

Způsoby snižování podnikatelského rizika tvorby na YouTube

Bc. Vojtěch Mikulík

Diplomová práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta logistiky a krizového řízení
Ústav krizového řízení

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Vojtěch Mikulík**
Osobní číslo: **L20682**
Studijní program: **N1032A020002 Bezpečnost společnosti**
Specializace: **Rizikové inženýrství**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Způsoby snižování podnikatelského rizika tvorby na YouTube**

Zásady pro vypracování

1. Zpracujte literární rešerši ze zkoumané oblasti z domácích a zahraničních zdrojů.
2. Analyzujte vybraný YouTube kanál, popište jeho obsah a určete konkrétní rizika kanálu.
3. Realizujte dotazníkové šetření mezi YouTube tvůrci.
4. Zpracujte plán pro snížení podnikatelských rizik pro vybraný YouTube kanál a zhodnotte jeho implementaci do praxe.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

1. CANNELL, Sean a Benji TRAVIS. *YouTube Secrets: The Ultimate Guide to Growing Your Following and Making Money as a Video Influencer*. Carson City: LIONCREST PUB, 2018. ISBN 9781544511818.
 2. DONÁT, Josef a Jan TOMÍŠEK. *Právo v síti: průvodce právem na internetu*. Praha: C. H. Beck, 2016. ISBN 97888074006104.
 3. POPLUHÁR, Peter. *Kde všade som (ne)zomrel*. Bratislava: Ikar, 2018. ISBN 978-80-551-6302-4.
- Další odborná literatura dle doporučení vedoucího diplomové práce.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.**
Ústav krizového řízení

Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2021**

Termín odevzdání diplomové práce: **6. května 2022**

L.S.

doc. Ing. Zuzana Tučková, Ph.D.
děkanka

Ing. et Ing. Jiří Konečný, Ph.D.
ředitel ústavu

V Uherském Hradišti dne 1. prosince 2021

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

V Uherském Hradišti, dne: 1.8.2022

Jméno a příjmení studenta: Bc. Vojtěch Mikulík

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Tato diplomová práce „Způsoby snižování podnikatelského rizika tvorby na YouTube“ se věnuje fenoménu sociálních sítí, především zmíněné platformě YouTube. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část, kdy především v části teoretické informuje o základních pojmech, které souvisí s YouTube a podnikáním. Cílem práce je vytvořit plán pro snižování podnikatelských rizik, aby byl analyzovaný projekt nadále úspěšný a výdělečný. K vytvoření takového plánu bylo provedeno dotazníkové šetření mezi YouTubery, sestaven Ishikawa diagram, použita metoda ETA a SWOT analýza vybraného kanálu a samotný rozbor obsahu analyzovaného projektu. V závěru práce je zhodnocena implementace navržených opatření do praxe.

Klíčová slova: YouTube, YouTuber, video, podnikání, zpeněžení

ABSTRACT

Diploma thesis „Ways to Reduce Business Risk of YouTube Creation“ is focused on social media phenomenon, especially on YouTube website. Thesis is divided into theoretical and practical part, where the theoretical part mainly informs about basic concepts related to YouTube and business. The main goal of thesis is to create a plan for reduction of business risks, to make analyzed project continue being successful and profitable. To create such a plan, a questionnaire survey among YouTubers was accomplished. Ishikawa diagram, ETA method, SWOT analysis of the project and analysis of the selected channel content, were carried out too. At the end of the thesis, the implementation of proposed measures into practice is evaluated.

Keywords: YouTube, YouTuber, video, business, monetization

„Internet je podivuhodné místo...“ Mikýř

Rád bych poděkoval vedoucímu práce Ing. et Ing. Jířímu Konečnému, Ph.D., za pomoc při výběru tématu a konzultace v průběhu psaní diplomové práce. Za konzultace děkuji i Ing. Jířímu Dokulilovi, Ph.D. Stejně tak chci poděkovat všem YouTuberům, kteří byli ochotni se zúčastnit dotazníkového šetření, které bylo důležitou součástí praktické části práce. V neposlední řadě bych rád poděkoval mé rodině, přítelkyni a přátelům, kteří mi byli psychickou podporou při psaní této diplomové práce.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
CÍL PRÁCE	12
POUŽITÉ METODY	12
1 YOUTUBE	15
1.1 HISTORIE YOUTUBE.....	15
1.2 ZÁKLADNÍ POJMY	16
1.3 DRUHY OBSAHU NA YOUTUBE.....	20
1.3.1 Hudební videa/klipy	20
1.3.2 Komédie	20
1.3.3 Commentary	20
1.3.4 Reakce	21
1.3.5 VLOG (videoblog)	21
1.3.6 Gaming nebo let's play	21
1.3.7 Rozhovor	21
1.3.8 Recenze	22
1.3.9 „Top“ list.....	22
1.3.10 Tutorial.....	22
1.3.11 Sport.....	22
1.4 REKORDY, STATISTIKY A ZAJÍMAVOSTI O YOUTUBE.....	22
2 PŘÍJMY PLYNOUCÍ Z ČINNOSTI NA YOUTUBE	24
2.1 PŘÍJMY PLYNOUCÍ PŘÍMO Z YOUTUBE.....	24
2.1.1 Zpeněžení kanálu a videí.....	24
2.1.2 Členství	25
2.1.3 Superchat a nálepky Super Sticker.....	26
2.1.4 Funkce Super díky.....	27
2.1.5 Product placement (Placená propagace)	27
2.2 PŘIDRUŽENÉ PŘÍJMY K ČINNOSTI NA YOUTUBE	27
2.2.1 Affiliate program.....	28
2.2.2 Prodej merche nebo jiného produktu či služby	28
2.2.3 Crowdfunding	28
2.2.4 Akce, přednášky a srazy s diváky	29
3 PŘÍKLADY ÚSPĚŠNÝCH ČESKÝCH A ZAHRANIČNÍCH TVŮRCŮ	32
3.1 ZAHRANIČNÍ TVŮRCI	32
3.1.1 PewDiePie	32
3.1.2 KSI	33
3.1.3 Smosh.....	34
3.1.4 MrBeast	35
3.2 ČESKO A SLOVENSKO.....	36
3.2.1 GoGomanTV	36

3.2.2	Jirka Král	37
3.2.3	MenT	38
3.2.4	PPPeter	38
3.3	SPOLEČNOSTI NA YOUTUBE	39
3.3.1	T-Series	39
3.3.2	5-Minute Crafts	40
3.3.3	Cocomelon – Nursery Rhymes	41
3.3.4	WWE.....	41
4	PODNIKÁNÍ.....	42
4.1.1	Vybavení potřebné k tvorbě	47
4.1.2	Začátek tvorby a podnikání na YouTube	48
4.1.3	Natáčení videí.....	51
4.1.4	Úprava videa	52
4.1.5	Zpeněžení kanálu	53
4.1.6	Budování značky	55
4.3	HROZBY OVLIVŇUJÍCÍ ČINNOST NA YOUTUBE.....	62
4.3.1	Zdravotní rizika	62
4.3.2	Kriminalita	63
4.3.3	Podání žaloby na základě obsahu kanálu	63
5	SHRnutí TEORETICKÉ ČÁSTI PRÁCE.....	65
II	PRAKTICKÁ ČÁST.....	66
6	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI YOUTUBE TVŮRCI – IDENTIFIKACE RIZIK	67
6.1	VÝZKUMNÉ OTÁZKY PRO DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	67
6.2	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ.....	67
6.3	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ	70
6.3.1	Shrnutí dotazníkového šetření.....	72
6.3.2	Výsledky akademických otázek	74
7	ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU YOUTUBE KANÁLU CAGED DRAGON	76
7.1	OBSAH KANÁLU CAGED DRAGON	76
7.1.1	Let´s play	77
7.1.2	„Potterova hodinka“	78
7.1.3	„Magická7“	79
7.1.4	„Obludné obludárium“	79
7.1.5	„Okouzluující otázky“	80
7.1.6	Reakce	80
7.1.7	„Vystřižené scény“	81
7.1.8	Živá vysílání.....	81
7.3	RIZIKA SPOJENÁ S OBSAHEM KANÁLU	84
8	ANALÝZA RIZIK A JEJICH HODNOCENÍ.....	86
8.1	ISHIKAWA DIAGRAM PRO KANÁL CAGED DRAGON.....	86

