

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta

Ústav informačních studií a knihovnictví – Studia nových médií

Diplomová práce

Bc. Jan Špacír

Virtuální trh práce

Online labour markets

Praha 2013

Vedoucí práce: Doc. Ing. Jaroslava Kubátová, Ph.D

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze, dne 12. prosince 2013

.....
Jan Špacír

Klíčová slova (česky)

elancing, freelancing. online work, talent market, outsourcing, crowdsourcing

Klíčová slova (anglicky):

elancing, freelancing. online work, talent market, outsourcing, crowdsourcing

Abstrakt (česky)

Práce se zabývá online pracovními tržišti, dochází k jejich vymezení od pracovních portálů. Jsou popisovány jejich charakteristické vlastnosti i specifické variace. Práce vymezuje plnohodnotné pracovní tržišťe a analyzuje jejich vybrané charakteristiky, které jsou relevantní pro pracovníky i zaměstnavatele. Analýza identifikuje oborové a geografické složení nabídek a pracovníků na daných tržišťích a zjišťuje zásadní předěl mezi převládajícími typy práce v zemích východních a západních. Zaměřuje se také na poplatkovou politiku jednotlivých portálů ve vztahu k výhodnosti jejich používání a v závěru vydává doporučení pro pracovníky i zaměstnavatele vztahující se k volbě nevhodnějšího portálu v závislosti na typu a délce trvání projektu.

Abstract (in English):

The thesis deals with online labour markets. They are differentiated against job portals and have their characteristics and specific variations relevant to workers and employers analysed. The thesis also differentiates a Talent Market. The analysis identifies geographical distribution of workers as well as the workforce composition related to primary area of expertise. A significant borderline between the dominant fields of work in the east and west is found. The analysis also focuses on fees imposed by individual portals and their relation to the utility of a given portal. In the conclusion, recommendations concerning choosing the most suitable market with regard to the nature and length of the project are given.

Obsah

1.	Úvod.....	8
2.	Trh práce a online pracovní tržiště.....	11
2.1	Pracovní portál a pracovní tržiště.....	11
2.2	Metodiky odměňování.....	12
2.3	Outsourcing.....	13
2.4	Resourcing.....	14
2.5	Crowdsourcing.....	15
2.6	Human intelligence.....	16
2.7	Reputační systémy.....	18
2.8	Longtail.....	19
2.9	Telecommuting a Teleworking.....	20
2.10	Nábor pracovníků s využitím pracovních tržišť.....	20
3.	Historie - nabídky vyvolávající dojem práce online.....	22
3.1	Práce po zaslání „poplatku“.....	22
3.2	Klikačky a emaily.....	22
3.3	Autosurfy, ManualSurfy, Spyware a Adware.....	23
3.4	Věrnostní programy.....	24
4.	Variace pracovních tržišť a jejich příklady.....	25
4.1	Interní pracovní tržiště.....	25
4.1.1	Příklad: Agentura pro výzkum trhu.....	25
4.1.2	Příklad: Agentura testující online aplikace.....	25
4.2	Specifická oborová tržiště zaměřující se na offline práce:.....	26
4.2.1	Příklad uShip.....	26
4.2.1	Příklad packmule.....	27
4.3	Soutěžní tržiště.....	27
4.3.1	Příklad - Prizes.org.....	27
4.4	Tržiště se zaměřením na Human Intelligence.....	28
4.4.1	Příklad - Mechanical Turk.....	28
4.4.2	Příklad - Crowdfunder.....	28
4.5	Plnohodnotné online pracovní tržiště – Talent Market.....	29
4.5.1	eLance.com.....	30
4.5.2	Freelancer.com.....	30
4.5.3	Guru.com.....	31

4.5.4	oDesk	31
4.6	Agregátory a mashupy	31
4.6.1	Příklad: Donanza.....	32
4.7	Systematizace fungování pracovního tržiště	32
5.	Situace v ČR	34
5.1	Easytask	34
5.2	Navolnenoze.cz	34
5.3	Stovkomat	35
5.4	Pikr	35
5.5	UmsemUmtam	35
5.6	Videoflot	35
6.	Analýza: Srovnání vybraných aspektů pracovních tržišť	37
6.1	Porovnávané aspekty – možnosti pro zaměstnavatele i pracovníky	37
6.1.1	Úvodní stránky tržišť	37
6.1.2	Měny a platby	39
6.1.2.1	PayPal.....	39
6.1.2.2	Bankovní převody	39
6.1.2.3	Payoneer	40
6.1.2.4	Bitcoin	40
6.1.3	Affiliate/Referral programy	41
6.1.4	Týmové a agenturní nástroje	42
6.1.4	Pracovní kvóty	42
6.1.5	Řešení sporů	43
6.1.6	Přístup k datům.....	45
6.2	Porovnávané aspekty-možnosti pro zaměstnavatele.....	46
6.2.1	Náklady na práci.....	46
6.2.2	Obecné procesy zaměstnavatele	47
6.2.3	Jací zaměstnanci jsou k dispozici?.....	48
6.3	Porovnávané aspekty – možnosti pro pracovníky	52
6.3.1	Legální aspekt pro pracovníky.....	52
6.3.2	Registrace a osobní údaje	52
6.3.3	Vyhledávání práce	53
6.3.4	Profily.....	53
6.3.5	Prokazování dovedností	54

6.3.6	Dodatečné nástroje.....	55
6.3.7	Cena pro pracovníky	56
6.3.8	Výběr peněz pracovníkem.....	59
7.	Závěr	61
7.1	Doporučení pro pracovníky.....	62
7.2	Doporučení pro zaměstnavatele	62
	Zdroje:.....	64
	Přílohy:.....	69

1. Úvod

Tradiční tržní prostředí je vysoce fragmentované, zejména co se týká trhu práce a služeb. V dřívějším offline světě musel člověk vyhledávat drobné živnostníky v telefonním seznamu, novinách nebo prostřednictvím doporučení. Když byl živnostník zdárně nalezen, bylo nutné jej kontaktovat, vymyslet způsob jak ověřit jeho způsobilost pro práci, obhlédnout jeho předchozí projekty a dohodnout se na ceně díla. V současné době již nabízí mnoho živnostníků své služby i online, avšak jejich osobní weby a nabídky v nejrůznějších fórech nejsou vždy snadno k nalezení a neposkytují dostatečně široký profil dané osoby. V těchto případech je zadavatel práce stále nucen kontaktovat každého z poskytovatelů individuálně emailem či telefonicky, zjišťovat jejich kvalifikace a reference a s každým zvlášť vyjednávat specifikace projektu a cenu. Jedná se o časově náročnou a občas i otravnou aktivitu, která nemusí vždy vést k uspokojení potřeb zadavatele.

Online tržiště zaměřené na zboží a zboží srovnávače v současnosti úspěšně shromažďují nabídky více prodejců či dodavatelů na jednom místě, a zjednodušují tak zákazníkovi či odběrateli rozhodování. Naproti tomu online tržiště služeb je o poznání komplikovanější záležitostí, jelikož je služba většinou prováděna na základě objednávky a výsledek procesu, nebo chceme-li výsledný produkt je v každém individuálním případě rozdílný. Z procesního hlediska je tržiště služeb komplikovanější zejména proto, že dodavatel i odběratel jsou nuceni spolupracovat na definici stavu, kdy je projekt splněn. A proto v případech tržišť, které se nesoustřeďují na zboží, nemusí být nejnižší cena zárukou výběru dodavatele, jelikož svou roli může hrát i časové, kvalitativní a reputační hledisko.

Rozdrobenost trhu práce a služeb tak vyústila ve vznik platform, které společně umožňují přístup ke zdrojům – pracovníků, kteří jsou poskytovateli služeb, včetně nezbytného zázemí a podpory. Tato práce se zaměřuje právě na taková online pracovní tržiště. Cílem práce je vymezit a klasifikovat pracovní tržiště, definovat znaky plnohodnotného pracovního tržiště a srovnání 3 nejvýznamnějších pracovních tržišť z hledisek důležitých při rozhodování o výběru pracovního tržiště.

V úvodu si představíme důležité koncepty a terminologii vztahující se k tvorbě pracovních nabídek a procesům při práci mimo kancelář a také definujeme pracovní tržiště. Vymezíme pracovní tržiště proti běžným pracovním portálům a připomeneme základní pojmy a dělení outsourcingu spolu s dalšími důležitými koncepty, které nacházejí uplatnění při práci s využitím online pracovních tržišť.

Dále se budeme zabývat metodikami odměňování, které jsou nejčastěji aplikovány při práci za použití pracovních tržišť.

V části zabývající se historií práce připomene historické koncepty a typy portálů, které v minulosti nabízely práci online, zároveň se v této části soustředíme na mechanismy takovýchto historických konceptů, které mohly ovlivnit formování současných pracovních tržišť, případně jsou současnými online pracovními tržišti stále využívány.

V další části na příkladech provedeme klasifikaci specificky zaměřených online pracovních tržišť, které v dostatečné míře nenaplnují kritéria pro plnohodnotné pracovní tržišť. Postihnutí těchto příkladů je důležité pro vymezení finálního okruhu analyzovaných tržišť v tom smyslu, aby všechna tržišť disponovala srovnatelnými parametry, a byla tedy přibližně stejného, obecného zaměření. Po uvedení specifických příkladů, ilustrujících možné specializace v této problematice se přesuneme k plnohodnotným online pracovním tržišťům a nástrojům třetích stran, které usilují o agregaci dat z těchto tržišť, případně zjednodušení práce s nimi.

Situaci v České Republice zmapuje část zabývající se lokálními projekty, které vykazují některé ze znaků pracovního tržišť. V této části budou také uvedeny příklady nejvýznamnějších projektů a jejich specializace.

Těžiskem práce je komparativní analýza v současnosti nejrozšířenějších globálních služeb umožňujících zaměstnávání přes internet z hlediska jejich použitelnosti a výhodnosti, a to z pohledu zadavatele i vykonavatele práce. Při komparativní analýze budeme vycházet z bodové metodologie popsané Kerry Walkem¹. Po krátkém představení vybraných služeb budou postupně detailně porovnávány jejich jednotlivé aspekty. Jako kritérium sloužící k určení nejvýznamnějších online pracovních tržišť pro výběr do srovnání byla stanovena velikost, měřená počtem uživatelů a objemem realizované práce vyjádřené v USD, jako doplňující kritérium byla zvolena pozice do 4. místa v žebříčku časopisu Tripwire². Tři v současné době nejvýznamnější společnosti na trhu uvádí i Wikipedia³, uváděná množina společností se vyskytuje i v námi definované části žebříčku Tripwire.

¹ WALK, Kerry. How to Write a Comparative Analysis. *Harvard College Writing Center* [online]. 1998 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://www.fas.harvard.edu/~wricntr/documents/CompAnalysis.html>

² TALABOC, Ronalea. 30 Best Sites To Find Freelance Jobs. *TripWire Magazine* [online]. 2012 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://www.tripwiremagazine.com/2012/02/freelancer-jobs.html>

³ ODesk: Online Work Industry. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-07-09]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/ODesk#Online_Work_Industry

Výsledkem práce bude i doporučení pro zaměstnavatele a pracovníky vztahující se k efektivnímu využívání těchto tržišť, zejména v souvislosti s efektivním výběrem tržiště v závislosti na typu, objemu a frekvenci práce a objemu finančních prostředků. Zároveň bude provedeno srovnání nejvýznamnějších pracovních tržišť z hlediska dílčích aspektů jejich fungování a celkové zmapování funkčních konceptů pracovních tržišť.

2. Trh práce a online pracovní tržiště

Trh práce je popisován jako prostor, v němž dochází k interakci mezi nabídkou práce u potenciálních pracovníků a zaměstnavateli, kteří poptávají práci.⁴ Jako základní předpoklad pro existenci trhu práce zároveň uvádí nutnost vnímání práce jako zboží a určitou homogenitu nabídek práce i pracovníků. Často bývá vymežován i prostorově.

V poslední době se můžeme setkat s novými typy pracovních portálů, které fungují na principu přímých nabídek a poptávek jednorázových či dlouhodobých činností. Takovéto portály mohou fungovat jako samostatné trhy práce, v případě že je na nich funkční nabídka i poptávka, a to jak na straně pracovníka tak i zaměstnavatele.

Online pracovní tržiště jsou weby spojující nabídku a poptávku služeb poskytovaných přes internet, na nichž poskytovatelé služeb vytvářejí profily, v nichž uvádějí typ práce, kterou nabízejí, příklady dosavadní práce a případně i cenu. Zaměstnavatelé na tyto weby přidávají specifikace svých projektů, které mohou být oceněny hodinovou mzdou, či fixní částkou za splnění úkolu.⁵

2.1 Pracovní portál a pracovní tržiště

Rozdíl mezi běžným portálem a pracovním tržištěm není možná na první pohled zřejmý, pokusíme si jej proto přiblížit. Tradiční pracovní portály nabízejí většinou pozice na plný úvazek, méně pak na částečný úvazek. Jednou z hlavních vlastností pracovních nabídek na tradičních pracovních portálech pak bývá místo výkonu práce. Naproti tomu pracovní tržiště se ve velké míře zaměřují na krátkodobé činnosti, které mívají spíše projektový charakter. Také geografické umístění pracovníka ve většině případů nehraje roli, pokud splňuje všechny požadavky dané poptávkou. Oproti tradičním pracovním portálům tržiště také nabízejí lepší přehled o znalostech pracovníků a lépe strukturované profily. V poslední době však vznikají nové tradiční pracovní portály s úzkými specializacemi, které mílovými kroky dohánějí tuto vlastnost pracovních portálů. Příkladem budiž třeba portál Unijobs.cz, který se specializuje na absolventy, případně startupjobs.cz, který je zaměřen na potenciální pracovníky pro startupy. Vyhledávání uchazečů podle klíčových schopností je tak dalším logickým krokem ve vývoji těchto portálů.

⁴ HRUŠKA TVRDÝ, Lubor. Změny na trhu práce a perspektivy vzdělanosti. Vyd. 1. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2008, s. 19-20. ISBN 978-80-248-1729-3.

⁵ Freelance marketplace. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2013 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Freelance_marketplace&oldid=565586442

2.2 Metodiky odměňování

Metodiky odměňování používané na pracovních trzích v mnohém připomínají struktury úkolů v nejrůznějších projektových metodikách. Vzhledem k tomu, že firmy využívají pracovníky najímané přes virtuální tržiště práce zejména na jednorázovou či periodicky se opakující činnost, není takovéto dělení překvapující. Pro porozumění principům fungování pracovních tržišť je nezbytný alespoň základní přehled o metodikách odměňování, které na nich bývají použity.

Při úkolové mzdě zaměstnavatel definuje úkol, který je třeba splnit a po jeho úspěšném splnění následuje platba. Tento typ úkolů je využíván pro jednorázové činnosti, nebo pro otestování nově přijímaných pracovníků. Variantou úkolové mzdy jsou microtasks.

Metodiku Microtasks popisuje Surowiecki⁶ a pracují s ní některé typy pracovních tržišť. Jedná se o drobné, časově nenáročné úkoly, které však bezpodmínečně vyžadují Human Intelligence, často se jedná o část počítačově zpracovávaných úkolů, z nichž jsou lidským pracovníkům předkládány ty, jež počítač není schopen zpracovat. V současné době se jedná například o zpracovávání špatně čitelných částí naskenovaných nebo vyfocených dokumentů.

Na pracovních trzích je samozřejmě možné narazit i na úkoly s fixní hodinovou sazbou, které se používají při dlouhodobějším zaměstnávání, zejména při projektech, které svým charakterem vyžadují práci na plný úvazek.

Specifickým systémem odměňování je princip vítězného řešení. Úkoly tohoto typu by se z pohledu pracovníka daly definovat jako „všechno nebo nic“. Jde o to, že je přípustno více pracovníků, odměnu však získává ten, kdo skončí nejrychleji, případně přijde s nejlepším řešením. Je to taková obdoba tzv. hackathonů tolik oblíbených v softwarových firmách. Jedná se často o vysoce náročné úkoly, se kterými si týmy uvnitř společností nevěděly rady. Tímto způsobem se například také zadávají a vyhodnocují mnohé umělecké a designérské soutěže. Surowiecki uvádí konkrétní příklady z oblasti

Mnohé firmy instinktivně cítí příležitost a snaží se aktivně využívat online nástrojů pro svůj HR marketing, například tvorbou soutěží a case studies, při nichž je hlavní cenou např. placená stáž ve firmě. Firmy takto s minimálními náklady identifikují studenty a absolventy s potenciálem pro budoucí zaměstnání. V českém prostředí jsou tyto soutěže často

⁶ SUROWIECKI, James. *The Wisdom of Crowds*. 1. vyd. New York: Doubleday, 2004, 296 s. ISBN 03-855-0386-5.

velkými firmami realizovány přes microsites, případně facebookové profily sloužící pro komunikaci s absolventy – potenciálními zaměstnanci. Odměnou za práci v tomto případě může být nabídka stáže či pracovního místa u dané společnosti

2.3 Outsourcing

Pracovní tržiště jsou firmami vnímána jako prostředky k outsourcingu, není tedy od věci podívat se na outsourcing trochu blíže. Tradičně označoval outsourcing přesun části výrobních či servisních procesů jiné společnosti, která zaměstnávala na přidělenou práci vlastní pracovníky. Pracovní tržiště v tomto sehrávají roli prostředníka, který disponuje databází potřebných pracovníků a prostředím pro komunikaci s nimi.

Onshore outsourcing je modelem, který zahrnuje přenechání některých činností externímu dodavateli, který se nachází ve stejné geografické oblasti. Často se jedná například o komplexní IT služby. Využívají jej častěji zejména společnosti, kterým legislativa zabraňuje přesunovat osobní údaje klientů mimo teritorium státu nebo oblasti, kde působí. Při offshore outsourcingu jsou pak tyto činnosti vykonávány společnostmi v jiné geografické oblasti, mezi populární cílové země se řadí například Jihovýchodní Asie.

Procesní outsourcing (BPO), což je přenesení některých procesů v organizaci na třetí stranu může zahrnovat procesy na back office, tj. ty které nejsou přímo viditelné klientům organizace využívající outsourcing, jako je například zpracování mezd, personalistika nebo účetnictví ale také ty, kde už je možné přijít do kontaktu s klienty, jako jsou například kontaktní centra nebo linky technické podpory.

Vzhledem k tomu, že poskytovatelé procesního outsourcingu jsou profesionály ve svém oboru, patří mezi jeho nesporné výhody zvýšená efektivita outsourcingových procesů, které zahrnují zkušenosti poskytovatele. Kmenoví zaměstnanci také mohou věnovat více času specializovaným úkolům. Objem a typ outsourcingových služeb je možné upravit dle aktuálních potřeb společnosti, a není tak nutné činit větší výdaje do podpůrných procesů, které často mívají neurčitý či špatně měřitelný přínos.

Outsourcing s sebou nese také některé nevýhody, včetně možnost ztráty či zneužití důvěrných dat ze strany poskytovatele outsourcingu nebo jeho zaměstnanců, případně vznik závislosti na poskytovateli outsourcingových služeb, který později může svého výsadního postavení využívat pro svůj prospěch.

Obecné výhody i nevýhody outsourcingu z pohledu zadavatele práce shrnuje ve své infografice jeden z českých portálů, easytask.cz⁷

Jako nevýhody outsourcingu easytask uvádí nutnost častější kontroly pracovníků, vyplývající z charakteru práce na dálku. Zmiňuje také nebezpečí vynesení či prozrazení interních informací společnosti. Jako další problematický bod je uváděn fakt, že pracovník často nepracuje pouze pro jednoho klienta, a tak se může stát, že se práci dostatečně nevěnuje. Stejně tak je za riziko považován možný vznik skrytých nákladů, a to nejen na vícepráce, ale také ve formě ztraceného času stráveného tvorbou specifikací, komunikací s pracovníky a řešení případných problémů.

Jako výhoda je uváděno, že při outsourcingu může být práce zadávána dle potřeb zadavatele, a není zapotřebí pevný měsíční rozpočet. Toto kritérium je označeno jako Flexibilita výdajů. Maximální možnosti vyjadřují možnost realizace širších činností, a to i těch, které mohou být mimo spektrum dovedností zadavatele či jeho organizace. Efektem času je myšlen fakt, že při zadání práce specialistům se zadavatel může věnovat více projektům zároveň, případně se více soustředit na svoji primární činnost či management organizace, což Easytask popisuje jako „Větší soustředění na byznys“. Při outsourcingu je podle Easytasku možné pozorovat také snížení výdajů, zejména na provoz a na zaměstnance. Použitím outsourcingové platformy také dochází ke snížení rizika pro zadavatele práce, které je částečně přeneseno na provozovatele platformy a poskytovatele služby. Jako vyrovnání hracího pole s velkými hráči pak easytask označuje příležitost pro firmy a jednotlivce, kterou získávají díky možnosti využívat podobné nástroje, jako velcí hráči.

2.4 Resourcing

Resourcingem tedy rozumíme návrat dříve outsourcovaných součástí společnosti do původní geografické oblasti. Je patrné, že v některých oblastech je možné pozorovat náznaky odklonu od klasického outsourcingu.

