvoření celistvého obrazu této problematiky se práce v další části teoretické sekce soustředí na trh práce a

podnikatelské prostředí. Část diplomové práce věnující se trhu práce informuje o nedostatku talentů, online trhu práce a zahrnuje také blízký náhled na charakteristiky generací X, Y a Z a střet poptávky s nabídkou. Nomádství jako forma moderního propojení práce, volného času a životního stylu vytváří nové impulsy, které vnášejí změny a příležitosti do podnikatelského prostředí samotného. Práce se proto soustředí na jak lokální, tak mezinárodní podnikatelské prostředí, ve kterém se digitální nomádství zakotvilo razantněji než v prostředí českém.

Praktická část práce nejprve představuje základní metody výzkumu a především metodu kvantitativního výzkumu, který byl pro účely této diplomové práce proveden. Výzkumu se zúčastnilo 34 digitálních nomádů a osob, jež určitým způsobem do kategorie práce na dálku spadají. Výzkum probíhal formou online dotazníku, který byl plně anonymní. Výsledky výzkumu jsou interpretovány grafickou podobou a doprovodným komentářem. Provedený průzkum disponuje určitými nedostatky a ty jsou včetně doporučení pro budoucí průzkumy zahrnuty v závěru praktické části.

Shrnutí teoretické a praktické části diplomové práce propojuje a shrnuje nejdůležitější informace, které byly v obou částech představeny. V závěrečné části je uveden věcný přehled struktury práce, cíle práce, její výsledky a doporučení.

1. Teoretická východiska

Rešeršní část diplomové práce se zabývá detailní specifikací digitálního nomádství jako pojmu, formy práce i uplatnění. Uvedeno je i několik českých digitálních nomádů, kteří zde poslouží jako názorná ukázka existence tohoto trendu v českém prostředí, a několik nedostatků práce na dálku. Další část práce se věnuje statistikám – zahraničním a poté i českým. Zahraniční statistiky se zabývají otázkou odpracovaných hodin, ubytování a oblíbených nomádstvých destinací. Mimo to se zahraniční průzkumy soustředí i na přínos digitálního nomádství pro osoby samotné a zároveň pro firmy. Práce dále přináší přehled společností podporujících práci na dálku a také výhled do budoucna. Následují výsledky průzkumu českého, který se zabývá freelancery. Kapitola věnovaná trhu práce se zaměřuje na nedostatek talentů, online trh práce, současnou situaci na českém trhu práce, charakteristiku rozdílných generací a střet poptávky s nabídkou. Další část se věnuje českému i zahraničnímu podnikatelskému prostředí a zabývá se současnými trendy. Popisuje faktory, které přispěly k rozvoji digitálního nomádství a dále pak služby, které vznikají v návaznosti na tento fenomén jak v zahraničí, tak v České republice. Na příkladu Thajska je dále ilustrován problém mezinárodní legislativy v rámci práce na dálku.

1.1 Pojem digitální nomádství

Pojem digitálního nomádství se v posledních letech objevuje často především v zahraničních titulcích. Digitální doba tomuto trendu přeje. Podnikatelské prostředí se neustále mění a zároveň jsou vyvíjeny nové technologie. Tyto a další změny vytváří podněty pro rozvoj nejen podniků, ale i pracovníků. Je to právě fenomén digitálního nomádství, který s postupem času nabírá na důležitosti. Jak uvádí PR Newswire (2015), digitální nomádi mění obraz globálního trhu práce, a proto je důležité věnovat se analýze digitálního nomádství.

Digitální nomádství se podle Ui-hoon (2017) zrodilo v Silicon Valley před zhruba 20 lety, od té doby se ale postupně rozšířilo do více profesních oblastí. Už v roce 1997 se Tsugio Makimoto, člen představenstva společnosti Hitachi, spolupodílel na vzniku knihy „Digital Nomad“. V té době prohlásil, že pracovní pozice nemusí být v budoucnu vázána na firemní

kancelář, právě díky vysokorychlostním bezdrátovým sítím a levným přenosným zařízením. (Ui-hoon,2017)

1.1.1 Kdo je digitální nomád

Digitální nomád Martin Rosůlek, autor blogu a knihy Digitální nomád, se řídí heslem „žít, pracovat a cestovat“. Toto heslo velice zkráceně vysvětluje pojem digitálního nomádství. Pojem jako takový pochází z anglického *digital nomad*, v překladu se tedy jedná o digitálního kočovníka neboli nomáda. (Digitální nomádství, 2017)

Definice digitálního nomáda podle Investopedia (2017) a Urban Dictionary (2017) zahrnují hlavní charakteristiky, kterými jsou nezávislost na jedné lokalitě a využití moderních technologií pro výkon práce. Další charakteristika uvádí získávání příjmu na dálku přes internet na místo docházení do podnikové kanceláře. Nomádi tak nepotřebují žádnou domácí základnu a mohou kdykoliv cestovat. Podle definic se tedy striktně nepředpokládá pobyt v zahraničí, základem je práce mimo firemní kancelář. Přesto je však nepsanou charakteristikou digitálních nomádů právě cestování. Nomádi totiž volí tento životní styl právě kvůli touze po objevování světa. Vijayan (2017) zase popisuje podstatu digitálního nomádství jako touhu zapojit se do práce, která bude zapadat do požadovaného životního stylu, na rozdíl od přizpůsobování životního stylu práci.

Digitální nomád je tedy definován jako člověk, který pracuje na dálku, zatímco pobývá v kterékoli lokalitě na světě. Lokalita na výkon práce nemá vliv. Minimálně se však musí jednat o lokalitu s dobrým přístupem k internetu, který je pro nomády stěžejní, stejně tak jako notebook a chytrý telefon (M2 Presswire, 2017). Vykonáváním povolání ze zahraničí tak digitální nomádi propojují život pracovní se životem soukromým, práci s cestováním. Digitální nomádství se dá považovat za životní styl, jenž je postaven na smysluplném využití času, minimalismu a neustálém objevování. Rozvoj digitálního nomádství umožnily mimo jiné globalizace, technologický pokrok a uvolnění mezinárodních vztahů. (Digitální nomádství, 2017)

Digitální nomádství podle Nováka a Vinše (2015, s. 165) představuje „jedno z funkčních řešení rostoucí pracovní zátěže a nedostatku dovolené“. Obecně panuje názor, který práci na pracovišti v pevně stanovené době považuje za pozůstatek z industriální éry. Nomád

Johannes Voelkner věří, že zajištění práce na dálku a dočasné žití téměř kdekoliv na světě je v dnešní době možné. (Monh, 2017)

Timothy Ferriss, autor světově proslulé knihy Čtyřhodinový pracovní týden, pojmenoval digitální nomády jako „noví bohatí“. Jeho hlavní myšlenka tkví v zužitkování možností, které přináší internet, tedy v co největší automatizaci práce. Ferrissova definice bohatství představuje mobilitu, díky které nomádi cestují a získávají zážitky, spíše než materiální bohatství. (Ferris, 2010)

Martin Rosůlek pak uvádí vlastnosti a dovednosti, které nomádi potřebují. Na první místo spadá schopnost učit se a přizpůsobivost, dále pak cizí jazyky. Minimalismus, který je v souvislosti s nomádstvím často zmiňován, pak Martin Rosůlek umisťuje před IT znalosti. V současnosti se totiž nomáděním mohou uživit i cestovatelé, kteří nespadají do kolonky programátorů a dalších IT pracovníků. (Digitální nomádství, 2017)

Pojem digitálního nomádství není přímočarý. Za digitálního nomáda může být považován člověk, který na cestách pobývá delší dobu (nejedná se tedy o klasickou dovolenou), ale v průběhu cestování nepracuje, anebo pracuje příležitostně. Za digitálního nomáda se může považovat i člověk, který stráví měsíc v cizině a přitom si díky internetu vydělává. Nomádi si na cestách mohou vydělávat i klasickou prací například v hotelech, dobrovolnictvím výměnou za ubytování a stravu a další. Tyto osoby se už ale spíše řadí do kategorie cestovatelů nežli digitálních nomádů. Definice tedy nemá přesně stanovené hranice a záleží na subjektivním vnímání. Tato diplomová práce se zabývá digitálním nomádstvím v základu jeho definice, tedy kombinací cestování a práce umožněné díky moderním technologiím.

1.1.2 Formy digitálního nomádství

Digitální nomádství se v posledních letech nestalo novinkou ve všech oborech. Copywriteři, programátoři a další nezávislí profesionálové už dlouhou dobu považují práci přes internet za samozřejmost. Co se ale v nedávné době změnilo, je fakt, že se digitálním nomádstvím začíná zabývat mnohem širší okruh zájemců z nejrůznějších oborů a skrze různorodé formy práce. (Digitálním nomádem, 2017)

Intentional Travelers (2017) uvádí rozřazení digitálních nomádů do sub-kategorií podle typu práce:

- Freelanceři věnující se online psaní, kódování, coachingu, správě sociálních médií apod. pro své klienty
- Profesionálové z oblasti práva, účetnictví, poradenství apod. nabízející své služby na dálku
- Podnikatelé využívající digitálních technologií pro řízení podniku a zaměstnanců na dálku
- Zaměstnanci pracující pro tradiční firmy na dálku
- Lidé prodávající digitální produkty jako například e-knihy, návody, průvodce apod.
- Kombinace výše uvedeného

Pojem freelancer byl převzatý z anglického jazyka a nelze ho jednoznačně nahradit jedním českým slovem. Zahraniční definice popisují freelancera jako osobu, která se nenachází v klasickém zaměstnaneckém poměru, nýbrž pracuje na základě jednotlivých kontraktů pro jednu i více společností. Typickým příkladem freelancera pracujícího sám na sebe je profese spisovatele nebo novináře (Business Dictionary, 2017). Česko-anglický online slovník Glosbe (2017) ale do definice freelancera zahrnuje nezávislého pracovníka, nezávislého profesionála a zároveň osobu samostatně výdělečně činnou (OSVČ). V některých případech může být mezi pojmy digitální nomád a freelancer umístěno rovnítko, zvláště pokud freelancer cestuje. Tato diplomová práce však respektuje širší charakteristiku digitálního nomádství a freelancing považuje za pojem jemu podřazený. Freelancer vskutku může, ale nemusí být digitálním nomádem. Digitálním nomádem navíc může být zaměstnanec, jemuž zaměstnavatel umožnil pracovat ze zahraničí.

1.1.3 Uplatnění nomádů

Nomádi se věnují jakékoliv práci, která se dá provozovat přes internet. Základním vybavením je notebook a chytrý telefon, bez kterých by práce na dálku nebyla možná (Digitální nomádství, 2017). V začátcích se nomádi věnovali především IT a programování, ale jak už bylo výše uvedeno, digitální nomádi v dnešní době nachází

uplatnění i v jiných oborech. Následuje přehled oborů a profesí, ve kterých nomádi nejčastěji pracují:

- IT a programování
- Fotografování a grafika
- Marketing
- Copywriting
- Prodej infoproduktů
- Virtuální asistenti

Petr Novák a Matouš Vinš (2015) také uvádí následující:

- Webdesign
- Vývoj aplikací
- Design
- Reklama
- Jazykové služby
- Průzkumy trhu, analýzy a rešerše

Jak ale z předchozí sub-subkapitoly Formy digitálního nomádství vyplývá, digitální nomádi se mohou věnovat i činnostem z oblasti práva, účetnictví, poradenství či coachingu. Do podobné kategorie může být zařazen i obor lidských zdrojů, kdy náboráři a lovci talentů využívají sociální síť LinkedIn a pracují pro různé klienty, pro něž shání vhodné kandidáty. Novináři pracující na volné noze a přinášející reportáže z míst, kde se právě nacházejí, také jako digitální nomádi nacházejí uplatnění, stejně jako spisovatelé. Kubátová (2016) navíc uvádí, že freelanceři nepovažují povýšení v rámci jedné firmy za pracovní úspěch. Jejich kariéra je totiž často propletena skrze více společností a především se ubírá více směry najednou.

Pro demonstraci výše uvedeného uvádí následující kapitola výčet několika českých digitálních nomádů, kteří se úspěšně digitálnímu nomádství několik let věnují.

1.1.4 Čeští nomádi

Známou osobností ve světě českých nomádů se stal Martil Rosůlek, který životní styl digitálních nomádů propaguje. Živí se jako marketingový specialista a založil webové stránky digitalninomadstvi.cz, kde sdílí rady ohledně pasivního příjmu, podnikání, obsahové stránky webových portálů atd. Dále se zajímá o investování do akcií, bitcoiny, *copywriting* a napsal také knihu pro začínající nomády. Jeho teorie úspěšného nomádění spočívá ve sledování nákladů, pečlivého finančního plánu, minimalismu a finanční svobody. Navštívil 5 kontinentů a na cestách strávil více jak 1000 dní. (Digitální nomádství, 2017)

Další zajímavou osobností je Matouš Vinš, který spolu s Petrem Novákem napsal knihu *Travel Bible*. Matouš je publicista, marketér, fotograf a bloger. Upozorňuje na rozdíl mezi pouhým cestováním a nomáděním – podstatou nomádství je podle něho kladné, nebo alespoň neutrální *cash flow*, a to samozřejmě na cestách. Na jednom místě tráví tolik času, aby si danou lokalitu i při práci stihl beze spěchu procestovat.

Petr Novák se věnuje tvorbě funkčních webů a internetových kurzů přes server Naučmese.cz. Jeho kurz *TravelHacking*, kde sdílí rady týkající se letenek a nízkorozpočtového cestování, se stal nejoblíbenějším z celého serveru. Tento nomád tráví na cestách několik měsíců za rok. (*Travel Bible*, 2017)

Linda Nezhybová se stala grafičkou, spravuje sociální média, e-shop a online komunikaci. Vytvořila také online kurz grafiky pro negrafičky. Ze začátku se potýkala s nedostatkem klientů a nováčkům doporučuje, aby využili možnosti registrace na portálu *Na volné noze*. Díky tomuto serveru pro freelancery svoji kariéru odstartovala. (*Doba Letová*, 2016)

Pro vytvoření úplné a reálné představy o digitálním nomádství je následující sub-subkapitola věnována nedostatkům tohoto trendu.

1.1.5 Nedostatky digitálního nomádství

Jedna z nevýhod, kterou nomádi přiznávají, je osamocenosť. Nomádi většinou v jedné zemi nestráví dostatek času na to, aby si s místními lidmi nebo jinými cestovateli vytvořili

hluboké vazby. Cestováním se navíc ztrácejí i vazby staré. Tento fakt ovlivňuje nomády jak po sociální, tak po emoční stránce. Také nezávislost na lokalitě a tím pádem absence klasického domova se pro některé nomády může stát velkou emoční přítěží.

Některé články prezentují digitální nomádství spíše jako dovolenou. Realita je ale odlišná, ani T. Ferriss nepracuje pouze 4 hodiny za týden. Většina digitálních nomádů pracuje 50 – 60 hodin za týden a to bez ohledu na lokalitu (Markmanson, 2013). Stejný závěr vyplývá i ze zahraničních průzkumů.

Travel bible (2017) upozorňuje i na přesuny mezi vzdálenými lokalitami, které pracovní čas výrazně krátí. Dále na prokrastinaci, znemožnění osobních schůzek s klienty či omezení ve formě malého zavazadla. Navíc je výběr lokality pro české digitální nomády náročnější, než pro nomády například ze Spojených států. Z finančního hlediska mají Američané možnost většího výběru cílových destinací.

Práce na dálku přináší překážky i firmám. Přestože se tento způsob práce díky technologiím rozmáhá, technologie jsou zároveň to, co další rozvoj brzdí. Mnoho společností nedisponuje programy ke školení zaměstnanců ohledně spolupráce se zaměstnanci, kteří pracují z domova. Další překážkou mohou být, a často jsou, pracovní a daňové zákony daných zemí. (Monh, 2017)

1.2 Digitální nomádství v číslech

Tato kapitola prezentuje významné zahraniční i české průzkumy a statistiky z nich plynoucí, které byly dosud v rámci tématu digitálního nomádství zveřejněny. Subkapitola zahrnuje také průzkum českých freelancerů, jelikož se pojmy freelancer a digitální nomád mohou v některých případech překrývat a data zabývající se čistě digitálními nomády zatím nejsou dostupná.

1.2.1 Zahraniční průzkumy

Za významným průzkumem na poli digitálního nomádství, citovaného v mnoha zahraničních titulcích, stojí společnost BridgeStreet Global Hospitality. Tato společnost

nabízí různá řešení ubytování pro cestovatele, kteří se nechtějí ubytovat v klasickém hotelu. Působí ve více než 60 zemích světa a ve své nabídce čítá přes 65 000 apartmánů. V průběhu průzkumu BridgeStreet IQ Report: Digital Nomads bylo vyzpovídáno přes 30 000 profesionálů z celého světa pracujících na dálku, kteří odpovídali na otázky týkající se jejich stylu života.

Přestože digitální nomádi jako největší výhodu svého stylu života uvádí flexibilní pracovní dobu, kolem 65% z nich však odpracuje více hodin, než kdyby pracovali pro jednoho zaměstnavatele v předem určenou, pevnou pracovní dobu. Více jak polovina dotazovaných většinou pracuje z oficiální podnikové kanceláře. Více jak 75% z nich by ale rádo vyměnilo klasické pracovní prostředí za klidnou soukromou kancelář. Jednou z největších nevýhod podnikových kanceláří jsou totiž bezesporu všechny neplánované aktivity, které významně snižují nejenom samotný čas na práci, ale i koncentraci.

Průzkum se soustředil i na otázky týkající se ubytování. Kolem 83 % nomádů preferuje ubytování nabízející služby jako například jídelnu, nebo které poskytuje alespoň plně zařízené kuchyně. Kombinace hotelového stylu ubytování s délkou pobytu od 1 do 6 měsíců a rozšířenými službami se stala nejoblíbenější. (PR Newswire, 2015)

Z tohoto průzkumu také vyplývá velká oblíbenost Londýna jako nomádské destinace. Umístil se na vyšších příčkách než například Sydney, Paříž nebo Chicago (PR Newswire, 2015). Asie se však stala pro digitální nomády ze západu číslem jedna. Na první příčce v oblíbenosti se drží kvůli nízkým nákladům, krásné přírodě a dostupné vízové politice. (Ui-Hoon, 2017)

V zahraničních průzkumech nechybí ani zaměření na trendy pracovního prostředí. Firma Global Workplace Analytics ze svých studií zjistila, že digitální nomádi a ostatní lidé, kteří mají šanci alespoň částečně pracovat na dálku, zlepšují nejen pozici sami sebe, ale i firmy, pro niž pracují, a jejich zisků. Z jiného amerického průzkumu vyplývá, že se zaměstnanci pracující tři až čtyři dny mimo pracoviště cítí více zapojení do pracovního procesu. Pokud firmy zaměstnávají osoby, které x dní v týdnu pracují z domova, můžou snížit svoje majetkové náklady a environmentální stopu. A zároveň mohou pracovat s talenty, kteří tento způsob práce ocení.