8.2	SWOT ANALÝZA KANÁLU CAGED DRAGON	88
8.3	ZDŮVODNĚNÍ VÝBĚRU JEDNOTLIVÝCH BODŮ PRO SWOT ANALÝZU A POPIS JEJICH VÝZNAMU	88
8.3.1	Silné stránky	89
8.3.2	Slabé stránky	90
8.3.3	Příležitosti	90
8.3.4	Hrozby	91
8.4	KVANTIFIKOVANÁ SWOT ANALÝZA	93
8.5	ETA	95
9	PLÁN PRO SNÍŽENÍ PODNIKATELSKÝCH RIZIK KANÁLU CAGED DRAGON	97
9.1	PLÁN PRO ZVÝŠENÍ PŘÍJMŮ A REZERV	97
9.1.1	Budování jiných sociálních sítí	97
9.1.2	Affiliate program	100
9.1.3	Merchandise	101
9.1.4	Product placement	101
9.1.5	Pravidelná živá vysílání	102
9.2	PLÁN PRO SNIŽOVÁNÍ RIZIK	102
9.2.1	Pojištění provozovny a vybavení	102
9.2.2	Zdravotní pojištění	103
9.2.3	Vlastní hudba	104
9.2.4	Vlastní obrázky a grafika	105
9.3	ZHODNOCENÍ NAVRŽENÝCH OPATŘENÍ	107
	ZÁVĚR	108
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	110
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	118
	SEZNAM OBRÁZKŮ	119
	SEZNAM TABULEK	121
	SEZNAM PŘÍLOH	124

ÚVOD

Diplomová práce s názvem Způsoby snižování podnikatelského rizika tvorby na YouTube, se věnuje jedné z nejpůvodnějších internetových platform současnosti. O tom, jak velkým fenoménem tato stránka je, nasvědčuje čím dál větší popularita tvůrců, kteří na ní působí. V současnosti je možné považovat je za celebrity, jelikož ti nejúspěšnější mají i desítky milionů sledujících a obdivovatelů. I díky tomu začaly tuto platformu více vnímat firmy a jiné společnosti jako vhodný prostor pro inzerci, ale také vlastní tvorbu. Podnikání na platformě se tak stalo zajímavou vidinou, především pro mladé lidi. Autor si téma vybral i proto, že se sám tvorbě na tuto platformu věnuje a již několik let na ní podniká.

Na YouTube je možné svůj obsah zpeněžit hned několika různými způsoby, se zvyšující se popularitou kanálu se podnikatelům nabízejí větší příležitosti a tím i příjmy. S tím však souvisí i mnoho rizik, která mohou přerůst v hrozby, se kterými se bude muset podnikatel a jeho kanál vypořádat.

Záměrem diplomové práce proto je, seznámit jejího čtenáře se základními pojmy, které souvisejí s podnikáním na internetové platformě YouTube. Statistiky stránky a informace o populárních tvůrcích u nás i v zahraničí, by měly nastínit, jak významným fenoménem tento web v současnosti je. Práce následně udává i základní informace o podnikání a popisuje průběh této činnosti na zmíněném webu. Teoretická část práce je pak zakončena sumarizací všech potřebných informací.

Praktická část začíná dotazníkovým šetřením, které autor práce provedl mezi ostatními tvůrci. Ti měli možnost na otázky odpovědět anonymně, nebo uvést název svého projektu, který spravují. Následně byla provedena analýza obsahu vybraného YouTube kanálu Caged Dragon. Rizika s ním spojená byla rozčleněna pomocí Ishikawa diagramu a následně využita i v rámci SWOT analýzy, která měla podnikateli nastínit, jak je na tom jeho projekt v současnosti a čemu by se měl dále věnovat, aby byl nadále úspěšný a výdělečný. Metoda ETA se pak zaměřila na iniciační událost, která by se mohla rozvést až ve fatální problém pro podnikání. Poslední pasáž práce je aplikací předešlých metod, konkrétně je pro kanál zpracován plán pro snížení podnikatelských rizik, jehož vytvoření bylo hlavním cílem diplomové práce. Navržená opatření byla autorem v závěru zhodnocena, čímž byla popsána jejich implementace do praxe.

I. TEORETICKÁ ČÁST

CÍLE A METODY PRÁCE

Diplomová práce se zabývá problematikou podnikání na jedné z největších internetových stránek pro tvůrce – YouTube. Postupně se věnuje platformě jako takové, slavným osobnostem a společnostem, které na ní působí a také rizikům, která s podnikáním na ní souvisí. Těm se věnuje převážně praktická část práce, ve které jsou rizika identifikována, analyzována a hodnocena. Práce vrcholí plánem pro snížení podnikatelských rizik konkrétního projektu.

Cíl práce

Cílem práce je vytvořit plán pro snížení podnikatelských rizik pro vybraný YouTube projekt, konkrétně pro kanál Caged Dragon, který se zaměřuje na videa o jednom z nejpopulárnějších fantasy příběhů současnosti, Harryho Pottera. Plán má za cíl poskytnout návod, jak zlepšit stávající situaci kanálu, zvýšit jeho příjmy a minimalizovat podnikatelské hrozby.

Pro splnění cíle bylo nezbytné splnit dílčí úkoly v práci: seznámení s problematikou tvorby na YouTube, pravidly platformy, legislativními normami i běžným fungováním uživatelů na této webové stránce. K tomu byla využita řada literárních zdrojů, jak knižních, tak internetových.

Použité metody

Pro vypracování teoretické části práce autor využil metody jako: sběr dat a informací, tedy literární rešerši. Z rešerše vychází i část praktická, ve které byly informace pomocí zkoumání, komparace, analýzy či syntézy využity k dalším metodikám, které byly v praktické části použity. Jde o metody Ishikawa diagram, ETA, dotazníkové šetření s využitím výzkumných otázek a kvantifikovanou SWOT analýzu.

Dotazník

Dotazník je nástrojem pro sběr dat nebo informací od skupiny respondentů. Může být šířen různě – přes internet nebo v papírové podobě, osobně nebo poštou. Jeho podoba je strukturovaná, využívá se uzavřených i otevřených otázek. Dotazník může být vyplněn anonymně, nebo může každý respondent uvést svou totožnost. Obdržené odpovědi se následně vyhodnocují, dále analyzují a porovnávají. (Dotazník, (Questionnaire), 2016)

Ishikawa diagram

Ishikawa diagram nese název po svém představiteli Kaoru Ishikawovi. Bývá podle svého tvaru nazýván i diagram rybí kosti, případně podle jeho účelu jako diagram příčin a následků. Je jednou z nejběžněji používaných analytických metod, jelikož má univerzální uplatnění. Princip diagramu vychází z jednoduché kauzality, tedy že každý následek nebo problém, má jednu nebo více příčin. Příčiny se obvykle uvádí v 8 oblastech typických pro výrobu. Tento výčet bývá nazýván jako 8M, jelikož jde o pojmy:

- Man power – příčiny způsobené lidmi
- Methods – příčiny způsobené směrnicí, legislativou apod.
- Machines – příčiny způsobené strojními zařízeními
- Materials – příčiny způsobené materiálem (jeho vlastnostmi nebo jejich vadou)
- Measurements – příčiny způsobené měřeními
- Mother nature – příčiny způsobené prostředím (teplotou, počasím atd.)
- Management – příčiny způsobené vedením
- Maintenance – příčiny způsobené údržbou

V diagramu však nemusí být využity všechny zmíněné oblasti, autor si je může změnit, upravit nebo je nevyužít vůbec, pokud se nehodí k analyzovanému projektu. (George, 2010)

SWOT

Analýza SWOT se využívá k vyhodnocení slabých a silných stránek, příležitostí a hrozeb firem, projektů nebo jiného druhu činnosti. Zkratka SWOT vychází ze 4 počátečních písmen výše zmíněných pojmů v angličtině – strengths (silné stránky), weaknesses (slabé stránky), opportunities (příležitosti) and threats (hrozby). Silné a slabé stránky prezentují vnitřní fungování organizace. Silné stránky jsou klady, které jsou schopny odlišit projekt od konkurence, slabé stránky naopak prezentují to, co sráží výkonnost a výsledky organizace. Působení vnějšího prostředí je pak prezentováno pomocí příležitostí a hrozeb. Ty mohou mít pozitivní nebo naopak negativní vliv, v tomto případě na YouTube kanál. Na základě zjištěných skutečností by mělo být cílem tvůrce navyšovat silné stránky a využívat příležitost. Naopak se vyhnout hrozbám a minimalizovat již existující slabé stránky.

Ze SWOT analýzy by měla vyplynout jasná strategie, kterou by podnikatel měl zvolit v budoucím fungování projektu. Možné výsledky kvantifikované SWOT analýzy jsou:

- „*Ofenzivní strategie*“ – tu má organizace možnost využít v případě, že má mnoho silných stránek a zároveň příležitostí. Silné stránky se pokusí využít, stejně jako zvýšit efektivitu pomocí příležitostí.
- „*Defenzivní strategie*“ – ta je prezentována silnými stránkami organizace, které se snaží udržet, ale zároveň se snaží vypořádat s velkou řadou hrozeb, které plynou z prostředí.
- „*Strategie spojenectví*“ – Více slabých stránek, ale mnoho příležitostí, tato situace není pro organizaci v žádném případě dobrá, nicméně nabízí šanci přetavit příležitosti v silné stránky a projekt udržet v chodu.
- „*Strategie úniku*“ – Při spojení slabých stránek a velkého množství hrozeb obvykle dochází k ukončení činnosti, jelikož stav nenaznačuje možné zlepšení stávající situace. (Cimbálníková, Bilíková a Taraba, 2013; Tichý, 2006)

ETA

Event tree analysis, v překladu analýza stromu událostí, je kauzální analytická metoda, která se využívá pro vyhodnocení průběhu procesu a jeho událostí, které mohou skončit nehodou nebo jinou negativní událostí. Metoda rozebírá činnosti a procesy na jednotlivé sekvence, které zobrazuje pomocí grafického modelu. Výsledkem jsou pak různé scénáře nehod.