Steve Denning ve svém článku pro Forbes⁸ popisuje jeden z nejvýznamnějších případů, kdy selhal outsourcing – výrobu letadla Boeing 787 Dreamliner. Díky špatným manažerským rozhodnutím, přesouvání výroby k subdodavatelům a jejím přílišným tříštěním

⁷ Infografika: Výhody a nevýhody outsourcingu. In: Easytask.blog [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: <http://blog.easytask.cz/infografika-vyhody-a-nevychody-outsourcingu>

⁸ DENNING, Steve. The Boeing Debacle: Seven Lessons Every CEO Must Learn. Forbes [online]. 2013, č. 1 [cit. 2013-01-20]. ISSN 0015-6914. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2013/01/17/the-boeing-debacle-seven-lessons-every-ceo-must-learn/>

dochází k nekompatibilitě jednotlivých dílů, což je u stroje tak složitého, jako je dopravní letadlo docela nebezpečné. Naproti tomu Apple si dle názoru autora takové počínání může dovolit, jelikož jeho produkty nejsou zdaleka tak složité, předkládá výrobcí funkční prototyp a zadává si výrobu celku a ne pouze součástek. Někteří výrobci však zjistili, že oddělením vývoje a výroby se vytratila možnost spolupráce těchto složek výrobního procesu a s dodavateli se komunikuje direktivně. Je tedy možné, že stojíme na počátku procesu, kdy velké společnosti začínají outsourcované součásti zpětně integrovat pod vlastní správu.

V článku uváděný příklad výrobní společnosti, která odeslala návrh výrobku asijskému dodavateli, kterému výroba trvala 10 hodin, aby při přesunu výroby zpět do Spojených států zjistila, že výrobní postup obsahuje drobnou vadu, která brání jeho efektivní kompletaci, ilustruje jeden z častých problémů vyplývajících z roztržitosti provozu. Uvedená společnost dokázala díky znovuspojení vývoje a výroby snížit čas potřebný pro produkci jednoho kusu na pětinu původní doby, v důsledku čehož poklesla cena pro koncového spotřebitele a zvýšila se atraktivita výrobku, jelikož nesl označení „Vyrobeno v USA“.

2.5 Crowdsourcing

Crowdsourcing je termín poprvé použitý Jeffem Howem v článku pro časopis Wired⁹. Díky tomuto slavnému článku se autor velmi rychle stal uznávaným odborníkem na tuto problematiku. V článku popisuje první online služby, které umožňují firmám přistupovat k obsahu anebo práci uživatelů. Magdalena Čevelová na svém blogu¹⁰ definuje Crowdsourcing jako *čerpání námětů, nápadů nebo obsahu z širší komunity uživatelů, což se nedá považovat za uspokojivou definici*. Jelikož se jedná o poměrně nový koncept, aplikovatelný na široké spektrum platforem, Enrique Estelléz se rozhodl provést integraci dostupných definic crowdsourcingu do jediné obsáhlé definice¹¹:

Crowdsourcing je typ participativní online aktivity, při níž jednotlivec, instituce, nezisková organizace či firma prostřednictvím flexibilní otevřené výzvy nabízí skupině jednotlivců

⁹ HOWE, Jeff. The Rise of Crowdsourcing. *Wired*. 2006, č. 14. ISSN 1059-1028. Dostupné z: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>

¹⁰ ČEVELOVÁ, Magdalena. Crowdsourcing. In: Marketingová kouzla [online]. 2008-2013 [cit. 2013-01-20]. Dostupné z: <http://www.cevelova.cz/slovnicek/#linkC>

¹¹ ESTELLÉZ, Enrique. What is crowdsourcing? Towards an integrated crowdsourcing definition. Things About Crowdosurcing [online]. 2012 [cit. 2013-11-19]. Dostupné z: <http://www.crowdsourcing-blog.org/que-es-el-crowdsourcing-definicion-de-crowdsourcing/?lang=en>

s variabilními znalostmi, heterogenitou a počtem dobrovolné vykonání úkolu. Vykonání úkolu variabilní složitosti a modularity, jehož by se dav měl zúčastnit s využitím své práce, peněz, znalostí či zkušeností je vždy spojen s oboustranným prospěchem. Uživatelé bude uspokojena některá z potřeb, ať už ekonomického charakteru, společenského uznání, sebevědomí či případné zlepšení se v určité dovednosti. Zadavatel získá a využije ke svému prospěchu příspěvek uživatele do takového „podniku“, přičemž forma takového příspěvku bude záviset na typu prováděné aktivity.

Důležitým rysem crowdsourcingu je také výše nákladů pro firmy, která bývá nižší než při použití tradičních postupů, což Howe ilustruje na příkladu fotobank pracujících s obrázky uživatelů, jako je například Shutterstock nebo iStockphoto, které pomalu ale jistě vytlačují tradiční agenturní fotobanky. Tyto fotobanky umožňují amatérům a poloprofesionálním fotografům nabízet své snímky lidem kteří pro svou práci potřebují určité fotografie a nechtějí nebo nemohou riskovat porušování autorských práv jejich nelegálním obstaráváním z internetu. Fotografové, tedy přispěvatelé těchto fotobank většinou inkasují od provozovatele fotobanky určitou částku za každé stažení své fotografie, v závislosti na typu zakoupené licence. Nejlepší fotografové jsou si tak schopni zajistit slušný přívýdělek. Předností těchto fotobank je zejména nízká cena obrázků a často i kreditový systém pro odběratele fotografií, kdy se cena odvíjí od požadované kvality obrázku až po typ licence, kdy je pochopitelně nejdražší ta exkluzivní.

Crowdsourcing v této práci zmiňujeme především proto, že je velmi důležité diferencovat pracovní tržiště typově. Pokud se jedná o crowdsourcingové platformy, je jejich označení jako „tržiště“ diskutabilní, protože odměny za vykonanou práci jsou pevně stanoveny a v takových případech se nedá hovořit o stoprocentně tržním prostředí.

2.6 Human intelligence

Human Intelligence je všeobecně lidská inteligence, v tomto kontextu se však spíše jedná o schopnosti vlastní pouze člověku, tj. ty, které ještě stroje nezvládají. Z tohoto vychází také tzv. Human Intelligence Task, což je úkol vyžadující lidskou práci. Takovéto úkoly jsou pro počítač zatím naprosto nezvládnutelné, nebo by jejich počítačové zpracování bylo výrazně nákladnější než s lidským pracovníkem.

Microtasks popisuje např. Surowiecki ve Wisdom of Crowds a pracují s ní některé významné služby, například Mechanical Turk. Významným odlišovacím znamením

microtasks je krátký časový úsek nutný k jejich vykonání. Jedná se často například o pouhé rozhodnutí, či přepsání určeného textu.

Tohoto principu využívá mimo jiné i služba reCaptcha, která znesnadňuje přístupy či registrace na webové stránky robotům tím, že vyžaduje přepsání naskenovaných znaků. Narozdíl od jiných podobných služeb, které znaky generují náhodně však reCaptcha pracuje s reálnými daty. Tato data jsou shromažďována při skenování a následném počítačovém zpracování nejrůznějších dokumentů. V momentě, kdy OCR program narazí na slovo nebo jednotku, kterou nedokáže zpracovat, je takováto jednotka zařazena do databáze, ze které se čerpají obrázky pro reCaptcha. Po uživateli je vyžadováno přepsání vždy dvou slov či jednotek. Systém totiž na jednu z pozic náhodně umísťuje slovo či jednotku, jejíž znění už zná. Předpokládá se tedy, že osoba, která správně opsala kontrolní slovo či jednotku opsala správně i druhou, neznámou část. Přepisující osoba přitom samozřejmě netuší, která část je která. Tento systém je jednou z akvizic společnosti Google, která jej používá například pro digitalizaci knih. V poslední době jsem však zaznamenal i jeho použití například pro čtení čísel na domech nasnímaných Google Street View.

Podobnou službou, zabývající se digitalizací skenů je například i hra Digitalkoot od finské společnosti Microtask, která byla využita pro digitalizaci novin z finského národního archivu a bývá uváděna jako excelentní příklad gamifikace crowdsourcingu.

Existují i komerční aplikace, které jsou na tomto principu životně závislé. Například aplikace PaperKarma¹² pomáhá uživatelům ve Spojených státech bojovat s přívaly nevyžádané pošty. A to té reálné, papírové. Princip je jednoduchý: každá společnost musí nabízet možnost odhlášení ze seznamu oslovovaných zákazníků. Uživatel služby PaperKarma vyfotí mobilním telefonem příchozí nevyžádanou poštu a tato fotka je poté předána ke zpracování člověku. V této fázi je úkol rozdělen dvěma uživatelům-pracovníkům: Jeden identifikuje společnost, která danou tiskovinu zaslala a druhý pak na základě jména společnosti vyhledává odkaz na odhlášení odběru. Důvodů rozdělení těchto úkolů je několik: Spojený úkol by byl příliš náročný na provedení a fronta úkolů by neúměrně narůstala. A také by samozřejmě při řešení úkolu bystřejším jedincům mohl dojít princip funkce dané aplikace a mohli by začít kumulovat důvěrná data, která lze snadno zneužít. Dělení úkolů na nejmenší možné bloky tak zaručuje možnost práce i ve velmi krátkých časových úsecích.

¹² READABL, Inc. PaperKarma [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <https://www.paperkarma.com/>

Lidská inteligence zůstává i nadále nenahraditelnou například při přepisování mluvené řeči nebo nekvalitních skenů a vyfocených dokumentů.

2.7 Reputační systémy

Při práci s využitím online tržišť se klade důraz také na reputaci jednotlivých poskytovatelů a zadavatelů práce. Jedná se totiž často o jediný ukazatel kvality. Proto jsou někteří začínající jedinci nuceni přijímat hůře placené práce, aby si vybudovali reputaci.

Existuje mnoho způsobů výpočtu reputace, s rozdílnou složitostí výpočtu, kdy jsou jednotlivým kritériím přiřazovány různé váhy, na online pracovních tržištích se však používají ty nejjednodušší, jak je známe z portálů jako je například Amazon či Ebay, kdy se reputační skóre vypočítá jako průměr dosud obdržovaných hodnocení.¹³

Reputační systém by měl vykazovat následující znaky¹⁴:

- Dlouhodobá přesnost, zejména v diferenciaci uživatelů s malým počtem hodnocení oproti uživatelům s dlouhodobě špatným hodnocením.
- Větší zohledňování současného chování, například u uživatele, který se náhle zhorší, by jeho současnou slabou výkonnost neměly rovnoměrně vyvažovat dobrá hodnocení z dřívějších, což by mělo mít za následek rychlejší ztrátu důvěry a snížení rizika pro jeho potenciální partnery.
- Efektivita spočívající ve schopnosti rychle přepočítat hodnocení.
- Odolnost proti útokům. Systém by měl odolat pokusů o diskreditaci a manipulaci reputace a měl by znevýhodňovat jakékoli jiné než čestné chování.
- Přístupnost statistickému hodnocení, tak aby bylo možné rychle identifikovat faktory, které jej ovlivňují a mohou poškozovat.
- Míra soukromí, uživatelé neúčastníci se transakce by neměli mít přístup k detailnímu hodnocení, ale pouze k celkovému skóre jednotlivých účastníků.
- Neotřesitelnost, tak aby přidání jednotlivého hodnocení nebo více hodnocení u menších položek příliš neotřásl celkovou reputací.

¹³ JØSANG, Audun, Roslan ISMAIL a Colin BOYD. A survey of trust and reputation systems for online service provision. *Emerging Issues in Collaborative Commerce*. 20073, roč. 43, č. 2, s. 618-644. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923605000849>

¹⁴ ORAM, Andrew. *Peer-to-peer: harnessing the benefits of a disruptive technology*. 1st ed. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2001, s. 171-214. ISBN 059600110x.

- Pochopitelnost, zejména jeho uživatelům by mělo být jasné, co skóre znamená, nejen proto, aby věděli, jak systém pracuje, ale také proto, aby si dokázali vyhodnotit význam a implikace skóre zobrazovaného u jejich potenciálního partnera.
- Ověřitelnost. V případě zpochybnění hodnocení by mělo být možné jej podpořit daty.

Vybudování silné reputace, či osobní značky je pouze jedním z vedlejších motivátorů pro pracovníky na online tržištích. Je nutné poznamenat, že lidé pracující pomocí těchto portálů mohou mít různou motivaci. Velkým motivátorem může být možnost výdělku závislého pouze na schopnostech jedince, který může pro řadu schopných lidí v méně rozvinutých zemích představovat i několikanásobky mezd obvyklých v dané zemi. Jinou motivací může být čirý altruismus, tedy snaha pomoci. Motivační je také snaha smysluplně využít volný čas.

Z toho vyplývá i vzrůstající význam dobrovolnictví a práce v neziskovém sektoru v online prostoru, který souvisí s jeho celkovým vnímáním ve společnosti. Velké společnosti se stále více zaměřují na Corporate Social Responsibility (CSR) a tím vytvářejí prostředí nakloněné dobrovolnické činnosti. Významně se v této oblasti angažuje například Vodafone se svým projektem Rok jinak, který financuje špičkovým odborníkům rok práce ve vybraných neziskových organizacích. Tyto programy pomáhají nejen daným společnostem, ale i neziskovému sektoru jako celku v bourání předsudků vůči práci v neziskových organizacích a dobrovolnictví.

2.8 Longtail

Další výhodou využívání online pracovních tržišť je přístup k longtailovým dovednostem, které by jinak byly těžko k sehnání. Longtail je statistický princip, na kterém založily svůj byznys mnohé úspěšné firmy. Mezi nejznámější patří například Amazon.com. Původně longtail označoval nabídku co nejvíce typů zboží, tak aby byly uspokojeny i potřeby zákazníků s minoritními preferencemi. Na trh přináší známé Paretovo pravidlo v mírně pozměněné formě: 80 procent zákazníků nakupuje 20 procent zboží. Na zbývajících 20 procent zákazníků, kteří se zajímají o zbývajících 80 procent zboží se poněkud zapomíná. Přítomnost longtailu na trhu práce dokazuje například Rottmair ve vizualizaci pracovních příležitostí v OSN.¹⁵

¹⁵ ROTTMAIR, Sebastian. Visualizing the Long Tail of UN Job List vacancies. *Sebastian Rottmair* [online]. 2011 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z: <http://www.rottmail.de/2011/04/11/visualizing-the-long-tail-of-un-job-list-vacancies/>

V případě online pracovních tržišť se tudíž zvyšuje šance nalezení pracovníka s výjimečným portfoliem dovedností, což se rozhodně hodí při řešení nestandardních pracovních úkolů. přítomnost Longtailu na pracovních tržištích ukazuje také Shoshanna Deutschkron a její analýza dat o dovednostech na oDesku.¹⁶ Deutschkron ve svém článku uvádí, že přítomnost longtailu na pracovních tržištích zaručuje zaměstnavatelům možnost nalézt téměř jakoukoli potřebnou specializaci. Porovnáním s rokem 2007, kdy 90 procent objemu práce přes toto pracovní tržiště tvořily projekty, vyžadující jednu ze čtyř nejrozšířenějších dovedností se dostává k roku 2012, kdy 90 procent objemu tvořily projekty vyžadující jednu z 35 dovedností, a zároveň dalších 41 dovedností zaznamenalo prudký nárůst poptávky. Tento vývoj je jasným příznakem fragmentace trhu a stále rostoucího vlivu longtailu na množinu dovedností, které jsou k dispozici. Vizualizace dat z měsíce května 2013 (Příloha 4) pak ukazuje charakteristický tvar ocasu spolu s rozdělení dovedností na mainstreamové a longtailové.

2.9 Telecommuting a Teleworking

Jack Niles poprvé použil termín telecommuting v sedmdesátých letech minulého století při výzkumu dojíždění do práce¹⁷. Jelikož v té době vyvrcholila ropná krize, zdál se telecommuting být jednou z cest jak ušetřit na pohonných hmotách. Niles ve svém výzkumu pracoval s pobočkou pojišťovací společnosti, jež se připojovala k centrále pomocí počítačové sítě. Tuto myšlenku dále rozvinul Alvin Toffler ve své knize *The Third Wave*¹⁸, v níž popisuje možnou transformaci domácností ve výrobní jednotky.

Teleworking je jiným výrazem pro telecommuting, všechny tyto výrazy tak označují práci ze vzdáleného místa, které není kancelář. Uvedené myšlenky dle mého názoru formovaly trh práce a přispěli k jeho postupnému osvobození od určité geografické lokace, což byl posun v paradigmatu nutný pro pozdější vznik online tržišť.

2.10 Nábor pracovníků s využitím pracovních tržišť

Nábor pomoci virtuálních pracovních tržišť je využíván také světovými lídry v oblasti informačních technologií, za všechny jmenujme například Google či Facebook¹⁹. Tyto

¹⁶ The Rise of Specialists Online: Growing Opportunity for a Long Tail of Skills. DEUTSCHKRON, Shoshanna. ODESK. ODesk Blog [online]. 2013 [cit. 2013-11-08]. Dostupné z:

<https://www.odesk.com/blog/2013/08/1billion-odeskskillslongtail/>

¹⁷ NAYAB, N. History of Telecommuting. Bright Hub [online]. 2011 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z:

<http://www.brighthub.com/office/home/articles/82023.aspx>

¹⁸ TOFFLER, Alvin. *The third wave*. New York: Bantam Books, c1990, 537 s. ISBN 05-532-4698-4.

¹⁹ HARDY, Quentin. Spot Pornography on Facebook for a Quarter-Cent an Image. In: The New York Times: The Business of Technology [online]. 2011 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z:

http://bits.blogs.nytimes.com/2011/12/05/spot-porn-on-facebook-for-a-quarter-cent-an-image/?_r=0

společnosti na tržištích vyhledávají pracovníky, kteří by mohli řešit Human Intelligence Tasks, spočívající zejména ve třídění či značkování dat. Takoví pracovníci jsou pak často vybíráni i na základě svých jazykových schopností a kulturního zázemí. Například dříve jmenovaný Facebook využívá pracovníky z tržišť ze Severní Afriky i Asie pro moderaci nevhodných obrázků. Google zase využívá pracovníky k třídění a hodnocení výsledků vyhledávání v rámci testování svých úprav vyhledávacích algoritmů.

Pracovníci jsou v takových případech nájímáni buď zprostředkovatelskými agenturami, nebo přímo zástupci daných společností. Samotná práce pak často probíhá v interních systémech dané společnosti a je sledována buď specifickými monitorovacími nástroji v příslušných společnostech, nebo monitorovacím nástrojem pracovního tržiště, přičemž je samozřejmě možné obě varianty kombinovat.

Co se týká systému měření výkonnosti pracovníků, jsou v těchto případech uplatňována měřítka typická pro human intelligence tasks: jedná se hlavně o správnost či přesnost vykonání úkolu a množství vykonaných úkolů daného typu za hodinu. Společnosti proto z důvodu udržení stejné úrovně kvality vydávají rozsáhlé manuály popisující procesy, které musí pracovník při vykonávání úkolu podstoupit a přesné postupy pro získávání dat a rozhodování na základě takto získaných dat. Ačkoli jsou tyto materiály přísně utajovány, čas od času se některý z nich dostane na veřejnost.²⁰ Při práci na podobných projektech je nutností takzvaná non-disclosure agreement (NDA), ve které se pracovník zavazuje k mlčenlivosti. Podpis takové dohody bývá často vyžadován, a zejména zaměstnavatelé z USA většinou bez jejího podpisu nejsou ochotni sdělit ani přesnou náplň práce.

Existuje několik způsobů jak takovou dohodu vytvořit a podepsat oběma stranami. Stále rozšířenou a oblíbenou možností je klasická papírová cesta, čili dynamické generování smlouvy s údaji daného pracovníka, její následný tisk pracovníkem a odeslání klasickou poštou na adresu dané společnosti. Populární jsou však i nejrůznější online řešení podepisování smluv. Jako příklad uveďme službu DocuSign, která je využívána zejména kvůli platnosti jejím prostřednictvím podepsaných dokumentů ve více než 40 zemích světa, včetně celé evropské unie.