Studie Future Workforce, publikovaná společností Upwork, jen potvrzuje benefity práce z domova. Vyzpovídáno bylo 1000 manažerů ze Spojených států amerických a pouze jeden z deseti uvedl lokaci jako důležitou při výběru kandidáta. Dvě třetiny mají v týmu zaměstnanců alespoň několik jedinců, kteří pracují vzdáleně. Podle manažera z firmy Dell data jasně poukazují na nepotřebnost fyzické přítomnosti zaměstnance na pracovišti. Zaměstnanci jsou do práce více zapojeni, pokud operují s určitou flexibilitou. (Monh, 2017)

Průzkum publikovaný FlexJobs týkající se společností, které zaměstnávají profesionály na dálku, umístil společnosti Amazon, Dell a IBM mezi top 20 zaměstnavatelů. FlexJobs je název platformy, která zprostředkovává nabídku a poptávku mezi společnostmi a freelancery. Jen v posledních dvou letech se platforma rozrostla o 52 % a největší poptávka ze strany firem se týká oblastí IT, zpracování dat, vytváření obsahu, webových služeb, digitálního marketingu, grafického designu, recruitmentu, poradenství a business analýzy. (Vijayan, 2017)

Zakladatel platformy Nomadlist Pieter Levels, webových stránek porovnávajících nejlepší lokality pro nomády, odhaduje obrovský nárůst digitálního nomádství. Do roku 2035 se podle Levelse stane digitálními nomády 1 miliarda osob. Také Forbes se zajímá o tento trend a předpokládá, že 40 % pracovní síly ve Spojených státech se do roku 2020 stane buď freelancery, pracovníky na dálku, anebo jinými nezávislými profesionály. Například v Singapuru už nyní pracuje 8 % pracovní síly jako freelanceři a 51 % zaměstnanců využívá možností dočasného zaměstnání. (Ui-Hoon, 2017)

1.2.2 České průzkumy a statistiky

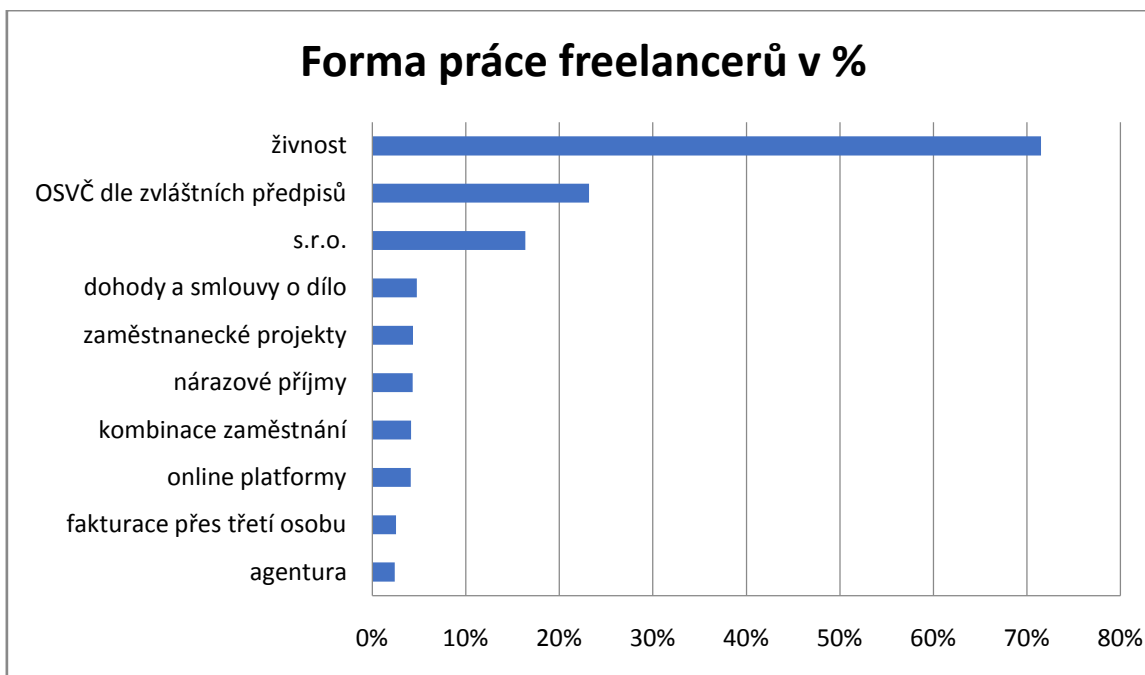
V české literatuře se do budoucna odhaduje významný nárůst počtu nezávislých profesionálů. Podle Kubátové (2016) budou freelanceři do roku 2020 reprezentovat kolem 45 % pracovní síly západní civilizace. Vzhledem k překrývající se definici freelancerů a digitálních nomádů může být předpokládáno, že se zvýší i počet digitálních nomádů.

Oficiálních statistik věnujících se tématu digitálního nomádství zatím mnoho nevzniklo. Ministerstvo průmyslu a obchodu zveřejňuje statistické údaje týkající se počtu podnikajících fyzických osob či živnostenských oprávnění a tyto údaje rozděluje podle

věku, pohlaví, občanství, oborů nebo krajů. Tyto statistické informace mohou být považovány za nadřazené informacím o nomádech a popisují pouze část digitálních nomádů. Ne každý živnostník si také volí digitální nomádství jako životní styl. Jak uvádí kapitola 1.1.2 Formy digitálního nomádství, freelancing a nomádství nezahrnují pouze podnikání. Digitální nomádství na sebe bere mnoho forem. Z toho důvodu tato diplomová práce nezahrnuje statistické údaje od Ministerstva průmyslu a obchodu.

Právě z důvodu nejednoznačného vymezení pojmu digitálního nomádství lze jen obtížně získat statistické údaje o této skupině obyvatelstva, počínaje počtem pracovníků na volné noze. Konkrétní statistické informace týkající se například již zmíněných živnostenských oprávnění jsou snadno získatelné, jelikož se každý zájemce o živnostenské oprávnění musí na příslušném živnostenském úřadě ohlásit anebo o oprávnění zažádat. Údajů o digitálních nomádech se prozatím nedostává a to právě proto, že je velmi obtížné je získat. Dosavadní průzkumy, ať už zahraniční nebo české, byly provedeny buď nomády samotnými anebo společnostmi, které jsou s digitálními nomády v kontaktu, jako například se svými zákazníky.

Doposud nejvýznamnější průzkum týkající se freelancerů v České republice proběhl na konci roku 2015 a aktualizován byl o půl roku později, v srpnu 2016. Za průzkumem „Jak se daří českým freelancerům?“ stojí digitální nomád Robert Vlach, autor blogu Na volné noze (2016). Do průzkumu se zapojilo 2 300 českých freelancerů, kteří zodpověděli otázky ohledně osobního profilu, práce s klienty, finančních záležitostí, pracovních návyků a dokonce pocitů a hodnot. Následuje grafický výčet statistik s komentářem, vhodných pro tuto diplomovou práci. Jak bylo zmíněno v kapitole 1.1.2 Formy digitálního nomádství, digitální nomádství je pojem velice blízký freelancingu. Ne všichni freelanceři se však řadí do kategorie digitálních nomádů, zatímco spousta digitálních nomádů se za freelancery považuje. Podrobnější statistiky týkající se pouze digitálních nomádů v České republice zatím neexistují, proto je v této diplomové práci využít průzkum z oblasti českého freelancingu.



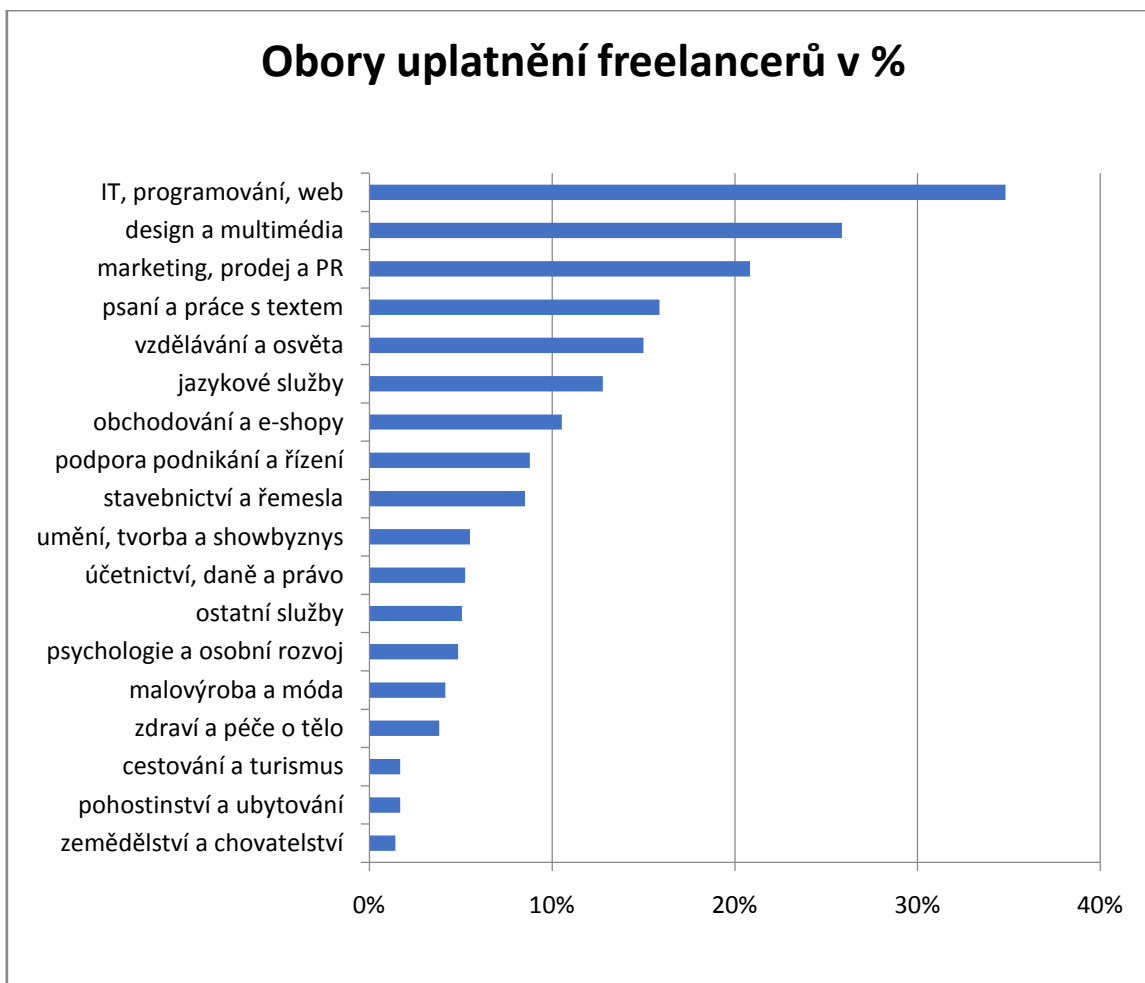
Obr. 1: Forma práce freelancerů v %
Zdroj: Na volné noze (2016)

Závěr, který vyplývá z kapitoly 1.1.2 Formy digitálního nomádství, tedy že digitální nomád může být podnikatel, živnostník, zaměstnanec, nezávislý profesionál a další, potvrzuje i tento průzkum. Jak ukazuje Obr. 1: Forma práce freelancerů v %, forma práce freelancerů (stejně tak digitálních nomádů) je rozmanitá. Podnikání na živnostenské oprávnění ale převládá s necelými 72 %. Další OSVČ, vykonávající práci dle zvláštních předpisů, jako jsou svobodná povolání, autorská činnost aj., čítají na 23 %. Přes 16 % dotazovaných jsou vlastníky či spoluvlastníky společnosti s.r.o., ve které i fakturují. Necelých 5 % nepodniká a nechává se zaměstnat na jednorázové smlouvy o dílo, dohody o provedení práce a další. Přes 4 % respondentů uvádí, že uzavírají pracovní smlouvy v roli zaměstnance na dobu určitou, trvající například po dobu projektů. Téměř stejné procento freelancerů získává své příjmy z drobných nárazových příjmů, jako je doučování, výpomoc, úklid, hlídání dětí a další. Přes 4 % freelancerů také uvádí kombinaci několika menších zaměstnaneckých úvazků, kterými si zajišťují souhrnný příjem. V dalších 4 % se vyskytují dotazovaní získávající příjmy přes online platformy jako například Aukro, Fler, Airbnb a další. Přes 2 % freelancerů poté fakturují své příjmy přes rodiče, partnery nebo jiné třetí osoby, nebo si nechávají práci zprostředkovat agenturou a to včetně smluv a potřebné administrativy.

Vzhledem k tomu, že tato otázka umožňovala respondentům zvolit více možností, je vypovídající schopnost těchto údajů omezená. Autor však zahrnul i následující údaj. Z celkového počtu dotazovaných freelancerů se jako OSVČ včetně OSVČ dle zvláštních předpisů identifikuje celých 86 %, tedy méně, než vyplývá z Obrázku 1. Zbýlých 14 % dotazovaných tedy získává příjmy jinou formou.

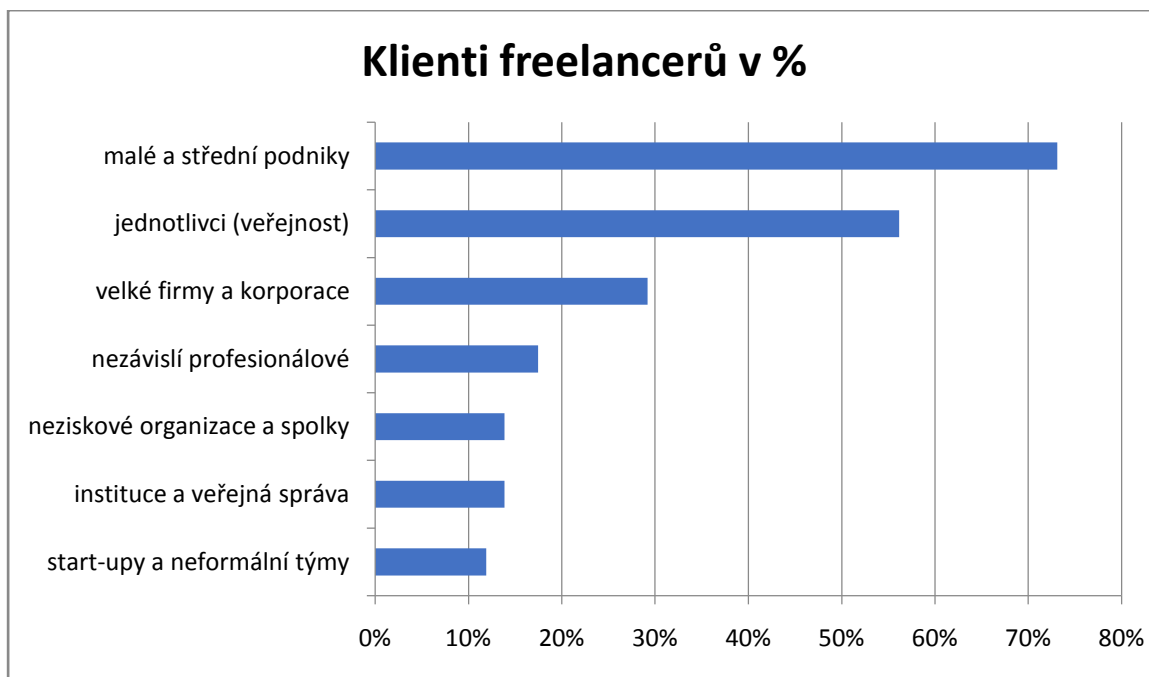
Průzkum zahrnuje i otázku, zda freelancing figuruje jako hlavní příjem. 80 % respondentů uvádí, že ano. Tato kapitola dále pracuje s údaji, které byly modifikovány tak, aby zahrnovaly pouze výše zmíněných 80 % freelancerů, kteří se této formě práce věnují na plný úvazek. Obr. 1: Forma práce freelancerů v % se v tomto případě neliší zásadním způsobem (plus minus 3 %), a proto už zde není uvedena znovu.

I přesto, že se až nyní životní styl digitálních nomádů pomalu začíná dostávat do podvědomí, téměř 25 % freelancerů pracuje na volné noze už přes 10 let. Nejčetnější skupina (přes 30 % dotazovaných) se žíví jako freelanceři mezi 3 až 5 lety.



Obr. 2: Obory uplatnění freelancerů v %
Zdroj: Na volné noze (2016)

Jak je patrné z v grafu v Obrázku 2: Obory uplatnění freelancerů v %, nejvíce freelancerů (přes 34 %) se uplatňuje jako vývojáři, tvůrci webů, správci sociálních sítí, programátoři a další profese v IT. Na druhém místě se poté umístili grafici, designéři, ilustrátoři, fotografové, kameramani a další z oblasti designu a multimédií, kteří se podílí téměř 26 %. V oblasti marketingu, prodeje a PR pracuje na 21 % freelancerů a necelých 16 % freelancerů působí v oblasti psaní a práce s textem jako copywriteři, blogeři, redaktoři, editoři, publicisté a další. Školitelé, učitelé, lektori, přednášející a pořadatelé akcí a další z oblasti vzdělávání a osvěty představují 15 % freelancerů. Jazykovým službám se věnuje přes 12 % freelancerů. Obchodováním, tedy i importem či exportem, včetně provozování a spravování e-shopů, se poté zabývá přes 10 % freelancerů.



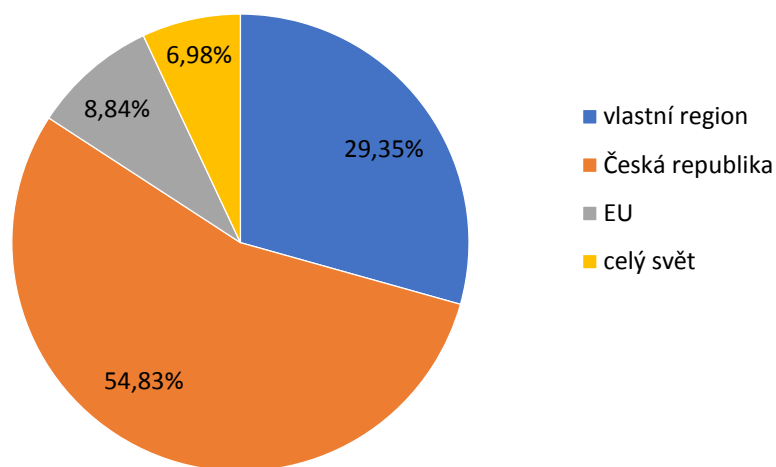
Obr. 3: Klienti freelancerů v %
Zdroj: Na volné noze (2016)

Obr. 3 zobrazuje strukturu zákazníků, pro které freelanceři pracují. Zhruba 73 % freelancerů pracuje pro malé nebo střední firmy, 56 % poté pro jednotlivce a veřejnost. Pro necelých 30 % freelancerů reprezentují klienty velké korporace, přes 17 % freelancerů pracuje pro jiné nezávislé profesionály. V odpovědích se objevila i veřejná správa, pro kterou práci vykonává přes 13 % freelancerů. Nad 10 % freelancerů se také věnuje neziskovým organizacím, spolkům a nebo start-upům a neformálním týmům.

Přibližně polovina respondentů uvedla, že nepřekročí hranici maximálně 20 klientů za rok, nicméně 24 % freelancerů se v jednom roce věnuje více klientům. Většina dotazovaných si za své služby účtuje hodinový tarif, případně stanoví individuální cenu za projekt. Více jak 1/5 dokonce účtuje cenu jednotkovou, například za normostranu.

Hodinové tarify se nejvíce pohybují v rozmezí mezi 300 až 499 CZK/hod, nicméně 25 % freelancerů se pohybuje v rozmezí 500 až 999 CZK/hod.

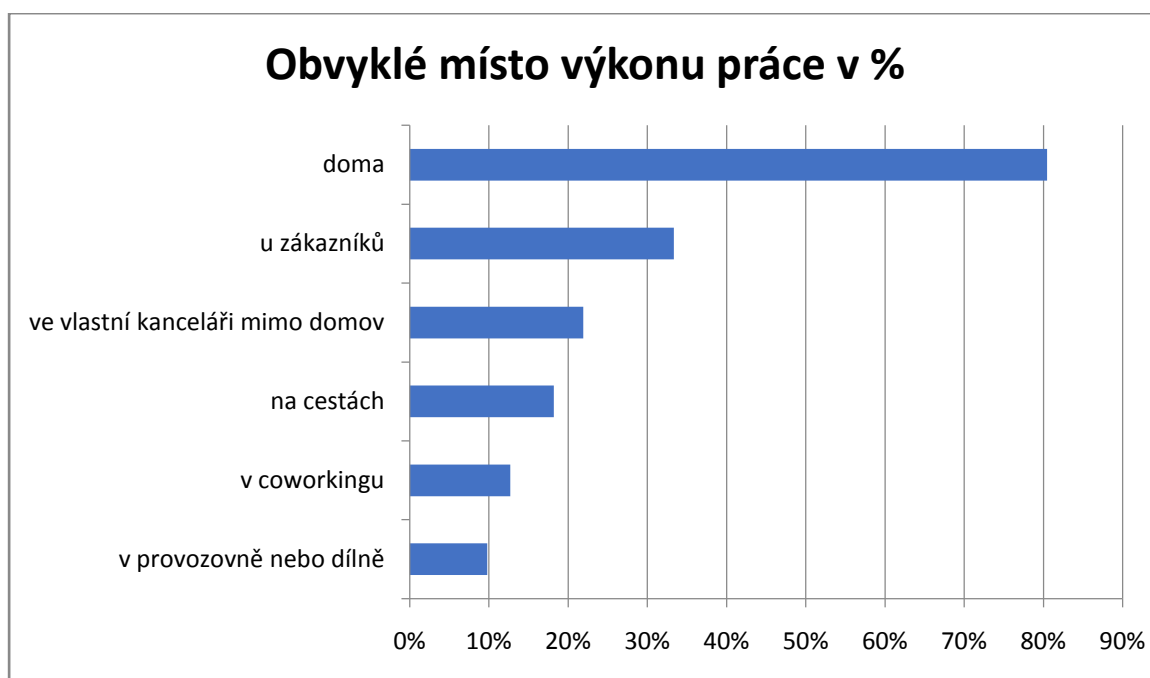
Geografické rozdělení klientů freelancerů v %



Obr. 4: Geografické rozdělení klientů freelancerů v %

Zdroj: Na volné noze (2016)

Jak prezentuje koláčový graf v Obr. 4, přes 80 % klientů, kterým se freelanceři věnují, pochází pouze z České republiky. Čeští freelanceři se však zabývají i zakázkami pro cizí klienty. Necelých 9 % z nich pochází z EU a téměř 7 % z celého světa mimo EU.