ETA pomáhá systematicky popsat sérii na sebe navazujících činností. Využívá se pro identifikaci a analýzu slabých míst projektu, procesu či systému. Na výsledky metody by měly navázat různá doporučení pro snížení pravděpodobnosti vzniku nežádoucích stavů. (Šefčík, 2009)

1 YOUTUBE

S platformou YouTube se pravděpodobně setkal každý uživatel internetu. V současnosti jde o vyhledávanou doménu, která svým návštěvníkům nabízí obrovské množství obsahu, který navíc většinou mohou sledovat naprosto zdarma.

První kapitola práce je i proto věnována vzniku a vývoji stránky YouTube, druhům obsahu, které mohou uživatelé na stránce sledovat, nebo ho přímo vytvářet. Kapitulu pak doplňují statistiky, rekordy a zajímavosti, které by měly nastínit, jak významným médiem YouTube v současnosti je.



Obrázek 1 Logo YouTube od roku 2017 (Zdroj: wikipedia.org, ©2022)

1.1 Historie YouTube

YouTube byl v únoru roku 2005 založen Chadem Hurleyem, Stevenem Chenem a Jawedem Karimem. K vytvoření se připeletl i Eric Skaggs, kterému bylo Chadem Hurleyem slíbeno, že pokud společnost uspěje a prodá se, dostane 1 % z ceny za vnučení nápadu, který k vzniku pomohl. Jejich hlavní motivací k vytvoření webu ke sdílení videosouborů bylo to, že při pokusu nějaký takový spolehlivý web najít, v tu dobu neuspěli. Stejně tak měli problém najít klip jedné choulostivé události z amerického Super Bowlu, což je jen utvrdilo v tom, že nápad na vytvoření takové platformy má velký potenciál.

Stránku vytvořili tak, aby byla jednoduše přístupná a lidé na ní mohli sdílet svá videa, například s rodinou, která žije daleko a bylo by složité jim v té době jiným stylem dopravit nahrávku. Stačilo se zaregistrovat, nahrát svůj obsah a odkaz poslat přátelům nebo příbuzným, případně video zveřejnit pro všechny uživatele. Projekt zaznamenal výrazný úspěch, čehož si za pouhý rok existence všimnula i společnost Google a odkoupila jej za 1,65 miliardy amerických dolarů. YouTube tak až do současnosti funguje jako dceřiná společnost Googlu, jejich účty jsou propojeny a uživatelé je mohou používat jak k psaní mailů, tak i ke komentování a hodnocení obsahu na platformě YouTube. Původní účel stránky, sdílení domácích videí, velmi rychle přerostl k vytváření kanálů zaměřených na tvorbu určitého obsahu. Téměř okamžitě se na stránce rozšířila videa z počítačových her,

hudební videoklipy, ale i různá zábavná videa ve kterých vystupovali samotní tvůrci. (Skaggs, 2014)

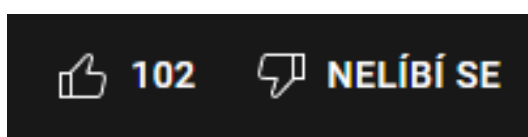
Mezi lety 2006–2013 získával YouTube rapidně na popularitě a komunita na něm se rychle rozrůstala. O reklamní služby společnosti tak začala projevovat zájem velká řada firem a korporací. Google za tuto dobu také několikrát upravil vzhled stránky, který se ke konci tohoto období již poměrně blížil tomu, jak jej známe dnes. V období let 2014 až 2018 došlo k dalšímu posílení významu na trhu, zvýšení příjmů, a dokonce i fyzické rozšíření společnosti. V roce 2016 se společnost přestěhovala do San Bruna, do komplexu o velikosti větším než 50 000 metrů čtverečních, celá zástavba je pak v odhadované hodnotě 215 milionů dolarů.

Společnost se snažila vytvořit nové způsoby, jak zvýšit příjmy. V červnu 2018 spustila funkci členství, kterým mohou sledovatelé podporovat své oblíbence dobrovolnými měsíčními příspěvky, část z nich putuje přímo společnosti YouTube. Rovněž vytvořila kategorie pro rozdílný obsah, i různé aplikace, aby oddělila druhy tvorby pro specifické uživatele. Jde o YouTube Kids, YouTube Music a YouTube Gaming. Díky problémům s dětským obsahem a pokutou od COPPA (*children's online privacy protection act*), byla společnost nucena zavést funkci, na jejímž základě musí každý tvůrce označovat svůj obsah tak, aby bylo jasné, jestli je nebo není určen přímo dětem. Videá určená primárně dětem, nebo ve kterých děti přímo vystupují, podléhají trochu jiným pravidlům, aby se předešlo nevhodnému hodnocení takových videí či jejich zneužívání. (např. bývají zablokovány komentáře pod videem). Poslední výrazné posílení zaznamenala společnost YouTube v období pandemie COVID-19. Díky lockdownu se zájem o sledování obsahu na platformě výrazně zvýšil, dokonce byla společnost nucena na jistou dobu snížit kvalitu videí kvůli výraznému vytížení serverů. (Leskin, 2020; Avalos, 2016; Gold, 2020)

1.2 Základní pojmy

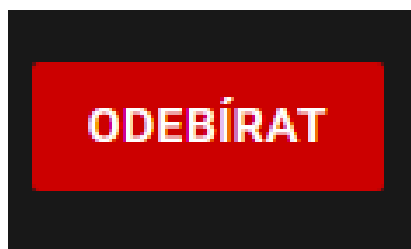
Byť je YouTube velmi známou platformou, kterou většina internetových uživatelů už alespoň jednou navštívila, ne každý je seznámen s pojmy, které jsou s YouTube spojeny. Pro práci je klíčové, aby bylo jasně uvedeno, co některé z nich označují, a tím bylo možno porozumět celkovému kontextu. Proto níže uvedená pasáž stručně vysvětluje pojmy, které by každý uživatel YouTube, co se zajímá o oblast popisovanou touto diplomovou prací, měl znát.

- **YouTube kanál** – je vlastní stránka, kterou si uživatel zřizuje, aby na ní publikoval videa a příspěvky. Kanál poté mají možnost začít sledovat jiní uživatelé, mohou diskutovat, prohlížet videa tvůrce, informace o něm apod. (Karch, 2021)
- **YouTuber/content creator** – je uživatel vytvářející obsah pro tuto stránku. V rámci společnosti se tento pojem spíše používá jako označení člověka, který už na platformě má větší počet sledujících a je známý především pro tuto činnost. Stává se tak jeho povoláním. Na základě své činnosti na YouTube se popularizuje a je schopen tuto popularitu přetavit v zisk či jinou formu odměny za svou činnost na internetu. Za YouTubera ale můžeme teoreticky označit každého, kdo na stránku publikuje, byť nezaznamenal velký úspěch. (Kdo je Youtuber, 2016)
- **Upload** – nahrání videa na portál YouTube. Tvůrci tímto slovem také označují samotné vydání videa, tímto výrazem vyjadřují, že něco publikovali.
- **YouTube video** – obsah ve formě videozáznamu nahraný na stránce YouTube. Může být publikován veřejně, nebo šířen jen pomocí odkazu, který nahrávající poskytne omezenému počtu osob. Video lze také uložit jako soukromé, čímž zajistíme, že si ho může pustit jen majitel účtu, nebo ten kdo k účtu má přímý přístup.
- **Stream** – jinými slovy živé vysílání, kdy se odehrává určitá činnost a diváci ji mohou sledovat a komentovat v reálném čase - tzv. „živý chat“. Tato funkce může sloužit ke komunikaci s diváky, ale také k vysílání konferencí, přednášek nebo sportovních utkání.
- **Zhlédnutí** – zobrazení videa uživatelem. U videa je pak možné sledovat počet zhlédnutí, tedy kolikrát si ho uživatelé zobrazili.
- **Like** – hodnocení videa uživatelem pomocí tlačítka „líbí se“ v podobě palce nahoru. Uživatel může dát pomocí něj tvůrci najevo, že se mu obsah líbí. Tlačítko má i svůj „protipól“ tzv. *dislike*, kterým naopak může uživatel vyjádřit, že se mu obsah nelíbí. V současnosti YouTube upravil způsob zobrazování této statistiky. Diváci vidí pouze počet líků, počet disliků vidí pouze samotný tvůrce ve svých statistikách.