²⁰ GMYR, Chris. Who Are Google's Quality Raters, and Why Do They Matter?. In: Modo Media Group [online]. 2011 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://www.modomediagroup.com/2011/11/who-are-googles-quality-raters-and-why-do-they-matter/>

3. Historie - nabídky vyvolávající dojem práce online.

Již v devadesátých letech se začaly v zahraničí i v ČR objevovat lákavé nabídky práce či výdělků přes internet. Většinou se jednalo o programy s velmi nízkou přidanou hodnotou, které umožňovaly většině členů pouze zanedbatelný výdělek. Z velké části šlo o programy postavené na principech multi-level marketingu. Tyto uvádíme zejména z důvodu historického kontextu pojmu „práce na internetu“, tak jak byl předkládán internetové populaci, přičemž o práci, spočívající ve vytváření přidané hodnoty se v těchto případech většinou nejednalo. V některých takových nabídkách či systémech však již bylo možné pozorovat postupy, které jsou v současnosti využívány na pracovních trzích. Pro přehlednost lze tyto „nabídky práce“, které se čas od času objevují i v dnešní době rozdělit do několika skupin:

3.1 Práce po zaslání „poplatku“

Nabízené úžasné výdělky bez přesné specifikace práce, nebo například práce inzerované jako plnění obálek nebo kompletace propisek, případně čehokoli jiného fungující na principu nevratného manipulačního poplatku, za který většinou obdržíte informaci, že práce spočívá v šíření informace dál, mohou být také považovány za práce na internetu, neboť jejich podstatou je nalákání co největšího počtu osob do své „*downline*“. Internet byl pro tento účel velmi vhodným médiem. Systém „*downline*“ je považován za běžnou součást multilevel marketingu a v současnosti s ním pracují mnohé společnosti zabývající se přímým prodejem. a většina dalších typů společností uváděných v této kapitole

Aspekt poplatku před samotným započítáním práce je využíván některými pracovními trzisti v rámci jejich prémiových členství.

3.2 Klikáčky a emaily

Nejrozšířenějším typem skutečně online nabídek v této době byly tzv. „*get paid to read emails*“, což jsou systémy placící zejména za příjem reklamních emailů. Pro tento typ webových stránek existovalo několik skriptů, které ovládaly celý trh. Tyto systémy měly nastavenou určitou hranici pro výplatu vydělaných peněz. Samotné vydělávání probíhalo návštěvou stránky pomocí speciálního odkazu v emailu nebo přímo z uživatelského účtu v rámci portálu. Dalším pasivním příjmem byly inkasovaná procenta z kliků osob, které daný uživatel doporučil. Tato struktura mohla mít často až 5 úrovní.

Provozování takovýchto systémů znamenalo nutnost zajištění dostatečného počtu inzerentů, kteří potřebovali zvednout počet návštěv na svém webu. V této době se ego

majitele webu nestimulovalo umístěním na první stránce výsledků Googlu ani nějakými ranky. Stačilo natočit na počítačle návštěv dost vysoké číslo. I přesto, nebo možná právě kvůli mizivé přidané hodnotě neměla většina služeb tohoto typu dlouhou životnost. Často se totiž ozývali uživatelé, kterým nebylo za takto odváděnou práci zapláceno.

Ve vztahu k pozdějšímu použití na online pracovních tržištích zde bylo možno pozorovat práci se segmentací uživatelů na základě geografického umístění. Některé ze společností nabízející tento druh výděлку do svého repertoáru zařadily i Human Intelligence Tasks.

3.3 Autosurfy, ManualSurfy, Spyware a Adware

Dalším zajímavými systémy byly různé programy na podporu návštěvnosti webů pomocí cíleného polo či zcela automatizovaného přílivu návštěvníků, ať už přes externí utilitu nebo přímo v prostředí webového prohlížeče. Základními ochrannými prvky zde byla captcha, případně monitoring aktivity myši. Takovéto utility se již pohybovaly na hranici spywarových programů. Příkladem může být např. BonziBuddy. V současné době již nejsou autosurfy populární, vzhledem ke zlepšení webových metrik. V některých případech je možné takto získané návštěvníky odfiltrvat a provozovatelé webu možná již pochopili, že navyšování návštěvnosti autosurfem většinou nemívá kýžený efekt. Na druhou stranu došlo k rozvoji spywarových programů, které často těží uživatelská data, ať s vědomím nebo bez vědomí uživatele. Příkladem takové služby může být třeba utilita NetMonitor, zaznamenávající uživatelskou historii z webových prohlížečů, která pracuje s vědomím uživatele, který výměnou za povolení sběru dat ze své online činnosti může získat v losování věcné ceny.

U tohoto typu projektů bývají implementovány systémy sledující chování uživatele, případně systémy vyhodnocující jeho aktivity či neaktivitu. Při zjištěné neaktivitě se uživateli nepřipočítával „výdělek“. Největší virtuální tržiště v současné době disponují nástroji na sledování aktivity pracovníků, mnohdy doplněné o vyhodnocování výkonnosti. Měření aktivity se přitom stále více uplatňuje například i v reklamě, kdy se například na YouTube účtuje inzerentům pouze reklama, která byla uživatelem shlédnuta celá, jak uvádí

Robert Kyncl v rozhovoru pro *Technet.cz*²¹ Podobné metody sledování aktivity pracovníků uplatňuje většina velkých pracovních tržišť.

3.4 Věrnostní programy

Věrnostní programy, zejména ty online lze s jistou nadsázkou také označit za formu online práce. V momentě, kdy mají odměny finanční hodnotu, či jsou body přímo směnitelné na peníze

Věrnostní programy jsou skvělým marketingovým nástrojem, který spolehlivě funguje již dlouhá léta. Jejich základním cílem je podporovat věrnost zákazníků a nepřímo tak i jejich útratu. Většina věrnostních programů funguje na principu akumulace bodů a jejich následné směnitelnosti za věcné dárky, hotovost, či slevy. Další část programů pak funguje na principu nejčastěji procentuálních slev u určitých partnerů.

Za průkopníka online věrnostních programů v České republice můžeme označit *Fazole.cz*, který založil v devadesátých letech John Vaňhara. Systém je stále v provozu a v držení jiného vlastníka. Jedná se o to, že virtuální měnu „fazole“, která je za určitých podmínek převoditelná na peníze a lze ji použít i pro výběr dárku sbírají obyčejní uživatelé návštěvou zapojených stránek, kde musí odkliknout ikonku programu. Dá se tak hovořit o cíleném přivádění návštěvníků na web. V době svého vzniku byl systém převratný zejména díky tomu, že narozdíl od konkurence v podobě autosurfů a placených mailů nutil návštěvníky za účelem získání „odměny“ stránku procházet, jelikož doporučoval klientům kód s fazolí přemísťovat v rámci jejich webu. Avšak i *Fazole* nahradily propracovanější systémy a potkal je tak osud většiny webových projektů: Drží si hrstku uživatelů a jinak upadl v zapomnění.

Jako formu vývoje věrnostního programu lze v současnosti vnímat snahy některých online tržišť nabízet svým pracovníkům placené úrovně členství, jako formu věrnostních odměn lze také vnímat affiliate programy přinášející pracovníkům zisk z doporučování dalších pracovníků či klientů do systému.

²¹ KASÍK, Pavel a Jan KUŽNÍK. Český pan YouTube: Nechceme lidi reklamou otravovat. *Technet.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/robert-kyncl-youtube-057-/sw_internet.aspx?c=A130710_125638_sw_internet_kuz

4. Variace pracovních tržišť a jejich příklady

V této kapitole popíšeme významná světová online pracovní tržiště. Soustředíme se zejména na jejich postavení na trhu a specializaci. Poté definujeme znaky plnohodnotných online tržišť, kterým bude věnována srovnávací analýza.

4.1 Interní pracovní tržiště

Jak jsme již uvedli v předchozí kapitole, některé z velkých ale i menších firem, a to nejen těch, které využívají externí pracovníky pracuje s interními pracovními tržišti. Ve většině případů bývá přístup k takovýmto tržištím limitován pouze na spolupracovníky daných společností a samotná práce bývá často iniciována pracovníkem, který v tržišti zahlédne úkol, který je mu k dispozici. O tyto úkoly se v mnoha případech může přihlásit každý pracovník, který je nositelem případné potřebné vnitřní kvalifikace. Bez takovéto kvalifikace se pracovníkovi úkoly většinou ani nezobrazí, případně zobrazí, ale bez možnosti se na ně přihlásit. Uvedeme si dva příklady takovýchto tržišť – Agenturu pro výzkum trhu a agenturu testující online aplikace. Z důvodu ochrany obchodního tajemství však nebudeme uvádět konkrétní jména.

4.1.1 Příklad: Agentura pro výzkum trhu

Mnohé vlastnosti pracovního tržiště můžeme pozorovat i v interních systémech agentur pro výzkum trhu. Tyto systémy slouží pro zadávání práce jednotlivým externím spolupracovníkům. Každý spolupracovník má v systému profil, zahrnující jeho vybavení, osobní údaje, absolvovaná interní školení a certifikace. Agentura pak nabízí výpis aktuálních projektů, na něž se mohou spolupracovníci přihlašovat. Časté je pak obsazování daného projektu dvěma spolupracovníky, pro případ že by jeden selhal, nebo z důvodu kontroly. Ostatně princip kontroly výsledku nezávislého pracovníka jiným nezávislým pracovníkem je intenzivně využíván například i při práci na Human Intelligence Tasks, kdy je jeden úkol zadán více pracovníkům, a když se jejich řešení shodují, jsou automaticky považována za správná.

4.1.2 Příklad: Agentura testující online aplikace

Agentura testující online aplikace je jedním z alternativních kanálů, které využívá jedna z největších internetových společností k distribuci práce související s testováním svých aplikací. Dalším z těchto kanálů je pak plnohodnotné online pracovní tržiště. Uživatel tedy může pracovat ve skoro shodných systémech, a být kontraktován skrz pracovní tržiště, nebo přímo agenturou.

Jak se tedy liší interní systém takovéto agentury od systému plnohodnotného tržiště? V obou případech jde o zprostředkovatele, takže práce jako taková probíhá přímo v online systému zadavatele, tj. velké online společnosti. Zprostředkovatel, v tomto případě agentura se stará o provozní záležitosti, zejména nábor, školení, evidenci práce a vyplácení pracovníků. K tomu jí slouží vlastní systém propojený se systémem primárního zadavatele. V tomto případě má agentura k dispozici na míru vytvořený modul systému SAP, který slouží k evidenci pracovníků, jejich práce a jejich vyplácení. Před registrací v modulu je pracovník podroben zkoušce z pracovního manuálu. Poté je vyzván, aby v systému pracoval určitý čas na zkoušku, kvůli vyhodnocení jeho kvality a produktivity. Produktivita je v případě testování stanovena minimálním počtem vykonaných úkolů za hodinu, vzhledem k tomu, že se jedná o práci dělenou na malé fragmenty, lze ji s nadsázkou označit za Human Intelligence Task, jelikož úkolem pracovníka je na základě obsáhlého manuálu a vlastního úsudku vyhodnotit, zda je úkol v pořádku, nebo ne a případně i ohodnotit jeho kvalitu na dané škále, či jeho řešení upravit. Drobným nedostatkem celého systému je fakt, že je nutné počet vykonaných úkolů a odpracovanou dobu zaznamenávat na straně pracovníka vlastními silami za účelem kontroly správnosti těchto údajů a také proto, že výměna dat mezi SAP modulem agentury a online systémem konečného zadavatele není stoprocentní. Při kontrole správnosti se používá postup běžný u Human Intelligence Tasks – porovnání výsledků od více pracovníků a vyřazení těch významně se odchylojících.

4.2 Specifická oborová tržiště zaměřující se na offline práce:

Tato pracovní tržiště sice fungují online, ale místo výkonu práce je ve většině na nich nabízených projektů vázáno na jedno nebo několik míst v prostoru. Typicky se jedná o tržiště přepravních služeb nebo drobných prací v domácnosti, jakým je například Pikr, o kterém se zmíníme v části zabývající se českou scénou.

Ačkoli práce na těchto tržištích neprobíhá primárně online a tento typ tržišť tak není primárním předmětem zájmu této práce, je dobré uvést alespoň několik příkladů, a to i proto, že tento typ tržišť je principiálně podobný jiným velmi zajímavým tržištím, a to B2B tržištím, případně nedávno v České Republice zavedeným tržištím pro veřejné zakázky.

4.2.1 Příklad uShip

uShip je online tržiště přepravních služeb, které je hybridem B2B a B2C tržiště, protože práce je zde nabízena a poptávána oběma typy subjektů. Toto tržiště se zaměřuje na logistické služby, přičemž tyto jsou samozřejmě prováděny v reálném prostředí, a ukazují se

na něm základní principy online tržišť- například existence nejrůznějších reputačních mechanismů a využití online nástrojů, např. map přímo v portálu

4.2.1 Příklad packmule

Packmule se stejně jako uShip zaměřuje na dopravu, v tomto případě se ale jedná o tržiště, kde cestovatelé nabízejí místo ve svých zavazadlech a poptávající shánějí určitou věc. Zvláštností této služby je její úvodní stránka, zobrazující poptávané věci, které je třeba od někud dovézt. Tato stránka je do značné míry inspirována Pinterestem - sociální sítí pro sdílení obrázků. Vzhledem k malému provozu se toho na webu zatím příliš neděje, možná i proto, že značná část celého procesu je ponechána na uživatelích – není kupříkladu k dispozici propojení webu s jakoukoli platební bránou, uživatelé mají naprostou volnost, co se týká dohod a plateb, což však může vyústit i v konflikty.

4.3 Soutěžní tržiště

Tržiště se soutěžním přístupem jsou zaměřen především na vědecké či umělecké soutěže. Pouze limitované množství návrhů obdrží nějakou odměnu na základě rozhodnutí poroty, případně jiných specifikovaných kritérií. Po odstavení Prizes.org, o čemž bude řeč za chvíli, se o obnovení této formy pokouší Freelancer.com.²² Zaměřuje se zejména na grafické projekty.

4.3.1 Příklad - Prizes.org

Prizes.org bylo pracovním tržištěm založeném na principu vítěz bere vše. Uživatelé se zabývali řešením problémů zejména z oblasti přírodních věd, které zadávaly velké společnosti. Postupem času se server Prizes.org stal majetkem společnosti Google, která dne 31.1.2013 ukončila provoz serveru z důvodu nenaplnění očekávání stran počtu uživatelů. Tento vývoj tak může naznačovat, že přístup všechno nebo nic je buďto slepá vývojová větev, nebo předběhl dobu a uživatelé jej neměli šanci a čas pořádně pochopit.

Pokud si například výzkumné týmy velkých firem nevěděly rady s nějakým vědeckým problémem, uvedli jej v této službě a vyzvali uživatele k posílání návrhu řešení. Hodnotnou, většinou finanční cenu pak získal ten, který jako první v pořadí odeslal řešení, které bylo zadavatelem vyhodnoceno jako nejlepší, případně aplikovatelné k řešení zadavatelova problému. Podobný princip je uplatňován např. i v některých grantových

²² Soutěže v designu, crowdsourcujte váš návrh!. Freelancer.com [online]. 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: <http://www.freelancer.com/contest/>

soutěžích, kdy proti sobě stojí týmy vědců řešící stejný problém, a ten z týmu, který jako první předloží použitelný výsledek, vyhraje další financování od poskytovatele prostředků.

4.4 Tržiště se zaměřením na Human Intelligence

Tržiště soustřeďující se na Human intelligence tasks využívají inovativní metody distribuce úkolů, od plnohodnotných pracovních tržišť se však liší zejména požadavky na pracovníky, kteří bývají selektováni na základě geografického umístění, znalosti jazyka či případně počtu již dříve úspěšně splněných úkolů na daném tržišti. Tento typ tržišť tak do značné míry postrádá talentový či odborný aspekt při prezentaci a výběru pracovníků, který je klíčovým znakem plnohodnotného online pracovního tržiště.

4.4.1 Příklad - Mechanical Turk

Název Mechanical Turk má své historické kořeny v minulosti, kdy se na císařském dvoře ve Vídni objevil dar z Turecka - Dřevěné zařízení které údajně díky umělé inteligenci zvládalo hrát šachy s lidským protihráčem. Nakonec se však ukázalo, že vevnitř seděl člověk, který zařízení ovládal a jednalo se tak pouze o velký podvod.

Současný Mechanical Turk je tržiště provozované společností Amazon. Zaměřuje se téměř výhradně na Human Intelligence Tasks, kterých je konstantně k dispozici vždy několik set tisíc (nejčastější počet dostupných úkolů se pohybuje mezi 200 a 300 tisíci). Tyto úkoly jsou většinou symbolicky ohodnoceny, jelikož čas potřebný k jejich vykonání je často velmi krátký. Běžná mzda za vykonaný úkol se tak pohybuje v řádu jednotek centů. Důležitou vlastností Mechanical Turk je zejména rychlost zpracování úkolů. Pokud zadavatel vytvoří úkol, který bude jednoduchý na vykonání, zajímavý, a ohodnocený více než jedním centem, je téměř jisté, že tyto úkoly budou splněny velice rychle. Proto také není překvapením, že Mechanical Turk využívají zejména velcí zadavatelé hlavně z řad agentur, které se zabývají crowdsourcingem pro společnosti jako je například agentura Crowdflower. Dalšími signifikantními zadavateli jsou pak realizátoři nejrůznějších výzkumů ať už z akademické nebo komerční sféry. Pro tyto zadavatele je naprosto klíčová možnost propojení rozhraní Mechanical Turk pomocí API s jejich vlastními aplikacemi a zajištění plynulé automatické výměny dat.

4.4.2 Příklad - Crowdflower

Významná světová agentura Crowdflower specializující se na microtasks zvolila k distribuci práce velmi specifický přístup. Sama neprovozuje žádné tržiště, umožňuje pouze třetím stranám, většinou serverům specializujícím se na výdělek na internetu, jež často

začínaly s využitím postupů uvedených v kapitole o nabídkách vyvolávajících dojem práce online, předkládat svým koncovým uživatelům – pracovníkům, úkoly Crowdfoweru, kterému tímto odpadají náklady na tvorbu a správu vlastního tržiště. Tento způsob distribuce práce také umožňuje zasáhnouti širších skupin potenciálních pracovníků a pružnou reakci na změny například na poli internetových transakcí. Příkladem budiž coinworker.com, první pracovní tržiště vyplácející pracovníky v bitcoinech, které nabízí pouze úkoly Crowdfoweru. Crowdfower také distribuuje své úkoly ve spolupráci s některými portály, které bychom mohli řadit mezi klikačky, jelikož fungují na principu popsaném v kapitole zabývající se historií nabídek práce přes internet.

Vzhledem ke specifickému modelu fungování, specializace na Human Intelligence Tasks a z toho plynoucí obtížné srovnatelnosti a nenaplnění všech znaků plnohodnotného tržiště nebude Mechanical Turk do srovnání zařazen, ačkoli je zařazen do 4. místa žebříčku časopisu TripWire .

4.5 Plnohodnotné online pracovní tržiště – Talent Market

Aby bylo možno hovořit o plnohodnotném pracovním tržišti, je nutné, aby splňovalo několik předpokladů, na základě kterých jej lze odlišit od všech dříve uváděných typů pracovních tržišť:

- Definice nutných dovedností pracovníka v popisu práce
- Detailní profily a pluralita uživatelů
- Detailní profily a pluralita zaměstnavatelů
- Historie zadané a přijaté práce, portfolia pracovníků a reputační skóre

Plnohodnotné pracovní tržiště by pak kromě výše uvedených základů mělo nabídnout i další, doplňkové služby, například asistenci při převodech peněz, případně certifikace pracovníka na určitý typ úkolů.

Obecný funkční model plnohodnotného pracovního tržiště jak ho popisuje a dále rozšiřuje např. Gareis²³ pak vypadá z pohledu zaměstnavatele a pracovníka následovně

²³ GAREIS, Karsten. eLancing—The Future of Work?. Joint Analytical Network for Using Socio-Economic Research, 2002.



4.5.1 eLance.com

eLance.com je elektronické tržiště, jehož vlastníkem je stejnojmenná firma registrovaná v Mountain View v Kalifornii. Společnost vznikla v roce 1999 a do současnosti zprostředkovala práci v hodnotě přes 3,2 miliardy amerických dolarů. Počet dokončených projektů v současné době atakuje hranici 3 milionů.

Úvodní stránka je střídá a stejně jako u většiny konkurentů obsahuje fotky pracovníků společně s políčky pro přihlášení či registraci. Je nutné si zvolit typ zakládaného účtu: Buď zaměstnavatel, nebo pracovník. Pro snazší registraci a následné přihlašování je zde možnost využít jedním klikem registraci a přihlašování přes účet na Google, Facebooku, nebo Twitteru.

4.5.2 Freelancer.com

Freelancer.com, vzniklý v roce 2004 jako GetAFreelancer.com je jedním z největších světových pracovních tržišť pro nezávislé profesionály. V současnosti má přes 7 milionů uživatelů a je k dispozici ve více než dvaceti jazycích. Společnost je registrována v Austrálii.

Jako celkovou celkovou hodnotu proběhlých projektů od svého vzniku uvádí částku přesahující 1 miliardu amerických dolarů²⁴. Rapidní rozvoj nastal po akvizici jednoho z menších konkurentů, společnosti vWorker a jejích 2,5 milionu uživatelů, ke které došlo ke konci roku 2012. Celkový počet dokončených projektů přesahuje 4,2 miliónu a denní přírůstek se pohybuje okolo 3000 nových projektů a 4000 registrovaných uživatelů. Freelancer funguje primárně jako pracovní tržiště, nabízí však také kreativní soutěže. Jako jedno ze tří největších světových pracovních tržišť bude zahrnut v našem srovnání.