Obr. 5: Obvyklé místo výkonu práce v %
Zdroj: Na volné noze (2016)

Z grafu v Obr. 5 je patrné, že 80 % freelancerů vykonává práci většinou z domova. Přes 33 % freelancerů pracuje přímo u zákazníků, přes 20 % ve vlastní kanceláři mimo domov. Z cest se práci věnuje 18 % freelancerů, necelých 13 % preferuje coworkingová centra. Méně jak 10 % se svému povolání věnuje v provozovně nebo dílně. I u této otázky mohli freelanceři vybrat více odpovědí, a tak je jejich vypovídací schopnost limitovaná.

V případě, že je aplikován filtr pomocí údaje „na cestách“, statistiky již uvedené v předchozích obrázcích většinou nemění svoje pořadí. Obory, ve kterých se freelanceři uplatňují (Obr. 1) pořadí nemění vůbec. Klienti freelancerů, uvedení v Obr. 2, se mění. Na prvním místě zůstávají malé a střední podniky, na druhém místě jednotlivci a na třetím místě korporace. Dále se však freelanceři pracující na cestách uplatňují ve start-upech (přes 21 %), v neziskových organizacích (téměř 21 %), u jiných nezávislých profesionálů (také téměř 21 %) a na posledním místě u veřejné správy (téměř 20 %). Obr. 4: Geografické rozdělení klientů freelancerů v % se liší v počtu zahraničních klientů. Freelanceři pracující na cestách mají mezi svými klienty více těch zahraničních - přibližně 14 % zákazníků z EU a přes 9 % zákazníků z celého světa mimo EU.

1.3 Trh práce

Tato subkapitola přináší pohled na globální nedostatek talentů a online trh práce. Zároveň charakterizuje současnou situaci na českém trhu práce a poskytuje charakteristiku generací X, Y a Z. Na závěr je uveden střet nabídky s poptávkou a důvody, proč příslušníci generace Y z práce odcházejí.

1.3.1 Nedostatek talentů

Na jedné straně pracovního trhu stojí firmy, tedy poptávka po práci. Ta se musí vypořádat se snižující se nabídkou a vzniklé odchylky řešit (Kubátová, 2016). Jak uvádí Manpower Group (2017), celých 40 % globálních zaměstnavatelů hlásí nedostatek talentů. Firmy tuto situaci řeší vlastním tréninkem a zaměřením na rozvoj zaměstnanců. Obsazování otevřených pozic se tak v dnešní době stává výzvou. Pozicím, při jejichž obsazování firmy pocítují nejvíce potíží, vévodí od roku 2012 kvalifikovaní pracovníci jako např. elektrikáři, truhláři, svářeči, zedníci, štukatěři nebo instalatěři. Oblast IT, tedy oblast blízká digitálním nomádům, se v roce 2016 umístila na druhém místě, následována obchodníky, strojními inženýry a elektrotechnikou.

1.3.2 Online trh práce

V případě vypuštění dělnických a obdobných pozic a zaměření na znalostní práce se firmám naskýtá příležitost uspokojit poptávku, nebo alespoň její část, skrze online trh práce. Moderní technologie umožňují vykonávání mnoha znalostních profesí přes internet. Vzestup virtuální práce je přisuzován právě rozvoji online pracovního trhu. V posledních letech vzniklo na internetu velké množství webových stránek, které umožňují nezávislým profesionálům svoje služby nabízet. Zároveň však působí jako platformy pro vyhledávání těchto profesionálů. Existují i webové stránky, kde tento systém funguje obráceně a kde firmy zadávají poptávku jako první. Příkladem takových portálů jsou Guru.com, UpWork.com a nebo Elance.com. Zde firmy zadávají úkoly, které zájemci poptávající kontrakt musí vyřešit. Nejlepší řešení poté získává buď finanční odměnu, nebo smlouvu. Navazování kontaktů a smluvních partnerství online se rozrůstá. Zvýšený zájem o práci

v online prostředí neprojevují jen freelanceři a další nezávislí profesionálové, ale i vzrůstajíc množství firem. (Kubátová, 2016)

1.3.3 Současná situace na trhu práce v České republice

Nabídka pracovních sil na trhu práce se v České republice rapidně snižuje, zatímco počet volný míst narůstá. Nezaměstnanost se ocitla na novém historickém minimu 3,5 %, jak k 8. 12. 2017 uvedl server Kurzy.cz (2017). V porovnání se zeměmi EU vykazovala Česká republika v druhém čtvrtletí 2017 nejnižší nezaměstnanost. (OECD, 2018)

Za rozmachem české ekonomiky stojí mimo jiné růst místních průmyslových podniků, vedoucí ke zvyšující se poptávce po pracovnících. V roce 2015 se na jedno volné místo hlásili v průměru čtyři uchazeči, dnes se počet nezaměstnaných hlásících se na jedno pracovní místo blíží jedné. Ve 24 okresech dokonce jednomu volnému pracovnímu místu odpovídá méně než jeden nezaměstnaný člověk. Pokud bude tento trend pokračovat, nastane plná zaměstnanost. Situace se pomalu začíná odrážet na mzdových podmínkách, protože firmy jsou nedostatkem zaměstnanců nuceny zvyšovat mzdy či nabízet jiné benefity. Takto nízká nezaměstnanost se promítá do posilující se pozice domácností, které se tak neobávají budoucnosti a jsou ochotny více nakupovat. (Kurzy.cz, 2017)

Předikce pro rok 2018 týkající se trhu práce přináší podobné informace. Česká ekonomika sice poroste pomaleji, ale firmy se budou i nadále potýkat s nedostatkem zaměstnanců. Situace se podle předpovědí nepatrně zhorší, což by mohlo vyústit v další nárůst mezd. (Businessinfo, 2018)

České podniky se tedy potýkají s nedostatkem zaměstnanců a kandidátů na nové pracovní pozice. Tato situace vede k vysokému tlaku na zvyšování mezd a kandidáti mají možnost výběru práce. Mimo to se však také firmy střetávají s hodnotami a vizemi (především) generace Y. Pokud nejsou příslušníci generace Y v práci spokojeni, hledají práci jinou a nebojí se vyzkoušet například digitální nomádství.

1.3.4 Generace X, Y a Z

Jak uvádí Mohn (2017), nomádi se dělí do dvou skupin. Tou první jsou mileniálové, kteří se zajímají především o pracovní aktivity. Do druhé skupiny se poté řadí generace X a další generace předcházející mileniálům. Na rozdíl od mileniálů už má starší generace dostatečné finanční zdroje a potřebnou flexibilitu.

Podle Ui-Hoon (2017) se největší počet digitálních nomádů nachází ve věku od 24 do 35 let. Digitálním nomádstvím se tedy zabývá převážně takzvaná generace Y. Příslušníci této generace se narodili mezi léty 1980 a léty devadesátými minulého století. Mileniálové, jak se generaci Y přezdívá, jsou v porovnání s ostatními generacemi více společenští. Mezi jejich další charakteristiky patří silná orientace na vytvoření rovnováhy mezi prací a osobním životem a snaha o nalezení smyslu práce v širším kontextu. Tyto charakteristiky se objevují i při definování pojmu digitálního nomádství, kdy nomádi nechtějí obětovat osobní život práci.

Příslušníci generace Y se také vyznačují sklonem k odmítání jednotvárnosti, oblibou v experimentování a objevování nových řešení. Vyjadřují potřebu nalézt smysl v tom, co dělají, a zároveň chtějí patřit do smysluplné komunity. Důležitým aspektem v pracovním životě mileniálů je nezávislé učení, za pracovní úspěchy v podniku poté preferují peněžní odměny. Vzhledem k tomu, jak zásadně ovlivňují moderní technologie fungování globálního trhu, dává generace Y přednost firmám, které technologické změny přijímají. Obecně se však skrze generaci Y uplatňuje trend přesunu od klasického zaměstnání k vlastnímu podnikání a dalších forem práce, které kombinují více kariérních cest. Právě následování různorodých kariérních příležitostí pomáhá této generaci při nalezení rovnováhy a neustálého vzdělávání se. Představa jedné pracovní pozice po celý život se pro mileniály stala na rozdíl od starších generací neúnosnou.

Generace Y je popisována jako generace plně využívající moderní technologie. Technologiím občas tyto lidé dávají přednost před osobní komunikací a rádi využívají online nástroje namísto typického přednáškového vzdělávání. Zaměřeni na rodinu hledají flexibilní pracovní dobu a další nástroje, které jim umožní sladit osobní a pracovní život. Zároveň se orientují na pracovní výsledky a očekávají zpětnou vazbu a *mentoring*.

Není ale pravidlem, že by se digitálnímu nomádství věnovala pouze generace Y. Předchozí generace X, jejíž příslušníci se narodili mezi léty 1960 a 1980, se ve velké míře orientují či spíše orientovali na rodinu, vzdělání a finanční stabilitu. Zároveň umí zacházet s moderními technologiemi a podobně jako generace Y hledají spíše rovnováhu v pracovním a soukromém životě. V dnešní době už má tato generace povětšinou odrostlé děti, splacené hypotéky a více volného času. Právě tyto proměnné umožňují generaci X objevovat svět a digitální nomádství, aniž by příliš riskovali.

Generace Z, jejíž příslušníci se narodili v letech 1995 – 2015, bude za několik desítek let vést trh práce. Přestože zatím není mnoho známo o budoucích charakteristikách této generace, známe už teď prostředí, ve kterém generace Z vyrůstá. Jelikož se v současné době jedná o žáky a studenty, vzdělání je pro utvoření hodnot této generace klíčové. Generace přezdívaná digitální rodáci (*digital natives*) zná a využívá od raného věku nejrychlejší komunikační kanály a sociální sítě. Nejmladší příslušníci této generace už vstupují na trh práce a charakterizují se větším sociálním a environmentálním uvědoměním, zároveň také vykazují vyšší IQ než generace předchozí. Mimo to jsou neustále ve spojení se svými vrstevníky, dokáží důvtipně využít moderních technologií a jsou obecně více otevření rozmanitému složení populace i pracovního týmu. Generace Z je popisována jako studenti, kteří očekávají okamžitou zpětnou vazbu, kteří odmítají klasickou přednáškovou výuku a kteří preferují jednotlivě přizpůsobené vyučovací metody. Současní učitelé často neovládají moderní technologie tak jako jejich studenti, kteří potřebují být ve výuce motivováni projektovými úkoly s příležitostmi aktivního vzdělávání. Generace Z se však přespříliš spoléhá na moderní technologie, což se už nyní jeví jako možná překážka. Mladí příslušníci této generace si totiž málokdy ověří zdroje informací, které díky svým moderním zařízením najdou. Odhaduje, že 65 % procent generace Z bude pracovat na pracovních místech, která ještě neexistují. V porovnání s generací Y je pravděpodobné, že z generace Z vyjde ještě více profesionálů – freelancerů.

Obecně se generace Z vyznačuje nadšením pro technologie a spojením s vrstevníky z celého světa. Tato generace preferuje práci a vzdělávání skrze nejrůznější média. Její příslušníci jsou charakterizováni vírou ve své schopnosti, schopnosti naučit se cokoliv a kdykoliv. Mezi další charakteristiky patří konstantní *multitasking* a touha po flexibilitě, okamžité zpětné vazbě, jasně definovaných cílech a rychlých výsledcích. Tato generace

zatím vyjadřuje menší potřebu k nalezení určitého směru, zvláště kvůli neustálému přístupu k odpovědím. (Wiedmer, 2015)

1.3.5 Střet poptávky a nabídky na trhu práce

S poměrně odlišnými a vysokými nároky na pracovní poměr se tak střetává generace Y s firmami poptávajícími stále více zaměstnanců. Otázkou ale zůstává, jestli jsou firmy na požadavky mileniálů připraveny a zda jsou ochotny se jim přizpůsobit. V dnešní době se lidé o práci příliš nebojí a nebojí se dokonce z práce odejít. Příčinou je právě již zmiňovaná rekordně nízká nezaměstnanost. Doby, kdy jeden zaměstnanec pracoval u jednoho zaměstnavatele většinu svého pracovního života, jsou pryč. Pokud firmy nedokáží přizpůsobit pracovní podmínky měnícím se požadavkům, může je čekat narůstající fluktuace.

Mezi nejčastější příčiny odchodu generace Y ze zaměstnání patří:

- Délka pracovního poměru – tato generace se vyznačuje neochotou pracovat u jednoho zaměstnavatele příliš dlouho (v řádu dekad).
- Smysl práce - mileniálové chtějí dělat něco, v čem nalézají smysl. Jsou ochotni kvůli tomu založit vlastní podnikání. Peníze pro ně představují prostředek, ne cíl.
- Flexibilita – generace Y si ráda řídí svůj časový plán sama a ne vždy takovou možnost od zaměstnavatele nedostane.
- Vliv na okolí – dalším z pracovních požadavků je možnost pozitivně ovlivnit okolní svět.
- Vzdělání a dovednosti – v dnešním světě 24 letých designérů aj. se tato generace nespokojí s kopírováním papírů a přepisování dat. Více než 1/3 mileniálů disponuje vysokoškolským vzděláním, které chce v praxi uplatnit.
- Dohled mentorů – jednou z charakteristik je také očekávání zpětné vazby a mentoringu, který na pracovišti očekávají.
- Výzvy a náročné úkoly – mileniálové vyhledávají náročné úkoly a rádi se učí překonávat výzvy. (Kramer, 2017)
- Nízký plat – zvláště v zahraničí, kde absolventi splácejí studentské půjčky, hledají příslušníci generace Y zaměstnavatele, který je dostatečně ocení.

- Rovnováha mezi prací a soukromým životem
- Pocit nepotřebnosti – tato generace chce od zaměstnavatele slyšet, že si její práce cení.
(Matuson, 2017)

Jedním z možných řešení výše uvedených problémů je digitální nomádství. Nomádi díky němu svůj život nepřizpůsobují práci, ale práci životu.

1.4 Podnikatelské prostředí

Subkapitola podnikatelského prostředí se v první řadě zabývá inovačními vlnami a globalizací. Dále jsou uvedeny vybrané současné trendy v podnikatelském prostředí jako např. gig-economy, mikroslužby a také sdílená ekonomika. Následují příklady mezinárodních služeb, které vznikly a vznikají v reakci na rozmach digitálního nomádství. Dále je uveden příklad České republiky a Thajska a jeho postoj k digitálním nomádům. Na závěr se tato subkapitola věnuje podnikatelskému prostředí České republiky.

1.4.1 Inovační vlny a globalizace

Jednou z hlavních příčin rozvoje světové ekonomiky je vědeckotechnický pokrok, který zároveň umožnil rozvoj podnikatelského prostředí. Tzv. technologické nebo také inovační vlny postupně vedly ke zvyšování výroby a tím i k ekonomickému růstu. Inovace byly a stále jsou pro ekonomiku kriticky důležité. Schumpeterův multiplikační charakter inovací vede k rozvoji hospodářství jako celku, kdy se inovace z jednoho oboru přelévají do oborů dalších (Cihelková, 2009). Technické revoluce, oddělující dokončené inovační vlny, jsou toho příkladem, jak uvádí následující Tabulka 1: Inovační vlny.

Tab. 1: Inovační vlny

Inovační vlny	Časové období	Charakteristika období
První vlna	Od konce 18. století	Zavedení parního stroje do výroby, rozvoj textilního průmyslu a výroby železa
Druhá vlna	Druhá polovina 19. století	Vznik spalovacích motorů, dálkový přenos elektrické energie, využití železnice
Třetí vlna	Přelom 19. A 20. století	Rozvoj elektroenergetiky, elektrotechniky, chemického a automobilového průmyslu
Čtvrtá vlna	Od poloviny 20. století	Využívání polovodičů, elektroniky, syntetických materiálů, biotechnologií a počítačů

Zdroj: vlastní zpracování dle Cihelková (2009)

Pro rozvoj digitálního nomádství a práce na dálku byla velice důležitá čtvrtá inovační vlna, která s sebou přinesla širší využití počítačů. Bez moderních technologií by digitální nomádství nemohlo existovat.

Pátá inovační vlna je doprovázena četnými diskuzemi a rozpory a proto se v Tabulce 1 nenachází. Někteří autoři uvádí, že pátá vlna již započala a to s rozmachem informačních a telekomunikačních technologií. Rozvoj a plošné využívání těchto technologií poté vedlo k tzv. nové ekonomice, jak se přezdívá silnému hospodářskému růstu USA na konci 20. století. Jiní autoři se domnívají, že se díky vypjaté ekonomické a politické situaci svět nachází v tzv. formační krizi. Další dlouhá inovační vlna tedy může vzniknout až v druhé dekádě tohoto století. Další podnět k diskusi tvoří otázka, zda je možné aplikovat teorii dlouhých technologických vln na ekonomiku, jejímž základem se pomalu stávají služby na místo průmyslu. (Cihelková, 2009)

Vědeckotechnický rozvoj vede také k mezinárodnímu pohybu znalostí a informací. Svět se stal menším právě díky propojenosti, kterou umožňují moderní komunikační technologie. Právě jakési zmenšování světa a odstraňování bariér v pohybu, toku informací, znalostí, kapitálu a postupně i práce je považované za základ globalizace (Cihelková, 2009). Ta spolu s technickým pokrokem pozitivně ovlivnila vznik a současný rozvoj digitálního nomádství.

Globalizace značí všeobecné uvolňování překážek mezinárodního obchodu, toku kapitálu, investic, technologie i pracovní síly. Díky globalizaci a moderním technologiím dochází

k pomyslnému zmenšování světa. Proces globalizace započal už v druhé polovině 19. století, kdy se začala spouštět první globalizační vlna. Postupné globalizační vlny ve zkratce charakterizuje Tabulka 2: Globalizační vlny.

Tab. 2: Globalizační vlny

Globalizační vlny	Období	Charakteristika období
První globalizační vlna	1870 - 1914	Období internacionalizace - rychlý ekonomický růst, zvýšená kapitálová mobilita - tok kapitálu do nových oblastí jako USA, Kanada, Austrálie, rostoucí otevřenost ekonomik, masivní migrace pracovních síl
Druhá globalizační vlna	1950 - 1970	Růst počtu a produkce nadnárodních společností, přímých zahraničních investic, posílená pozice USA po válce, snižování cel, počátek větší směnitelnosti měn, snižování dopravních nákladů
Současná globalizační vlna	Přelom 80. a 90. let - současnost	Geopolitické změny, rozpad centrálně plánovaných ekonomik ve střední a východní Evropě, rozvoj mezinárodní produkce

Zdroj: vlastní zpracování dle Cihelková (2009)

Za současnou globalizací stojí více faktorů, než pouze geopolitické změny (uvedeno v Tabulce 2). Jsou jimi deregulace ve finančních, dopravních a komunikačních službách; nové technologie a inovace vedoucí ke snižování dopravních, informačních a komunikačních nákladů a zároveň posilující produktivitu výrobních faktorů; podniková globalizace, která rozděluje jednotlivé výrobní činnosti do různých zemí; a finanční globalizace, tedy růst toků soukromého kapitálu díky uvolnění finančních trhů a moderním technologiím. Úroveň vědeckotechnického pokroku hraje, a v budoucnu bude hrát, velice důležitou roli jak v české, tak světové ekonomice a to zejména v sektoru služeb. (Cihelková, 2009)

Součástí technického pokroku nedávné doby je digitalizace, která otevřela nespočet nových cest a trhů pro rozvoj podnikatelského prostředí. Právě digitalizace umožnila digitálním nomádům zvolit jejich způsob života a využívat moderních technologií pro získání hlavního příjmu ať už z domova nebo ze zahraničních cest. A právě vycestování na delší dobu se stává dostupnějším, ať už z vízového nebo finančního hlediska, i díky globalizaci. Jak uvádí Monh (2017), narůstající zájem o práci na dálku je zakotven především ve stále se zlepšujících technologiích, změnách na trhu práce a levných letenkách.

1.4.2 Současné trendy v podnikatelském prostředí

Digitalizace by ovšem sama o sobě nestačila k tomu, aby vzniklo digitální nomádství. Podnikatelské prostředí a jeho otevřenost zde stále sehrávají významnou roli. S nástupem digitalizace se některé procesy urychlily, vzniklo online podnikání, práce na dálku přes internet se stala reálnou možností a velké množství firem začalo využívat outsourcing. Následují příklady současných trendů v podnikatelském prostředí.

Jedním z nedávných trendů se stala tzv. *gig economy*. Ta se jeví jako opak budování kariéry u jednoho zaměstnavatele v dlouhém časovém horizontu. Jedná se o narůstající fenomén flexibilních forem zaměstnávání, po kterém se ze strany zaměstnanců zvyšuje poptávka. I přesto, že definice nejsou jednotné, je možné ze zdrojů OECD (2017) a Investopedia (2018) stanovit dvě kategorie.