Obrázek 2 Like a Dislike
(Zdroj: YouTube.com, ©2022)

- **Odběr** – je tlačítko, které má na svém kanále každý uživatel. Kliknutím na něj se sledující přihlásí k odběru videí, což znamená, že pokud autor něco publikuje, YouTube by vás na to měl upozornit. Buď přímým zasláním zprávy přes aplikaci, nebo umístěním takových videí na úvodní stránku. Kliknutím na zmíněné tlačítko se stáváte *odběratelem* kanálu.

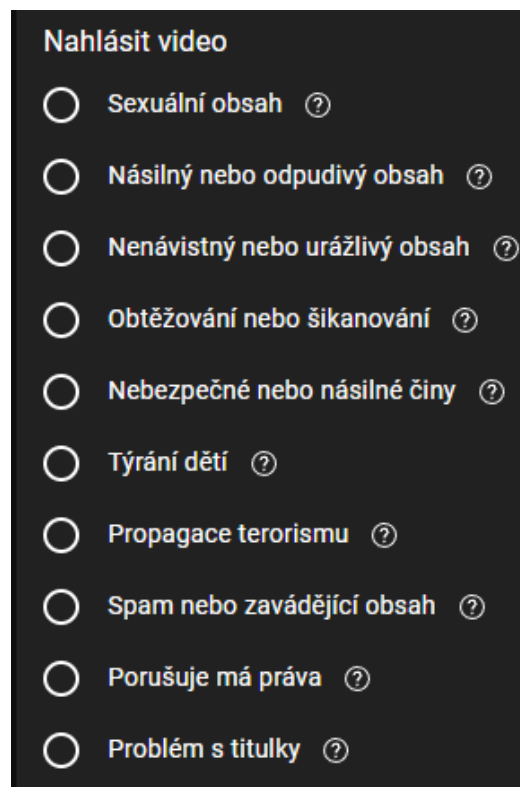


Obrázek 3 Odběr

(Zdroj: YouTube.com, ©2022)

- **Komentář** – je forma interakce mezi tvůrcem a divákem. Nebo mezi uživateli obecně. Komentáře mohou být psány pod každé video (pokud tvůrce, či YouTube nezakáže u konkrétního obsahu tuto funkci) a tím projevuje publikum svůj názor. I komentářům mohou uživatelé dávat like a dislike, čímž vyjadřují své sympatie k němu. Majitel kanálu však může komentáře mazat, pokud se mu zdají nevhodné, nebo je prostě nechce pod videem mít. Může také určit nevhodná slova nebo výrazy, které pak budou v komentářích přímo blokovány a filtrovány. To samé může provést i s odkazy na jiné videa a webové stránky, dokonce může konkrétním uživatelům zakázat komentování úplně.
- **Sdílení** – funkce, která umožňuje přeposlat video jinému uživateli, nebo vytvořit příspěvek na YouTube či jiné sociální síti, který bude na video odkazovat.
- **Karta komunity** – komunitní stránka se zobrazuje v YouTube kanálu a majitel na ni může umísťovat příspěvky, kterými informuje své diváky o důležitých událostech. Může je zde ale i lákat na budoucí tvorbu, vytvářet ankety a komunikovat s platicími členy kanálu, přes pro ně určené příspěvky. (Moreau, 2020)
- **Zpeněžení a program Adsense** – jde o funkci, která umožňuje tvůrcům získávat podíl z reklam, které se zobrazují u jejich videí. K tomu je potřeba splnit určitá kritéria, nejsou ale nijak přísná a dosáhne na ně velká část uživatelů. V rámci programu zpeněžení existují i další možnosti tvorby příjmů z YouTube.

- **Nahlášení obsahu** – pomocí ikony v podobě vlaječky je možné nahlásit obsah, pokud podle uživatele porušuje pravidla a zásady stránky YouTube. Důvodů k nahlášení obsahu může být mnoho, např. šikana, rasistický podtext, nevhodné vystupování, podvodné jednání atd. YouTube přímo poskytuje několik předvolených možností, ze kterých uživatel vybere tu, která odpovídá obsahu daného videa. (Informace o Partnerském programu a podmínkách vstupu, 2021)



Obrázek 4 Seznam pro nahlášení obsahu

(Zdroj: YouTube.com, ©2022)

- **YouTube premium** – placená funkce YouTube, která vám ze stránky odstraní veškerý reklamní obsah, který běžně zobrazuje uživatelům. Dalším benefitem je pak možnost uložit si video do offline režimu, tím si ho může uživatel spustit i v době, kdy není připojen k internetové síti. Platící rovněž získá přístup k YouTube Originals a Music Premium, tedy k placenému obsahu, který samotná platforma nabízí. Obvykle jsou tato videa tvořena ve spolupráci s nejslavnějšími tvůrci. Jde o oficiální službu. (Využívání výhod YouTube Premium, 2022)

1.3 Druhy obsahu na YouTube

Na platformě působí obrovské množství tvůrců a několikanásobně větší počet jejich sledovatelů. Jak tvůrce, tak divák se však liší případ od případu, čímž samozřejmě vzniká nabídka i poptávka po různých druzích obsahu. Existuje více kategorií contentu než uvádí autor této diplomové práce, ovšem zmíněný výčet by měl vystihovat tu majoritní část videí, kterou sleduje drtivá většina odběratelů.

1.3.1 Hudební videa/klipy

YouTube je právě pro hudební videoklipy, či pro samotné skladby, velmi často vyhledávaný. Spousta hudby je však na něm umístěna bez souhlasu autorů, což se dělo především v minulosti, kdy nebylo zvykem, aby interpreti měli své vlastní profily na této platformě. V současnosti ale svou tvorbu takto uvolňuje naprostá většina jednotlivců i kapel. Hudební klipy mají i svou vlastní kategorii a aplikaci nazvanou YouTube Music. (Sukhraj, 2021)

Hudební kanály jsou také jedním z nejsledovanějších druhů obsahu. Namátkou můžeme jmenovat například tyto tvůrce, jejichž obsah dosahuje obrovského množství zhlédnutí:

- Justin Bieber (více než 67 milionů odběratelů),
- Ed Sheeran (více než 50 milionů odběratelů),
- EminemMusic (více než 50 milionů odběratelů),
- Billie Eilish (více než 44 milionů odběratelů). (TOP 50 SUBSCRIBED YOUTUBE CHANNELS, 2022)

1.3.2 Komédie

Tento žánr je populární na filmovém plátně, v televizních seriálech i literatuře. Tak velkému médiu, jakým YouTube je, se tak nemohl vyhnout. Samozřejmě jde o velmi široký pojem a to také znamená, že komedie je tvořena různými styly. Hlavním cílem takového obsahu je ale pochopitelně vyvolat u sledujících smích a pobavení. Jde o jeden z nejpopulárnějších typů obsahu, což dokazují i statistiky některých tvůrců. (viz PPPeter v kapitole 3 této práce).

1.3.3 Commentary

Commentary videa jsou jednou z nejstarších forem prezentování sebe sama na YouTube. Jde o video obsahující názor či pohled tvůrce na určitou problematiku. Takové video může vyvolat různé kontroverzní reakce, čímž na sebe upozorní. Může se samozřejmě setkat i

s všeobecným přijetím názoru autora. Ve videu bývá obvykle na kameře sám tvůrce, někdy ale video obsahuje jen jeho hlas doplněný o grafiku, statistiky či jiné detaily. Výjimkou není ani kombinace obojího. V některých případech je ale hlas doplněn jen o statický obraz, či nějaké nepřímo související video, což vytváří jakousi kulisu při poslouchání názoru YouTubera.

1.3.4 Reakce

Tento styl videa úzce souvisí s obsahem commentary videí. Reakce totiž obsahuje přímou odpověď na určité téma či video. Tvůrce v něm toto video, článek, či jiný zdroj může zobrazit a přímo na něj reagovat. Výjimkou ale nejsou i videa, kde se obsah, na který reaguje přímo neobjeví a autor o něm pouze mluví. Může jít o kritiku, ale i o pokus podpořit jiný názor nebo čin.

1.3.5 VLOG (videoblog)

Tento velmi populární obsah obvykle sleduje život určitého tvůrce. Může jít o video, které mapuje nějaký výjimečný zážitek (např. cestu letadlem luxusní první třídou), zcela běžný den ale také nebývá výjimkou. Tvůrce ukazuje rutinu, tedy svou práci, jiné povinnosti, nebo prosté trávení volného času. K tomu využívá kameru s mikrofonem a často natáčí v exteriérech. Obsah je možné doplnit i o doprovodný komentář k některým záběrům, či jej ozvláštnit jinými prvky (hudbou, zvukovými nebo vizuálními efekty atd.).

1.3.6 Gaming nebo let's play

Dost možná nejrozsáhlejší oblast, kterou na YouTube najdeme. Jde o herní videa, jinými slovy videa, která zobrazují hraní počítačových her. V rámci gamingu existují různé typy obsahu. Může jít o komentované hraní videohry nebo naopak jen zaznamenaný průchod hrou. Jiní tvůrci z her produkují i různé filmy, upravují jejich obsah pomocí módů a změn textur. Své publikum mají téměř všechny herní žánry. Gaming je častým obsahem živých vysílání.