4.5.3 Guru.com

Guru.com je online tržiště založené v roce 1998 se sídlem v Pittsburghu. Toto tržiště na rozdíl od ostatních konkurentů neuvádí své statistiky. V současné době provozuje Guru.com společnost WebSoft, Inc. Počet projektů k dispozici se pohybuje těsně pod 4000. Vzhledem k menší velikosti nebude zařazen do našeho srovnání.

4.5.4 oDesk

oDesk je online pracovní tržiště založené v roce 2003 ve Spojených státech, nyní sídlící v Redwood City v Kalifornii. V současné době je na něm registrováno přes 2,5 milionu pracovníků. Jako jedno ze tří největších online pracovních tržišť bude zařazen do našeho srovnání.

4.6 Agregátory a mashupy

S rostoucím množstvím nejrůznějších portálů a nabídek roste také úsilí nutné pro nalezení vhodné nabídky. Z tohoto důvodu vznikly nejrůznější agregátory, které sbírají nabídky napříč nejvýznamnějšími tržišti a jsou schopny je třídit na základě klíčových slov. Tyto agregátory mohou mít různou podobu, například zásuvný modul do prohlížeče nebo webová stránka.

Translator Toolbox, dříve známý pod jménem GetTranslationJobs Toolbar, je příkladem zásuvného modulu, v tomto případě pro e Internet Explorer a Google Chrome. Tento modul sbírá nabídky práce pro překladatele a také zpřístupňuje důležité online nástroje, které překladatelé často využívají, ve formě posuvatelného panelu s ikonami. Tento doplněk je prakticky napojen na agregátor Donanza, který zmíníme dále.

²⁴ About Freelancer.com. Freelancer.com [online]. 2013 [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <http://www.freelancer.com/info/about.php>

4.6.1 Příklad: Donanza

Donanza.com je příkladem webového agregátoru, který sbírá nabídky a umožňuje uživateli v nich vyhledávat bez nutnosti návštěvy jednotlivých serverů. Donanza má v současné době zhruba 350 000 registrovaných uživatelů z řad pracovníků. Umožňuje nejen prohlížení nabídek, ale i tvorbu vlastního profilu. Díky profilu je tedy možné přímo oslovovat potenciální pracovníky a obejít tak velká tržiště.

4.7 Systematizace fungování pracovního tržiště

Jak uvádějí pracovníci společnosti McKinsey ve článku Making a Market in Talent²⁵, systematizace je nutnou součástí vývoje každého pracovního tržiště. Jedním z požadavků funkčního pracovního tržiště je porozumění nabídce a poptávce na obou stranách. Tato nutnost jde ruku v ruce s nutností standardizovaného hodnocení a pečlivou definicí požadavků na pracovníka a co nejpřesnějšího popisu práce. Tyto standardizované šablony jsou dlouhodobě používány zejména v armádě, kde umožňují rychlé formování jednotek s potřebnými znalostmi a dovednostmi. Armáda tak má databázi lidí včetně jejich umístění a kvalifikací, které jsou reprezentovány identifikátorem, který se skládá z několika částí: hlavní specializace, funkce, dodatečných dovedností, jako jsou například speciální kurzy, a předpokládaného kariérního postupu. Takto rigidní armádní model samozřejmě nebude vyhovující pro bezhlavou aplikaci do komerčního prostředí, ukazuje nám však důležitost systematizace pracovních pozic a pracovníků. Je tedy více než jasné, že srdcem každého pracovního tržiště je centrální databáze, která obsahuje data o každém pracovníkovi, včetně jeho dovedností, interních kvalifikací, předchozího hodnocení či referencí, které mohou být odkryty při vyjednávání obou stran o daném úkolu. S příchodem sémantického webu bude na důležitosti nabývat struktura dat, která v oblasti definice pracovních pozic není zatím jednotná.

Na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v současné době probíhá projekt Operačního programu lidské zdroje a zaměstnanost číslo CZ.1.04/5.1.01/77.00440 s názvem Párování pracovních míst s nezaměstnanými skrze sémantická data, který vyvíjí aplikaci umožňující automatizované párování profilů uchazečů o zaměstnání a pracovních pozic. Využití tohoto nástroje v některém z nově vznikajících českých pracovních tržišť by umožnilo přesnější cílení poptávek společnostem a více relevantních nabídek pro pracovníky. Tento projekt má za cíl vytvořit automatizovaný software využitelný k párování šablon s pracovními pozicemi

²⁵ BRYAN, Lowell, Claudia JOYCE a Leigh WEISS. Making a Market in Talent. In: McKinsey&Company [online]. 2006 [cit. 2013-11-26]. Dostupné z: http://www.mckinsey.com/insights/organization/making_a_market_in_talent

s profily potenciálních pracovníků. Výstupem má být mobilní aplikace umožňující vyhledávání práce s využitím polohy. Presentace výsledků tohoto projektu proběhne v první polovině roku 2014. Využití takového systému je však možné i na úřadech práce, pracovních portálech, může být velmi prospěšný i pro pracovní tržště a nejrůznější mashupy – ideálním využitím takovéto aplikace by bylo její integrování do některého z agregátorů či vytvoření samostatné webové služby, která by v reálném čase přistupovala k datům z různých pracovních tržšť a bezprostředně po vložení pracovní pozice by nabídla nejvhodnější kandidáty, kteří by byli vybíráni napříč dostupnými či zapojenými zdroji.

5. Situace v ČR

Pracovní tržiště jsou na českém internetu zatím v plenkách, žádné z nich zatím neposkytuje plnou šíři služeb srovnatelnou se zahraniční konkurencí. Vzhledem k tomu, že většinu vlastností, které jsou porovnávány u zahraničních tržišť ta česká jednoduše nevykazují, omezíme se v této kapitole spíše na jejich přestavení.

5.1 Easytask

Jedním z prvních plnohodnotných projektů virtuálního pracovního tržiště na českém trhu je easytask.cz, za kterým stojí Filip Dřímalka, který má rozsáhlé zkušenosti s používáním zahraničních online pracovních tržišť.

Easytask, spuštěný v červnu roku 2013 v srpnu 2013 funguje v betaverzi, a objevuje se na něm zhruba 70-100 projektů. V současnosti umožňuje registraci 3 typů uživatelů: Firma, Živnostník a Brigádník a disponuje databází zhruba 400 dodavatelů/pracovníků.²⁶

V listopadu 2013 jsou již k dispozici tři rozdílně naceněné tarify pro zaměstnavatele. Tarif se dvěma otevřenými poptávkami jsou zdarma. Zbývající dva placené tarify se liší zejména v počtu možných otevřených pozic – tarif s 5 otevřenými pozicemi má základní cenu 490 Kč za měsíc a tarif s 10 otevřenými pozicemi má základní cenu 890 Kč za měsíc. Při platbě na rok dopředu je možné dosáhnout na sníženou cenu až ve výši 408 Kč u tarifu s 5 otevřenými pozicemi a 742 Kč u tarifu s 10 otevřenými pozicemi.

5.2 Navolnoze.cz

Nejvýznamnějším hráčem na poli portálů zaměřených na český trh je portál navolnoze.cz založený a provozovaný Robertem Vlachem. Vzhledem k prazvláštní zálibě českých uživatelů v katalogích, která má zřejmě kořeny v době dávno minulé, se nejedná o portál, který by plně využíval všech v současnosti dostupných možností. Svou funkcí je to spíše katalog pracovníků, jejich portfolií a názorů klientů. Pro pracovníky se jedná o placenou službu, která stojí několik tisíc ročně. Nejedná se o pracovní tržiště, jelikož práce není vykonávána, nebo alespoň domlouvána v prostředí daného portálu.

²⁶ DŘÍMALKA, Filip. První měsíc za námi...co se změnilo?. In: [Easytask.blog](http://easytask.blog) [online]. 2013 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://blog.easytask.cz/prvni-mesic-za-nami-co-se-zmenilo>

5.3 Stovkomat

Stovkomat je českým klonem amerického tržiště fiverr.com, které se specializuje na mikropráce. Provozuje jej fyzická osoba se sídlem v České republice. Fiverr i Stovkomat fungují na totožném principu fixní částky za práci, která u Fiverru činí 5 dolarů a u Stovkomatu 150 korun. Proces výběru pracovníka je zde oproti ostatním online tržištím obrácen. U tržišť s fixní částkou totiž zadání úkolu určuje nejčastěji pracovník, který tímto způsobem nabízí přesně definovanou jednorázovou službu. Vzhledem k objemu práce a obskurnímu charakteru některých nabízených služeb si jej uvádíme spíše jako kuriozitu doplňující přehled možností, v současnosti bez reálného opakovaného využívání firmami.

5.4 Pikr

Pikr.cz je pracovní tržiště, název je dle tvůrců zkratkou „Pomocník ihned k ruce“. Pikr byl založen v roce 2011 a je v současnosti provozován společností se sídlem v České republice. Systém používá pro zadavatele práce označení „Boss“ a pro pracovníka označení „Pikr“. Jedná se o tržiště nejrůznějších mikroprací, které se profiluje na domácí výpomoc, ale lze na něm nalézt i projekty z oboru IT či grafiky. Společným jmenovatelem všech projektů je jejich jednorázovost a honorář v rozmezí od několika stokorun do maximálně jednotek tisíc. V současné době je objem vykonaných projektů s ohledem na tříletou existenci velmi nízký. Jsou aktivní řádově jednotky projektů v každé kategorii. Z hlediska struktury se dá hovořit o plnohodnotném pracovním tržišti, vzhledem k tomu že systém zahrnuje reputační element i historii.

5.5 UmsemUmtam

Umsemumtam je české tržiště pro neziskovky spuštěné ke konci roku 2012. Specializuje se na dobrovolnou práci nezávislých profesionálů ve prospěch neziskových organizací, které vkládají projekty nebo úkoly, s nimiž potřebují pomoci. Jelikož toto tržiště funguje jako občanské sdružení a v současnosti je financováno z grantů, nedochází v rámci něj k pohybu finančních prostředků.

K 1.3.2013 vykazuje 113 neziskových organizací zapojených ve funkci zadavatele práce, 169 registrovaných pracovníků, 24 dokončených projektů a 40 rozpracovaných projektů.

5.6 Videoflot

Nové české tržiště Videoflot.com se specializuje na tvorbu videa. K 1.3.2013 má okolo 700 registrovaných uživatelů a zhruba 70 dokončených projektů. Toto české tržiště cílí na

globální trh, je účastníkem startup programu Chilské vlády a financováno také grantem nadace Open Society Fund.²⁷ Jeho výhodou je poměrně úzká specializace, která pomáhá při šíření v rámci specifické komunity videoumělců.

²⁷ STROUHAL, Jan. Z Brna přes Chile do Singapuru. Start-up Videoflot chce nalákat miliony uživatelů. *IHNED.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-59377440-z-brna-pres-chile-do-singapuru-start-up-videoflot-chce-nalakat-miliony-uzivatelu>

6. Analýza: Srovnání vybraných aspektů pracovních tržišť

Tato část analyzuje významná tržiště z pohledu zaměstnance i zaměstnavatele. Jako kritérium významnosti bylo stanoveno pořadí do 4. místa v žebříčku TripWire, při současném vyloučení Amazon Mechanical Turk, v jehož případě se nejedná o plnohodnotné pracovní tržiště.

Budeme se věnovat podrobnému komplexnímu srovnání funkčních aspektů tržišť oDesk.com, Elance.com a Freelancer.com. Některé součásti fungování pracovních tržišť umožňují participaci jak zaměstnavatelů, tak pracovníků, a proto se jim budeme věnovat ještě před rozdělením pohledů na zaměstnavatele a zaměstnance. V analytické části budeme srovnatelné aspekty, které lze najít u všech vybraných tržišť porovnávat metodou bodové komparativní analýzy. U každého z aspektů bude provedeno dílčí shrnutí za tento aspekt. Výsledkem pak bude celkové závěrečné shrnutí, zaměřující se na efektivní výběr tržiště jak z pohledu zaměstnavatele, tak i pracovníka a to v závislosti na typu, objemu a frekvenci práce a objemu finančních prostředků.

Zaměříme se na ekonomické aspekty, jako jsou poplatky jednotlivých tržišť, případně možnosti dalšího výtěžku v affiliate programech, jelikož finanční výhodnost je jedním z určujících faktorů jak na straně zaměstnavatele, tak na straně pracovníka. Jednotlivé aspekty byly voleny s ohledem na důležitost pro jednotlivé zúčastněné stran volby tržiště, kde nabízet své služby nebo hledat pracovníky, či jejich podstatně odlišné provedení napříč jednotlivými srovnávanými tržišti.

6.1 Porovnávané aspekty – možnosti pro zaměstnavatele i pracovníky

V této části se budeme věnovat srovnání aspektů online pracovních tržišť, které se dotýkají pracovníků i zaměstnavatelů, počínaje rozložením úvodních stránek, přes platební nástroje, které nabízejí jednotlivá tržiště, programy odměňující doporučení nových zákazníků.

6.1.1 Úvodní stránky tržišť

V této podkapitole se zaměříme na porovnání nejrůznějších prvků na landing page neboli úvodní stránce webu. Tato stránka je nesmírně důležitá při vytváření prvního dojmu a její rozložení a vzhled mají klíčový vliv na rozhodnutí uživatele, zda a jak bude se stránkou dále interagovat.

Rozložení úvodní stránky oDesku je přehledné, zahrnuje horní menu s minimem položek a odkaz na přihlášení v pravém horním rohu. Pod pruhem s menu se nachází hlavní

prvek stránky a to pruh složený z profilových fotografií pracovníků, který je překryt boxem s výraznými tlačítky, která slouží k separaci potenciálních zájemců o registraci na pracovníky a zaměstnavatele. Zbytek stránky vyplňují nejžádanější specializace, pod kterými se nachází vyhledávací okno pro hledání konkrétní specializace a patička webu.

Úvodní stránka Elance je střídmejší co se týká obsahu, co se týká filosofie je však téměř identická. Na rozdíl od oDesku využívá vertikální dělení, kdy v jedné části vidíme tváře uživatelů a ve druhé samotný přihlašovací formulář. Zde je třeba si povšimnout si faktu, že Elance podporuje přímo z hlavní stránky přihlášení pomocí některých populárních webových služeb. Pod přihlašovacím formulářem je také možné nalézt políčko pro zapamatování hesla. Nevýhodou tohoto konkrétního políčka je fakt, že na rozdíl od mnoha jiných políček podobného využití je zde z bezpečnostních důvodů nastavena délka zapamatování hesla na pouhé 2 týdny. Pod přihlašovacím formulářem je i začátek registračního procesu, opět i s možností načtení profilu z Facebooku a Linkedinu. Celkově působí úvodní stránka Elance značně minimalisticky, obsahuje však veškeré důležité součásti, navíc výrazně a přitom pořádaně vybízí k registraci a přihlášení.

Dalším nezvyklým prvkem na stránce je zvýrazněná infolinka v pravé horní části, která ukazuje na fakt, že je služba využívána korporátními klienty, kteří často preferují tento způsob komunikace. Tato infolinka je proto dle mého názoru zřetelně cílena spíše na zaměstnavatele.

Freelancer.com při zobrazení úvodní stránky pracuje s geografickou polohou IP adresy. Při přístupu z české IP adresy tak servíruje stránku v češtině. Tato stránka je velmi minimalistická a připomíná úvodní stránku oDesku. Dominantním prvkem na stránce jsou dvě tlačítka Zaměstnávat a Pracovat, které dále větví proces případné registrace. Při scrollování stránka nabízí příklady aktuálně běžících projektů, pod nimiž se nachází odstavec popisující funkci pracovního tržiště, který není příliš dobře strukturován. Jako hlavní vizuální prvek vedle dělicích tlačítek zvolil Freelancer obrázek startující rakety.

Z výše uvedeného vyplývá, že úvodní stránky porovnávaných tržišť se liší pouze v dílčích detailech. Úvodní stránky Freelancer a oDesk jsou jednoduché se svěžím, moderním designem. Úvodní stránka Elance není úplně v souladu s nejnovějšími trendy v oblasti grafického designu, poskytuje však největší rozsah funkcí při zachování rozumné míry přehlednosti. Freelancer boduje částečným překladem do češtiny, který se však týká pouze

rozhraní, a to jen v omezené míře. Není také bez zajímavosti, že každé ze srovnávaných tržišť tvrdí, že je největším, nejlepším nebo online pracovním tržištěm číslo 1 na světě.

6.1.2 Měny a platby

Při práci online, kdy se velmi často stává, že pracovník a objednatel se nacházejí v různých zemích, je jedním nejdůležitějších aspektů vyřešení převodu finančních prostředků za vykonanou práci. Právě k tomuto slouží různé mezinárodní platební systémy, z nichž nejvýznamnější si představíme v následující kapitole.

Důležitý je však i samotný proces platby v rámci samotných pracovních tržišť. Tomuto aspektu se budeme velmi podrobně věnovat v analýze. Není však od věci nastínit si základní rozdíly. Některá pracovní tržiště nabízejí službu známou především z prostředí společností poskytujících platební karty: blokaci částky. V praxi to funguje tak, že objednateli práce je v momentu jejího započetí na platební kartě nebo přednabitém účtu blokována částka v hodnotě objednaného pracovního úkonu, která je finálně stržena až poté, kdy je práce objednateli odevzdána. Tento systém může existovat i ve variantě tzv. úschovy, kdy objednatel před započítím práce převede peněžní prostředky do úchovy provozovateli tržiště, který je po úspěšně odevzdané práci uvolní ve prospěch pracovníka. Provozovatel tržiště se často nachází také v pozici zprostředkovatele práce, za což si, vzhledem k faktu že se ve většině případů jedná o podnikatelské subjekty, účtuje poplatky.

6.1.2.1 PayPal

Celosvětově rozšířeným platebním nástrojem je PayPal. Jistě k tomu přispěla i jeho akvizice Ebay a následná integrace. Problémem PayPalu ve vztahu k online pracovním tržištím je fakt že se jedná o společnost podléhající legislativě Spojených států amerických. Tím pádem nemůže kvůli americkým ekonomickým sankcím obsluhovat zákazníky v zemích, které USA vnímá jako rizikové (Barma, Kuba, Írán, Libye, Severní Korea, Súdán, Sýrie). Velkou roli hraje také jeho soustředění na rozvinuté trhy a limity pro transakce z důvodu vyhovění legislativě omezující praní špinavých peněz. Ačkoli se dostupnost PayPalu zlepšuje, v některých zemích podléhá omezením. PayPal je preferovaným nástrojem plateb v rámci většiny pracovních tržišť.

6.1.2.2 Bankovní převody

Bankovní převody jsou poněkud problematickým způsobem výběru peněz. Jelikož většina pracovních tržišť nedisponuje českými bankovními účty, obsluhují platby z a do ČR

nejčastěji z jiných zemí evropské Unie. Bankami tyto platby bývají většinou hodnoceny jako zahraniční a mohou být zatíženy dodatečnými poplatky.

6.1.2.3 Payoneer

Payoneer je služba nabízející virtuální účet včetně platební karty. Tato předplacená karta je standardní mezinárodně akceptovanou kartou. Disponuje však pouze kreditem, který se na ni vloží, není tedy vázána k bankovnímu účtu, nejedná se tedy ani o kartu kreditní.

6.1.2.4 Bitcoin

Bitcoin je nezávislá open-source měna, která byla nastartována osobou s pseudonymem Satoshi Nakamoto v roce 2009. Bitcoin funguje v P2P síti, emise jednotek probíhá v čase dle předem definovaného plánu a na základě matematických výpočtů. Počet jednotek, které se plánovaně dostanou do oběhu, je konečný a s přibývajícím časem fungování systému se proces uvolňování zpomaluje a zároveň se stále zvyšuje náročnost výpočtů nutných pro nalezení nové jednotky. V praxi probíhá hledání nových jednotek pomocí sítí počítačů vybavených grafickými kartami s vysokým výkonem.

Z hlediska ekonomického je důležitým faktem, že vzhledem ke své decentralizované povaze není tato měna žádným způsobem regulovatelná. Při transakci mezi bitcoinovými peněženkami se neplatí žádné transakční poplatky. Při směně peněz na Bitcoiny se však již poplatky platí, nejčastěji formou přírážky ke kurzu. Jelikož v současné době se Bitcoiny těší zvýšenému zájmu investorů, je jejich využití jako prostředku směny provázeno velkými výkyvy v hodnotě, není proto vhodné je v současnosti používat na transakce s delší dobou splatnosti. Jak prokázal Martin Janota v závěru své práce²⁸, převážné využití bitcoinu je v současnosti spekulativní. Toto tezi podporuje také nedávná reakce Číny, která zakázala používání bitcoinu obchodním společnostem, což se okamžitě projevilo prudkým poklesem hodnoty zhruba o 20 procent.²⁹

V případě, že bychom měli určit současnou pozici bitcoinu na modelu Gartner Hype Cycle, šlo by jednoznačně o růstovou fázi. V současnosti Bitcoin žádné ze tří srovnávaných pracovních tržišť nenabízí, nicméně se již začínají objevovat zajímavé mashupy ukazující jeho možná budoucí využití. S použitím Bitcoinů se však pojí také vyšší bezpečnostní riziko,

²⁸ JANOTA, Martin. Digital currencies: Analysis of Bitcoin demand. Praha, 2013. Bakalářská práce. IES FSV UK. Vedoucí práce PhDr. Ing. Jiří Skuhrovec.