1. Firmy najímající pracovníky – freelancery nebo zaměstnance s dobou trvání smlouvy na krátkodobý či dočasný projekt. Přestože OECD (2017) zmiňuje především Velkou Británii a Spojené státy americké, v České republice se tento jev také objevuje a to v podobě agenturního zaměstnávání. Jak uvádí Investopedia (2018), dočasné zaměstnávání přináší firmám benefity v podobě nižších nákladů a větší flexibility.
2. Vznik online platform jako je Uber, Airbnb nebo Etsy podněcuje jednorázové uspokojení nabídky a poptávky. Jednotlivec nebo podnik tak může zadat specifickou zakázku, která může být splněna přes online platformu. Nezávislí profesionálové také využívají těchto a podobných platform pro prezentování svých nabídek.

Vzhledem k poměrné novosti tohoto trendu zatím nejsou dostupné statistické údaje vypovídající o počtu osob, které se na *gig economy* podílí. Někteří autoři se domnívají, že *gig economy* má negativní dopad na podnikatelské aktivity. Nicméně jsou to právě drobní podnikatelé, kteří například na online platformě Etsy nabízí svoje ručně vyráběné šperky a další. V návaznosti na digitální nomádství je tento trend důležitý. Rozvoj obou trendů se vzájemně překrývá, jelikož jsou to právě digitální nomádi, kteří se v *gig economy* mohou velice dobře uplatnit a zároveň ji rozvíjet. (OECD, 2017)

Dalším trendem jsou mikroslužby, které se svojí podstatou podobají *gig economy*. Jedná se o jednorázové služby, které jsou za předem stanovenou cenu nabízeny na internetu.

Zpravidla se jedná o cenu nízkou, často začínající na 100 nebo 150 Kč. Českým příkladem může být webový portál stovkomat.cz nebo mikrojob.cz. Na těchto a obdobných webových stránkách nabízí uživatelé přesně nadefinované služby. Ty se většinou řadí do následujících hlavních kategorií:

- Online marketing
- Sociální sítě
- Grafika
- Psaní a překlad
- IT a programování
- Byznys
- Školní práce
- Audio a video

Lze ale najít i kategorii dárků a životního stylu. Tyto portály fungují na principu veřejné nabídky, kdy si uživatelé zdarma založí profil a vytvoří nabídku mikroslužby. Poptávající zákazník poté kontaktuje přímo nabízejícího, ale za službu platí portálu samotnému. Ten poté výdělek vyplácí autorovi jobu. Portál stovkomat.cz funguje už 6 let a měsíčně vyplácí přes 240 000 Kč. (Stovkomat, 2018)

V přehledu současných trendů podnikatelského prostředí by neměla chybět zmínka o sdílené ekonomice. Přezdívá se jí také kolaborativní nebo platformová ekonomika a představuje model podnikání 21. století, který je založen na pronájmu, výměně nebo sdílení majetku. Od rozmachu určitých společností využívající sdílenou ekonomiku začaly vyvstávat otázky, zda se už nejedná o podnikatelskou činnost. Tato problematika je relativně nová a celosvětově čelí výzvě vypořádat se s odpovídající legislativou a zdaněním.

Jak upozornil Evropský parlament, je nutné ochránit spravedlivost hospodářské soutěže, zachovat vysokou míru ochrany spotřebitelů a zároveň zajistit dodržování daňových zákonů. Evropský parlament uznává určité výhody sdílené ekonomiky, ale doporučuje členským státům opatrnost. Navrhuje stanovit hranici určující, zda se stále jedná o sdílenou ekonomiku a tedy příležitostný přivýdělek nebo už o podnikání.

Nejznámějšími příklady sdílené ekonomiky jsou platformy Airbnb a Uber. Jedná se o nejčastější formy sdílené ekonomiky, kdy je na čas pronajímána nemovitost, nebo je sdílen dopravní prostředek. Airbnb nabízí krátkodobý pronájem ubytování a to od jednoho pokoje až po celý dům. Uber představuje přepravu osobním automobilem, kdy objednání probíhá přes mobilní aplikaci. Právě Uber se v poslední době potýká s nejistotou. Taxikáři proti němu protestují, protože se z jejich pohledu jedná o klasickou taxislužbu, která však nepodléhá stejným pravidlům. (Businessinfo, 2017)

Digitální nomádi nachází jak v *gig economy*, tak v mikroslužbách příležitost uplatnění a příjmu na cestách. Jsou to právě síly poptávky a nabídky, které na tomto novém trhu fungují a s digitálním nomádstvím se navzájem podporují a doplňují. Sdílená ekonomika je zde uvedena z toho důvodu, že v jejím začátku se jednalo o nový trend digitálního věku. Pozornost států a úřadů mu byla věnována až po jeho velmi rychlém a intenzivním rozvoji, který ovlivnil podnikatelské prostředí na světové úrovni. Vyvstává zde otázka, zda může být trend digitálního nomádství přirovnán k začátkům sdílené ekonomiky. Je možné, že bude digitální nomádství a práce na dálku novým standardem pracovního poměru nebo výdělečné činnosti.

Podnikatelské prostředí ovlivňuje digitální nomádství a digitální nomádství ovlivňuje podnikatelské prostředí. Přesně na to poukazuje další sub-subkapitola. Ta uvádí příklady start-upů a služeb, které byly buď založeny digitálními nomády, nebo vznikly právě jako reakce na zájem o digitální nomádství.

1.4.3 Mezinárodní podnikatelské prostředí: vznik nových služeb

Nomády oblíbené lokality jako Bali nebo Thajsko už dávno nejsou jediné, které o nomády mají zájem. Nejedná se o trend, který lze brát jako dočasný. Pokud profesionálové a další zkušení lidé chtějí v nějaké zemi po určité období zůstat, nepřinášejí s sebou pouze podporu turismu. Přinášejí také příležitosti pro lokální firmy jako například nové business myšlenky, inovace a další. Zvýšený zájem nomádů o určitou lokaci také zvyšuje zájem nejrozličnějších podniků, dochází tedy k prohlubování příležitostí pro obě strany trhu práce a podnikatelského prostředí.

Nový jihoafrický start-up Unsettled dokázal identifikovat tržní příležitost a začal nabízet službu, která se podobá výměnným pobytům pro dospělé. Tato mladá firma organizuje 30 denní pracovní stáže v nejrůznějších zemích světa pro osoby, které chtějí zkombinovat práci, cestování a jak firma sama uvádí, znovunalezení svého já. Tato mladá společnost není jediná, která v posledních letech vznikla právě jako reakce na nové požadavky rozrůstajícího se počtu lidí. Pracovně-turistické programy už v dnešní době necílí pouze na mladé a nezkušené, ale na všechny, kteří se alespoň na chvíli chtějí stát digitálními nomády.

Start-up Unsettled byl založen nomády a jeho cílem je změnit negativní v pozitivní. Každý se, podle zakladatelů, někdy cítí zneklidněný typickým 9-5 modelem (přítomnost na pracovišti ve vymezených hodinách). Firma se snaží o to, aby lidé, kteří s tímto modelem nejsou spokojeni, model vyměnili a místo toho přijali nejistotu, která je se životním stylem nomádů spojená. Vizi zakladatelů Unsettled je umožnit lidem zažít cizí země na vlastní kůži a zároveň vykonávat práci, která umožňuje profesionální růst, potkávat stejně smýšlející lidi a stát se součástí jiné komunity.

Další příklad prezentuje Voelkner, který se jako digitální nomád čas od času cítil osamělý. Rozhodl se založit organizaci Nomad Cruise, přes kterou organizuje dvoutýdenní plavby pro nomády. Plavby se konají dvakrát do roka a slouží především pro navázání kontaktů. Typická skupina čítá na 150 nomádů z přibližně 30 zemí světa ve věku mezi 20 až 70 lety.

Další službou, která pro nomády a cestovatele vznikla, je flexibilní ubytování. Na principu vysokoškolských kolejí se společnými prostory tak funguje například společnost Roam. Ta nabízí spolu-ubytování ve městech jako je Miami, Madrid, Londýn, dále pak na Bali a v dalších lokacích. Ubytování poskytuje nomádům využití zasedacích místností, vysokorychlostní Wi-Fi, coworkingové místnosti uzpůsobené jako kanceláře a další. Náklady se rovnají 1800 dolarů za měsíc nebo 500 dolarů za týden. Na rozdíl od hotelů s možností prodloužených pobytů cílí Roam na komunitu, která v lokacích vzniká, a na design. V poslední době navíc služeb nevyužívají pouze freelanceři, autoři a další nomádi, ale čím dál tím více i zaměstnanci. Většinou se jedná o zaměstnance společností Google nebo Boston Consulting Group. Roam ovšem necílí pouze na mladé cestovatele. Jim Lockard se v jeho 65 letech i s manželkou rozhodli prodat většinu majetku a odcestovat z Kalifornie. Před více než dvěma lety tak začali cestovat, ale především ze svých cest i

pracovat. V Miami díky Roam zůstali 16 týdnů. Dříve hodně využívali služeb Airbnb, ale nebyli spokojeni s internetovým připojením. V Roam lokacích jsou denně pořádány neformální večere, týdenní „rodinné večery“ a podobné události. Lidé z celého světa tak dostávají nejenom možnost poznat se a navázat kontakty, ale i necítit se osaměle a mít určitou základnu. (Monh, 2017)

Také společnost BridgeStreet reagovala na rozšířený zájem o práci na dálku. Tato společnost nabízí ubytování s doplňujícími službami digitálním nomádům a ostatním cestovatelům kolem celého světa. Podnikovou strategií BridgeStreet je poskytovat nomádům ideální řešení týkající se nejenom ubytování, ale celého zázemí včetně Wi-Fi a vybavených kuchyní. Jejich nabídka se rozrostla na 65 000 prostorných a plně vybavených apartmánů ve více než 60 zemích světa. Inovativní systém se šesti rozdílnými značkami dovoluje BridgeStreet přizpůsobit svoji nabídku téměř veškerým požadavkům narůstající poptávky. BridgeStreet tak nabízí apartmány od dvou do šesti hvězdiček s nejrůznějšími balíčky služeb, což společnosti umožňuje uspokojit lišící se nároky na rozpočet, lokalitu a další. (PR Newswire, 2015)

Společnost Journey Away si také uvědomila tržní příležitost, kterou narůstající zájem o práci na dálku vytváří. Journey Away na trh vstoupila s balíčky pro cestovatele – nomády a organizuje na míru pobyty v 6 zemích Evropy v průběhu 6 měsíců. Program zahrnuje cestu do Anglie, Irska, Itálie, Španělska, Francie a Německa. Journey Away pro zájemce zařizuje ubytování, přepravu mezi státy a z letiště do místa ubytování a nazpět. Navíc také pořádá firemní exkurze a lokální eventy. Hlavní výhodou představuje to, že společnost přebírá zodpovědnost za veškerou logistiku. Program je umožněn 30 lidem po dobu půl roku. Firma argumentuje nízkými náklady a bezstarostnou cestou. Nicméně náklady se vyšplhají na jednorázových 5000 dolarů a poté měsíčních 2 000 dolarů. (M2 Presswire, 2017)

Lidé se do digitálního nomádství pouští buď sami na sebe, anebo využijí rozrůstajících se služeb a programů. Remote Year, roční program pro profesionály z nejrůznějších oborů, zájemcům naplánuje roční itinerář včetně cest a práce. To vše za 27.000 dolarů. V posledních letech vzniklo více takovýchto společností, jako například WiFly Nomads, The Remote Experience, Hacker Paradise, We Roam, Wanderboss, Co-work Paradise,

Project Getaway a další. Dokonce i světové korporace začali zaměstnávat pracovníky na dálku.

Jako příklad slouží společnost Automattic, stojící za platformou WordPress. Tržní hodnota Automattic byla vyhodnocena na částku přes 1 miliardu dolarů, čítá na 430 zaměstnanců pracujících na dálku, rozrostla se do 40 zemí světa a nemá žádnou oficiální centrálu. (Vijayan, 2017)

1.4.4 Mezinárodní legislativa: Thajsko a Česká republika

Práce a podnikání na dálku zatím nejsou regulovány žádnou mezinárodní legislativou. Digitální nomádi tak při cestách a pobytech v zahraničí většinou uvádějí pouze turistický pobyt (Digitální nomádství, 2017). Nicméně cílové země nomádů si tuto skutečnost uvědomují. Jako vhodný příklad se nabízí Thajsko, jedna z nejoblíbenějších destinací nomádů. Thajsko si je vědomo zájmu digitálních nomádů, kteří jsou v této zemi vítáni.

Thajský imigrační úředník Rutphong Sanwaqngkun médiím sdělil, že digitální nomádi v Thajsku mohou pobývat na turistická víza. Tento životní styl láká do Thajska tolik freelancerů, že se Thajsko tváří, jakoby o ničem nevědělo. Tato země totiž z nomádství těží nejvíce. V Thajsku přitom cizinci nesmí vykonávat žádnou práci, aniž by nebyli držiteli pracovního víza. To je ale udělováno jen pracovníkům, jejichž zaměstnavatel se nachází v Thajsku, což se většiny nomádů netýká. Zákony tento styl práce do detailů neupravovaly. V roce 2015 byl ale rozšířen výklad činností, které nejsou považovány za pracovní aktivity a zákon se tak stal vůči nomádům mírnější. Zároveň ale byly také změněny podmínky pro udělení turistických víz. Od té doby může turista – nomád strávit v Thajsku 60 dní, poté požádat o dalších 30 a poté musí odcestovat. Ještě do nedávna bylo možné, při občasném vycestování mimo Thajsko, zůstat v zemi až 9 měsíců.

Možnosti, jak v Thajsku zůstat déle, existují. Jednou z nich je zakoupení víza na 5 let, které stojí přibližně 350.000 CZK, nebo na 20 let za 1.4 miliony CZK. Kromě sňatku s tamním občanem se ale některé thajské firmy chopily příležitosti a začaly nabízet určitým skupinám pracovní víza, včetně poskytnutí coworkingu. Za tuto výsadu si firmy účtují zhruba 30 % z výdělku nomádů.

V České republice mohou cizinci ze zemí s bezvízovým stykem zůstat až po dobu 3 měsíců. Po tuto dobu je jedno, jestli zde pracují na dálku. Pokud tu cizinci chtějí strávit více než 3 měsíce, musí si zažádat o vízum, nejlépe ale na začátku pobytu, protože celý proces je časově náročný. Rozhodnutí o tom, zda bude vízum uděleno, záleží mimo jiné i na národnosti. Nomádi se však také můžou přihlásit na vzdělávací program, který je akreditovaný ministerstvem školství, a získat tak studijní vízum. Získat podnikatelské vízum je komplikovanější, cizinci si totiž musí zřídit český živnostenský list a poté příjmy danit na českých úřadech. Na daňových odvodech poté záleží, pokud si chtějí vízum prodloužit. (Businessinfo, 2016)

1.4.5 Podnikatelské prostředí v České republice

Podnikatelské prostředí v České republice zaznamenalo trendy, které jsou zmíněny v subkapitole 1.4.2. Současné trendy v podnikatelském prostředí. Vláda se v současné době zabývá možným řešením problematiky Uberu a lidé si na internetu mohou vybrat z množství mikroslužeb například na portálu stovkomat.cz. Tato subkapitola uvádí další konkrétní služby, které v České republice vznikly v reakci na vzrůstající zájem o digitální nomádství a práci na dálku.

Pravděpodobně nejvýraznější reakcí na poptávku o práci na dálku je vznik coworkingových center. Jak uvádí web Digitální nomádství (2017), v Praze lze využít přes 20 takových center. Coworkingová centra slouží všem, kteří potřebují pracovat v příjemném prostředí a mít zajištěny běžné potřeby spojené s prací. Český coworking většinou využívají freelanceři, podnikatelé na volné noze a jiní nezávislí profesionálové. Samozřejmě jsou čeští i zahraniční digitální nomádi.

V základu představuje coworkingové centrum moderní kanceláře se zasedacími místnostmi a spolehlivým připojením k internetu. Coworking kryje veškeré kancelářské potřeby od kopírování přes prezentační techniku až po kávu. V některých případech nabízí i možnost využití společné kuchyňky a odpočinkových prostor. Celý tento kancelářský základ poté coworking propojuje s vytvářením komunity, ve které si lidé mění zkušenosti, rady a především kontakty. Coworkingová centra také často pořádají networkingové události.

Největší výhodou coworkingu je zakotvena v jeho flexibilním a krátkodobém využití. Například česká pobočka světového Impact Hub nabízí jednodenní využití prostorů od 390 Kč. Se členstvím se náklady snižují, 10 hodin za měsíc poté vyjde na 750 Kč a 60 hodin na 2 150 Kč. Český Impact Hub sídlí v Praze, Brně a Ostravě. (Hub Praha 2018)

Mnohé pražské kavárny také reagují na vzrůstající trend práce na dálku a začínají tak nabízet nejrůznější coworkingové možnosti (Digitální nomádství, 2017). Novinkou se v letošním roce stává Den otevřených coworkingů v Česku. Tuto událost, která se v České republice uskuteční poprvé a to 1. června 2018, pořádá Robert Vlach z webu Na volné noze (2018).

V průběhu Dne otevřených coworkingů mohou zájemci zdarma navštívit kterýkoliv coworking, který se do události zapojil. Center se zatím přihlásilo přes 40 a mimo Prahy, Brna a Ostravy se dveře coworkingu otevírají i v Liberci, Hradci Králové, Plzni, Olomouci, Táboru, Kolíně, Chomutově a dalších městech. Coworking se tedy v České republice netýká pouze Prahy. Na tomto příkladě je znatelné, jak se za posledních pár let služby pro práci na dálku rozvinuly. Například v roce 2009 ještě v České republice žádné sdílené kanceláře neexistovaly. (Na volné noze, 2018)

Jako reakce na poptávku digitálních nomádů a zálibu v digitálním účetnictví vznikla v loňském roce společnost Di Raffaele Accounting. Jedná se o český start-up, který poskytuje účetní a daňové služby právě digitálním nomádům, freelancerům a také firmám. Start-up zpracovává kompletní účetnictví za využití online účetního softwaru, díky kterému umožňuje klientům neustálý přístup k jejich datům odkudkoliv. Kromě outsourcingu účetnictví a daní nabízí start-up také mzdové a daňové poradenství, dále pak strategické a finanční poradenství přes Skype. (Di Raffaele Accounting, 2017)

2. Praktická část

V této části představuje diplomová práce statistické šetření, které bylo provedeno za pomoci strukturovaného dotazníku. Dotazník byl určen pouze pro české digitální nomády. Otázky se věnovaly vedle formy a oboru práce nomádů také otázce zdanění, víz a hodnocení podnikatelského prostředí České republiky. První subkapitola ve zkratce prezentuje základní formy výzkumu. Následuje metodika výzkumu, průběh výzkumu včetně výsledků a na závěr jsou představena omezení a doporučení výzkumu.

2.1 Kvalitativní a kvantitativní výzkum

Účelem výzkumného procesu může být podle Hendla (2012) jedna z tří následujících kategorií:

1. Explorace - Explorativní, nebo také průzkumový výzkum, je aplikován na nová témata. Ta jsou za pomoci této formy výzkumu blíže prozkoumána, účelem je poznat dané téma co nejlíže. Explorativní výzkum se vyznačuje kreativností a flexibilitou, pokouší se stanovit základy nové teorie. Aplikován je na především málo prozkoumané trendy a fenomény a přináší další otázky pro výzkum budoucí.
2. Popis - Výzkum popisný se s tím průzkumovým mohou překrývat. Popisný výzkum, jak vyplývá z jeho názvu, zkoumaný jev podrobně popisuje.
3. Explanace - Explanční výzkum se snaží zodpovědět na otázku “proč”, týkající se daného fenoménu. Zkoumá tedy příčiny již daného fenoménu, navazuje na explorativní a popisný výzkum.

Z důvodu novosti a nedostatečných zdrojů na téma digitálního nomádství byl pro tuto diplomovou práci zvolen průzkum explorativní. Cílem diplomové práce je kromě získání statistických dat také přiblížení tohoto nového fenoménu na akademické půdě a prezentování okolností s ním spojené.

Hendl (2012) rozlišuje dvě základní podoby výzkumu - kvantitativní a kvalitativní. Teorie v pozadí kvalitativního výzkumu se v minulosti setkávala s rozdílnými názory. Kvalitativní

výzkum byl někdy chápán jako vedlejší, případně doplňkový ke kvantitativnímu výzkumu, v jiných případech také jako jeho opak a velice významný nástroj. V dnešní době jsou oba přístupy rovnocenné. Přesto však neexistuje definice kvalitativního výzkumu, která by mu dala přesné hranice a určila, jak má být prováděn. Podle některých autorů ho pouhá absence čísel nedefinuje, názory se však liší. Metodolog Creswell (1998, s. 12; uvedeno v Hendl 2012, s. 48), uvádí:

“Kvalitativní výzkum je proces hledání porozumění založený na různých metodologických tradicích zkoumání daného sociálního nebo lidského problému. Výzkumník vytváří komplexní, holistický obraz, analyzuje různé typy textů, informuje o názorech účastníků výzkumu a provádí zkoumání v přirozených podmínkách.”