1.3.7 Rozhovor

Stejně jako jiná média i YouTube nabízí různé talkshow, podcasty a další formy rozhovoru. Ten je obvykle veden moderátorem (může jít o majitele kanálu) s jedním nebo více hosty. Existují i formy rozhovoru doplněné o určité prvky, které mají vytvořit zajímavější výstup.

U nás existuje např. formát Mr. Kubelík show, kde moderátor i respondent postupně při rozhovoru konzumují jídla z čili papriček, u kterých se postupně zvyšuje pálivost.

1.3.8 Recenze

Tento styl obsahu samozřejmě známe běžně i z jiných médií a v podstatě se ani na YouTube nijak výrazně neodlišuje od recenzí z časopisů, televize a jinde. Tvůrce na něm testuje a hodnotí určitý výrobek nebo službu. Součástí videa může být tzv. unboxing, tedy rozbalení produktu z originálního balení. Video je obvykle zakončeno hodnocením produktu, buď formou slovní nebo číselnou (např. rostoucí škálou od 1 do 10).

1.3.9 „Top“ list

Česky bychom mohli říct žebříček toho nejlepšího. Obvykle uvádí několik (nejčastěji 5 a 10) bodů seřazených podle určitého kritéria. Může jít o žebříčky nejlepších filmů, pořadů, seriálů, ale i různých zajímavostí (nejvyšší budovy světa, nejnebezpečnější živočichové, nejbohatší lidé na světě apod.).

1.3.10 Tutorial

Výraz tutorial lze přeložit jako návod. YouTube obsahuje obrovské množství návodů, tipů a triků, které mohou sledující využít v běžném životě, v práci nebo jinde. Taková videa vznikají v podstatě o všech oblastech lidské činnosti, od hraní na hudební nástroje, přes zahradní práce až po vaření.

1.3.11 Sport

Do této kategorie můžeme zařadit nejen samotné sportovní přenosy, některé soutěže je přímo uvolňují na YouTube (např. australský pohár), ale jde i o různé sestřihy ze sportovních zápasů a závodů, slovní a statistické rozbory utkání, nebo videa rekapitulující kariéry slavných sportovců, či historii sportovních událostí. (Sukhraj, 2021)

1.4 Rekordy, statistiky a zajímavosti o YouTube

Aby práce nastínila, jak významným médiem YouTube je, bude v této části prezentovat několik rekordů, zajímavostí a statistik, které by měly přiblížit, jak masivní popularitu někteří tvůrci, a tím pádem i celá platforma, mají.

Statistiky:

- YouTube je druhá nejnavštěvovanější sociální síť na světě. První je Facebook.

- Měsíčně YouTube navštíví více než 2,3 miliardy lidí. Největší počet uživatelů pochází z Indie (více než 225 milionů).
- YouTube za leden 2021 generoval příjmy v hodnotě 19,7 miliardy amerických dolarů.
- Web může být zobrazen v 80 různých jazykových verzích.
- Každou hodinu je na YouTube nahráno přes 500 hodin obsahu.
- 95 % uživatelů internetu má přístup k tomuto webu (výjimkou jsou státy s totalitními režimy jako KLDLDR).
- Většina sledujících spadá do věkové kategorie 15–35 let.
- Majoritní část uživatelů sleduje YouTube na svém smartphonu (více než 70 %). (Blogger, 2022)

YouTube rekordy:

- ***Nejsledovanější video určené pro široké publikum*** – Luis Fonsi – Despacito ft. Daddy Yankee (více než 7 700 000 000 zhlédnutí).
- ***YouTube kanál společnosti s nejvíce odběrateli*** – T-Series (více než 201 000 000 odběratelů).
- ***YouTube kanál tvůrce s nejvíce odběrateli*** – PewDiePie (více než 111 000 000 odběratelů).
- ***Největší neaktivní YouTube kanál*** – HolaSoyGerman (více než 43 000 000 odběratelů, neaktivní od 20. 11. 2016).
- ***Nejvíce získaných odběratelů za jeden den*** – tomiii 11 (7. 4. 2021 jeho kanálu dalo odběr 2 898 590 uživatelů), tomiii 11 je také nejmladším YouTuberem, který dosáhl hranice 10 milionů odběratelů a to ve 12 letech. Zemřel 30. srpna 2021 na rakovinu mozku.
- ***Hudební klip s nejvíce zhlédnutími za jeden den*** – BTS 'Butter' Official MV (108 255 810 zhlédnutí).
- ***Nehudební video s nejvíce zhlédnutími za jeden den*** - \$456,000 Squid Game In Real Life! (42 894 808 zhlédnutí). (YouTube Records, 2022)

2 PŘÍJMY PLYNOUCÍ Z ČINNOSTI NA YOUTUBE

Jak uvádí samotný název práce, činnost na YouTube může přerůst v podnikání a skutečný byznys. Existuje několik možností, jak svou tvorbu na YouTube zpeněžit, a to buď přímo skrze platformu YouTube a její funkce, případně pomocí přidružených činností, které mohou zajistit nabídky spoluprací s firmami nebo jiné formy výdělků.

2.1 Příjmy plynoucí přímo z YouTube

Základními příjmy pro tvůrce obsahu jsou pochopitelně ty, které přímo plynou z platformy samotné. Proto v této části práce budou uvedeny všechny možnosti, které tvůrci mohou přinést zisky ze samotného nahrávání obsahu na platformu YouTube. O všechny následující příjmy však může tvůrce přijít, pokud porušuje pokyny a pravidla, které platforma stanovuje. Tomu se následně věnuje jedna z dalších kapitol práce s názvem Podnikání na YouTube a jeho podnikatelská rizika.

2.1.1 Zpeněžení kanálu a videí

Základním prostředek k získání příjmu z YouTube je zpeněžení videí, které uživatel na platformu nahrává. Může si tím také zpřístupnit i jiné funkce, které jsou uvedeny níže. K tomu musí splnit základní podmínky, které jsou ale poměrně mírné a každý uživatel, který bere činnost vážně, by jich měl dosáhnout poměrně rychle.

Základními podmínkami pro přijetí do partnerského programu jsou:

1. Dodržování zásad zpeněžení na YouTube (rozvedeny v rámci kapitoly o podnikatelských rizicích).
2. Bydliště v zemi, kde je partnerský program aktivní (je to možné v drtivé většině zemí, výjimkou je např. Čína, KLDR či Kuba).
3. Váš kanál nemá aktivní sankce za porušení pokynů pro komunitu (rovněž vysvětleno v rámci 4. kapitoly).
4. Za posledních 12 měsíců máte více než 4000 veřejných hodin sledování. Jinými slovy, u vašich videí uživatelé za rok stráví tento nebo větší počet hodin.
5. Kanál má více než 1000 odběratelů.
6. Máte připojený účet AdSense (účet přes který jsou vedeny platby).

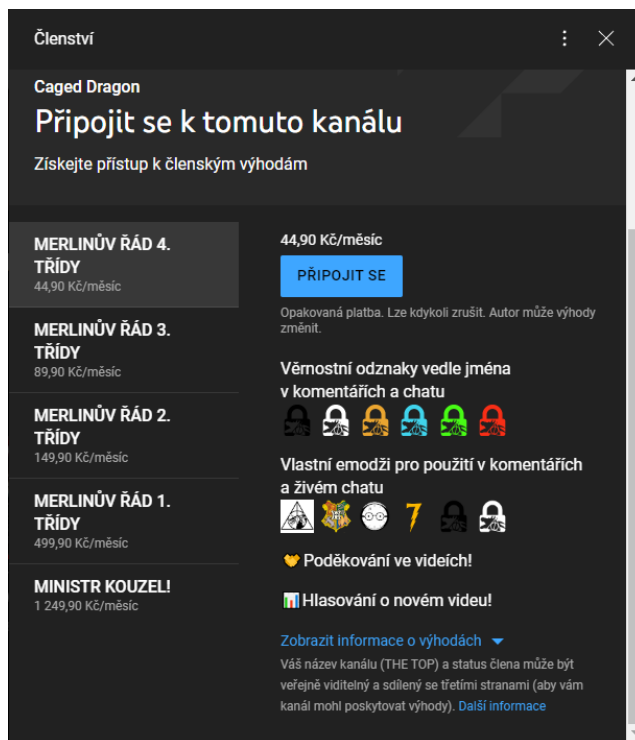
Po splnění všech podmínek proběhne kontrola, která rozhodne, jestli může být váš kanál zpeněžen. Pokud je žádost schválena, budete získávat podíl ze zobrazených reklam u vašich videí. Jak velký podíl bude ale závisí na obrovském množství faktorů. Stejný počet zhlédnutí u dvou různých tvůrců neznamena stejně velký výdělek. (Informace o Partnerském programu a podmínkách vstupu, 2021)

2.1.2 Členství

Díky funkci členství se mohou odběratelé kanálu stát, pomocí pravidelné měsíční platby, tzv. členy kanálu. Vlastník kanálu může vytvořit několik kategorií (maximálně šest, v cenovém rozmezí od 14,90 Kč do 12 499,90 Kč), ve kterých nabídne členům formu odměny za podporu. Aby mohla být funkce v kanálu spuštěna, je potřeba splnit podmínky zpeněžení kanálu, uvedené v předchozím bodě práce.