²⁹ YANG, Steven a Simon LEE. China Bans Financial Companies From Bitcoin Transactions. In: Bloomberg [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/2013-12-05/china-s-pboc-bans-financial-companies-from-bitcoin-transactions.html>

jak ukázaly nedávné případy loupeží, ke ztrátě bitcoinů tak stačí například nepoctivý provozovatel banky, který se vypaří i s konty svých klientů.

6.1.3 Affiliate/Referral programy

Affiliate a Referral programy jsou pro pracovní tržiště zejména nástroji k získání nových klientů. V rámci affiliate programu propagují službu zejména provozovatelé webů, kteří nemusí být v žádném smluvním vztahu s pracovním tržištěm, případně tam mohou mít založený účet pouze za účelem výběru prostředků z affiliate programu. Referral programy jsou cílené spíše na známé současných aktivních uživatelů pracovního tržiště, kteří za jejich doporučení získávají výhody. V této podkapitole si podrobně popíšeme relevantní programy jednotlivých analyzovaných tržišť.

Elance provozuje velmi jednoduchý referral program, kdy provize za doporučeného zaměstnavatele činí 10 USD, a provize za doporučeného pracovníka 10 interakcí (možností ucházet se o vypsany projekt). Provize za doporučeného zaměstnavatele je připsána na účet doporučujícího uživatele v okamžiku, kdy přes platformu Elance zaměstnavatel utratí alespoň 10 USD. Kontakty za doporučeného pracovníka jsou přičítány poté, co nový pracovník dokončí proces ověření. Doporučený pracovník rovněž obdrží bonus ve formě 10 interakcí³⁰. Tento program pracuje čistě s kódy, které se zadávají do registračních formulářů a nenabízí žádné webové prvky.

oDesk provozuje affiliate program skrze partnera Commission Junction. Nabízí 50 USD za každého doporučeného zaměstnavatele a 0.50 dolarů za každého doporučeného pracovníka. Provize za zaměstnavatele je uvolněna v momentě, kdy tento zadá a potvrdí oDesku detaily své kreditní karty. Provize za doporučeného pracovníka je uvolněna v momentě, kdy se tento přihlásí na první projekt. Tento program však vyžaduje speciální registraci do Commission Junction a výtěžky z něj se tudíž nepřipisují na účet uživatele v oDesk, ale na účet v Commission Junction. Tento program se soustřeďuje na majitele webů a nabízí širokou škálu prvků pro použití na stránkách, včetně formátů pracujících s výpisem konkrétně otevřených projektů, které jsou na základě klíčových slov natahovány přes RSS.

Freelancer.com také provozuje vlastní affiliate program, v němž nabízí provizi ve výši 90 procent ze své provize po dobu 90 dnů od registrace nového pracovníka. Při použití

³⁰ Does Elance have a Referral Program. *Elance* [online]. 2009 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://elance.zendesk.com/entries/34983-Does-Elance-have-a-Referral-Program->

modulu na pozvání přátel je provize 1 USD za pozvaného pracovníka. Jak poznamenávají uživatelé Freelancer.com, tento program není příliš výhodný, vzhledem k faktu, že pouhá adopce systému trvá zhruba 1 měsíc. Za sledované období 3 měsíců od registrace tudíž větší provize neudělá téměř žádný z uživatelů. Referent také nemůže v žádném okamžiku pobírat provize za více než 100 doporučených uživatelů.

Tabulka Srovnání Affiliate programů

<i>Kdo</i>	<i>Za zaměstnavatele</i>	<i>Za pracovníka</i>	<i>Kredit na účet ve službě?</i>	<i>Limit</i>
Odesk	50 USD	0,5 USD	Ne	Ne
Elance	10 USD	+ 10 projektů oba	Ano	Ne
Freelancer	Omezená procenta provize	Omezená z procenta z provize	Ano	3 měsíce, max. 100 referralů

Ze srovnání affiliate programů tak vychází jako nejvýhodnější program oDesku, na pomyslném druhém místě se nachází Elance a trojici uzavírá affiliate program Freelancer.com, který je pro uživatele nejméně výhodný.

6.1.4 Týmové a agenturní nástroje

oDesk umožňuje registrace pracovníků 2 typů - a to agenturní a osobní. Agenturní registrace umožňuje uživateli-agentuře tvořit tým a jménem členů tohoto týmu reagovat na pracovní nabídky. Uživatel-agentura pak fakticky funguje jako zajišťovatel práce pro celý tým se schopností úkoly delegovat jednotlivým členům. V případě jednotlivých členů agenturního týmu se tito mohou rozhodnout, zda při přihlašování se k nabídce budou přihlašovat sebe jako nezávislého pracovníka, případně jako člena agenturního týmu. Tuto možnost má při podávání

6.1.4 Pracovní kvóty

Většina online pracovních tržišť uplatňuje nějaké kvóty související s počty odeslaných odpovědí na poptávky zaměstnavatelů. Ať už proto, aby bylo zoufalým uživatelům zabráněno přihlašovat se na jakoukoli práci bez ohledu na její požadavky, nebo samozřejmě z důvodu

efektivní monetizace uživatelů. Tyto kvóty lze navyšovat například zakoupením placeného členství či ověřením identity.

Základní kvóta u oDesku je 20 kontaktů za týden, s možným navýšením po ověření totožnosti. Například Freelancer ale počet kontaktů používá jako jedno z hlavních omezení svých tarifů zdarma, a tak neplaticím členům umožňuje pouze 8 kontaktů měsíčně. V nejlevnějším placeném členství je pak již zahrnuto 50 kontaktů a v nejdražším tarifu 500.

6.1.5 Řešení sporů

I při plnění pracovních úkolů může dojít k neshodám, proto se pojďme podívat na nástroje a procesy, které jednotlivá srovnávaná tržiště uplatňují při řešení sporů mezi pracovníky a zaměstnavateli. Řešení sporů mají ve svých podmínkách všechny tři ze srovnávaných tržišť, každé z nich však k procesu přistupuje trochu jinak.

oDesk se zabývá řešením sporů pouze krátkým odstavcem ve svých všeobecných podmínkách.³¹ Dozvídáme se, že řešení sporů facilitované tržištěm je k dispozici pouze u projektů s hodinovou sazbou. Časem pro vznesení námitek je časový úsek následující po uzavření pracovního týdne, pokud však zaměstnavatel námitky nevznese, má se za to, že je vše v pořádku a peníze jsou automaticky vyplaceny. Jsou-li vzneseny námitky, oDesk provede šetření a rozhodne o případném krácení hodin.

E lance má proces řešení sporu ve srovnání s předchozím tržištěm mnohem lépe dokumentovaný.³² V případě projektů s hodinovou sazbou se jedná stejně jako v předchozím případě o pouhé šetření v rámci výkazu práce. Aby mohlo být šetření vůbec provedeno, musí být při projektu použit monitorovací nástroj Elance, jehož data jsou pro šetření rozhodující. Důležité je, aby práce zachycená v tomto nástroji byla relevantní k projektu, nebo zaznamenaným instrukcím klienta, odpracované hodiny by neměly přesahovat dohodnutý týdenní limit a klient musí mít nastavené automatické platby za práci.

Elance nabízí jako jediné z tržišť řešení sporů i u projektů s úkolovou mzdou. Jedná se o třístupňový proces, kdy na prvním stupni je jednání pracovníka a zaměstnavatele pomocí speciálního formuláře. Pokud nedojde k dohodě, ve druhém stupni se zapojuje Elance jako facilitátor, přičemž zorganizuje konferenční hovor se všemi zúčastněnými stranami, jehož cílem je dospět k dohodě. Pokud konferenční hovor nevede k dohodě, případně se jedna ze

³¹ Terms. ODesk [online]. 2013 [cit. 2013-10-28]. Dostupné z: <https://www.odesk.com/info/terms/#hold>

³² Dispute Resolution Process. Elance [online]. 2012 [cit. 2013-10-28]. Dostupné z: <http://help.elance.com/entries/20999643-Dispute-Resolution-Process>

stran hovoru neúčastní, má jak pracovník, tak zaměstnavatel právo vyvolat třetí stupeň procesu – Arbitráž. V tomto případě se jedná o regulérní arbitrážní proces před třetí stranou která bude vybrána společností Elance. Poplatek za arbitráž činí 399 USD u sporů do 1000 USD a 750 USD u sporů nad 1000 USD. Poplatek je hrazen z 1/3 každým účastníkem sporu – tedy zaměstnavatelem, pracovníkem a Elance. Náklady na arbitráž pro jednu stranu tedy činí 133 USD v případě sporu do 1000 USD a 250 USD v případě sporu nad 1000 USD.

Freelancer nabízí asistenci při řešení sporů pouze u projektů, které využívají platbu po milnících. Takováto platba je po vykonání práce do úrovně určeného milníku uvolněna pracovním tržištěm k vyplacení pracovníkovi. K vyplacení dojde pouze v případě, kdy se zaměstnavatel i pracovník shodnou na faktu, že plnění má nastat. Pokud dojde k neshodě, může kterýkoli z nich iniciovat čtyřstupňový proces řešení problémů za asistence pracovního tržiště³³. V prvním stupni se jedná především o identifikaci problému, přičemž jsou obě strany vyzvány k předložení jakýchkoli důkazů. Pracovník je vyzván k uvedení ceny, kterou za práci ve stavu při zahájení rozepře vyžaduje, zaměstnavatel je požádán o uvedení částky, kterou je ochoten za tu samou práci uhradit. Ve druhém stupni se jedná o dialog mezi oběma stranami sporu, v němž mají šanci se dohodnout alespoň na částečné kompenzaci. Pokud nedojde k dohodě, má každá ze stran možnost zaplatit poplatek ve výši 5 USD případně 5% z hodnoty sporu a zaplacením poplatku tak dostat spor na třetí stupeň, v němž se čeká na uhrazení shodné poplatku druhou stranou, která má lhůtu 4 pracovní dny. Pokud nedojde k uhrazení poplatku druhou stranou, je automaticky dáno za pravdu straně, která řízení iniciovala. Třetí stupeň je zároveň poslední možností pro dodávání důkazních materiálů, oba účastníci sporu se také naposledy mohou dohodnout na smírném řešení. V takovém případě se zaplacené poplatky vrací. Ve čtvrtém a posledním stupni procesu tým pracovníků tržiště posoudí předložený důkazní materiál a vydá konečné rozhodnutí. Účastníkovi sporu, který zvítězí, je následně refundován poplatek.

Tabulka Řešení sporů

<i>Tržiště</i>	<i>Typ projektů</i>	<i>Milník k použití ve sporu</i>	<i>Poplatek (nejvyšší možný)</i>

³³ User Agreement for Freelancer.com. Freelancer.com [online]. 2013 [cit. 2013-11-03]. Dostupné z: <http://www.freelancer.com/page.php?p=info/terms>

Odesk	hodinové	týden	0 USD
Elanca	hodinové/fixní	týden/projekt	0/133-250 USD
Freelancer	fixní s milníky	dle dohody	5 USD/5% (vždy ten vyšší)

Procesy pro řešení sporů jsou u porovnávaných tržišť značně rozdílné. Nejkomplexnější, nestranný a z toho důvodu také nejdražší přístup volí Elance, kde se vyplatí řešit spíše konflikty větší hodnoty. Naproti tomu Freelancer nepoužívá externího arbitra, omezuje však možnost řešení problémů na použití dobrovolného systému úschovy peněz a jejich postupného uvolňování pracovníkovi po dosažení dohodnutých milníků. Tento přístup společně s nízkou cenou procesu je výhodnější pro spory s nižší hodnotou a je přístupnější pro pracovníky. oDesk nabízí řešení problémů pouze u projektů s hodinovou sazbou, proces může iniciovat pouze zaměstnavatel a je zaměřen spíše na nápravu chybného ovládání monitorovacího nástroje pracovníkem. Jako bezplatná nepříliš efektivní varianta z tohoto srovnání vychází nejhůře.

6.1.6 Přístup k datům

Společnosti provozující online pracovní tržiště disponují obrovským množstvím dat týkajících se pracovních nabídek i pracovních návyků. Není proto ničím neobvyklým, že s nimi spolupracují špičkoví datoví vědci.

oDesk v současnosti disponuje výzkumnou platformou, která v reálném čase umožňuje vizualizovat aktivitu na webu v čase a prostoru. Tato platforma vznikla díky spolupráci několika zaměstnanců firmy, kteří jsou zároveň i špičkovými výzkumníky v oblasti práce online a zabývá se vizualizací dat z webu oDesku. Tento opensource nástroj je dostupný na githubu³⁴ k dalšímu použití

Freelancer svá data na webu nezveřejňuje a tak mnohdy došlo ke slovu ruční sčítání kategorií. Elance data zveřejňuje zpětně za každé čtvrtletí, ovšem pouze v grafické formě. některá z těchto dat lze nalézt v přílohách této práce.

³⁴ Gg2d3. GitHub [online]. 2012 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <https://github.com/johnjosephhorton/gg2d3>

6.2 Porovnávané aspekty-možnosti pro zaměstnavatele

V této části se budeme zabývat aspekty online pracovních tržišť, které se týkají zejména zaměstnavatelů. Soustředíme se zejména na náklady, procesy a dostupné typy pracovníků, což jsou klíčové otázky pro každého zaměstnavatele.

6.2.1 Náklady na práci

Na příkladu zaměstnavatele z České republiky lze nastínit možnou úsporu. Vzhledem k metodice výpočtu průměrného příjmu se domnívám, že lepší obraz skutečnosti podává medián mezd v České republice dle předběžných výsledků Českého statistického úřadu činil za druhé čtvrtletí roku 2013 částku 20 944 Kč měsíčně³⁵.

Superhrubá mzda, která vyjadřuje veškeré peněžní náklady na zaměstnance, zejména zdravotní a sociální pojištění činí 28 065 Kč měsíčně. Čistá mzda takového zaměstnance pak činí 16 494 Kč.

Za předpokladu, že průměrný pracovní měsíc má okolo 168 pracovních hodin, lze prostým vydělením měsíční superhrubé mzdy a čisté mzdy počtem pracovních hodin získat údaje vztahující se k hodinovým nákladům na pracovníka. Budeme tedy počítat se superhrubou mzdou 167,- Kč/hodina a čistou mzdou 98,- Kč/hodina. Zatížení takovéto pracovní hodiny odvody (superhrubá mzda – čistá mzda) tak činí 69 Kč, což je zhruba 41 procent ze superhrubé mzdy.

Superhrubá hodinová mzda 167 korun českých odpovídá při kurzu 1 USD – 18.87 CZK přibližně 8,85 USD, přičemž přímo pracovníkovi zůstává 5,2 USD. Odvody z jedné hodiny tedy činí 3,65 USD.

V případě OSVČ při minimálních měsíčních odvodech 1890,- Kč na sociální pojištění a 1748,- Kč na zdravotní pojištění, což jsou částky platné pro rok 2013 činí zatížení 21,65 korun na hodinu práce, za předpokladu odpracování celého pracovního měsíce v rozsahu 168 hodin a současně za předpokladu daňové optimalizace a výsledné nulové daně z příjmu, které je možno dosáhnout například využitím výdajového paušálu a nepřekročením určité výše.

³⁵ Průměrné mzdy - 2.čtvrtletí 2013. *Český statistický úřad* [online]. 2013 [cit. 2013-10-19]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/cpmz090613.doc>

Dá se říci, že zatížení hodiny poplatky by při využití pracovních tržišť nemělo překročit deset procent, jejich využitím je tedy možné při zachování stejných nákladů vizuálně zvýšit odměnu zaměstnance a také odbourat některé administrativní překážky.

Odvody z výdělků skrze pracovní tržiště jsou záležitostí pracovníků, kteří často registrací na pracovním tržišti prohlašují, že veškeré záležitosti týkající se odvodů a daní si řeší sami.

6.2.2 Obecné procesy zaměstnavatele

Obecnými procesy zaměstnavatele jsou myšleny procesy, které musí zaměstnavatel vykonat buďto jednorázově, za účelem zřízení své prezence v pracovním tržišti, případně opakované procesy související s řízením lidských zdrojů najímaných v rámci pracovních tržišť. V této kapitole si podrobně jednotlivé procesy popíšeme a nastíníme rozdíly v porovnání s procesy v organizaci zaměstnávající za pomoci běžných fyzických kanálů.

Jedním z důležitých procesů v rámci řízení lidských zdrojů je nábor pracovníků. Tento proces se odehrává na trhu práce a společnost tak prostřednictvím výběru zaměstnanců může ovlivňovat své budoucí směřování.

Z hlediska společnosti se jedná o proces, na jehož konci je naplnění její potřeby. Společnost zpravidla potřebuje zaplnit pracovní pozici, která buďto nově vznikla, nebo byla uvolněna odchodem či přeřazením jiného pracovníka. Před samotným zahájením náboru by tedy měl být zpracován popis pracovní pozice zahrnující její název, požadavky na dovednosti pracovníka, nadřazené a zejména popis činností vykonávaných pracovníkem.

Takto definované pracovní místo je pak možno obsadit buďto z interních nebo externích zdrojů. Interními zdroji jsou míněni pracovníci, kteří jsou již v organizaci zaměstnáni.

Pro vytvoření popisu pracovní pozice použitelného na online pracovním tržišti je nutné myslet na specifika těchto tržišť. Vyplatí se vybrat z dostupných dovedností a certifikací ty požadované u daného pracovníka. Zároveň je vhodné co nejdetailněji popsat poptávanou práci, včetně například specifických postupů a zkušeností, které mohou pomoci k jejímu zdárnému vykonání. Jelikož se na pracovních tržištích vyskytuje množství pracovníků, kteří masivně odpovídají na téměř každou vypsanou pozici, je vhodné využít i dostupné geografické či reputační filtrování. Namísto těchto metod však někteří zaměstnavatelé využívají jiné způsoby filtrování uchazečů, nejčastěji je někde v popisu pracovní pozice uvedeno klíčové slovo, kterým má pracovník odpověď uvést, aby bylo pro zaměstnavatele

jasné, kteří uchazeči podrobně četli celý popis pracovní pozice. Běžným procesem je takové nabídky neobsahující specifikované klíčové slovo mazat, z důvodu úspory času.

Při tvorbě popisu pracovní pozice je dobré přemýšlet o kompetencích a dovednostech poptávaného pracovníka. Databáze kompetencí Národní soustavy povolání definuje kompetence jako souhrn vědomostí, dovedností, schopností a postojů umožňující pracovní uplatnění a osobní rozvoj jednotlivce. Vyjadřují předpoklady k výkonu určitého souboru činností.³⁶ Jiným přístupem je výklad kompetence jak ji uvádí Plamínek³⁷, který vnímá kompetenci jako způsobilost vzhledem k úloze. Pro účely této práce budeme však využívat spíše Plamínkovo pojetí kompetence, které významově splývá s pojmem dovednost, který bude primárně používán. Pod pojmem dovednosti v této práci rozumíme zejména tzv. hard skills, které lze objektivně kvantifikovat či hodnotit a jsou klíčové pro správné nastavení odbornosti pracovníka.

Při zadávání práce je vždy možné si stanovit rozpočet, ať už se jedná o předpokládanou cenu za hodinu práce, případně cenu za zhotovení celého projektu. Pracovníci ve svých nabídkách vždy uvádějí cenu, za kterou jsou ochotni pracovat, což je pro zaměstnavatele jeden faktorů, které je třeba posuzovat při rozhodování, komu zakázku přidělit. Ve většině případů jsou pracovníci svou nabídkovou cenou vázáni a po zahájení projektu ji nemohou měnit.

6.2.3 Jací zaměstnanci jsou k dispozici?

Je snadné se domnívat, že mezi pracovníky, kteří jsou k dispozici pro práci skrz pracovní tržiště dominují osoby z rozvojových zemí. Nemusí tomu tak být vždy, jak ukazuje žebříček dvaceti zemí s nejvyššími počty zaregistrovaných pracovníků Elance (příloha 1), ze kterého jednoznačně vyplývá, že ze Spojených států je zaregistrováno zdaleka nejvíce pracovníků, a to o necelých 400 000 více, než ze druhé Indie. Pokud situaci zhodnotíme z hlediska objemu odpracovaných zakázek, jsou přední místa žebříčku podobná (příloha 2).

oDesk je na data o poznání skoupější. Určitou představu o populárních dovednostech tak představuje například analýza longtailu v pracovních nabídkách, která ukazuje, že nejčastěji poptávanými dovednostmi jsou ty související s tvorbou a údržbou webových stránek a

³⁶ CDK-Centrální databáze kompetencí. *Databáze kompetencí* [online]. [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: http://kompetence.nsp.cz/napoveda.aspx#Co_jsou_kompetence

³⁷ PLAMÍNEK, Jiří. Vedení lidí, týmů a firem: praktický atlas managementu. 4., zcela přeprac. vyd. Praha: Grada, 2011, 157 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3664-8.

kreativním psaním. Z výzkumného nástroje oDesku pak lze zjistit nejčastější oblasti zadaných projektů v dané zemi. Projekty jsou zařazovány do jedné z následujících hlavních kategorií:

- Web Development
- Writing and Translation
- Administrative support
- Sales and Marketing
- Design and Multimedia
- Customer Service
- Business Services
- Networking and Information systems
- Software development

Podle dat z výzkumného nástroje³⁸ například v České republice v roce 2012 převažovaly práce zaměřující se na webdesign, tedy z kategorie Web Development, a to samotné programování webů (18%), design webů (11 %), dalšími významnými činnostmi jsou překladatelské práce (9%), grafické práce (5%) nebo administraci serverů (5 %). Ostatní činnosti nedosahují hodnoty pěti procent.