Typicky si výzkumník zvolí fenomén, který chce zkoumat, a zformuluje otázky, na které chce znát odpověď. Ty se však v průběhu výzkumu mohou lišit a vyvíjet. Změny se netýkají pouze otázek, ale i směru výzkumu, jeho hypotéz a plánů. Z tohoto důvodu je kvantitativní průzkum velice pružný.

Mezi výhody kvalitativního výzkumu patří možnost studování procesů a navrhování teorií, získání detailního popisu zkoumaného problému, umožnění pohledu na fenomén v přirozeném prostředí, zohlednění místních specifik a další. Jako nevýhody kvalitativního výzkumu jsou uváděny mimo jiné obtížnost zobecnit výsledky průzkumu na populaci nebo na jiné prostředí, obtížnost navrhovat kvantitativní predikce, časová náročnost sběru i analýzy dat a větší možnost ovlivnění výsledků výzkumníkem.

Druhou formou výzkumu je výzkum kvantitativní. Tento výzkum je postaven na předpokladu, že určité aspekty lidských činů mohou být změřeny a předpovídány. V kvantitativním výzkumu je využíváno experimentů, náhodných výběrů a především strukturovaného sběru dat skrze testy, dotazníky nebo pozorování. Naměřené hodnoty se statistickými metodami analyzují, aby mohl být vyvozen závěr, popis, nebo ověřena pravdivost tvrzení týkající se analyzovaných dat. Součástí kvantitativního přístupu může být teorie, hypotéza, operační definice, pozorování nebo měření, testování hypotézy a verifikace.

Kvantitativní forma výzkumu přináší výhody v podobě nezávislosti výsledků na výzkumníkovi, možnosti aplikování na velké skupiny a zobecnění na celou populaci nebo verifikace teorií. Tato forma výzkumu se stala oblíbenou zejména pro rychlý a v porovnání s kvalitativním výzkumem jednoduchý sběr dat. Výstupem kvantitativního výzkumu jsou numerická data, která mohou být analyzována a přehledně prezentována například za pomoci grafů. Mezi nevýhody patří nezachycení lokálních zvláštností nebo například omezený přístup k získání dat (Hendl, 2012). Další nevýhody jsou popsány v návaznosti na zvolenou metodu kvantitativního výzkumu v kapitole 2.2 Metodika výzkumu.

2.2 Metodika výzkumu

Pro diplomovou práci byl využit výzkum kvantitativní, při jehož výběru sehrálo roli několik faktorů¹. Prvním faktorem je nedostatek kvantitativních dat na toto téma. V současné době jsou k dispozici z různých zdrojů především rozhovory s digitálními nomády, tedy údaje kvalitativní. Statistické informace zahrnující numerické údaje týkající se pouze digitálních nomádů zatím k dispozici nejsou. V kapitole 1.2.2 České průzkumy a statistiky jsou uvedeny údaje z největšího průzkumu zabývajícího se freelancery v České republice. Tyto údaje byly použity právě z nedostatku dat týkajících se pouze digitálního nomádství. Dalším důvodem pro volbu kvantitativního výzkumu byla jeho nenáročnost po stránce času, zpracování a představení výsledků. Numerické výsledky kvantitativního výzkumu je možné přehledně prezentovat v grafické podobě.

Cílem praktické části diplomové práce bylo tedy získat a interpretovat kvantitativní údaje, které doplní teoretickou základnu digitálního nomádství. Výzkum cílí na základní informace o digitálním nomádství, jako jsou podněty pro práci na dálku a hlavní výdělečné činnosti. Dále se zabývá spoluprací s firmami, vízy, zdaněním, podnikatelským prostředím a predikcemi do budoucnosti.

1 Původně bylo zamýšleno provedení výzkumu kvalitativního. Později však byly objeveny závěrečné práce týkající se digitálního nomádství, které využily právě tento výzkum. I tento fakt sehrál roli v konečném výběru výzkumu kvantitativního, samozřejmě vedle výše uvedených důvodů.

Pro získání kvantitativních dat bylo zvoleno dotazníkové šetření. Dotazník obsahuje standardizované otázky a prezentován byl všem respondentům ve stejné podobě. Otázky měly uzavřenou formu, odpovědi byly předem stanovené. U některých otázek byla také použita možnost napsat jinou odpověď. Dotazník je v nezměněné podobě uveden v Příloze A.

2.3 Průběh výzkumu a výsledky

Dotazníkové šetření bylo provedeno pomocí online dotazníku. K samotnému provedení dotazníku byly využity webové stránky www.surveio.com. V dotazníku se objevilo 14 otázek a anonymně ho vyplnilo 34 digitálních nomádů, kteří odpověděli v rozmezí od 8. 2. 2018 do 20. 3. 2018.

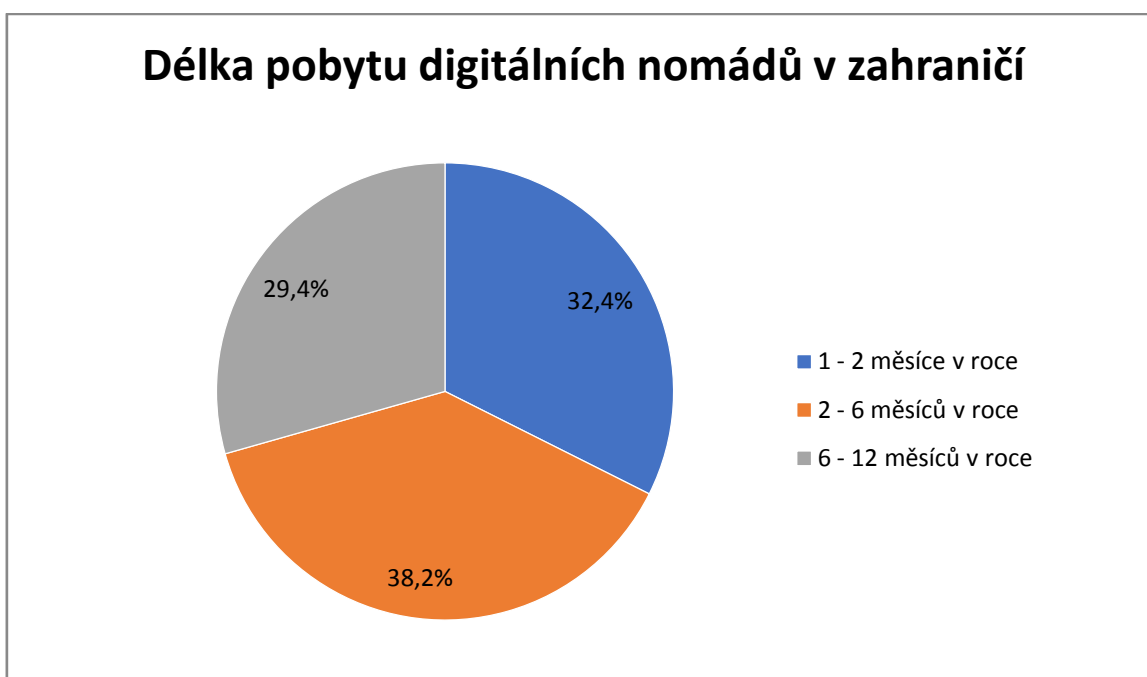
V úvodu dotazníku byl umístěn informativní text představující účel dotazníku. Text upozorňoval na anonymitu vyplnění dotazníku, počet otázek, přibližnou délku vyplnění a další (viz Příloha A). Z úvodního textu bylo dostatečně patrné, že se jedná o dotazník pouze pro digitální nomády a tato informace v něm byla i výslovně uvedena. Na závěr byla vedle poděkování zmíněna Ekonomická fakulta Technické univerzity v Liberci, kde budou výsledky dotazníku zpracované v diplomové práci k nalezení.

Dotazník byl distribuován dvěma kanály. První cestou se stal e-mail, skrze který bylo osloveno 12 digitálních nomádů na základě jejich veřejných blogů. Druhým kanálem byla sociální síť Facebook, kde bylo dalších 10 nomádů přímo kontaktováno. Odkaz na dotazník byl také sdílen do facebookové komunity Digitální nomádi a na facebookovou stránku DobaLetová.cz.

Následuje 9 sub-subkapitol, kdy každá z nich prezentuje výsledky dotazníkového šetření. Všech 14 dotazníkových otázek je zahrnuto ve výsledcích, které jsou rozděleny podle tématu. Například výsledky týkající se spolupráce s firmami tvoří čtyři grafy, které se nachází v jedné sub-subkapitole.

2.3.1 Délka pobytu digitálních nomádů v zahraničí

Jak vyplývá z teoretické části diplomové práce, digitální nomádi pobývají v zahraničí různou dobu. Někteří digitální nomádi stráví na cestách jen část roku, jiní většinu. Toto potvrzují i výsledky první otázky, která se soustředila právě na počet měsíců, který nomádi tráví za hranicemi České republiky v jednom roce. Jak vyplývá z grafu v Obr. 7, převládá pobyt v zahraničí po dobu 2 až 6 měsíců v roce (38,2 %). Na druhém místě se umístil pobyt mezi 1 a 2 měsíci (32,4 %) a na třetím pobyt mezi 6 a 12 měsíci (29,4 %). Výsledky si jsou poměrně blízké.



Obr. 6: Délka pobytu digitálních nomádů v zahraničí
Zdroj: vlastní

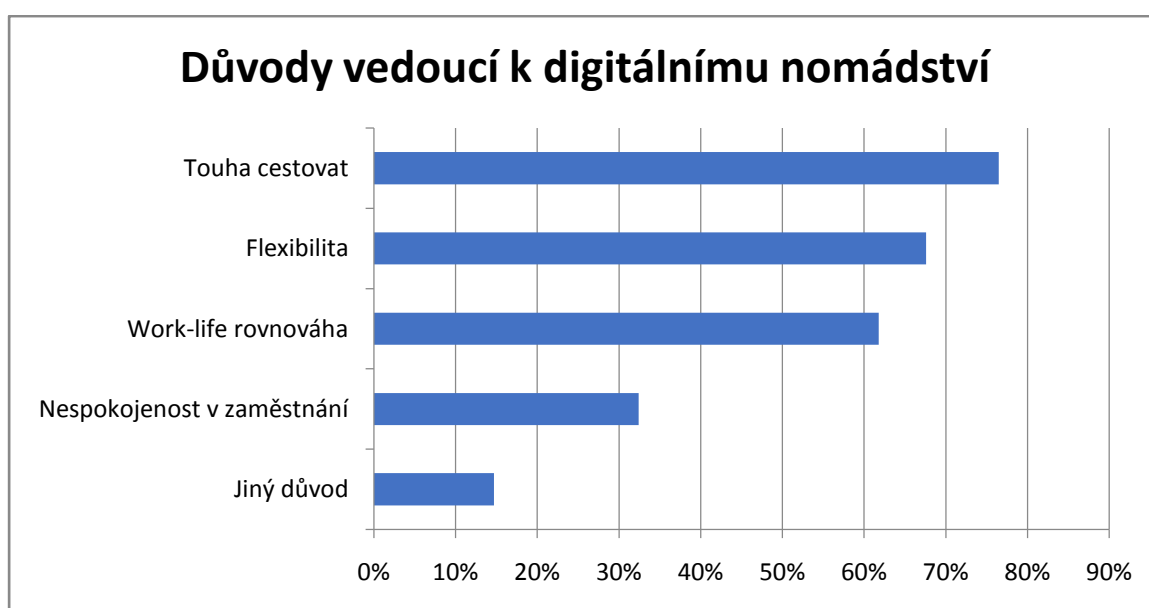
2.3.2 Důvody vedoucí k digitálnímu nomádství

Druhá otázka se zabývala motivy a důvody, které digitální nomády vedly k výběru tohoto životního a pracovního stylu. Respondenti mohli v dotazníku zvolit více než jednu odpověď. Obr. 8 poskytuje grafické zpracování výsledků a napovídá, že se 76,5 % je nejčastějším důvodem vedoucím k digitálnímu nomádství touha cestovat. Získání větší flexibility se umístilo na druhém místě se 67,6 % a nalezení rovnováhy v pracovním a

soukromém životě (*work-life* rovnováha) získalo 61,8 %. Mezi motivy se objevila i nespokojenost v předchozím zaměstnání, která získala 32,4 %.

Respondenti měli možnost doplnit další individuální důvody, které je vedly k digitálnímu nomádství. Odpovědi zahrnují následující:

- Cestování za sluncem, mořem a lepším vzduchem a počasím (hlavně v zimě)
- Odpověď je příliš komplexní
- Touha po svobodě
- Potřeba zažít zajímavé věci



Obr. 7: Důvody vedoucí k digitálnímu nomádství
Zdroj: vlastní

2.3.3 Přehled výdělečných aktivit

Pro zjištění hlavních výdělečných aktivit digitálních nomádů byl vytvořen seznam činností (oborů), který se podobá Obrázku 8: Obory uplatnění freelancerů v %. Výsledky dotazníku je tak možné porovnat a vidět několik rozdílů. Prvních několik oblastí výdělečných aktivit nomádů a freelancerů jsou zpracovány v následující tabulce (Tab. 3). Jednotlivé odpovědi jsou zaznamenány v Obr. 9.

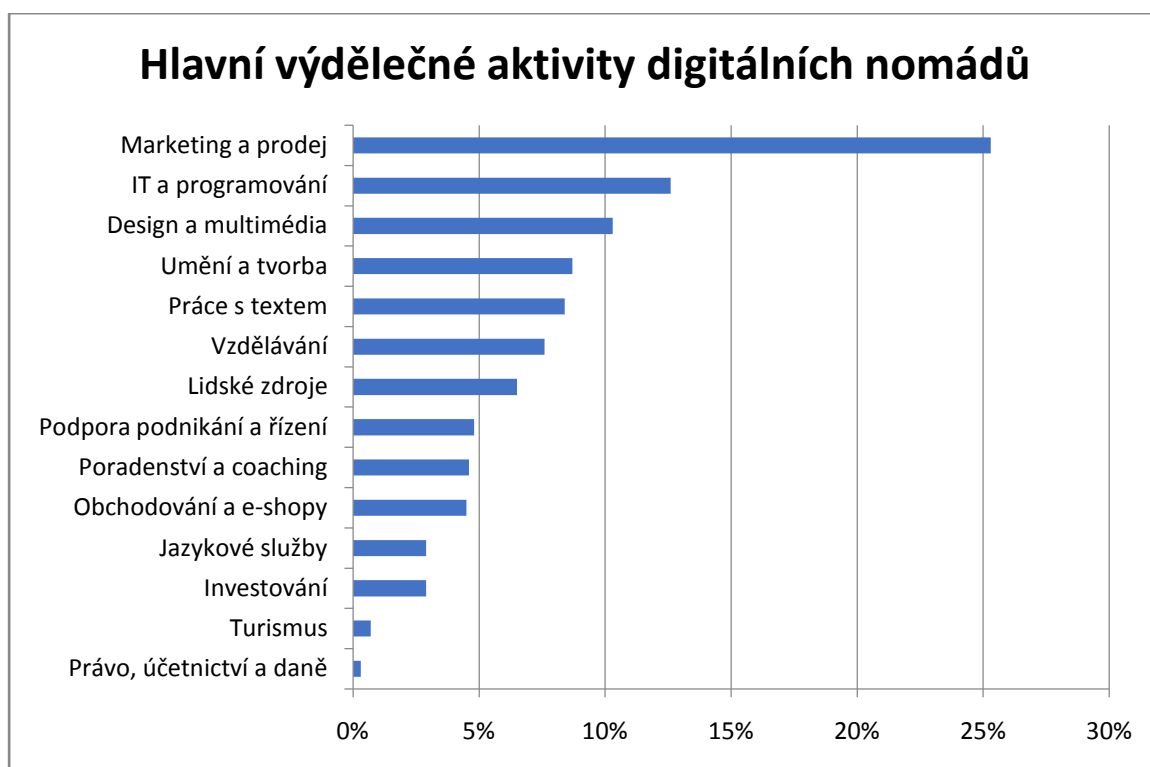
Tab. 3: Porovnání výdělečných činností digitálních nomádů a freelancerů

Digitální nomádi	Hodnota v %	Freelanceři	Hodnota v %
Marketing a prodej	25,3	IT, programování a web	34,8
IT a programování	12,6	Design a multimédia	25,9
Design a multimédia	10,3	Marketing, prodej a PR	20,8
Umění a tvorba	8,7	Psaní a práce s textem	15,9
Práce s textem	8,4	Vzdělávání a osvěta	15
Vzdělávání	7,6	Jazykové služby	12,8
Lidské zdroje	6,5	Obchodování a e-shopy	10,5
Podpora podnikání a řízení	4,8	Podpora podnikání a řízení	8,8

Zdroj: vlastní & Na volné noze (2016)

Jedním z rozdílů jsou i výsledné hodnoty – u digitálních nomádů jsou poměrně nižší. Respondenti mohli rozdělit hodnotu 100 bodů mezi jeden až všechny nabízené obory, protože se nomádi většinou věnují více než jen jedné činnosti. I otázka na blogu Na volné noze (2016) umožňovala výběr více odpovědí. Proto je hodnotový rozdíl nejspíš způsobený mnohem menším počtem respondentů.

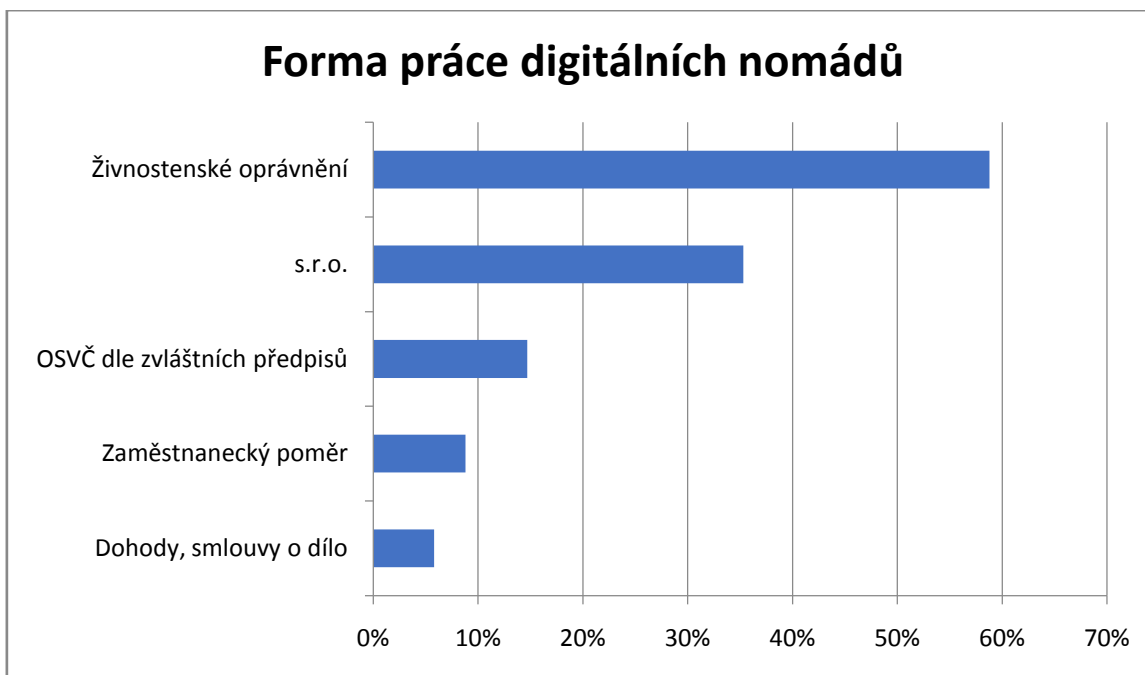
Dalším rozdílem jsou první příčky výdělečných aktivit. Freelanceři se pohybují především v oboru IT a programování, digitální nomádi v marketingu a prodeji. IT se u nomádů umístilo na druhém místě a následováno je prací v designu a multimédiích. I tyto obory se u freelancerů na prvních třech příčkách objevily. Překvapivě se ale u digitálních nomádů dostalo na čtvrté místo umění a tvorba a na místo sedmé oblast lidských zdrojů. Tyto výsledky tedy jen potvrzují rozmanitost digitálního nomádství.