Kromě nich ale existují i tyto povinnosti uživatele:

- Mít aktivní kartu komunita na YouTube,
- provozovatel kanálu je starší 18 let,
- obsah kanálu není určený jako obsah pro děti,
- kanál nesmí obsahovat velký počet nezpůsobilých videí (např. videa s autorskými nároky na použitou hudbu). (Způsobilost, pokyny a zásady členství v kanálu, 2022)



Obrázek 5 Členství kanálu
(Zdroj: Vlastní)

2.1.3 Superchat a nálepky Super Sticker

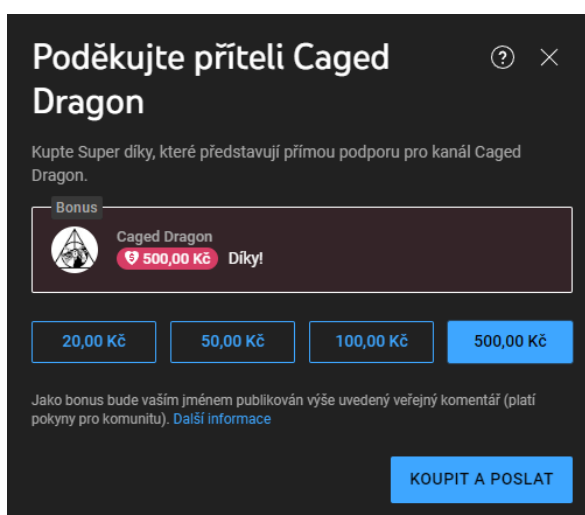
Funkce Superchat představuje funkci kanálu, která umožňuje divákům v rámci živého chatu koupit zvýraznění své zprávy a touto sumou podpořit tvůrce. Stejně tak si mohou zakoupit nálepky Super Stickers (pohyblivé obrázky, které se zobrazí v chatu), jejichž vyvoláním podporují autora. Pokud někdo tak učiní, může tvůrce nastavit znělku či jiný efekt, který ohlásí tuto aktivitu a tím tak částečně odměnit diváka za zaslanou částkou. Je taky možné nastavit pomocí různých streamovacích softwarů to, aby byla zvýrazněná zpráva přečtena, čímž se zvyšuje interakce mezi YouTuberem a fanouškem.

K aktivaci této funkce je potřeba aby:

- Kanál měl již aktivní zpeněžení,
- provozovateli kanálu bylo 18 a více let,
- se uživatel nacházel v zemi, ve které je funkce podporována. (Podmínky, dostupnost a zásady zpráv Superchatu a nálepek Super Sticker, 2022)

2.1.4 Funkce Super díky

Super díky je další možností pro autora získat příspěvky od diváků. Kupující může na stránce přehrávaného videa zakoupit funkci Super díky, která mu zobrazí jednorázovou animaci a zvýrazní jeho komentář, u kterého bude rovněž uvedena suma, kterou přispěl. Autor videa pak dostane 70 % ze sumy příspěvku. (Zapnutí a správa Super díky, 2022)



Obrázek 6 Funkce Super díky (Zdroj: Vlastní)

2.1.5 Product placement (Placená propagace)

Jedná se o placené umístění produktu do videa. Taková reklama může mít různé formy. Velmi obvyklá je forma tzv. „midroll“ reklamy, kdy je v průběhu klasického obsahu vsunuta informace o produktu nebo službě. V takovém případě jde o krátký spot (obvykle 30-60 vteřin), který v rychlosti odkazuje na službu či produkt. Taková forma reklamy je velmi podobná té, kterou známe z televizního vysílání.

V některých případech je pak samotné video reklamou vytvořenou ve spolupráci s určitou značkou (např. ukázka provozu továrny a výroby v ní).

Může se ale jednat i o „recenze“ na produkty, kdy odměnou za takovou činnost nemusí být jen přímé finanční ohodnocení, ale i barter. Tedy odměna formou produktu či služby, které jsou v rámci videa prezentovány.

2.2 Přidružené příjmy k činnosti na YouTube

Kromě příjmů plynoucích přímo z platformy, existují pochopitelně i jiné možnosti, které mohou přinést podnikateli v této oblasti příjmy. Jde především o aktivity, těžící z obsahu videí publikovaných na YouTube. Pokud je tvorba kvalitní, poutavá, či jinak atraktivní,

může přilákat společnosti i jednotlivce, aby navázali spolupráci s tvůrcem. Rovněž může aktivita na YouTube přerůst v popularitu na jiné sociální síti, nebo obecně v médiích.

2.2.1 Affiliate program

V případě Affiliate programu je formou spolupráce s jinou společností situace, kdy tvůrce dostane vlastní odkaz nebo slevový kód pro své diváky. Pokud jej využijí, tvůrce získává určité procento z prodeje produktů či služeb, případně může být oceněn určitou částkou za počet registrací přes jeho vlastní odkaz nebo tzv. promokód. Odměna nemusí být vždy finanční, některé affiliate programy nabízejí i odměnu formou produktů, v případě her i herní (virtuální) měny, či různých výhod pro hráče. Tento program nabízejí často internetové obchody, prodejci oblečení či společnosti vytvářející videohry nebo aplikace s volnou registrací.

2.2.2 Prodej merche nebo jiného produktu či služby

Získaná popularita může vést k možnosti vytvořit vlastní produkty (tzv. merch) a ty následně nabízet fanouškům kanálu. Obvykle jde o oblečení, hrníčky, batohy, nálepky, odznaky atd. Diváci o takové předměty mají obvykle velký zájem, jelikož je spojují přímo s oblíbenými tvůrci. Tyto produkty mohou pak YouTubeři nabízet buď na vlastním e-shopu, který si sami zřídí a vedou, případně za jeho provoz zodpovídá pověřená osoba. Častější variantou je ale spojení s firmou, specializující se na výrobu fanouškovských předmětů pro content creatory. U nás jsou to např. Real Geek nebo GoMerch.

2.2.3 Crowdfunding

Crowdfunding je proces, kdy je plán tvůrce financován z peněz diváků a dobrovolných příspěvků od nich. K tomu je obvykle využíván jeden z webů, které se na tuto možnost financování specializují. (např. v ČR web Startovač). Obvykle si tvůrce vymyslí záměr, kterého chce dosáhnout (vytvoření produktu, služby, speciálního videa apod.), na jehož splnění potřebuje prostředky od svých diváků. Je stanoven cíl v podobě určité sumy, kterou je nutné dosáhnout pro dokončení záměru. Podporovatelé za své příspěvky pak dostávají různé odměny. Může jít o samotný produkt či službu, po jejím uvedení do prodeje, různá poděkování, dárkové předměty, nebo i možnost participovat na projektu.

2.2.4 Akce, přednášky a srazy s diváky

V rámci společnosti se z YouTube tvůrců staly poměrně známé osobnosti. Proto jsou někdy zváni na různé srazy či akce, které pořádají společnosti či obchodní domy. Za účast na těchto akcích obvykle dostane finanční odměnu, případně produkty v předem domluvené hodnotě. Akci lze samozřejmě uspořádat i z vlastní iniciativy a vytvořit tak další podnikatelský plán. Někteří Youtubeři také využívají svých nabytých zkušeností a znalostí k pořádání přednášek, které se pochopitelně dají zpeněžit pomocí vstupného. (Cannell a Travis, 2018)

2.2.5 Příjmy z jiných sociálních sítí

Člověk působící na YouTube obvykle neomezí svou činností pouze na tuto platformu, ale zakládá si i profily na dalších sociálních sítích, které mohou být prostředkem ke zvýšení příjmů. Práce proto na závěr této kapitoly uvádí několik nejznámějších sociálních sítí, které Youtubeři často využívají.