Podíváme-li se na okolní státy, zjistíme podobnou strukturu činností například v Polsku, kde mohutně dominuje programování (36 %), naopak Slovensko je spíše zemí grafiků, kteří tam vládou s více než 30 %.

Při pohledu na západ od nás, jmenovitě do Rakouska a Německa, které jsou co do struktury srovnatelné, zaznamenáváme v porovnání s ČR a zbytkem zemí bývalého východního bloku zcela jinou strukturu. V Německu dominují služby, které nejsou spojeny s programováním, nejvýraznější podíl má kategorie Writing and Translation (37%), následována Web Developmentem (23%)

Elance statistiky o pracovnících třídí naprosto odlišným způsobem, z dostupných dat³⁹ se dozvídáme, že zaměstnavateli z České republiky bylo již zadáno přes 3200 projektů, s průměrnou mzdou 18 USD za hodinu. V České republice je také zaregistrováno 2247 pracovníků, kteří zvládli vykonat práci v objemu 800 000 USD. Jelikož je průměrná mzda

³⁸ Country Dashboard from oDesk. ODesk Research [online]. 2012 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://research.odesk.com/visualizations/country-dashboard/#/bubble>

³⁹ Trends. Elance [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <https://www.elance.com/trends/talent-available/geo#GeoRanking>

českého pracovníka na Elance 23 USD, lze předpokládat teoretickou úsporu 5 USD na každou člověkohodina. Dostupná data však bohužel neumožňují další segmentaci dle oborů na úroveň zemí, a tak tato úvaha zůstává pouze v rovině teoretické.

V listopadu roku 2013 bylo na eLance od jeho vzniku evidováno 3 920 570 dokončených projektů. Ve zdrojovém dokumentu byly uvedeny nominální hodnoty, proto bylo třeba při převodu tyto přepočítat na procentuální vyjádření, aby je bylo možno lépe porovnat s ostatními tržišti.

Globální segmentací dle oborů pak bylo zjištěno, že nejčastěji se realizují projekty z kategorie Tvorby webů (32%), Grafického designu (24%), Psaní textů (21,5%) a programování v PHP (11%). Průměrná mzda v těchto oblastech se u těchto projektů pohybovala v rozmezí 18-21 USD na hodinu, přičemž oněch 21 USD byla průměrná mzda Webového programátora a 18 USD se týkalo copywriterů.

Velmi zajímavá jsou však data o největších nárůstech za poslední čtvrtletí, kde k nejvyššímu nárůstu docházelo zejména u velmi specifických longtailových specializací. Důkazem budiž Arbor, systém na ochranu proti DDoS útokům, kde se poptávka pracovníků s jeho znalostmi mezi čtvrtletími zvýšila o 21500%, což je možné přičítat například zvýšené frekvenci DDoS útoků mezi druhým a třetím kvartálem roku 2013. Dalšími výrazně rostoucími byly například projekty v pojišťovnictví, kde došlo ke změně o 4060%, projekty zaměřené na odměňování a motivaci, které rostly o 2050% a konečně projekty s využitím frameworku Spring pro jazyk Java, kdy požadavek na tento specifický framework rostl o 1163%.

Tato data nám ukazují, co se na trhu děje, zejména z hlediska proběhlých projektů a měnících se požadavků zadavatelů práce. Zjišťujeme také to, že více než 52% všech projektů bylo vloženo zadavateli ze Spojených států amerických.

Co se týká pracovníků registrovaných na tomto tržišti, celých 30%, což činí necelý milion z celkového počtu 3 046 497 celkem registrovaných, jich pochází z USA, a jejich průměrná hodinová mzda má výši 29 USD. Ve srovnání s Američany disponují Indové, jejichž celkový podíl na počtu pracovníků činí 17%, mnohem větší hustotou programátorů. Celkem 45% z celkového počtu Indů je zařazeno v kategorii IT, zatímco u amerických pracovníků činí tento podíl pouhých 18%. Američané však nad Indii vítězí v jiné oblasti, a to v Kreativních činnostech, kam se řadí 53% pracovníků registrovaných v USA.

Posvítíme-li si na převládající typ práce, je zde patrný trend, kdy na východě jsou programátoři a na západě kreativci, extrémním příkladem je v tomto případě Rusko, kde se více než 60% registrovaných uživatelů věnuje IT, a to i přes to, že počet registrovaných uživatelů z Ruska je vzhledem k počtu obyvatel docela nízký – pouhých 17504, což Rusko v počtu registrovaných uživatelů řadí na 22. místo, těsně za Nigérii.

Zajímavou metrikou u Elance jsou pracovníci, kteří jsou schopni dle svého prohlášení vykonávat určitou pozici. Zjišťujeme tak, že 54% všech registrovaných uživatelů může pracovat jako Autor textů, 52% jako Administrativní asistent, 43% jako programátor, 26% jako grafický designer, následují online marketéři s 19%, fotografové se 16% a pracovníci zákaznické podpory s 13,5%. Žebříček na dalších místech uvádí experty na Excel, Word, Photoshop, HTML a design prezentací. Součet logicky překračuje 100%, jelikož mnoho pracovníků má široké spektrum schopností, díky čemuž nemohou spadat pouze do jedné kategorie.

Freelancer je na tom co se týká dat o segmentaci dostupných pracovníků zdaleka nejhůře. Neposkytuje veřejně data o počtu pracovníků ve vztahu k oborům práce, místo toho zdůrazňuje hledání dle klíčových slov. Vzhledem k přísné kategorizaci byl ručním sečtením profilů v kategorii Freelancers from Czech Republic zjištěn počet registrovaných pracovníků z České Republiky. Takto zjištěný počet 117 pracovníků však ve srovnání s ostatními tržišti působí jako velmi nízký, proto si netroufáme mu důvěřovat, zvláště vzhledem k možným machinacím ze strany samotného Freelancer.com, na které upozorňuje například Miller.⁴⁰

V této části si můžeme povšimnout několika zajímavých věcí, například že není pravdou, že nejpočetnější skupinou pracovníků na srovnávaných tržištích jsou Indové, což nám přesvědčivě ukazují data ze 2 tržišť. Dále je zde zřetelná diskrepance v typu nejčastěji vykonávané práce, kde se jasně patrné dělení na Východ a západ, přičemž toto rozdělení zhruba reflektuje železnou oponu. Ve východním bloku převažují programátoři a na západě spíše kreativci a copywriteři.

Co se týká specializace, nedá se jasně určit, které z porovnávaných tržišť se na co specializuje, ovšem vzhledem k akvizicím Freelancer.com, které zahrnovaly tržiště pro kodéry se dá spekulovat o jeho jistém příklonu na programátorskou stranu. Data týkající se

⁴⁰ MILLER, Nicole. Freelancer.com's Hyperbolic Statistics. In: Just Outsourcing [online]. 2013 [cit. 2013-12-05]. Dostupné z: <http://www.justoutsourcing.com/freelancer-coms-hyperbolic-statistics.php>

změn poptávky zase do situace na trhu promítají všeobecnou situaci ve společnosti, či v oboru.

6.3 Porovnávané aspekty – možnosti pro pracovníky

V této části si obecně popíšeme procesy na pracovním tržišti z pohledu zaměstnance a budeme věnovat srovnání důležitých aspektů významných tržišť z pohledu zaměstnance. Postupně srovnáme jednotlivé aspekty u všech vybraných tržišť.

6.3.1 Legální aspekt pro pracovníky

Mashable upozorňuje na nejednoznačnost právních úprav a těžké posuzování místa výkonu práce při přeshraniční práci na dálku⁴¹. Legalitu celého vztahu ponechávají provozovatelé pracovních tržišť v kompetenci pracovníků a zaměstnavatelů, role pracovního tržiště je v tomto případě pouze zprostředkovatelská. Český pracovník by při souvislé činnosti na zahraničním tržišti měl mít například živnostenské oprávnění, a ve většině případů se díky poskytování služeb do zahraničí stává i osobou identifikovanou k dani.⁴², jelikož daný zákon jasně stanovuje jako místo plnění pro online služby sídlo odběratele.

6.3.2 Registrace a osobní údaje

Proces registrace a vyžadované osobní údaje se mezi jednotlivými službami mohou lišit. U některých je možnost využít přihlášení pomocí Single Sign On, která je napojená na účty na sociálních sítích. Běžně se také využívá dodatečné ověření telefonního čísla, které je například u Elance povinné před prvním výběrem vydělaných prostředků.

Elance umožňuje ověření identity přes svého partnera, společnost Aristotle. Rozšířené ověření identity v tomto případě odstartuje nahrání jednoho identifikačního dokladu (OP, Pas, řidičský průkaz), poté následuje Skype rozhovor s pracovníkem ověřovací agentury⁴³. V případě úspěšné verifikace pracovník získá speciální ikonku do svého profilu. Tato ikonka pak podobně jako na Twitteru podtrhuje status speciálně verifikovaných uživatelů a tím je odlišuje od ostatních, neověřených.

⁴¹ 14 Illegal Things You're Doing on the Internet. In: LU, Denise. Mashable [online]. 2013 [cit. 2013-08-22]. Dostupné z: <http://mashable.com/2013/08/22/illegal-internet-activity/#gallery/x-illegal-things/5216547fb589e4640f00047b>

⁴² Zákon o dani z přidané hodnoty. In: 235/2004 Sb. 2013, §6 g-i.

⁴³ What is ID Verification?. Elance [online]. 2012 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://elance.zendesk.com/entries/21210777-id-verification-for-contractors>

oDesk operuje podobným způsobem, kdy nabízí pracovníkovi výměnou za ověření identity zvýšený počet odpovědí na nabídky, stále si však vyhrazuje právo požádat o prokázání totožnosti kteréhokoli uživatele, zejména těch, které vyhodnotí jako podezřelé. Pouze na základě svého rozhodnutí také může pozastavit vyplácení peněz do doby, než pracovník svou totožnost prokáže. Pokud tak neučiní, může situace v nejhorším případě vyústit až v kompletní zrušení účtu.⁴⁴

6.3.3 Vyhledávání práce

Proces vyhledávání práce probíhá nejčastěji monitorováním klíčových slov, které jsou ve většině případů shodné s dovednostmi pracovníka. Některé služby však počet uvedených kompetencí na profilu limitují, případně váží na úroveň členství. Dále je také často k dispozici výpis projektů řazený dle kategorií, případně dle kompetencí.

6.3.4 Profily

Většina tržišť práce pracuje s profily, kde uživatelé prezentují své dovednosti, pracovní zkušenosti či portfolia svých prací. V profilech také bývá často k dispozici historie projektů, na kterých uživatel pracoval v rámci daného serveru. Klíčovou součástí profilů jsou pak dovednosti pracovníka, jeho hodnocení předchozími klienty a případně i běžná hodinová sazba.

Tržiště soustřeďující se na microtasks nenabízejí tradiční profily uživatelů, které by zahrnovaly jejich dovednosti a detaily. Vzhledem k tomu, že úkoly často nevyžadují specifické znalosti, jsou některé zajímavější úkoly podmíněny geografickým umístěním uchazeče, což je logické u úkolů vyžadujících znalost reálií a/nebo specifického jazyka. Přístup k „lepším“ úkolům také bývá otevřen pouze uživatelům s určitým počtem již splněných úkolů.

Tento přístup tudíž slouží jako filtr proti „nezkušeným“ uživatelům, kteří mohou pracovat pouze na úkolech, které nejsou nijak omezené. Víceúrovňový systém přístupu k úkolům tak nahrazuje klasický reputační systém. V případě, kdy reputační systém není v tržišti přítomen, případně není velmi viditelný, je stupňování často jednou z mála metod jak identifikovat pokročilé pracovníky. Tento přístup je velmi častý u tržišť soustřeďujících se na microtasks, kde k práci není třeba žádných zvláštních znalostí.

⁴⁴ What documents are acceptable for ID Verification?. ODESK. ODesk Help Center [online]. 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <https://support.odesk.com/entries/23058042>

U většiny ostatních tržišť mohou zaměstnavatelé samozřejmě také uplatňovat filtry: nejčastěji se jedná o geografické umístění potenciálních pracovníků, počet odpracovaných hodin přes danou platformu, případně požadované minimální průměrné hodnocení.

Tyto požadavky pak dávají vzniknout nabídkám práce, kdy dochází k zadání poměrně jednoduchých úkolů se zanedbatelným platem, u kterých bývá často zřetelně uvedeno, že jsou vhodné pro vybudování reputace pro nové pracovníky, případně pro vylepšení průměrného skóre pro ty stávající.

Tržiště vybraná pro srovnání profily plně využívají. Je tomu tak proto, že úkoly na nich prezentované již vyžadují specifické znalosti a dovednosti.

6.3.5 Prokazování dovedností

Uvedení dovedností na profilu je ve většině případů jednostranným prohlášením pracovníka. Stejně jako u dovedností uváděných v životopisech se zde do značné míry projevuje subjektivní nadhodnocení. Pracovní tržiště proto často poskytují testy prokazující dovednosti, buďto připravené přímo pro potřeby daného tržiště, nebo dodávané vzdělávacími společnostmi.

Většinou jsou testy standardizovány na trvání kolem 20 minut, ve většině případů jsou tyto testy limitovány časem. Jedním z prvních testů, které musí pracovník úspěšně složit, aby mohl vůbec tržiště používat bývá test z pravidel. Bez složení tohoto testu není možné odpovídat na nabídky zaměstnavatelů. Dalším z vyžadovaných testů bývá obvykle test ověřující znalost anglického jazyka. Zaměstnavatelé obvykle mají možnost omezit pracovníky hlásící na vypsanou pozici nutností držení jedné nebo několika takových interních kvalifikací. U každé takovéto kvalifikace bývá k dispozici nějaká forma leaderboardu, která ukazuje pracovníky s nejvyšším skóre v daném testu. Tito si pak mohou na profilu zobrazit medaili, která ukazuje, že se v daném testu umístili na prvním, druhém či třetím místě. Takto mohou pracovníci zdůraznit svou zkušenost v daném oboru. Vzhledem k tomu, že odpovědi na většinu z těchto testů lze volně nalézt na internetu, není jejich vypovídací hodnota příliš vysoká. U některých tržišť je také možné zamezit zobrazování neúspěšně vykonaných testů, případně opakování těch úspěšně vykonaných za účelem dosažení vyššího skóre.

oDesk k tomuto účelu využívá testy společnosti expertrating.com, což lze vidět v adresním řádku při vykonávání testu (Příloha č.8). K označování vynikajících výsledků používá tři stupně percentilů, jejichž grafické znázornění lze vidět v příloze č. 9 a jsou zobrazovány na veřejném profilu pracovníka – mají tři úrovně Top 10 %, 20 % a 30%, které

označují umístění mezi všemi uživateli, kteří skládali daný test. V detailu vykonaného testu (Příloha č.9) je pak k dispozici umístění mezi ostatními s přesností na jednotlivé místo a zejména možnost absolvovat test znovu, pro získání vyššího skóre. Mezi jednotlivými pokusy však musí uběhnout nejméně jeden měsíc.

6.3.6 Dodatečné nástroje

Mnohá pracovní tržiště nabízejí exkluzivně pro své klienty speciální nástroje. Ve většině se jedná o nástroje na monitorování pracovníků. Některá tržiště nabízejí i další podpůrné nástroje například na testování software nebo na správu projektů.

V současné době nabízejí nástroj na monitorování pracovníků pouze dvě ze srovnávaných tržišť: oDesk a Elance. Tyto nástroje se používají zejména u projektů s hodinovou mzdou.

Monitorovací nástroj oDesku pod názvem oDesk Team je samostatnou aplikací, poskytuje také monitorování obrazovky a automatizované výkazy práce na projektech, spolu s tím však zaznamenává i počet stlačených kláves a aktivitu myši. Tyto údaje, sbírané po celou dobu práce, jsou spolu se snímkem obrazovky ukládány na server náhodně jednou za standardizovaný časový úsek, který činí 10 minut. Časování tohoto úseku se řídí podle hodin, nikoli podle času začátku práce. Toto je jedním z problematických míst dané aplikace, kde svou roli hraje prvek náhody. Pokud tedy dojde k začátku práce například v čase 10:08, je možné, že se úsek 10:00-10:10 do výkazu práce buďto započítá, nebo nezapočítá (s pravděpodobností 80 procent k započtení nedojde). Je tedy vhodné začínat pracovat co nejdříve poté, co započne desetiminutový blok, jelikož se tím zvyšuje pravděpodobnost jeho záznamu ke 100 procentům. Ze stejného důvodu je pro pracovníka nejvýhodnější ukončit pracovní blok těsně po odeslání dat na server.

Nástroj oDesk Team však není pouze monitorovacím nástrojem, poskytuje také možnost přímé komunikace mezi účastníky projektu pomocí chatu. Ostatní členové týmu tak vidí, kdy jsou ostatní online a mohou s nimi přímo komunikovat, vidět úroveň jejich aktivity i detailní logy.

Tento nástroj také prakticky zajišťuje zaměstnavateli kontrolu nákladů. Jelikož ve většině případů je smluvena maximální hodinová týdenní dotace, je po jejím dosažení uživateli zobrazeno varování (Příloha č.7) a hodiny odpracované nad tuto hranici a odpracované v rámci aplikace nejsou pracovníkovi automaticky propláceny, záleží pak na další domluvě se zaměstnavatelem, zda se jedná schválený či nutný přesčas. oDesk garantuje

platbu za použití nástroje Team pouze v rozsahu omezených hodin, pokud bylo zadavatelem omezení nastaveno.

Nástroj na monitorování pracovníků poskytovaný Elance pod názvem Elance Tracker funguje na platformě Adobe AIR, jedná se tedy spíše o doplněk, než samostatnou aplikaci. Poskytuje základní funkce, tj. monitorování obrazovky v průběhu práce a automatické generování pracovních výkazů. Neumožňuje však přímou online komunikaci s ostatními členy týmu.

Nástroje oDesku a Freelance jsou, co se týká nutných základních funkcí, srovnatelné. Poskytují zejména informaci o odpracovaném čase a v desetiminutových blocích i snímky obrazovky pracovníka, které jsou ukládány v online výkazech práce. Při použití na počítačích se systémem Windows je z technologického hlediska výhodnější využít nástroj oDesk, z důvodu lepší integrace se systémem, zároveň disponuje dodatečnou komunikační funkcí, kterou Elance Tracker zatím nemá. Otázkou však zůstává, nakolik je tato komunikační platforma přímo v aplikaci využívána, z tohoto důvodu se proto nejedná o zásadní nedostatek. Elance Tracker vyžaduje instalaci dodatečného aplikačního prostředí, což jej zase předurčuje pro provoz na platformách jiných než Windows. oDesk Team je v současnosti k dispozici pouze pro Windows, Linux a Mac, zatímco Elance postavením svého nástroje na platformě Adobe Air prakticky umožnil jeho fungování na zařízeních s operačním systémem Android, který je s celosvětovým tržním podílem ve výši 43 procent v současnosti nejpopulárnějším mobilním operačním systémem⁴⁵.

Freelancer v současnosti žádný podpůrný nástroj nemá k dispozici. Trhem proběhlo mezi lety 2010 až 2012 několik mobilních aplikací, všechny však mají funkčnost podobnou přístupu z prohlížeče, a tak si žádná z nich nevysloužila u uživatelů příliš kladných hodnocení.

6.3.7 Cena pro pracovníky

Pracovní tržiště, podobně jako většina podnikatelských subjektů na trhu, podnikají za účelem dosažení zisku. Tento udržují díky poplatkům za zprostředkování a dalším poplatkům, které jsou účtovány v rozličných výších a vybírány od zaměstnavatelů i pracovníků. V této podkapitole se zaměříme na poplatky placené pracovníky.

⁴⁵ MAHAPATRA, Lisa. Android Vs. iOS: What's The Most Popular Mobile Operating System In Your Country?. In: International Business Times [online]. 2013 [cit. 2013-11-17]. Dostupné z: <http://www.ibtimes.com/android-vs-ios-whats-most-popular-mobile-operating-system-your-country-1464892>

oDesk vybírá od pracovníků poplatek deset procent z jakékoli vydělané částky. Tento poplatek je daní za využívání tržiště. Pracovníci zadávají ceny bez poplatku, ten je následně připočítán k výsledné ceně a uhrazen zaměstnavatelem. Zaměstnavateli poptávané ceny však v sobě již poplatek zahrnují, a proto zájemci o práci automaticky vydělají pouze 90 procent částky, uvedené v poptávce zaměstnavatelů. Tato částka je dále ponížena o poplatky za výběr bankovním převodem či do elektronických peněženek.