Obr. 9: Hlavní výdělečné aktivity digitálních nomádů
Zdroj: vlastní

2.3.4 Forma práce

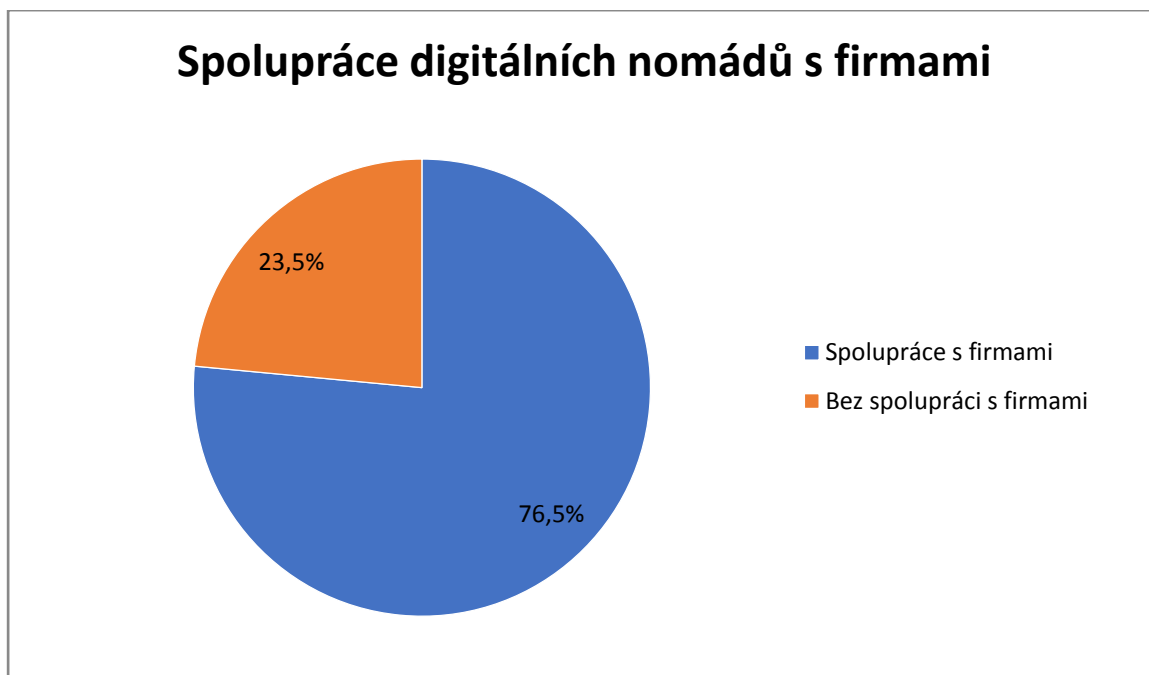
Otázka na téma formy práce digitálních nomádů nabízela znovu výběr více možností. Výsledky jsou zobrazeny v grafu v Obrázku 10. Největší počet odpovědí (58,8 %) získalo stejně jako u freelancerů živnostenské oprávnění. Na druhém místě (35,3 %) se však oproti odpovědi freelancerů (OSVČ dle zvláštních předpisů) umístila práce přes s.r.o. Ta se u freelancerů dostala až na třetí místo. Práce jako OSVČ dle zvláštních předpisů je nicméně další formou práce nomádů, získala 14,7 %. Následuje zaměstnanecký poměr s 8,8 % a dohody a smlouvy o dílo s 5,8 %.



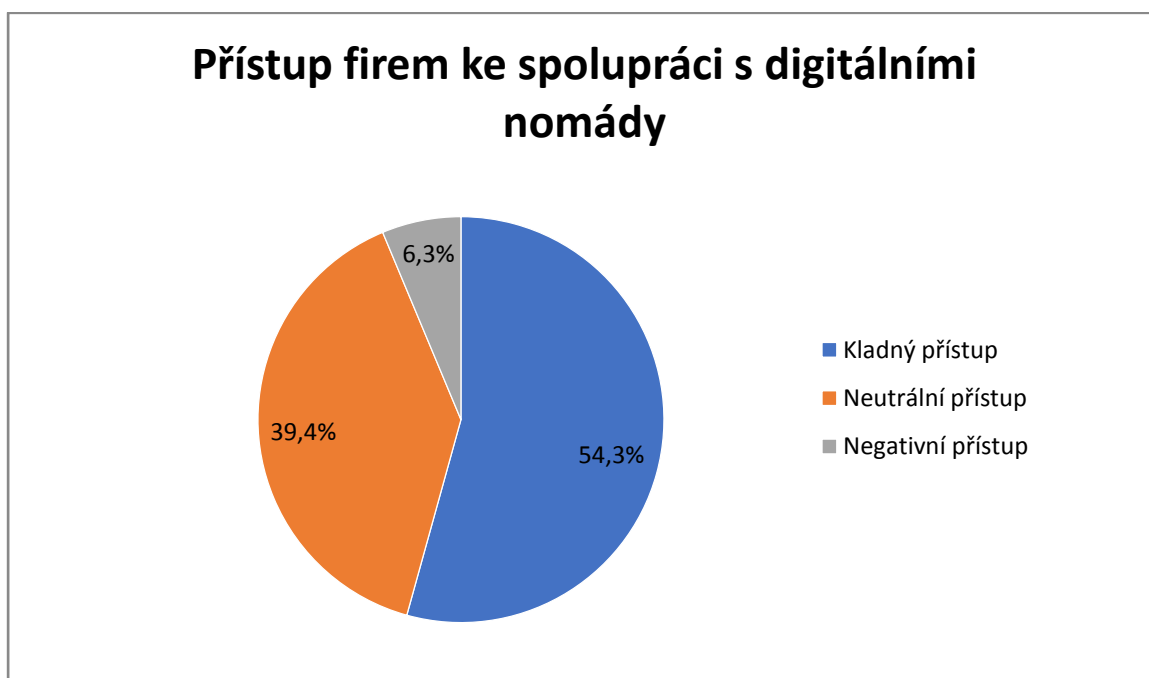
Obr. 10: Forma práce digitálních nomádů
Zdroj: vlastní

2.3.5 Spolupráce s firmami

Další série otázek se zabývala spoluprací digitálních nomádů s firmami. Z odpovědí v Obrázku 11 vyplývá, že 76,5 % nomádů s firmami nějakou formou spolupracuje. V další otázce týkající se přístupu firem vůči digitálnímu nomádství bylo možné rozdělit hodnotu 100 bodů mezi tři odpovědi. Výsledky jsou zpracovány v Obrázku 12 a vyplývá z nich, že se nomádi setkávají s neutrálním nebo dokonce pozitivním přístupem. Pouze 6,3 % odpovědí potvrdilo přístup negativní.



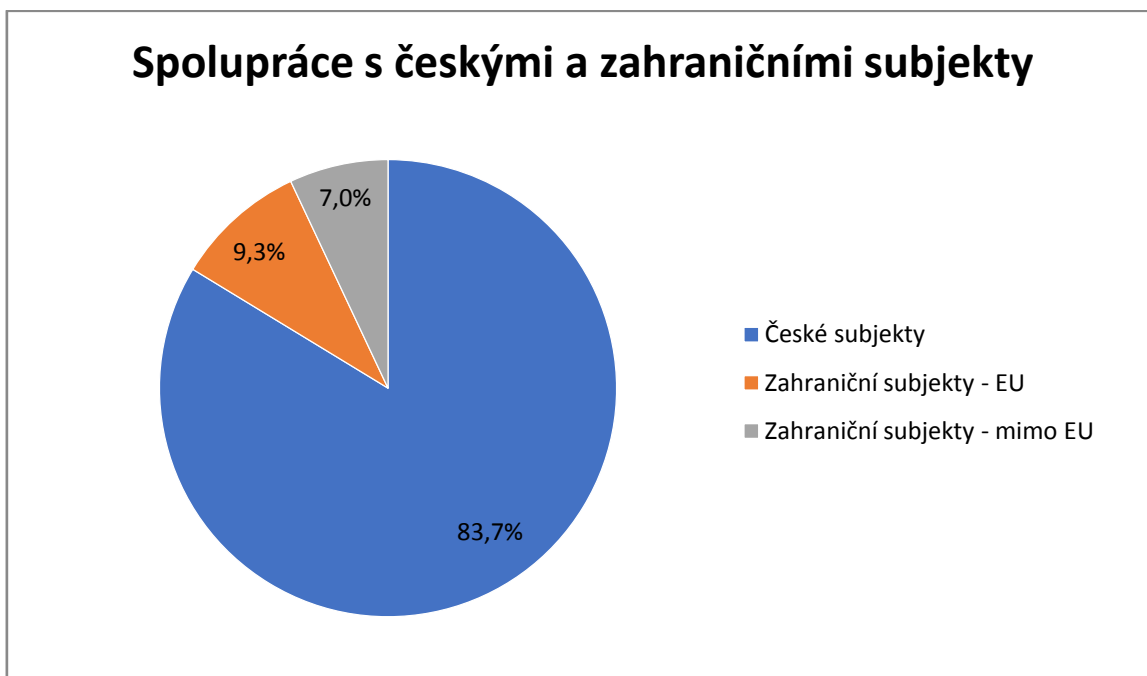
Obr. 11: Spolupráce digitálních nomádů s firmami
Zdroj: vlastní



Obr. 12: Přístup firem ke spolupráci s digitálními nomády
Zdroj: vlastní

Další otázka se týkala spolupráce s českými a zahraničními subjekty. I u této otázky měli respondenti možnost rozdělit 100 bodů mezi tři možné odpovědi. Z Obrázku 13 je zřetelné,

že čeští digitální nomádi spolupracují především s českými subjekty (83,7 %). Zahraniční spolupráce byla rozdělena na EU a zahraničí mimo EU. Spolupráce v rámci EU získala 9,3 % a spolupráce mimo EU poté 7 %.



Obr. 13: Spolupráce s českými a zahraničními subjekty
Zdroj: vlastní

Pro respondenty, kteří spolupracují i se zahraničními subjekty, byla přístupná otázka týkající se rozdílů mezi spoluprací s českými a zahraničními subjekty. Bylo možno zvolit více odpovědí. Výsledky jsou zachyceny v grafu v obrázku 14. Je z nich patrná převaha především finančního rozdílu, kdy zahraniční firmy poskytují lepší finanční ohodnocení. V některých případech však zahraniční subjekty také disponují větší otevřeností vůči digitálnímu nomádství. Několik respondentů však nepocítuje rozdíl žádný.

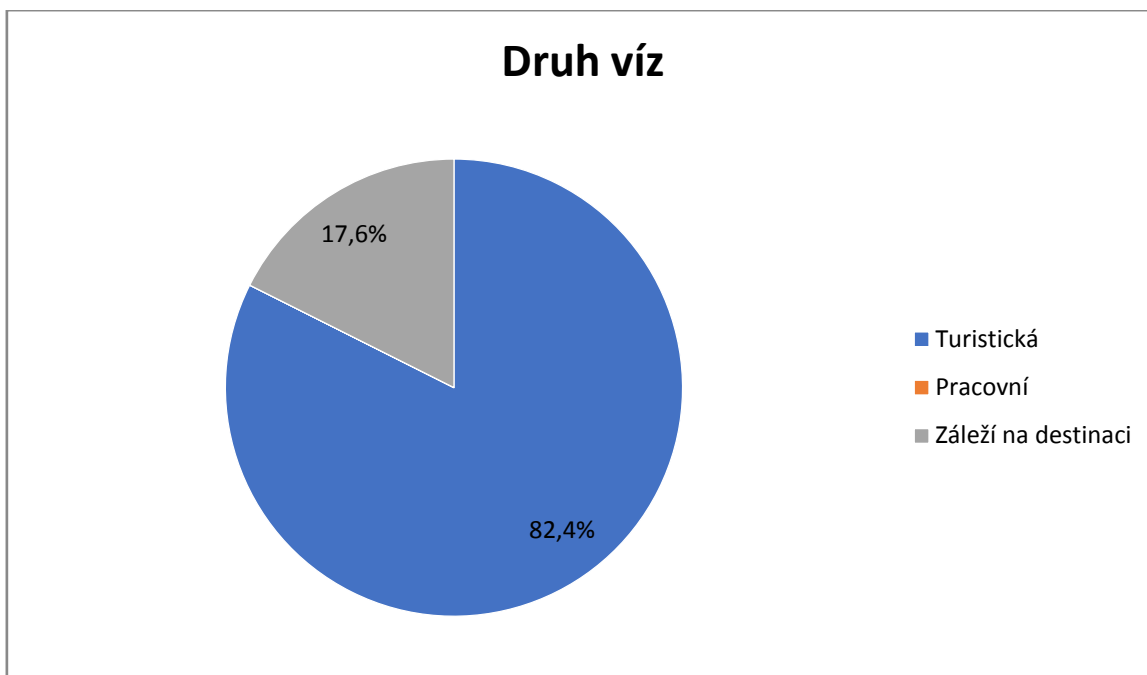


Obr. 14: Rozdíly ve spolupráci s českými a zahraničními subjekty
Zdroj: vlastní

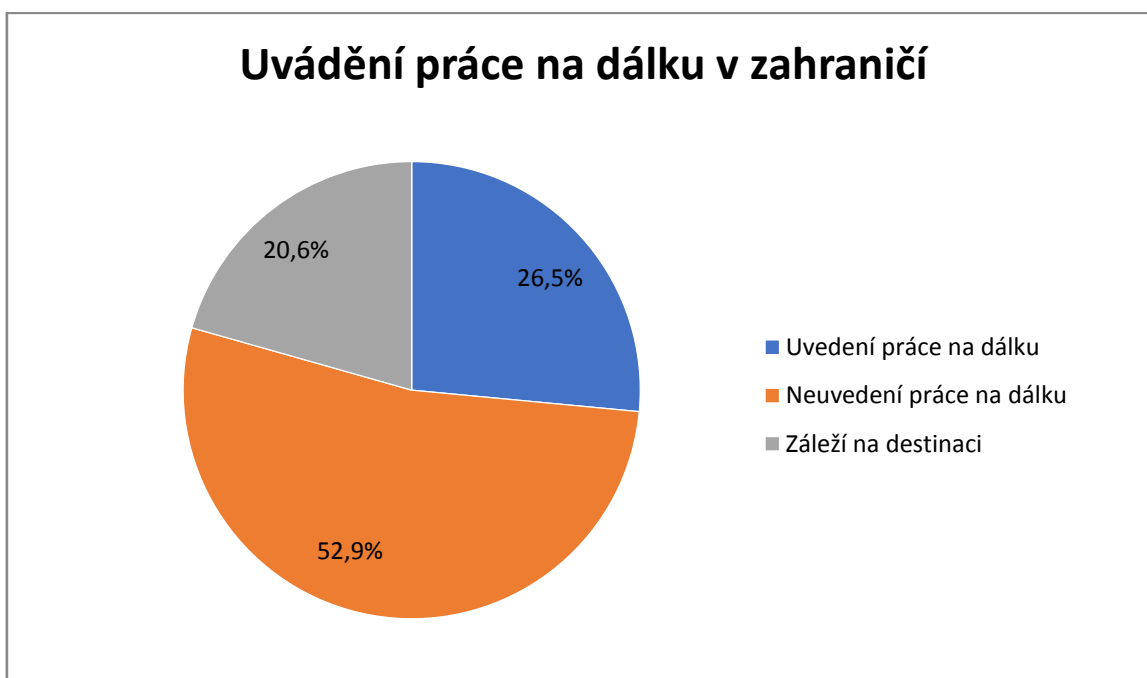
2.3.6 Vízové záležitosti

V dotazníku byly zahrnuty také otázky týkající se víz. Jak je uvedeno v sub-subkapitole 1.4.4 Mezinárodní legislativa: Thajsko a Česká republika, podnikání a práce na dálku zatím nejsou legislativně zakotveny. Digitální nomádi se tak často dostávají do šedé zóny, kdy pracují, aniž by legálně na daném území pracovat měli. Otázky týkající se víz byly tedy nutnou součástí dotazníku.

Obr. 15 zachycuje výsledky otázky zjišťující druhy víz, na která digitální nomádi nejvíce cestují. Velká většina (82,4 %) uvedla pouze víza turistická. Zbytek (17,6 %) respondentů poté zvolilo možnost „záleží na destinaci“. Například v EU je možné pracovat, v Thajsku úřady práci na dálku tolerují. Na toto téma navazuje Obr. 16 a otázka, zda nomádi práci na dálku uvádějí. Přibližně polovina (52,9 %) práci na dálku v zahraničí neuvádí, 26,5 % respondentů naopak ano. Zbýlých 20,6 % ne/uvádí práci na dálku na základě destinace.



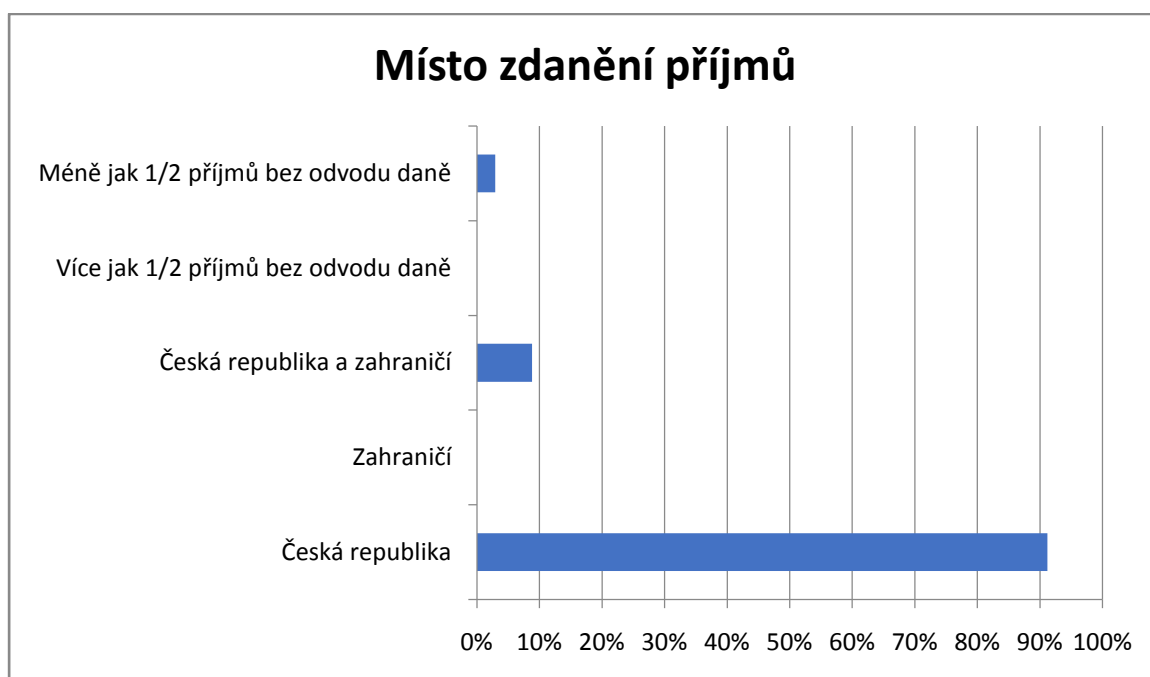
Obr. 15: Druh víz
Zdroj: vlastní



Obr. 16: Uvádění práce na dálku v zahraničí
Zdroj: vlastní

2.3.7 Zdanění příjmů

Otázka zdanění příjmů je natolik komplikovaná, že byla do dotazníku vložena pouze otázka ohledně místa zdanění příjmů. Tato otázka je v případě digitálních nomádů nanejvýš relevantní, protože někteří nomádi pobývají v zahraničí větší část roku. Jak ale vyplývá z výsledků dotazníku (Obr. 17), přibližně 91 % nomádů odvádí daň v České republice. Necelých 10 % poté daní svoje příjmy jak v České republice, tak v zahraničí. Necelá 3 % pak nedaní méně než ½ svých příjmů. I tato otázka umožnila v dotazníku výběr více možností.



Obr. 17: Místo zdanění příjmů

Zdroj: vlastní

2.3.8 Hodnocení podnikatelského prostředí v České republice

Další otázka byla věnována hodnocení podnikatelského prostředí. Otázka byla zpracována do matice, kde respondenti volili na každé téma dané hodnocení. Tím byla škála od spokojenosti k nespokojenosti – viz Obr. 18.

Prvním tématem byla byrokracie – styk s úřady apod. Se 47,1 % zde převažuje spíše nespokojenost, nespokojenost samotná pak získala necelých 24 %. Následovalo neutrální hodnocení s téměř 18 % a necelých 12 % získalo hodnocení spíše spokojenost.