- **Twitch Tv** – jde o platformu, která je zaměřená čistě na živé vysílání, tedy stream. Tuto funkci sice umožňuje i YouTube, nicméně ji nemá ani zdaleka tak propracovanou jako tato konkurenční platforma. Má vlastní partnerský program, do kterého se můžete po splnění podmínek zařadit. Ten zaručuje streamerovi (osoba která vysílá živě) příjmy z přehrávaných reklam, předplatných kanálů (viz členství na YouTube) a umožňuje mu vytvářet pro své fanoušky vlastní emotikony, výzvy apod. (Knight, 2022)
- **Instagram** – je aplikace určená pro mobilní telefony, a také jedna z nejpoblárnějších sociálních sítí současnosti. Je zaměřena především na sdílení fotografií, buď pomocí příspěvku nebo stories, které jsou po 24 hodin viditelné příspěvky uživatele. Kromě toho se přes tuto síť šíří i krátká videa. Je to ideální prostor ke sdílení osobnějších informací a zážitků, což je obvykle pro fanoušky YouTuberů velmi zajímavým prvkem. Na Instagramu neexistuje přímý partnerský program, ovšem jelikož dosahy videí a příspěvků mohou atakovat hranice nejen milionových čísel, tak je velmi atraktivním prostředím pro product placement. Proto není výjimkou, že některé fotky a příspěvky na profilech tvůrců obsahují právě tuto formu reklamy. (Gončarová, 2021)
- **Facebook** – v současnosti je tato platforma spíše na ústupu, i přesto má většina populárních internetových osobností svou fanouškovskou stránku, případně veřejný

profil, kde je možno publikovat videa, nebo sponzorovaný obsah. Obvyklé je rovněž vytváření firemních profilů, které umožňují aktivaci mnoha šikovných funkcí (např. automatická odpověď na některé dotazy, doba provozu apod.). Co se týče příjmů, velmi častým je zmíněný product placement, či placené sdílení jiných webových stránek a odkazů. (Bauer, 2020)

- **TikTok** – je v současnosti jednou z nejrychleji rostoucích sociálních sítí, její obliba je především u mladších uživatelů internetu, ovšem obsah zde už nacházejí víceméně všechny věkové kategorie. Sociální síť umožňuje sdílení krátkých videí (v rozsahu 3–60 vteřin), jejichž obsahem může být téměř cokoliv. Parodie, taneční kreaace, kompilace jiných videí, záběry domácích mazlíčků atd. Platforma jako taková nabízí opět možnost získat popularitu a tím i nabídky product placementu (v tom mají tvůrci se základnou fanoušků na YouTube výhodu). Kromě toho má ale i přímý způsob výdělku. Sledující mohou za reálné peníze nakoupit tzv. TikTok mince a ty následně darem během živých vysílání poslat tvůrci. Ten má možnost polovinu mincí směnit na tzv. diamanty, za které následně dostane zapláceno 50 % z jejich hodnoty, druhá polovina zůstává platformě TikTok. (Rosulek 2020)
- **Patreon** – tato platforma by se teoreticky dala zařadit do kategorie crowdfundingu, nicméně její fungování je trochu odlišné. Patreon umožňuje publikovat obsah, za který si ovšem musí uživatelé stránky zaplatit. Může jít o fotografie, malby, kresby nebo videa, která si uživatelé zobrazí za určitý poplatek. Samozřejmě je možné obsah na Patreonu publikovat i bezplatně. Lze vytvořit různé kategorie (podobně jako u YouTube členství) v různých cenových hladinách, které pak nabízí rozličné odměny. Častokrát je tato platforma využívána k podpoře tvorby na YouTube tak, že zde tvůrce zveřejní např. neupravený a nesestříhaný záznam videa, fotky a nepovedené záběry z natáčení atd., což věrní fanoušci rádi za mírný poplatek uvidí. (Malý, 2017)
- **Spotify** – v současnosti velmi oblíbená platforma pro poslech hudby, podcastů a rozhovorů. Nejde však o běžnou sociální síť, jelikož na ni není možné publikovat hudbu nebo jinou formu audia bez distributora nebo bez vyžádaného povolení od stránky samotné. Závisí pak na podmínkách distributora, jakou část příjmů z reklam a placených členství na spotify tvůrce dostane. Někde platí univerzální poplatek, jinde odvádí procento z příjmů. (Blaháček, 2021)

- **OnlyFans** – platforma je velmi podobná zmíněnému patreonu, avšak na rozdíl od něj umožňuje publikovat uživatelům i explicitní a sexuální obsah. Proto velkou část obsahu tvoří pornografické materiály a fotografie, které mohou lidé publikovat a uživatelé musí za jejich zobrazení zaplatit určitou měsíční taxu. Rovněž platí, že je možné vytvořit různé kategorie za rozdílné finanční částky. Především pro mladé slečny je tato platforma velmi lákavou možností, jak si několika lechtivými fotografiemi vydělat mnoho peněz. Samozřejmě je tato možnost velmi zajímavá pro YouTubery (spíše YouTuberky), které mají velkou základnu fanoušků, z nichž nemalá skupina by stála i o sexuální obsah, byť s předchozí kariérou content creatorů nemusí vůbec souviset. Jako příkladem takto úspěšné „tvůrkyně“ může být Bella Thorne (pseudonym Belle Delphine). Ta se původně věnovala herectví v pořadech společnosti Disney, když se však neuchytila natrvalo, po odchodu z této společnosti, vybudovala kariéru na OnlyFans. První den na platformě OnlyFans vydělala jeden milion dolarů na členstvích a během týdne další milion. Na OnlyFans totiž kromě měsíčního předplatného a dýšek mohou uživatelé platit za pay-per-view obsah, tedy zaplatíš-uvidíš. Pro velkou část tvůrců je však tato platforma nezajímavá a nevhodná už jen díky pověsti, kterou má, byť by na ni mohli umístit jakýkoliv obsah stejně jako na patreon. (Studnička, 2020)

3 PŘÍKLADY ÚSPĚŠNÝCH ČESKÝCH A ZAHRANIČNÍCH TVŮRCŮ

Jelikož je YouTube skutečně celosvětově oblíbený, téměř v každé zemi bychom našli desítky úspěšných tvůrců, kteří si vybudovali na této platformě své živobytí. V diplomové práci je proto uveden výčet tvůrců a společností ze zahraničí, jež dosáhli celosvětového úspěchu a mají fanoušky po celé planetě. Ani České a Slovenské republiky se tento fenomén nevyhnul, a proto je jedna z podkapitol věnována i nejpobulárnějším a nejúspěšnějším tvůrcům na propojeném československém trhu.

3.1 Zahraňiční tvůrci

Do této části práce byli zahrnuti tvůrci, jejichž počet odběratelů je v řádech několika milionů a jejich publikum je téměř z celého světa. Už to naznačuje, že jejich popularita je obrovská, což znamená i obrovské příjmy přímo z YouTube i přidružených činností.

3.1.1 PewDiePie

PewDiePie, vlastním jménem Felix Arvid Ulf Kjellberg, se narodil 24. října 1989 v Gothenbergu. Je tedy švédský YouTuber, který na platformě začal působit v roce 2010. Momentálně jde o nejodebíranějšího jednotlivce, s celkovým počtem sledujících vyšším než 111 000 000. Kariéru začal, v té době extrémně populárními, let's play videi, především z her Minecraft, Call of Duty a Amnesia: The Dark Descent. Původně se YouTube věnoval při studiu vysoké školy, avšak po úspěšném růstu jeho kanálu v roce 2011 ji opustil a začal na platformě pracovat naplno. Jeho popularita vzrostla natolik, že do roku 2019 byl nejodebíranějším tvůrcem na YouTube. Dosud zůstává nejpobulárnějším jednotlivcem, kanály, které ho překonaly totiž vlastní velké společnosti, které produkují masu videí pomocí velkého množství zaměstnanců. Za svou kariéru se kolem PewDiePie objevilo i několik skandálů, především pro jeho nevybíravý slovník v některých videích a streamech, kdy jeho výroky působily rasisticky a antisemitsky. Za své chování se omluvil a těchto nálepek se během své kariéry zbavil, aniž by jeho popularita nějak výrazně opadla. PewDiePie je aktivní i v současnosti, jeho obsahem jsou různé livestreamy, herní videa a reakce na jiný obsah a témata ve společnosti i na internetu. (Klein, 2021)

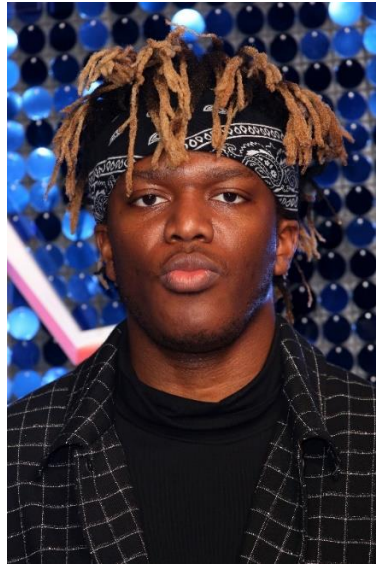


Obrázek 7 PewDiePie
(Zdroj: YouTube.com, ©2022)

3.1.2 KSI

KSI v současnosti dokázal proniknout i do běžné popkultury a lze ho zařadit mezi populární hudebníky a rapery. Původně ale i KSI, vlastním jménem Olajide Olatunji, začínal s videi ze svého pokoje ve Watfordu v Anglii. Už v 15 letech publikoval první videa, ve kterých hrál simulaci fotbalu FIFA. Postupně se jeho videa začala stávat populárními. Jeho tvorba byla oblíbená pro jeho hlasité a vtipné reakce a komentáře. Velmi rychle se tak stalo, že svou budoucí kariéru směřoval na YouTube a upustil od studia.