Elance využívá podobný model jako oDesk, jen procentuální výše servisního poplatku je jiná, a to 8,75 procenta⁴⁶. Elance také umožňuje pracovníkům výběr z prémiových členství na několika úrovních v cenovém rozmezí 10-60 USD měsíčně. Takoví prémioví členové mají oproti základním členům určité výhody, zejména větší počet dostupných interakcí, možnost zadání více klíčových kompetencí, přední pozice ve výsledcích vyhledávání nebo

Freelancer.com účtuje poplatky v závislosti na úrovních členství. Pro základní úroveň členství platí poplatek 10 procent nebo 5 USD z hodnoty fixního projektu, přičemž z těchto dvou je vybírán ten poplatek, který je vyšší. Pro projekty s hodinovou sazbou

Některé z pracovních tržišť nabízejí placené členství, které zahrnuje lepší sazby poplatků a provizí. Nabídka úrovní placeného členství je většinou zpoplatněna fixní měsíční částkou a může zahrnovat rozšířené služby, vyšší limity kontaktů či upravenou výši některých poplatků.

Spočítejme si tedy, při jakém objemu peněz se členství vyplatí Freelancer.com nabízí 4 úrovně placeného členství a to základní za 4,95 USD, plus za 9,95 USD měsíčně, Standardní za 24.95 měsíčně a Premium za 49.95 USD měsíčně. Tyto úrovně členství v sobě zahrnují nadstandardní služby, a od Varianty standard a výše také úpravu provizí, kdy procentuální provize je u varianty Standard 5 procent a u varianty Premium 3 procenta.

Spočítejme si také objem výtěžku pracovníka, při kterém se mu varianty Standard a Premium vyplatí, za předpokladu že výše jednotlivých provizí budou načítány procentuálně, tj. že výše každé jednotlivé provize u varianty Standard překročí 4 USD a u varianty Premium 3 USD. Při variantě Standard, dojde k úspoře 25 USD při inkasování 500 USD, tento typ členství je tudíž výhodný pro pracovníky, kteří na projektech s určenou částkou inkasují více než 500 USD měsíčně. Při variantě Premium dojde k úspoře 49,95 USD při inkasování 714

⁴⁶ How much does Elance cost?. In: *Elance* [online]. 2009 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://help.elance.com/entries/34733-How-much-does-Elance-cost->

USD, tento typ členství je tudíž výhodný pro pracovníky, kteří inkasují více než 714 USD měsíčně.

Úrovně členství se vztahují k uživatelskému účtu, a proto přinášejí další výhody i pro zaměstnavatele. Například ve variantách Standart a premium je zadávání jakýchkoli projektů zcela bez základního poplatku.

oDesk nenabízí placené členství v úrovních, nabízí však speciální program oDesk Payroll, který je v podstatě pracovní agenturou a zajišťuje pracovníkům v něm zapojeným sociální a zdravotní pojištění a administrativu ve vztahu ke státním organizacím. Tento program je v současné době určen pouze pro obyvatele USA a Kanady.

eLance nabízí 3 úrovně placeného členství pro pracovníky, a to Individual za 10 USD měsíčně, Small Company za 20 USD/měsíčně, Large Company za 60 USD/měsíčně. Tyto úrovně placeného členství jsou spojeny pouze s dodatečnými benefity, nikoli s úpravou výše provize, proto je velmi obtížné výpočtem vyjádřit jejich výhodnost. Stejně jako oDesk nabízí Elance Payroll program, který je určen občanům USA. Náklady zaměstnavatele jsou v tomto případě fixní, a to ve výši 20 procent.

Důležitou vlastností payroll programů je fakt, že pracovní tržiště v něm de facto vystupuje jako pracovní agentura. Při určitém objemu práce tak pracovníkovi vzniká nárok na zdravotní pojištění, sociální pojištění či investiční pojištění. Tyto programy jsou specificky nabízeny pracovníkům i klientům, kteří spolupracují na dlouhodobé bázi.

Nejzajímavější mezi placenými členstvími je rozhodně nabídka Freelancer.com, která umožňuje při výpočtu objemu práce významně ušetřit na poplatcích, a to jak zaměstnavateli tak pracovníkovi. oDesk, který žádné úrovně prakticky nenabízí je v tomto ohledu v pozici toho, kdo nic nedělá a nic nezkazí. Pracovník skrze oDesk tak nemá příliš příležitostí pohnout s desetiprocentní provizí. Nejhorší nabídku v poměru cena/výkon nabízí Elance, jehož nejdražší programy nabízejí pouze nejrůznější zvýraznění a zvýhodnění, ale s procentuální výší provize vůbec nehnou. U programu s cenou 60USD měsíčně tak můžeme stále nalézt standardní výši provize 8,75 procent. Při porovnání s nejdražším programem Freelancer, který snižuje poplatky pro pracovníka na 3 procenta při ceně těsně pod 50 USD je tak jeho pořízení na pováženou.

Tabulka srovnání nejdražších programů placeného členství

<i>Kdo/Typ výběru</i>	<i>Program</i>	<i>Měsíčně</i>	<i>poplatky základ</i>	<i>poplatky s programem</i>
Odesk	NE	-	-	-
Elance	ANO	60 USD	10 %	3 %
Freelancer	ANO	49.95 USD	8,75 %	8,75 %

6.3.8 Výběr peněz pracovníkem

Na výběr vydělaných prostředků se nejčastěji využívají dříve zmiňované internetové peněženky, častou možností je také výběr přímo na bankovní účet. Některé společnosti však jakýkoli výběr v závislosti na metodě výběru prostředků zpoplatňují paušálními částkami. Srovnajme si tedy cenu a dostupné metody výběru peněz u porovnávaných tržišť

oDesk nabízí širokou škálu metod výběru prostředků, počínaje direct depositem a ACH, které jsou však k dispozici pouze obyvatelům USA a nejsou tak relevantní pro naše srovnání. Z relevantních metod je v nabídce Paypal, Payoneer, Skrill a také mezinárodní a v některých oblastech i lokální bankovní převod. Bez poplatku za převod jsou v tomto případě pouze výběry na lokální bankovní účty, které jsou dostupné v Bangladéši, Kolumbii, Indonésii, Keni, Pákistánu, Indii, Uruguaji, Austrálii, Kanadě, Spojených Státech, Velké Británii a na Filipínách. Samozřejmostí jsou také účty umožňující převody v rámci Single European Payment Area (SEPA), které je tudíž možno směřovat i do České Republiky. Velmi přísné podmínky platí pro výběry na Payoneer, kde je minimum 20 USD a paušální poplatek 2 USD za každou provedenou výplatu. Paušální poplatek za výplatu pomocí Paypal, stejně jako za výběr pomocí Skrill činí 1 USD. Tyto poplatky jsou účtovány tržištěm za účelem pokrytí nákladů spojených s odesláním platby a nezahrnují případné poplatky internetovým peněženkám za příjem peněz. Takové poplatky jdou vždy k tíži peněženky příjemce.

eLance nabízí srovnatelnou škálu metod k výběru prostředků: pro obyvatele USA a Kanady je k dispozici ACH a klasický papírový šek, stejně jako bankovní převod. Pro ostatní oblasti je to mezinárodní bankovní převod, zpoplatněný 25 USD. Dále také elektronické platební systémy Paypal, Payoneer a Skrill, kdy si při výběru na kterýkoli z nich pracovní

tržiště neúčtuje žádný poplatek. Samozřejmostí je minimální částka jednotlivé transakce u Payoneer ve výši 20 USD.

Freelancer.com kromě bankovních převodů, Paypal a Skrill také možnost výběru na vlastní brandovanou předplacenou kreditní kartu Mastercard. Freelancer.com má k dispozici lokální bankovní účty v Austrálii, Hong Kongu, Indii, na Novém Zélandu a na Filipínách. Pro tyto země nabízí i expresní výplatu, při níž avizují připsání peněz na bankovní účet pracovníka již do 2-3 pracovních dnů od zadání výběru. Minimální částka pro výběr jakoukoli platební metodou je stanovena na 15 USD. Pracovník platí poplatek pouze za mezinárodní bankovní převod a to ve výši 25 USD.

Tabulka Náklady spojené s výběrem prostředků

<i>Kdo/Typ výběru</i>	<i>Bankovní účet</i>	<i>Paypal</i>	<i>Payoneer</i>	<i>Skrill</i>
Odesk	variabilní	1 USD	2 USD	1 USD
Elance	25 USD	Bez poplatku	Bez poplatku	Bez poplatku
Freelancer	25 USD	Bez poplatku	Bez poplatku	Bez poplatku

Po srovnání možností výběru a jejich zpoplatnění zjišťujeme, že nejvýhodnějšími tržišti v tomto ohledu je Elance spolu s Freelancer.com, kteří nezpoptatňují výběry do online peněženek.

7. Závěr

Tato práce se zabývala online pracovními tržišti. V úvodu jsme si představili důležité koncepty a vztahující se k práci práci mimo kancelář a přes internet. Pracovní tržiště bylo vymezeno vzhledem k běžným pracovním portálům. Byly představeny metodiky odměňování, které jsou nejčastěji aplikovány při práci za použití pracovních tržišť. V části zabývající se historií byly popsány historické koncepty a typy portálů, které v minulosti nabízely práci online, zejména s ohledem na jejich mechanismy, které mohly ovlivnit formování současných pracovních tržišť, nebo jsou současnými online pracovními tržišti stále využívány. Dále byla na příkladech klasifikována specificky zaměřená online pracovní tržiště, která v dostatečné míře nenaplnují kritéria pro plnohodnotné pracovní tržiště. Díky těmto příkladům pak bylo možné lépe odlišit finální okruh analyzovaných plnohodnotných pracovních tržišť, která disponovala podobnými parametry a širším zaměřením.

Těžištěm práce byla komparativní analýza v současnosti nejrozšířenějších globálních služeb umožňujících zaměstnávání přes internet z hlediska jejich použitelnosti a výhodnosti, a to z pohledu zadavatele i vykonavatele práce. Při té bylo zjištěno, že nejpočetnější skupinou na většině pracovních tržištích nejsou Indové, ale obyvatelé Spojených států Amerických. Byl také identifikován předěl ve struktuře vykonávané práce, kdy lze spatřit jasný příklon východu k programování, přičemž pracovníci na západě se zabývají z větší části kreativou. Srovnávaná online pracovní tržiště se zaměřují zejména na služby spojené s programováním a marketingem, stále více jsou však využívána i pro další firemní procesy. Na datech vztahujících se poptávaným dovednostem se také reflektuje vývoj na trhu práce, kdy poptávka po nových dovednostech může narůstat mezi čtvrtletími až o desítky tisíc procent.

Pronikání online pracovních tržišť na lokální trhy lze pozorovat ve snahách velkých globálních hráčů lokalizovat své weby, kdy nejdále je zatím Freelancer.com a na vzniku lokálních služeb jako je easytask v ČR a podobné služby v jiných zemích, například španělský lancetalent.com, který z větší části inspirován freelancer.com, ať už se jedná o grafiku úvodní stránky či systém fungování. V práci byl také popsán současný stav na poli lokálních služeb v České Republic, kdy projektem, který se na současném českém trhu nejvíce blíží plnohodnotnému pracovnímu tržišti je služba EasyTask.

Při zpracovávání práce bylo jednou z největších obtíží nalezení vhodných relevantních zdrojů, jelikož se vědecký výzkum v této oblasti zaměřuje zejména na crowdsourcing, a obecně outsourcing, proto vychází teoretický základ zejména z těchto oblastí. Samostatnou

kapitolou pak byly dva způsoby pohledu na online pracovní tržiště. To může být chápáno jako platforma pro střetávání nabídky a poptávky v reálném čase, případně mnohem striktněji. Proto jsme vymezili kategorii plnohodnotného pracovního tržiště spadající do onoho striktního pojetí, toto vymezení se pak stalo i východiskem pro analýzu.

7.1 Doporučení pro pracovníky

Online pracovní tržiště jsou prostředím, v němž lze nabídnout své služby či schopnosti širokému okruhu zájemců. Velmi kontroverzním tématem je otázka soukromí pracovníků, v případě že mají nainstalovanou sledovací aplikaci. Dále zde vyvstává i otázka možného vykořisťování pracovníků z rozvojových zemí⁴⁷. Zástupci pracovních portálů však v kontaktu s médii zmiňují především pozitiva a benefity pro takovéto pracovníky. Na nízkopříjmové skupiny a pracovníky s nízkou kvalifikací má však outsourcing směřovaný do jejich země co se týká výše mezd spíše negativní dopad, naopak na pracovníky s vyšší odborností čeká ve většině případů zvýšení mzdy.⁴⁸

Práci na pracovním tržišti lze v tomto ohledu doporučit spíše pracovníkům s vyšším vzděláním, na jejichž práci se primárně zaměřují v této práci porovnávaná plnohodnotná pracovní tržiště. Z finančního hlediska je pro pracovníka nejméně výhodný oDesk, který má stabilní desetiprocentní poplatek, ale zato velmi přehledné uživatelské rozhraní a nejlepší týmovou aplikaci. V poměru cena výkon je pro pracovníka na hodinové mzdě finančně nejvýhodnější eLance, kde se však částečně projevuje jeho převažující IT zaměření, což zkresluje průměrné hodnoty. Pro velké objemy práce na zakázkách s pevnou cenou je zase vhodný Freelancer, kde lze volbou vhodného placeného tarifu značně ušetřit na poplatcích.

7.2 Doporučení pro zaměstnavatele

Využívání online pracovních tržišť znamená pro zaměstnavatele adaptaci na nové procesy. Pracovníci z online pracovních tržišť mohou přinést nové nápady a doručit kreativní a kvalitní výsledky, je však nutné věnovat zvýšenou pozornost jejich výběru. Za silné stránky pracovních tržišť lze považovat přístup k širšímu spektru pracovníků, a to i těm, kteří mají specifické dovednosti. Na porovnávaných pracovních tržištích převládají obory jako je

⁴⁷ KUŽNÍK, Jan. Programátor bral statisíce dolarů a koukal na videa. Dřel za něj Číňan. IDnes.cz [online]. 2013 [cit. 2013-01-27]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/za-programatora-pracoval-cinan-dme-sw_internet.aspx?c=A130118_124243_sw_internet_kuz

⁴⁸ GEISHECKER, Ingo a Holger GÖRG. Winners and losers: a micro-level analysis of international outsourcing and wages. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*. Blackwell Publishing Inc, 2008/02/01, roč. 41, č. 1, s. 243-270. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2966.2008.00462.x>

programování, design či nejrůznější práce s texty a copywriting. Což však neznamená, že vzhledem ke konstantnímu vývoji v blízké době nemůže dojít ke změně

Pracovní tržiště se hodí spíše pro krátkodobé projekty. Jejich využití pro dlouhodobé zaměstnávání je zejména po finanční stránce značně nevýhodné. Pokud přes pracovní tržiště spolupracujeme se spolehlivým pracovníkem a máme administrativní kapacity k jeho přímému zaměstnání, je to častou možností nabídnout mu kontrakt bez využití pracovního tržiště. Důležitým krokem je pak definice spolupráce s pracovníkem, a to již od prvního vystavení popisu práce, který by měl být co nejsrozumitelnější a nejobsáhlejší.

Pro společnosti je nejlepší volbou oDesk, jelikož bez použití programu Payroll, který je určen pro dlouhodobější spolupráci a limitován na uživatele z USA neplatí zaměstnavatel žádné poplatky a má k dispozici jednoduché a přitom funkční rozhraní. Nově je také možné označit, zda má zájem spíše o kvalitu, nebo o nižší cenu. oDesk je také tržištěm, kde lze nalézt ty nejlevnější pracovníky z široké škály oborů. Pro zadávání práce, která není vykonávána s hodinovou ve větším objemu je dobrou volbou také Freelancer, vzhledem k širší placených tarifů.

Zdroje:

14 Illegal Things You're Doing on the Internet. In: LU, Denise. Mashable [online]. 2013 [cit. 2013-08-22]. Dostupné z: <http://mashable.com/2013/08/22/illegal-internet-activity/#gallery/x-illegal-things/5216547fb589e4640f00047b>

About Freelancer.com. Freelancer.com [online]. 2013 [cit. 2013-03-01]. Dostupné z: <http://www.freelancer.com/info/about.php>

BRYAN, Lowell, Claudia JOYCE a Leigh WEISS. Making a Market in Talent. In: McKinsey&Company [online]. 2006 [cit. 2013-11-26]. Dostupné z: http://www.mckinsey.com/insights/organization/making_a_market_in_talent

CDK-Centrální databáze kompetencí. *Databáze kompetencí* [online]. [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: http://kompetence.nsp.cz/napoveda.aspx#Co_jsou_kompetence

Country Dashboard from oDesk. ODesk Research [online]. 2012 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <http://research.odesk.com/visualizations/country-dashboard/#/bubble>

ČEVELOVÁ, Magdalena. Crowdsourcing. In: Marketingová kouzla [online]. 2008-2013 [cit. 2013-01-20]. Dostupné z: <http://www.cevelova.cz/slovnicek/#linkC>

DENNING, Steve. The Boeing Debacle: Seven Lessons Every CEO Must Learn. Forbes [online]. 2013, č. 1 [cit. 2013-01-20]. ISSN 0015-6914. Dostupné z: <http://www.forbes.com/sites/stevedenning/2013/01/17/the-boeing-debacle-seven-lessons-every-ceo-must-learn/>

Does Elance have a Referral Program. *Elance* [online]. 2009 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://elance.zendesk.com/entries/34983-Does-Elance-have-a-Referral-Program->

Dispute Resolution Process. Elance [online]. 2012 [cit. 2013-10-28]. Dostupné z: <http://help.elance.com/entries/20999643-Dispute-Resolution-Process>

DŘÍMALKA, Filip. První měsíc za námi...co se změnilo?. In: Easytask.blog [online]. 2013 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://blog.easytask.cz/prvni-mesic-za-nami-co-se-zmenilo>

ESTELLÉZ, Enrique. What is crowdsourcing? Towards an integrated crowdsourcing definition. Things About Crowdosurcing [online]. 2012 [cit. 2013-11-19]. Dostupné z: <http://www.crowdsourcing-blog.org/que-es-el-crowdsourcing-definicion-de-crowdsourcing/?lang=en>

Freelance marketplace. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2013 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Freelance_marketplace

GEISHECKER, Ingo a Holger GÖRG. Winners and losers: a micro-level analysis of international outsourcing and wages. Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique. Blackwell Publishing Inc, 2008/02/01, roč. 41, č. 1, s. 243-270. Dostupné z: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2966.2008.00462.x>

Gg2d3. GitHub [online]. 2012 [cit. 2013-11-16]. Dostupné z: <https://github.com/johnjosephhorton/gg2d3>

GAREIS, Karsten. eLancing—The Future of Work?. Joint Analytical Network for Using Socio-Economic Research, 2002.

GMYR, Chris. Who Are Google's Quality Raters, and Why Do They Matter?. In: Modo Media Group [online]. 2011 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: <http://www.modomediagroup.com/2011/11/who-are-googles-quality-raters-and-why-do-they-matter/>

HARDY, Quentin. Spot Pornography on Facebook for a Quarter-Cent an Image. In: The New York Times: The Business of Technology [online]. 2011 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: http://bits.blogs.nytimes.com/2011/12/05/spot-porn-on-facebook-for-a-quarter-cent-an-image/?_r=0

HOWE, Jeff. The Rise of Crowdsourcing. *Wired*. 2006, č. 14. ISSN 1059-1028. Dostupné z: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>

How much does Elance cost?. In: *Elance* [online]. 2009 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://help.elance.com/entries/34733-How-much-does-Elance-cost->

HRUŠKA TVRDÝ, Lubor. Změny na trhu práce a perspektivy vzdělanosti. Vyd. 1. Ostrava: VŠB - Technická univerzita Ostrava, 2008, s. 19-20. ISBN 978-80-248-1729-3.

Infografika: Výhody a nevýhody outsourcingu. In: Easytask.blog [online]. 2013 [cit. 2013-11-24]. Dostupné z: <http://blog.easytask.cz/infografika-vyhody-a-nevyhody-outsourcingu>

JANOTA, Martin. Digital currencies: Analysis of Bitcoin demand. Praha, 2013. Bakalářská práce. IES FSV UK. Vedoucí práce PhDr. Ing. Jiří Skuhrovec.