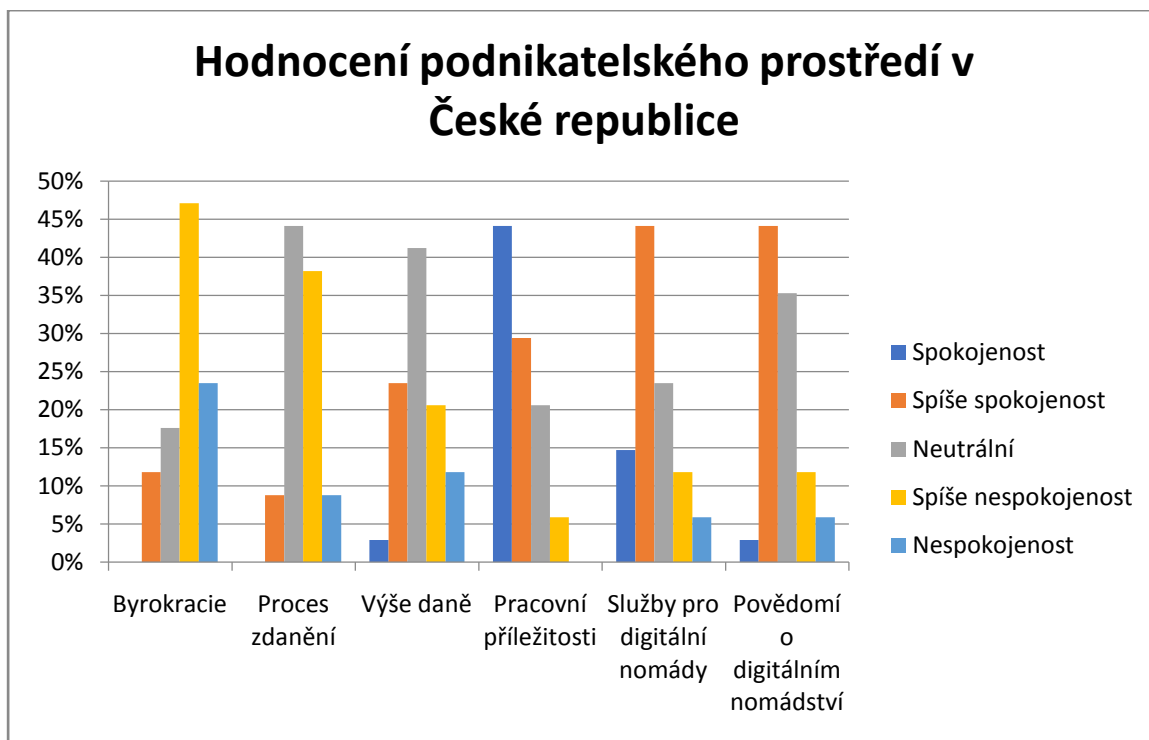
Proces zdanění je respondenty nejvíce hodnocen jako neutrální (44 %), poté převládá spíše nespokojenost (38 %). Hodnocení typu spíše spokojenost a nespokojenost získala obě 8,8 %.

Samotná výše daně získala na prvním místě neutrální hodnocení (41,2 %). Poměrným skokem následuje spíše spokojenost (23,5 %) a spíše nespokojenost (21,6 %), dále pak nespokojenost (11,8 %) a spokojenost (2,9 %).

Pracovní příležitosti jsou hodnoceny pozitivně. Celých 44 % digitálních nomádů je se situací na trhu práce spokojených, 29,4 % poté spíše spokojených. Neutrální hodnocení získalo téměř 21 % a hodnocení přiklánějící se spíše k nespokojenosti téměř 6 %. Nespokojenost jako taková se neobjevila.

Služby pro digitální nomády jsou hodnoceny také pozitivně. Hodnocení „spíše spokojenost“ dosáhlo na 44 %, následuje neutrální hodnocení s necelými 24 % a spokojenost s téměř 15 %. Negativnější hodnocení se také umístila. Hodnocení obracející se spíše k nespokojenosti získalo téměř 12 % a nespokojenost samotná získala necelých 6 %.

S obecným povědomím o digitálním nomádství jsou čeští nomádi spíše spokojeni (44,1 %). Neutrální hodnocení se umístilo druhé (35,3 %) a po velkém propadu následuje spíše nespokojenost (11,8 %), nespokojenost (5,9 %) a na posledním místě spokojenost (2,9 %).

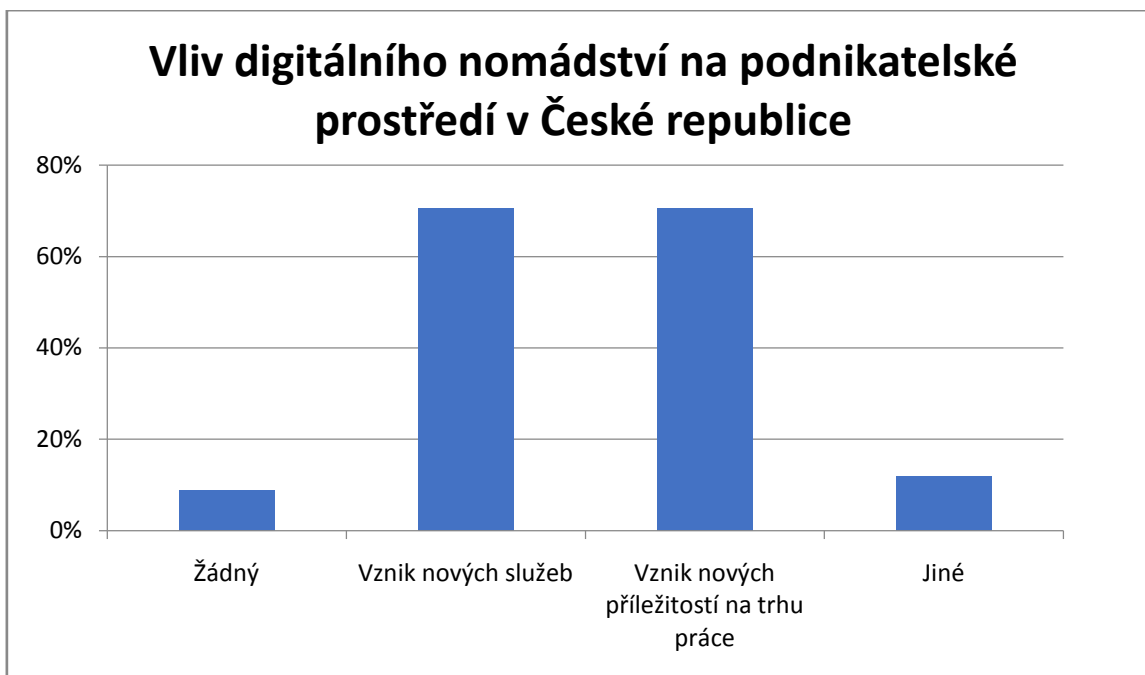


Obr. 18: Hodnocení podnikatelského prostředí v České republice
Zdroj: vlastní

Podnikatelskému prostředí v České republice byla věnována ještě jedna otázka týkající se vlivu digitálního nomádství právě na podnikatelské prostředí. V této otázce bylo možné vybrat více variant. Z obrázku 19 je patrné, digitální nomádi vnímají určitý vliv tohoto trendu na vznik nových služeb (coworkingová centra) a vznik nových pracovních příležitostí. Obě možnosti získaly téměř 71 %.

Odpovědi „jiné“ zahrnovaly následující:

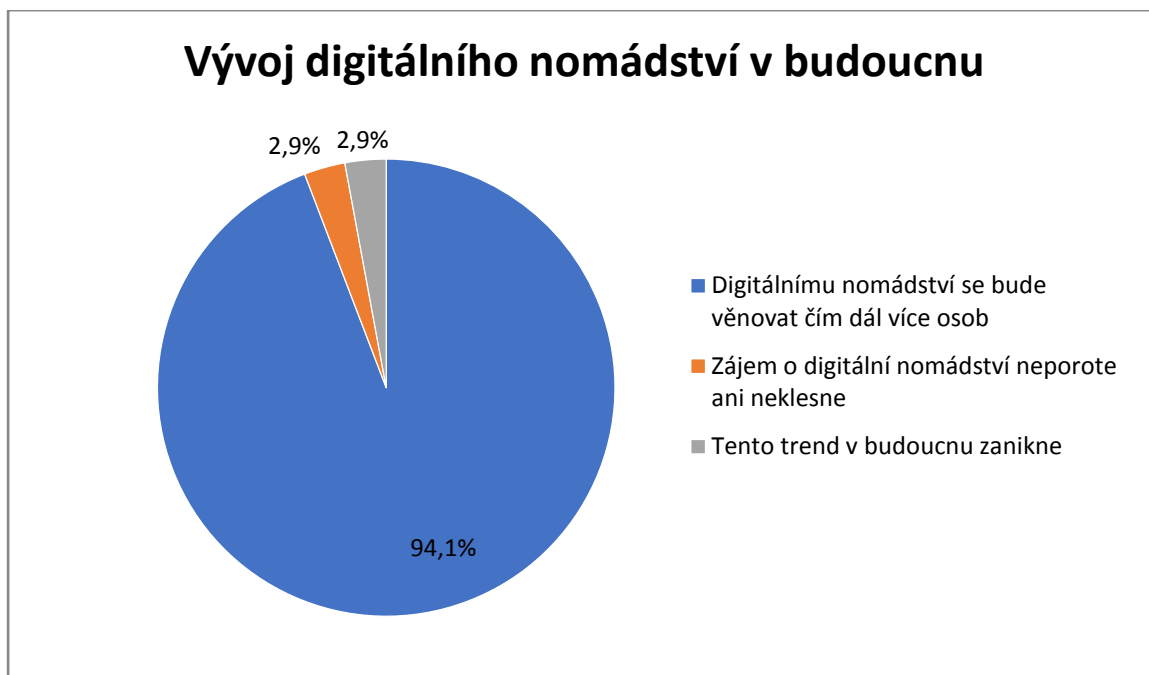
- digitální nomádství přináší rozhled, kontakty a zvyšuje efektivitu,
- více nás propojuje se západním trhem,
- zlepšuje vztahy mezi lidmi a národy.



Obr. 19: Vliv digitálního nomádství na podnikatelské prostředí v České republice
Zdroj: vlastní

2.3.9 Vývoj digitálního nomádství v budoucnu

Stejně jak předpovídají zdroje z kapitoly 1.2 Digitální nomádství v číslech, tak i sami digitální nomádi se přiklánějí k budoucímu nárůstu tohoto trendu. Z obrázku 20 je patrné, že většina respondentů věří ve zvýšený zájem o digitální nomádství v budoucnu.



Obr. 20: Vývoj digitálního nomádství v budoucnu
Zdroj: vlastní

2.4 Omezení výzkumu a doporučení

Aplikované dotazníkové šetření má svá omezení. Obecně je předpokládáno, že otázkám každý respondent porozumí stejně. Tento předpoklad se ale v praxi může setkat s odlišným výkladem a perspektivou respondentů, které mohou vést k různým kognitivním postupům. Nevýhody online dotazníku navíc zahrnují možnost nedokončení dotazníku respondentem. Dále pak není jisté, kdo se dotazníku zúčastnil a kolikrát. Výsledky dotazníku tedy mohou být zkresleny. (Hendl a Remr, 2017)

Hlavní nevýhodou provedeného dotazníku je nízký počet získaných odpovědí. Počet zúčastněných osob by mohl být navýšen placenou facebookovou reklamou. Příspěvky ve skupinách digitálních nomádů totiž nejsou příliš viditelné a jsou tak lehce přehlédnutelné. Sdílení dotazníku na sociálních sítích navíc nahrává již výše zmíněnému riziku vyplnění dotazníku osobou, pro kterou dotazník není určen. Vzhledem k anonymitě dotazníku představuje toto riziko jedno z největších omezení.

Počet digitálních nomádů nelze jednoznačně ani snadně stanovit. Nejenom, že se tímto trendem žádná oficiální statistika nezabývá. Především se jedná o formu práce tak rozmanitou, že by bylo obtížné ji korektně statisticky zachytit. Například Spojené státy americké vykazují určitá data týkající se práce na dálku a nomádství. Tyto průzkumy jsou ale prováděny podniky samotnými. Podniky, které nabízejí služby pro digitální nomády, jako například BridgeStreet Global Hospitality. Ani ty ale nepřinášejí jasná čísla ohledně počtu digitálních nomádů, soustředí se spíše na otázky týkající se kvality života, porovnání klasického zaměstnání s digitálním nomádstvím, preference ubytování apod.

Českých digitálních nomádů mohou být pouhé desítky nebo také stovky a tisíce. Určité množství nomádů se věnuje psaní blogů, podle kterých lze určit, že se jedná právě o digitální nomády. Jen těch jsou na českém internetu desítky. Není ale pravidlem, že by každý nomád psal veřejný blog. V různých Facebookových skupinách a komunitách věnovaných právě digitálním nomádům se nachází i přes 5 000 osob. Zde ovšem vyvstává otázka, zda jsou přítomní skutečně digitálními nomády. Otázka počtu digitálních nomádů v České republice (a jinde) tedy nemá jasnou odpověď.

Jako doporučení se jeví provedení průzkumu v delším časovém horizontu. Jako vhodná varianta se prezentuje také zahrnutí některých digitálních nomádů jako spoluautorů dotazníku. Jsou to právě digitální nomádi, kteří mají kontakty na další osoby věnující se tomuto trendu. Vhodným krokem by mohlo být oslovení coworkingových center, kde se digitální nomádi pohybují. Možností je také provedení širšího průzkumu, který by nebyl specifikovaný pouze pro české digitální nomády. Využití placené Facebookové reklamy by mohlo navýšit návratnost dotazníku.

3. Shrnutí teoretické a praktické části

Výkon pracovního povolání na pracovišti v pevně stanovené době je dnes u některých profesí považován za pozůstatek z industriální éry. Jako řešení narůstající pracovní zátěže a nedostatečného množství volna volí někteří cestu digitálního nomádství (Novák a Vinš, 2015). O digitální nomádství se dnes zajímá narůstající počet osob. Téměř 25 % českých freelancerů ale pracuje na volné noze už přes 10 let. Byť se tento trend může zdát na první pohled bezvýznamný (stejně jako se zdály počátky sdílené ekonomiky), digitální nomádství už v současnosti mění obraz globálního trhu práce (PR Newswire, 2015). Do budoucna se očekává významný nárůst počtu freelancerů a jiných nezávislých profesionálů, a především narůstající zájem o práci na dálku. V rámci provedeného výzkumu věří 94 % respondentů v rozvoj digitálního nomádství. Například Ui-Hoon (2017) uvádí, že se do roku 2035 bude věnovat digitálnímu nomádství 1 miliarda osob. V české literatuře se odhaduje, že do roku 2020 by mohli freelanceři představovat kolem 45 % pracovní síly západní civilizace (Kubátová, 2016). Mezi freelancery a digitální nomády se v některé literatuře umísťuje rovnítko, záležitost to však není tak přímočará.

Přestože digitální nomádi mohou být považováni za freelancery, freelanceři na druhou stranu nemusí být digitálními nomády. Freelancer je definován jako osoba, která se nenachází v typickém zaměstnaneckém poměru, a pracuje na základě živnostenského oprávnění nebo jednotlivých kontraktů pro jednu i více společností. Digitální nomád je definován jako člověk vykonávající výdělečnou činnost, která ho neváže k jedné určité lokalitě. Hlavní charakteristikou digitálního nomádství je právě výkon práce na dálku a to především z cest. Přibližně 80 % freelancerů pracuje z domova, necelých 20 % poté občas ze zahraničí – tito freelanceři tedy spadají do definice digitálního nomádství (Na volné noze, 2016). Z dotazníku vyplývá, že digitální nomádi pobývají v zahraničí nejčastěji 2 až 6 měsíců v roce. V tomto případě lze předpokládat, že někteří digitální nomádi mají jakousi domovskou základnu, kam se vrací. Uvedené negativum digitálního nomádství týkající se emoční stránky, kdy člověku chybí jisté zázemí, poté nemusí nastat. Digitální nomádství představuje nejen pracovní, ale také životní cestu, kdy je požadovaný životní styl prioritizován před prací. Digitální nomádi tak vyhledávají pracovní příležitosti, které jim nebrání v cestování, volnosti, rozvoji a dalších prioritách.

Formy digitálního nomádství, stejně jako freelancingu, jsou rozmanité. Digitálním nomádem může být zaměstnanec, OSVČ, nezávislý profesionál, podnikatel, osoba pracující na různé dohody anebo kombinace uvedeného. Největší počet nomádů i freelancerů pracuje na živnostenské oprávněné a obě skupiny využívají jak podnikání, zaměstnaneckých poměrů, dohod a dalších forem práce. Obory uplatnění digitálních nomádů a freelancerů se v posledních letech rozšířily z pouhého IT do marketingu, lidských zdrojů, vzdělávání apod.

Jednou z výhod digitálního nomádství je flexibilní pracovní doba. Přesto však 65 % nomádů odpracuje více než 40 hodin týdně (PR Newswire, 2015). Práce na dálku nepřináší benefity pouze nomádům samotným, nýbrž také firmám, které alespoň částečnou práci na dálku umožňují. Pracovníci se poté cítí více zapojeni do pracovního procesu a firma navíc může snížit jak matejkové náklady, tak environmentální stopu a zároveň pracovat s talenty, kteří hledají flexibilitu. (Monh, 2017)

Jak vyplývá z průzkumu freelancerů Na volné noze (2016), největší procento jejich klientů tvoří malé a střední podniky, jednotlivci a korporace. Freelanceři, kteří občas pracují z cest, také uvádí práci pro start-upy, neziskové organizace a veřejnou správu. Také z provedeného dotazníku vyplývá, že více jak $\frac{3}{4}$ digitálních nomádů s firmami spolupracuje. Přes 80 % freelancerů (stejně jako českých nomádů) spolupracuje pouze s českými subjekty. Zbytek spolupracuje i se subjekty zahraničními.

Digitální nomádství zasahuje jak do podnikatelského prostředí, tak do trhu práce. Virtuální práce je díky rozvoji pracovního trhu na vzestupu. Poptávku a nabídku mezi firmami a freelancery zajišťuje například online platforma FlexJobs. Ta se v posledních dvou letech rozrostla o 52 % (Vijayan, 2017). Online trh práce se rozrůstá, což je pozorovatelné na vzniku obdobných portálů jako Guru.com, UpWork.com, Elence.com, kde firmy samy zadávají zakázky (Kubátová, 2016). Vznikají také platformy s mikroslužbami pro jednorázové uspokojení poptávky jako Etsy, Stovkomat.cz, Mikrojob.cz apod.

Nezanedbatelné množství globálních zaměstnavatelů navíc přiznává nedostatek talentů. Oblast IT se jako problémový obor pro nalezení vhodných kandidátů umístila celosvětově druhá. A právě IT představuje jeden z hlavních oborů uplatnění digitálních nomádů a freelancerů. Díky rozvoji online trhu práce tak mohou firmy nalézt vhodné kandidáty a

navázat s nimi spoluprací založenou na virtuální práci. V posledních letech zaznamenaly online platformy práce zvýšený zájem i ze strany firem. Skrze platformy jako je Guru.com pak firmy shání jednorázové kontrakty, například na základě vypracování zadaného úkolu (Kubátová, 2016).

Trh práce se v České republice potkává s rekordně nízkou nezaměstnaností, nedostatkem zaměstnanců a růstem mezd. Nedostatek talentů pro znalostní pozice můžou firmy alespoň z části řešit skrze online trh práce. To však pouze za předpokladu, že se firma na online trhu práce pohybuje a je otevřená virtuální práci. Firmy čelící rekordně nízké nezaměstnanosti se tak snaží přilákat zaměstnance nejen vyšší mzdou, ale i různými benefity. Pokud se firmy zaměří na mileniály, kteří tvoří významnou část trhu práce, musí čelit jiným požadavkům než od předchozí generace X. Právě zde dochází ke střetu hodnot a vizí společností a mileniálů. Ti hledají smysl v tom, co dělají, a ne vždy vidí smysl v korporátní práci. Generace Y se ráda učí, objevuje a kombinuje více kariérních cest. Mileniálové jsou ochotni z práce odejít a vyzkoušet právě například digitální nomádství. Hledají především flexibilitu a rovnováhu mezi soukromým a pracovním životem, což jsou samy o sobě hodnoty digitálních nomádů. Digitálním nomádstvím se nejvíce zabývá právě tato generace, a pokud jsou firmy otevřeny flexibilní spoluprací, otevírá se jim tak možnost získat talenty, kteří hledají určitou pracovní volnost.

Ke vzniku a rozvoji digitálního nomádství vedla digitalizace, vědeckotechnický rozvoj obecně a globalizace. Právě digitalizace a moderní technologie umožňují pracovat na dálku přes internet. Uvolnění mezinárodního pohybu poté dovoluje vycestování na delší dobu z vízového hlediska. Podnikatelské prostředí a jeho otevřenost zde také sehrávají významnou roli. S nástupem digitalizace se některé procesy urychlily, vzniklo online podnikání, práce na dálku přes internet se stala reálnou možností a velké množství firem začalo využívat *outsourcing*. Digitální nomádství je tedy na vzestupu díky neustále se zlepšujícím technologiím, změnám na trhu práce i v podnikatelském prostředí a mimo jiné i levným letenkám. (Monh, 2017)

Měnicí se podnikatelské prostředí a nástup online podnikání hrají pro digitální nomádství významnou roli. Mezi příklady současných trendů podnikatelského prostředí patří *gig economy*, mikroslužby, nebo sdílená ekonomika. Na mezinárodní úrovni začaly vznikat nové služby a to i jako reakce na digitální nomádství. Příkladem jsou pracovní stáže start-

upu Unsettled, plavby pro nomády Nomad Cruise, programy Journey Away nebo Remote Year a také ubytovací služby nebo coworking (Mohn, 2017; PR Newswire, 2015; M2 Presswire, 2017; Vijayan, 2017). Coworkingových center vzniklo jen v Praze okolo 20 a nachází se i v jiných českých městech (Digitální nomádství, 2017). Český start-up Di Raffaele Accounting zase nabízí účetní, daňové a poradenské služby zaměřené na cestovatele a digitální nomády (Di Raffaele Accounting, 2017).

