

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá deskripcí online podnikání, konkrétně podnikání v rámci Modelu Tvůrců obsahu (Content creators business model). K popisu využívá komunitu online podnikatelů. Klíčová část práce se věnuje analýze zúčastněného pozorování a rozhovorů se členy komunity. Cíl práce je odhalit fungování komunity online podnikatelů v rámci Podnikatelského model Tvůrců obsahu v online světě, o kterém přesto existuje málo ucelených informací. Práce poskytuje rozbor vztahů v komunitě, přijímání nových členů, interakcí, vnímání konkurence i žen v online podnikání atd. Práce se snaží přijít na faktory, které ovlivňují úspěšnost podnikatelů. Dále se snaží nacházet vzorce v chování, které mohou k úspěšnosti vést. Během analýzy se podařilo zjistit, že pravděpodobně existuje uměle vytvořená identita tzv. dobrého online podnikatele, kterou se snaží členové zkoumané komunity převzít za vlastní. Dále vyšlo na povrch, že existují externí faktory, které významně ovlivnily úspěšnost online podnikatelů, patří mezi ně přítomnost mentora, podpora rodičů a finanční krize. Samotná komunita je důležitým faktorem, který pravděpodobně nahrazuje podnikatelům intimní vztahy. Celkově velkým plusem Podnikatelského model tvůrců obsahu je možnost nulové finanční investice. Výsledky nemohou být generalizovány na veškeré komunity v rámci online světa, vzorek nebyl dostatečně velký ani reprezentativní.