JØSANG, Audun, Roslan ISMAIL a Colin BOYD. A survey of trust and reputation systems for online service provision. Emerging Issues in Collaborative Commerce. 20073, roč. 43, č. 2, s. 618-644. Dostupné z: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167923605000849>

KASÍK, Pavel a Jan KUŽNÍK. Český pan YouTube: Nechceme lidi reklamou otravovat. Technet.cz [online]. 2013 [cit. 2013-08-25]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/robert-kyncl-youtube-057-/sw_internet.aspx?c=A130710_125638_sw_internet_kuz

KUŽNÍK, Jan. Programátor bral statisíce dolarů a koukal na videa. Dřel za něj Číňan. IDnes.cz [online]. 2013 [cit. 2013-01-27]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/za-programatora-pracoval-cinan-dme-/sw_internet.aspx?c=A130118_124243_sw_internet_kuz

MAHAPATRA, Lisa. Android Vs. iOS: What's The Most Popular Mobile Operating System In Your Country?. In: International Business Times [online]. 2013 [cit. 2013-11-17]. Dostupné z: <http://www.ibtimes.com/android-vs-ios-whats-most-popular-mobile-operating-system-your-country-1464892>

METHOD OF OUTSOURCING EVERYDAY TASKS [patent]. USA. 839705, 11. neuděleno. Dostupné z: <http://www.google.com/patents/US20080221964>

MILLER, Nicole. Freelancer.com's Hyperbolic Statistics. In: Just Outsourcing [online]. 2013 [cit. 2013-12-05]. Dostupné z: <http://www.justoutsourcing.com/freelancer-coms-hyperbolic-statistics.php>

NAYAB, N. History of Telecommuting. Bright Hub [online]. 2011 [cit. 2013-08-20]. Dostupné z: <http://www.brighthub.com/office/home/articles/82023.aspx>

ODesk: Online Work Industry. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001- [cit. 2013-07-09]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/ODesk#Online_Work_Industry

ORAM, Andrew. Peer-to-peer: harnessing the benefits of a disruptive technology. 1st ed. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2001, s. 171-214. ISBN 059600110x.

PLAMÍNEK, Jiří. Vedení lidí, týmů a firem: praktický atlas managementu. 4., zcela přeprac. vyd. Praha: Grada, 2011, 157 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-3664-8.

READABL, Inc. PaperKarma [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <https://www.paperkarma.com/>

ROTTMAIR, Sebastian. Visualizing the Long Tail of UN Job List vacancies. *Sebastian Rottmair* [online]. 2011 [cit. 2013-03-30]. Dostupné z: <http://www.rottmair.de/2011/04/11/visualizing-the-long-tail-of-un-job-list-vacancies/>

STROUHAL, Jan. Z Brna přes Chile do Singapur. Start-up Videoflot chce nalákat miliony uživatelů. *IHNED.cz* [online]. 2013 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/analyzy-a-komentare/c1-59377440-z-brna-pres-chile-do-singapuru-start-up-videoflot-chce-nalakat-miliony-uzivatelu>

Soutěže v designu, crowdsourcujte váš návrh!. Freelancer.com [online]. 2013 [cit. 2013-12-10]. Dostupné z: <http://www.freelancer.com/contest/>

SUROWIECKI, James. The Wisdom of Crowds. 1. vyd. New York: Doubleday, 2004, 296 s. ISBN 03-855-0386-5.

TALABOC, Ronalea. 30 Best Sites To Find Freelance Jobs. TripWire Magazine [online]. 2012 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://www.tripwiremagazine.com/2012/02/freelancer-jobs.html>

Terms. ODesk [online]. 2013 [cit. 2013-10-28]. Dostupné z: <https://www.odesk.com/info/terms/#hold>

Trends. Elance [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <https://www.elance.com/trends/talent-available/geo#GeoRanking>

The Rise of Specialists Online: Growing Opportunity for a Long Tail of Skills. DEUTSCHKRON, Shoshoana. ODESK. ODesk Blog [online]. 2013 [cit. 2013-11-08]. Dostupné z: <https://www.odesk.com/blog/2013/08/1billion-odeskskillslongtail/>

TOFFLER, Alvin. *The third wave*. New York: Bantam Books, c1990, 537 s. ISBN 05-532-4698-4.

WALK, Kerry. How to Write a Comparative Analysis. *Harvard College Writing Center* [online]. 1998 [cit. 2013-03-12]. Dostupné z: <http://www.fas.harvard.edu/~wricntr/documents/CompAnalysis.html>





















What is ID Verification?. *Elance* [online]. 2012 [cit. 2013-08-27]. Dostupné z: <http://elance.zendesk.com/entries/21210777-id-verification-for-contractors>

What documents are acceptable for ID Verification?. ODESK. ODesk Help Center [online]. 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <https://support.odesk.com/entries/23058042>





















YANG, Steven a Simon LEE. China Bans Financial Companies From Bitcoin Transactions. In: Bloomberg [online]. 2013 [cit. 2013-12-09]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/news/2013-12-05/china-s-pboc-bans-financial-companies-from-bitcoin-transactions.html>

Zákon o dani z přidané hodnoty. In: 235/2004 Sb. 2013, §6 g-i.

Přílohy:

Top Countries	Registered Freelancers*	IT	Creative	Marketing	Operations
1.  United States	899,103	163,470	483,771	89,642	239,062
2.  India	506,263	227,704	190,013	45,288	100,246
3.  Philippines	143,317	19,171	64,041	16,973	60,554
4.  Pakistan	143,227	43,733	64,348	13,948	36,115
5.  United Kingdom	103,017	26,168	58,189	8,372	18,932
6.  Canada	69,231	16,105	39,058	6,547	14,636
7.  Bangladesh	50,666	17,317	22,873	8,729	12,463
8.  Australia	39,844	10,003	21,048	3,556	8,019
9.  Romania	37,378	11,819	20,593	3,363	6,046
10.  Kenya	32,947	5,606	15,649	2,734	9,973
11.  South Africa	29,280	5,139	12,914	2,381	8,655
12.  China	23,576	15,474	7,583	1,408	1,697
13.  Malaysia	23,441	3,472	11,813	1,355	8,319
14.  Indonesia	23,410	5,868	12,832	1,663	4,117
15.  United Arab Emirates	21,914	4,473	6,672	2,191	6,503
16.  Ukraine	21,492	12,757	8,919	1,134	1,570
17.  Sri Lanka	18,841	4,718	7,948	1,048	6,902
18.  Egypt	18,121	5,695	9,304	1,402	2,741
19.  Italy	18,045	5,223	10,836	1,287	1,589
20.  Spain	17,314	4,801	10,269	1,451	1,657

Příloha č.1 – Elance – počty registrovaných pracovníků dle zemí (zdroj: Elance)

Top Countries	Total Earnings*	IT	Creative	Marketing	Operations
1.  United States	\$220,520,919	\$75,718,530	\$99,846,740	\$16,474,642	\$16,768,129
2.  India	\$211,419,065	\$164,577,500	\$20,792,669	\$7,733,733	\$16,064,501
3.  Pakistan	\$51,170,853	\$35,252,694	\$9,920,631	\$2,109,846	\$3,184,851
4.  Ukraine	\$49,339,366	\$46,003,784	\$2,998,636	\$81,330	\$91,188
5.  United Kingdom	\$24,594,194	\$10,074,730	\$12,134,371	\$1,100,681	\$707,419
6.  Canada	\$23,755,553	\$8,687,587	\$11,846,670	\$1,792,233	\$898,841
7.  Romania	\$20,648,751	\$15,402,264	\$4,299,557	\$340,329	\$377,952
8.  Russia	\$19,294,202	\$17,484,821	\$1,536,318	\$53,384	\$94,786
9.  Philippines	\$10,825,960	\$1,489,911	\$2,814,720	\$1,302,926	\$4,598,959
10.  China	\$9,580,865	\$6,877,446	\$1,867,961	\$176,050	\$280,718
11.  Serbia	\$7,881,018	\$4,388,153	\$3,058,682	\$33,744	\$96,093
12.  Argentina	\$7,535,956	\$3,401,200	\$3,860,248	\$58,313	\$28,394
13.  Bangladesh	\$6,234,216	\$4,103,831	\$1,020,866	\$531,680	\$421,549
14.  Australia	\$5,933,956	\$2,304,589	\$2,713,664	\$298,568	\$320,765
15.  Vietnam	\$3,748,494	\$3,372,886	\$224,134	\$7,304	\$96,674
16.  Germany	\$3,706,129	\$2,452,937	\$800,638	\$189,184	\$67,403
17.  Poland	\$3,334,378	\$2,460,733	\$691,330	\$19,070	\$79,349
18.  Spain	\$3,023,496	\$1,158,041	\$1,485,490	\$176,752	\$125,625
19.  Bulgaria	\$2,900,545	\$1,439,515	\$1,233,345	\$50,155	\$90,910
20.  South Africa	\$2,871,100	\$529,052	\$1,966,657	\$64,974	\$229,468

Příloha č. 2 – Elance – pořadí zemí dle finančního objemu zhotovených zakázek (Zdroj: Elance)

Countries Hiring

YoY Payment Growth in Top 25 Hiring Countries

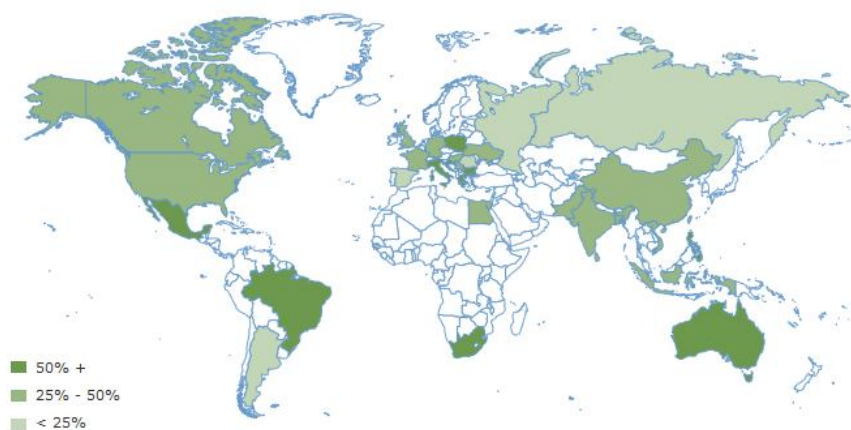


Top 10 Hiring Countries

1.		United States
2.		Australia
3.		United Kingdom
4.		Canada
5.		United Arab Emirates
6.		Germany
7.		Singapore
8.		Netherlands
9.		Israel
10.		Switzerland

Freelancers Hired

YoY Earnings Growth in Top 25 Freelancer Countries



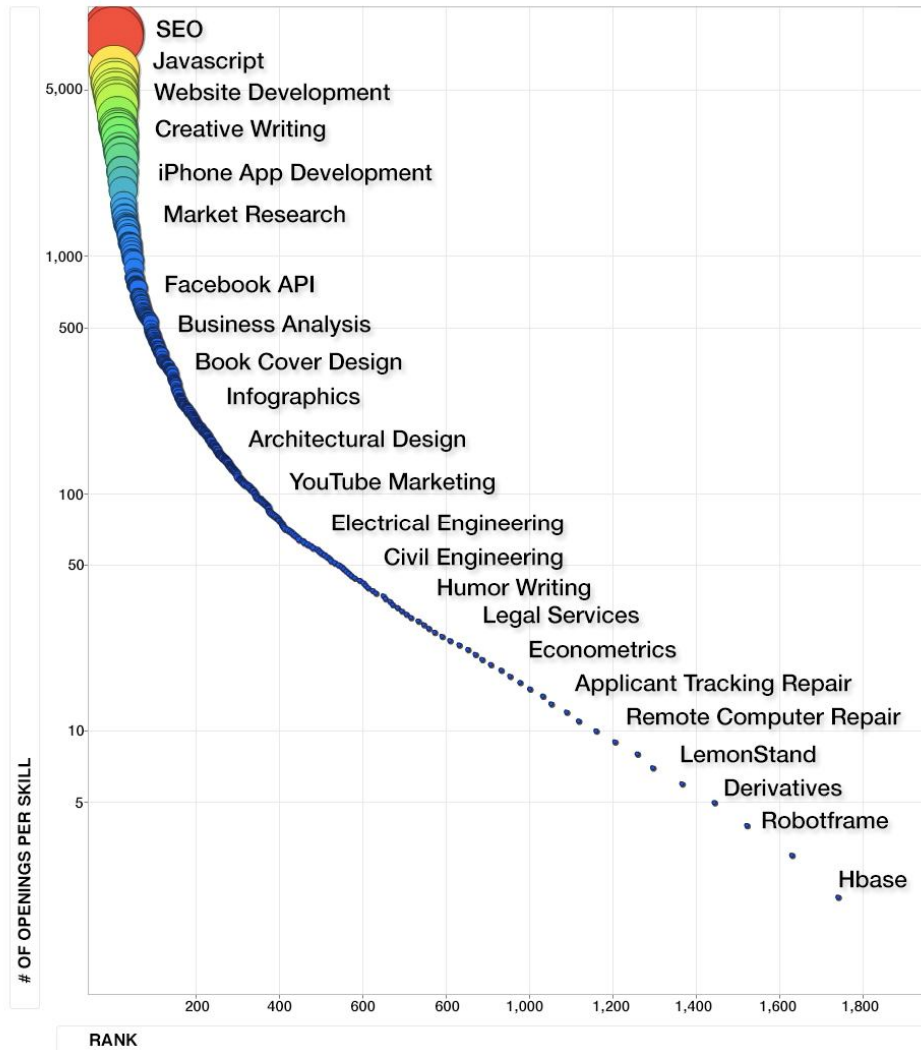
Top 10 Freelancer Countries

1.		United States
2.		India
3.		Pakistan
4.		Ukraine
5.		United Kingdom
6.		Russia
7.		Canada
8.		Romania
9.		Philippines
10.		China

Příloha č. 3 – Elance - meziroční nárůst států dle zaměstnavatelů a pracovníků (zdroj: Elance)

oDesk Skills Visualization

An Emerging Long Tail of Specialists

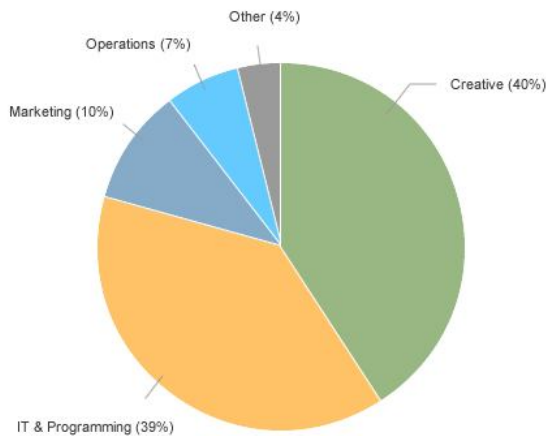


Source: oDesk database. All data represents skills listed in jobs posted during the month of May 2013, and therefore shows one month's worth of skills on oDesk (out of the almost 2,400 skills listed over 2013). Size and color of each skill dot indicates the number of job openings that skill was listed in. For more information please visit the oConomy section of oDesk's blog for a post on this visualization at: www.odesk.com/blog/2013/07/1billion-odesksskillslongtail/

Příloha č.3 – Longtail na oDesku – Květen 2013 (zdroj: Blog oDesk)

Skills in Demand

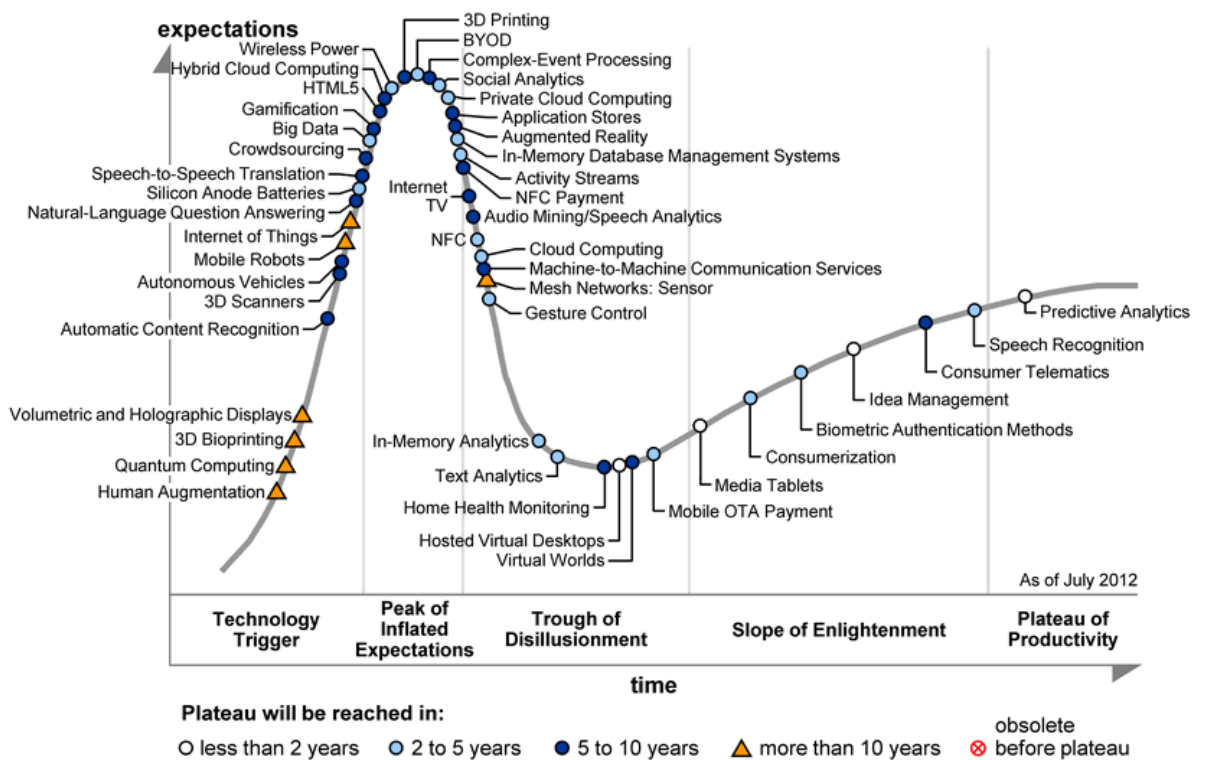
Percentage of Jobs Posted by Category



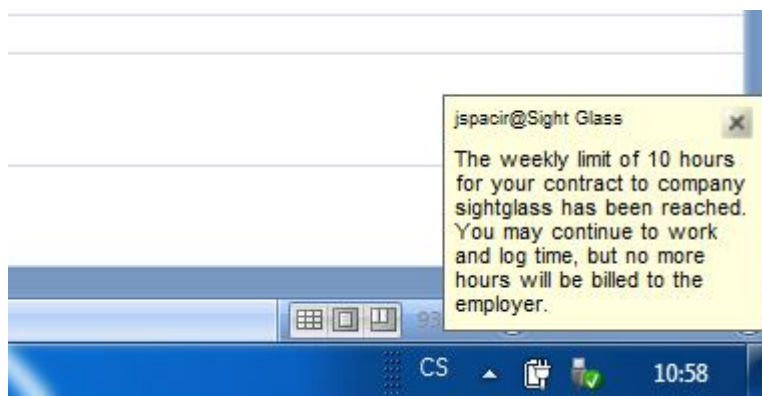
Top Skills in Demand (YoY Growth)

Creative	IT & Programming
Writing and Editing (+104%)	Windows Azure (+248%)
Infographics (+81%)	HTML5 (+72%)
Video Production (+80%)	Android (+71%)
Photography (+73%)	Amazon Web Services (+38%)
Marketing	Operations
Twitter (+235%)	Virtual Assistants (+85%)
Social Media Marketing (+77%)	Online Research (+78%)
SEM (+57%)	Legal Research (+68%)
Lead Generation (+48%)	Customer Service (+52%)

Příloha č.5 - Elance - meziroční nárůst poptávaných dovedností (zdroj: Elance)



Příloha č. 6 Gartner Hype Cycle – stav 7/2012 (Zdroj: Gartner)



Příloha č. 7 – oDesk Team - Oznámení o překročení týdenního limitu – zdroj: vlastní screenshot



Knowledge of Google Analytics Test


Read the [Online Testing Policies](#) and the instructions below prior to taking the test.

This test will cover the following topics:

- Google Analytics Tracking Code
- Google Analytics Filters
- Google Analytics Campaign Tracking
- Google Analytics Goals and Funnels
- Google Analytics Reports
- Analyzing Google Analytics Data

Příloha č.8 – Odesk používající testy expertrating.com (viz adresní řádek) – zdroj: vlastní screenshot, oDesk.com

Test Score

Make Private Earliest day you can retake this exam is Jan 5th, 2014. Share on:  

Test **Knowledge of Google Analytics Test** [View test details](#)

Taken by Jan S. on Dec 6th, 2013

Score (out of 5) 3.90 **Top 30%**

Rank 737th out of all 3537 test takers

Time to Complete 11 minutes (40 minutes allowed)

Results by Topic

Topic	Correct Answers
1. Analyzing Google Analytics Data	100%
2. Google Analytics Campaign Tracking	56%
3. Google Analytics Filters	50%
4. Google Analytics Goals and Funnels	100%
5. Google Analytics Reports	75%
6. Google Analytics Tracking Code	88%

Příloha č.9 – Detailní výsledky testu – oDesk. – zdroj: vlastní screenshot, oDesk.com