Závěr

Diplomová práce se věnovala současnému fenoménu digitálního nomádství. Stejně jako digitálních nomádů přibývá také nových služeb, které vznikají v reakci na zvyšující zájem pracovat na dálku. Podnikatelské prostředí se neustále vyvíjí a mění a s digitálním nomádstvím se navzájem ovlivňují. Stejně tak působí digitální nomádství i na trh práce, kde vytváří nové pracovní příležitosti.

Cílem diplomové práce bylo přiblížit a prozkoumat tento trend v širším kontextu podnikatelského prostředí a trhu práce a zároveň přinést statistická data, kterých je na téma digitálního nomádství nedostatek. Právě představení tohoto trendu na akademické půdě a získání nových dat představuje přínos této práce. Zatímco se teoretická část postarala o představení tématu ve velkém detailu jak z české, tak zahraniční literatury, praktická část byla zaměřena právě na získání nových dat.

Teoretická část definovala pojem digitální nomádství a objasnila jemný rozdíl mezi freelancerem a digitálním nomádem. Následoval výčet oborů a forem práce digitálních nomádů, příklady českých nomádů a také přehled záporů nomádství. Další část uvedla několik zahraničních a českých statistik, které se touto problematikou zabývají. Představen byl největší český průzkum freelancerů jakožto jediný český průzkum blížící se tématice digitálního nomádství. V subkapitole trhu práce byl popsán nedostatek talentů, online trh práce, současná situace v České republice, charakteristiky odlišných generací a střet nabídky s poptávkou. Subkapitola věnující se podnikatelskému prostředí zahrnuje jeho vývoj skrze inovační vlny a globalizaci, jeho současné trendy, vznik nových služeb na mezinárodní i české úrovni a také otázku mezinárodní legislativy – to vše v kontextu digitálního nomádství.

V rámci praktické části byl zrealizován kvantitativní výzkum formou online dotazníku. Anonymní dotazníkové šetření zahrnovalo 14 otázek a v průběhu necelých 6 týdnů se ho zúčastnilo 34 respondentů. Největším omezením dotazníku je jeho anonymita. Výsledky mohou být zkresleny tím, že se dotazníku mohli zúčastnit lidé, pro které dotazník nebyl určen. Toto riziko se však vyskytuje u všech anonymních online dotazníků. Nízký počet respondentů představuje další zásadní omezení dotazníku. Jako doporučení se nabízí provedení průzkumu v delším časovém horizontu, zahrnutí některých digitálních nomádů

jako spoluautorů dotazníku, zapojení coworkingových center, zahrnutí zahraničních nomádů a využití například placené Facebookové reklamy. Výsledky dotazníkového šetření, které představují reálný přínos diplomové práce, byly prezentovány v grafické podobě s doprovodným komentářem. Ty jsou zde dále shrnuty.

Charakteristikou digitálních nomádů je cestování, což se nedá říci o freelancerech. Přesto kolem 20 % českých freelancerů občas pracuje z cest. Tato skupina se tedy dá považovat za digitální nomády. Z dotazníku však vyplývá, že nomádi netráví celý rok na cestách. Největší množství respondentů stráví v zahraničí od 2 do 6 měsíců za rok. Touha cestovat se zároveň promítla i do otázky motivací pro digitální nomádství, kde se umístila na prvním místě. Mezi další důvody patří získání větší flexibility, nalezení *work-life* rovnováhy nebo nespokojenost v předchozím zaměstnání.

Jako nejrozšířenější výdělečná aktivita se umístil (na rozdíl od freelancerů) marketing a prodej, dále pak IT a programování (u freelancerů na prvním místě), design a multimédia, umění a tvorba, práce s textem, vzdělávání, lidské zdroje, podpora podnikání a řízení a další. Tyto výsledky jasně poukazují na rozmanitost uplatnění digitálních nomádů. Jako nejčastější forma práce bylo zvoleno živnostenské oprávnění, poté s.r.o., OSVČ dle zvláštních předpisů, ale objevil se také zaměstnanecký poměr a dohody. Freelanceři odpovídali podobně. Obory ani formy práce se u digitálních nomádů a freelancerů neliší.

Více než $\frac{3}{4}$ respondentů uvedlo, že spolupracuje s českými firmami. Většina z nich se setkává s neutrálním nebo pozitivním přístupem. Někteří nomádi ale navazují spolupráci i se zahraničními subjekty. Největší rozdíl v tomto případě pocítují po stránce finanční. Přes kladné hodnocení postoje českým firmám vůči nomádství se ale objevila ve výsledcích větší otevřenost zahraničních firem vůči této formě spolupráce. Jak vyplývá z teoretické části, práce na dálku přináší benefity i firmě. V České republice je tedy prostor pro lepší uchopení digitálního nomádství právě ze strany firem.

Cestování, jako jedna ze základních charakteristik digitálního nomádství, s sebou přináší spoustu otázek. Mezinárodní legislativa zatím většinou neupravuje online podnikání cestovatelů, ani práci na dálku. A tak většina respondentů cestuje na turistická víza, popřípadě volí typ víza podle destinace. Při pobytu v zahraničí přes polovinu dotazovaných neuvádí, že na dálku pracuje. V této oblasti se mohou nomádi v budoucnu setkat s novou

legislativou, která bude tento druh práce upravovat. Například Thajsko v současnosti práci při turistických vízech otevřeně ignoruje a těší se tak velkému množství nomádů. Ti do cílových destinací přinášejí zvýšený zájem o služby a turistiku a stimulují tak místní podnikání. Přítomnost digitálních nomádů se také odráží v nových business myšlenkách a inovacích. Zájem nomádů se tedy v cílové destinaci promítá jak do podnikatelského prostředí, tak do trhu práce a pro cílovou destinaci představuje benefity. S dlouhodobějším cestováním se naskytá také otázka zdanění. Většina respondentů uvedla, že své příjmy daní v České republice. Malé procento nomádů však daní jak v České republice, tak v zahraničí.

Respondenti v dotazníku hodnotili také podnikatelské prostředí České republiky. Z průzkumu je patrná spíše nespokojenost s místní byrokracií, u procesu zdanění převažuje postoj neutrální až spíše nespokojený. Výši daně vnímají digitální nomádi neutrálně, pracovní příležitosti naopak velmi pozitivně. Se službami pro digitální nomády jsou respondenti spíše spokojeni, to samé platí i pro podvědomí o digitálním nomádství. Respondenti zároveň věří, že se nomádství podílí na vzniku nových služeb a pracovních příležitostí a že tak pozitivně ovlivňuje podnikatelské prostředí. Objevily se i názory popisující vliv digitálního nomádství na propojení se západním trhem, větší rozhled, získávání kontaktů, zvýšení efektivity a zlepšení vztahů mezi lidmi a národy. Drtivá většina respondentů poté věří, že se digitální nomádství bude v budoucnu rozvíjet a bude se mu věnovat čím dál více lidí.

Tomu ostatně nasvědčuje i vzrůstající zájem (nejen) generace Y, výsledky zahraničních průzkumů a stále častější zmínky v různých článcích. Trend digitálního nomádství se jeví jako významný a důležitý pro další zkoumání. Stejně jako byly počátky sdílené ekonomiky mnohými opomíjeny, i digitální nomádství se může stát novou normou a běžnou formou práce v budoucnu. Tím, že je svět čím dál otevřenější, vzniká vhodné prostředí pro výkon práce na dálku. Stejně tak se mohou i české firmy stát otevřenější této zatím ještě nekonvenční formě spolupráce a získat tak talenty, kteří požadují větší flexibilitu. Benefity totiž přináší digitální nomádství a práce na dálku nejen nomádům samotným, ale i firmám, které práci na dálku umožňují. Mimo to působí digitální nomádství pozitivně i na podnikatelské prostředí jako takové a zároveň vytváří nové impulsy na trhu práce. Jedná se tedy o rozrůstající se trend, který by nestálo za to přehlédnout.

Seznam použité literatury

- BUSINESS DICTIONARY. 2017. *Freelance definition* [online]. Austin, USA: WebFinance Inc. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/freelance.html>
- BUSINESS DICTIONARY. 2018. *Globalization definitiv* [online]. Austin, USA: WebFinance Inc. [cit. 2018-01-08]. Dostupné z: <http://www.businessdictionary.com/definition/globalization.html>
- BUSINESSINFO. 2016. *Živnostníci světoběžníci* [online]. Praha: CzechTrade. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/zivnostnici-svetobeznici-78963.html>
- BUSINESSINFO. 2017. *Sdílená ekonomika* [online]. Praha: CzechTrade. [cit. 2018-03-15]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/online-nastroje/podrobne-vyhledavani.html?q=sd%C3%ADlen%C3%A1+ekonomika>
- BUSINESSINFO. 2018. *Česká ekonomika v roce 2018: Stabilní růst se známkami přehřívání* [online]. Praha: CzechTrade. [cit. 2018-02-03]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/ceska-ekonomika-v-roce-2018-stabilni-rust-se-znamkami-prehrivani-99711.html>
- CIHELKOVÁ, Eva. 2009. *Světová ekonomika = World economy: obecné trendy rozvoje = general trends in its development*. Praha: C.H. Beck. ISBN 978-80-7400-155-0.
- DI RAFFAELE ACCOUNTING. 2017. *Your Online Accounting* [online]. Diraffaele-accounting.com [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <https://diraffaele-accounting.com/cz/>
- DIGITÁLNÍ NOMÁDSTVÍ. 2017. *Digitální nomádství: Jak cestovat a pracovat odkudkoli* [online]. Martin Rosůlek. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <http://digitalninomadstvi.cz/>
- DIGITÁLNÍM NOMÁDEM. 2017. *Staň se digitálním nomádem!* [online]. DigitálnímNomádem.cz. [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://www.digitalnimnomadem.cz/>
- DOBA LETOVÁ. 2017. *Cestovatelský blog tvořený cestovateli pro cestovatele* [online]. DobaLetová.cz [cit. 2017-11-12]. Dostupné z: <http://dobaletova.cz/>

- FERRISS, Timothy. 2010. *Čtyřhodinový pracovní týden*. Brno: Jan Melvil Publishing. ISBN 978-80-87270-02-8.
- GLOSBE. 2017. *Freelancer v češtině* [online]. Glosbe – vícejazyčný on-line slovník. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <https://cs.glosbe.com/en/cs/freelancer>
- HENDL, Jan a Jiří REMR. 2017. *Metody výzkumu a evaluace*. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1192-1.
- HENDL, Jan. 2012. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 3. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0219-6.
- HUB PRAHA. 2018. *Impact Hub Praha* [online]. Hubpraha.cz [cit. 2018-03-16]. Dostupné z: <https://www.hubpraha.cz/>
- INTENTIONAL TRAVELERS. 2017. *What Is A Digital Nomad* [online]. Intentional Travelers. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <https://intentionaltravelers.com/what-is-a-digital-nomad/>
- INVESTOPEDIA. 2017. *Definition of 'digital nomad'* [online]. New York, USA: Investopedia LLC. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-nomad.asp>
- INVESTOPEDIA. 2018. *What is a 'Gig economy'* [online]. New York, USA: Investopedia LLC. [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/g/gig-economy.asp>
- KRAMER, Shelly. 2017. *Why Millennials Quit: Understanding a New Workforce [Report]* [online]. TalentCulture LLC. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <https://talentculture.com/millennials-quit-understanding-new-workforce-report/>
- KUBÁTOVÁ, Jaroslava. 2016. *Human capital of the 21st century in coworking centers. European Conference on Intellectual Capital, Kinmore* [online]. Anglie: Academic Conferences International Limited. [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1803415595?accountid=17116>
- KURZY.CZ. 2017. *Nezaměstnanost v ČR, vývoj, rok 2018 – 5 let* [online]. Kurzy.cz [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <http://www.kurzy.cz/makroekonomika/nezamestnanost/?G=4&A=2&page=1>

- M2 PRESSWIRE. 2017. *Journey Away - A Wonderful Opportunity for Digital Nomads* [online]. Coventry, United Kingdom: Normans Media Ltd. [cit. 2017-11-02]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1872786207?accountid=17116>
- MANPOWER GROUP. 2017. *2016-2017 Talent Shortage Survey* [online]. ManpowerGroup. [cit. 2017-12-05]. Dostupné z: <http://www.manpowergroup.com/talent-shortage-2016>
- MARKMANSON.NET. 2013. *The Dark Side Of The Digital Nomad* [online]. Infinity Squared Media LLC [cit. 2018-03-31]. Dostupné z: <https://markmanson.net/digital-nomad>
- MATUSON, Roberta. 2017. *The Real Reason Millennials are Leaving Your Company* [online]. Monster Worldwide. [cit. 2018-01-06]. Dostupné z: <https://hiring.monster.com/hr/hr-best-practices/workforce-management/employee-retention-strategies/retaining-gen-y-workers.aspx>
- MOHN, Tanya. 2017. Digital Nomads Wander the World Without Missing a Paycheck. *New York Times, Late Edition (East Coast)* [online]. New York, USA: New York Times Company. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1883595440?accountid=17116>
- NA VOLNÉ NOZE. 2016. *Výsledky průzkumu: Jak se daří českým freelancerům?* [online]. R.Vlach. [cit. 2017-11-28]. Dostupné z: <https://Na volné noze/blog/vysledky/>
- NA VOLNÉ NOZE. 2018. *Coworkingy v Česku* [online]. R.Vlach. [cit. 2018-03-22]. Dostupné z: <https://Na volné noze/blog/coworkingy/>
- NOVÁK, Petr a Matouš VINŠ. 2015. *Travel Bible: Praktické rady za million, jak procestovat svět za pusu*. Praha: Blue Vision. ISBN 978-80-87672-53-2.
- OECD. 2017. *Entrepreneurship at a Glance 2017*. *OECDiLibrary* [online]. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development. [cit. 2018-01-04]. ISBN: 9789264279940 Dostupné z: http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance_22266941
- OECD. 2018. *Unemployment rate (indicator)* [online]. Organisation for Economic Co-operation and Development [cit. 2018-01-04]. Dostupné z: <https://data.oecd.org/unemp/unemployment-rate.htm>

- PR NEWSWIRE. 2015. *BridgeStreet Global Hospitality Reveals New "Digital Nomad" Insights* [online]. New York, USA: PR Newswire Association LLC. [cit. 2017-11-02]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1695025764?accountid=17116>
- STOVKOMAT. 2018. *Mikroslužby, práce a brigáda online z domova* [online]. Stovkomat.cz [cit. 2018-03-15]. Dostupné z: <https://www.stovkomat.cz/>
- TRAVEL BIBLE. 2017. *Miliónové rady, jak procestovat svět za pusu* [online]. P. Novák a M. Vinš. [cit. 2017-10-07]. Dostupné z <https://travelbible.cz/>
- UI-HOON, Cheah. 2017. Nomad's land. *The Business Times; Singapore* [online]. United Kingdom: The Financial Times Limited. [cit. 2017-11-21]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1892995259?accountid=17116>
- URBAN DICTIONARY. 2017. *Top definition: Digital Nomad* [online]. San Francisco, USA: Urban Dictionary LLC. [cit. 2017-11-11]. Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Digital%20Nomad>
- VIJAYAN, Naveena. 2017. Break Free From Your Desk. *The Hindu, Chennai* [online]. Indie: Kasturi and Sons Ltd. [cit. 2017-11-24]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1922445731?accountid=17116>
- WIEDMER, Terry. 2015. Generations Do Differ: Best Practices in Leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z. *Delta Kappa Gamma Bulletin* [online]. Austin, USA: Delta Kappa Gamma Society International. [cit. 2017-11-25]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/docview/1770514324?accountid=17116>

Seznam příloh

Příloha A	Dotazník	78
------------------	-----------------------	-----------

Příloha A Dotazník

Digitální nomádství

Dobrý den, ahoj! Zdravím nomády! ☺

O co tady jde? O mojí diplomovou práci, ale především o Vás! Jako téma jsem si totiž zvolila digitální nomádství a vy mi teď můžete v pár minutách hodně pomoci. Digitální nomádství se pomalu dostává do povědomí široké veřejnosti a mým cílem se v posledních pár měsících stalo představit ho na akademické půdě. A jak už to s diplomkami bývá, ani mě nemine praktická část. Ta je zastoupena právě tímto dotazníkem. Budu Vám vděčná za vyplnění! ☺

Dotazník se skládá ze 14 otázek a zabere přibližně 7 minut. Průzkum je anonymní a určen výhradně pro digitální nomády. Pokud víte o dalších nomádech, kteří by se na dotazníku mohli podílet, dotazník jim prosím pošlete. Čím více se zúčastní nomádů, tím spolehlivější budou výsledky. Ty se poté objeví v diplomové práci na Ekonomické fakultě Technické univerzity v Liberci.

Moc děkuji!

Eliška K.

1. Digitálním nomádem jsem ... (Vyberte jednu odpověď)

... 1 – 2 měsíce v roce, příležitostně. Občas si беру práci na cesty.

... 2 – 6 měsíců v roce. Např.: Zimu trávím v teplých krajinách, odkud i pracuji.

... 6 – 12 měsíců v roce. Více se nacházím v zahraničí než v České republice.

2. Z jakého důvodu jste se stali digitálním nomádem? (Lze vybrat více odpovědí)

Touha cestovat

Nalezení work-life balance

Větší flexibilita

Nespokojenost v předchozím zaměstnání

Jiný důvod – prosím doplňte

3. Kam byste zařadili Vaše hlavní výdělečné aktivity? (Rozděl 100 bodů)

IT a programování (webdesign, vývoj aplikací, správa webů a sociálních sítí a další)

Design a multimédia (fotografování, design a grafika, ilustrace a další)

Marketing a prodej (reklama, copywriting, PR a další)

Psaní článků, blogů, knih a práce s textem

Jazykové služby

Vzdělávání

Právo, účetnictví a daně

Obchodování a e-shopy

Podpora podnikání a řízení

Poradenství a coaching (psychologie, osobní rozvoj a další)

Lidské zdroje

Investování

Turismus

Umění a tvorba

4. Jakou formu má Vaše práce? (Lze vybrat více možností.)

Živnost

OSVČ dle zvláštních předpisů

s.r.o.

Dohody a smlouvy o dílo

Zaměstnanecký poměr – pracovní smlouva

Jiná forma – prosím doplňte

5. Spolupracujete s firmami? (Vyberte jednu odpověď)

Ano

Ne

Pokud jsme na 5. otázku odpověděli "ano", pokračujte k otázce 6. Pokud jste odpověděli "ne", otázku č. 6 prosím přeskočte.

6. S jakým přístupem vůči digitálnímu nomádství se ve firmách setkáváte? (Rozděl 100 dobů)

Kladný přístup firem, se spoluprací nemají problém

Neutrální přístup firem

Negativní přístup firem, nechtějí se mnou spolupracovat

7. Spolupracujete s českými nebo i zahraničními subjekty? (Rozděl 100 bodů)

České subjekty

Zahraniční subjekty – EU

Zahraniční subjekty – mimo EU

Pokud spolupracujete s českými i zahraničními subjekty, vyplňte prosím otázku č. 8. Pokud nikoliv, otázku č. 8 prosím přeskočte.

8. Vnímáte nějaké rozdíly v práci pro české vs. zahraniční subjekty? (Lze vybrat více odpovědí.)

Žádné

Finanční – zahraniční subjekty platí více

Finanční – české subjekty platí více

Zahraniční firmy jsou vůči digitálním nomádům více otevřené

České firmy jsou vůči digitálním nomádům více otevřené

Jiné postřehy – prosím doplňte

9. Na jaká víza cestujete? (Vyberte jednu odpověď)

Turistická

Pracovní

Záleží na destinaci

10. Když se nacházíte v zahraničí, uvádíte, že z místa pobytu pracujete na dálku?

Ano

Ne

Záleží na destinaci

11. Jak daníte svoje příjmy?

V České republice

V zahraničí

V České republice i zahraničí

Více jak ½ příjmů nedaním

Méně jak ½ příjmů nedaním

12. Jak hodnotíte podnikatelské prostředí v České republice?

Vyberte jednu odpověď v každém řádku (Spokojenost, spíše spokojenost, neutrální, spíše nespokojenost, nespokojenost)

Byrokracie – styk s úřady apod.

Proces zdanění

Výše daně

Pracovní příležitosti

Služby pro digitální nomády

Povědomí o digitálním nomádství

13. Jak podle Vás ovlivňuje digitální nomádství podnikatelské prostředí v České republice? (Lze vybrat více odpovědí.)

Neovlivňuje

Vznik nových služeb - např. coworkingová centra

Vznik nových příležitostí na trhu práce

Jiné postřehy – prosím doplňte

14. Co si myslíte o vývoji digitálního nomádství v budoucnu? (Vyberte jednu odpověď)

Digitálnímu nomádství se bude věnovat čím dál více lidí

Nic se nezmění, zájem o digitální nomádství neporooste ani neklesne

Digitální nomádství je trend současný, který v budoucnu zanikne