Společně s dalšími přáteli a tvůrci na YouTube vytvořili uskupení Sidemen, které začalo vytvářet obsah společně. I díky tomu jeho popularita, a vlastně i všech členů projektu, rapidně rostla. Díky spojení s fotbalem odehráli několik charitativních utkání a měli možnost natáčet s fotbalisty anglické Premier League. Svou další tvorbu však KSI směřoval k hudební kariéře. Už předtím využíval své schopnosti vytvořit hudbu a rap pro svá videa a později jeho kanál prošel rebrandingem a momentálně na něm najdeme převážně hudební klipy. Olajide Olatunji se rovněž jako jeden z prvních tvůrců zapojil aktivně do projektu boxerských zápasů, kdy bojoval např. s jiným YouTuberem Loganem Paulem. (Saeed, 2022)



Obrázek 8 KSI

(Zdroj: thesun.co.uk, ©2022)

3.1.3 Smosh

Kanál Smosh byl mezi lety 2007 a 2013 vůbec tím nejpůvodnějším na celém YouTube, alespoň co se počtu odběratelů týče. Projekt založili kamarádi Ian Hecox a Anthony Padilla a to už v roce 2005, tedy na samotném počátku YouTube. Jejich původní videa byla lipsingy (otevírání úst v rytmu a textu původní skladby), a ty je z počátku proslavily. Časem se od podobných videí přesunuli k tvorbě scének a komediálních videí, která je vystřelila až na místo nejoděbávanějších YouTuberů na platformě. Mezi jejich pravidelné série videí patřily například:

- „*Every Blank Ever*“ – epizody zobrazovali stereotypy různých postav (otců, matek apod.) nebo událostí (párty, rozchody atd.).
- „*If... Were Real*“ – komediální videa postavené na možnosti, že by filmy, počítačové hry apod. byly realitou.
- „*The Big What If*“ – „co kdyby něco bylo jinak“.

Do tvorby kanálu se postupně začalo zapojovat více lidí, kteří bývají nazýváni jako členové Smosh family. Už v roce 2011 kanál odkoupila společnost Alloy Digital, která ale ponechala v jeho vedení Iana i Anthonyho. Množství obsahu na kanálu tak rostlo a vznikly i doprovodné projekty jako Smosh gaming, nebo jazykové variace tvorby (Smosh ve španělštině).

V rámci YouTube tvořili i placený obsah, a dokonce roku 2015 natočili a publikovali film Smosh: The Movie, který byl vysílán v amerických kinech. Velkou změnu kanál zaznamenal až v roce 2017, kdy ho 14. června oficiálně opustil jeden ze zakladatelů Anthony Padilla. Kanál však zůstal v provozu pod vedením Iana Hecoxe a funguje do současnosti s více než 25 miliony odběrateli na svém kontě. (Smosh, 2022)

3.1.4 MrBeast

Jimmy Donaldson, známý pod pseudonymem MrBeast, na YouTube začal působit už když mu bylo 12 let. V té době se věnoval hraní videoher a jejich komentování, avšak žádný výrazný úspěch nezaznamenal. Zájem o jeho kanál a tvorbu se začal zvyšovat v roce 2017, kdy začal uploadovat extrémně náročná, dlouhá videa, ve kterých plnil určitou výzvu. Např. vkuse počítal do 100 000, což mu zabralo celých 44 hodin. Diváci na YouTube však byli něčím takovým ohromeni, a tak právě toto video vidělo tehdy více než 20 milionů lidí. Když podobným stylem nabyl základní publikum a z jeho koníčku se stala práce, začal svá videa směřovat k filantropii. Začínal rozdáváním stovek až tisíců dolarů neznámým lidem, čímž na sebe upoutal pozornost a jeho videa nabývala na popularitě. Později se sumy zvyšovali, přicházeli složitější výzvy (schovávaná o 60 000 dolarů apod.) a kanál rychle překonával další výrazné hranice odběratelů. Velkou část příjmů, tak logicky vracel zpět do videí, což ovšem vzbudilo ještě větší zájem o ně a tím i další zvýšení příjmů. Kromě toho se věnuje i charitativní a dobrovolnické činnosti (díky němu bylo vysazeno 7 milionů stromů v rámci akce #TeamTrees). Nedávno se také stal autorem videa, které za 24 hodin sledovalo nejvíce lidí v historii platformy. Video \$456,000 Squid Game In Real Life! získalo za takto krátký čas neuvěřitelných 42 894 808 zhlédnutí. Kanál MrBeast má v současnosti atakuje hranici 100 milionů odběratelů a jeho růst se nijak výrazně nesnižuje. (MrBeast Net Worth, 2020)



Obrázek 9 MrBeast

(zdroj: twitter.com, ©2022)

3.2 Česko a Slovensko

V České a Slovenské republice byl YouTube na vzestupu později než v zahraničí, nicméně by se dalo konstatovat, že od roku 2011 začali YouTubeři pomaličku pronikat do populární tvorby. V současnosti je na našem trhu více než několik stovek tvůrců, kteří pravidelně publikují na platformu YouTube. Pro účely této práce byly jako příklad vybrány takové osobnosti, které dosáhly na naše poměry velkého úspěchu a překonaly hranici alespoň 500 000 odběratelů.

3.2.1 GoGomanTV

GoGoman byl jeden z prvních, kdo se na Slovensku, a tím pádem i u nás prosadil, co by YouTube osobnost. Daniel Štrauch, tak zní jeho občanské jméno, se začal videím z her věnovat už v roce 2011. Jeho popularita výrazně narostla poté, co začal zveřejňovat své VLOGy, které byly na svou dobu a naše prostředí velmi zajímavě sestříhané a upravené, což na jeho kanál přivedlo další část sledujících. Postupně se stal nejpopulárnějším tvůrcem v rámci „československého trhu“ a byl také prvním, kdo překonal magickou hranici 1 milion odběratelů, přestože jeho obsah byl cílený jen na tak úzkou skupinu uživatelů (defacto ho tehdy statisticky sledoval každý 15. obyvatel Česka a Slovenska). Od her se během své kariéry přesunul spíše k videoblogům a jinému obsahu, vyzkoušel si vlastní talkshow či zpravodajství na YouTube. Pronikl i do běžných médií, objevil se v televizních pořadech a soutěžích, nebo v oblíbeném slovenském seriálu Panelák. (Štrauch, 2016)



Obrázek 10 GoGomanTV

(Zdroj: cz.pinterest.com, ©2022)

3.2.2 Jirka Král

Předtím než začal Jiří Král působit na YouTube, se částečně proslavil díky reality show Farma, ve které skončil na 4. místě. Díky tomu měl už jistou základnu diváků, když začal publikovat herní a jiná videa na svůj kanál. Velmi rychle se stal jedním z nejznámějších tvůrců u nás a jeho kanál v roce 2018 překonal hranici milionu odběratelů. Přestože jeho videa měla na platformě neutuchající úspěch, Jiří Král se rozhodl jako tvůrce činnost ukončit a v září 2018 publikoval své poslední video „Byl jsem YouTuber“. Podle jeho vlastních slov ho práce na platformě již nenaplňovala a chtěl se věnovat ostatním podnikatelským záměrům. (Nejznámější český youtuber končí. Točit videa mě už nenaplňuje, říká Jirka Král, 2018)



Obrázek 11 Jiří Král (Zdroj: DVTV, ©2020)

3.2.3 MenT

Jan Macák, s pseudonymem MenT, je jedním z nejdéle působících českých tvůrců na YouTube a také první Čech, který na něm překonal hranici 1 000 000 odběratelů, přestože natáčí pouze pro lokální publikum. Začínal už ve dvanácti letech, kdy s kamarády, nebo i sám, natáčel herní videa, především ze hry Minecraft. Velmi rychle jeho styl videí a projev zaujal velkou škálu diváků, a tak už ve svých 15 letech měl kanál zpeněžen a začal mu tak vytvářet příjmy. Jelikož jeho popularita narostla až ke zmiňovanému milionu odběratelů, v současnosti už se tvorbě nevěnuje sám, ale má k sobě několik dalších lidí, které jeho tvorba živí. Ti pak videa stříhají či se starají o jejich promo nebo o obecné pomáhání při vedení kanálu a jiných sociálních sítí. To obecně platí pro většinu takto velkých tvůrců. (Cihelková, 2020)



Obrázek 12 MenT

(Zdroj: forbes.cz, ©2021)

3.2.4 PPPeter

Peter Popluhár alias PPPeter je slovenský internetový bavič, který má za sebou několik více či méně úspěšných projektů. V současnosti se věnuje svému kanálu PPPeter určenému pro celosvětové publikum, a také jeho slovenské verzi PPPíter, kde vydává stejná videa s titulkami, případně videa určená pouze pro Čechy a Slováky. Jeho projekty se vždy prezentovaly poměrně nekorektním humorem, který mu však přinesl popularitu a počet odběratelů vyšší než 700 tisíc. Mimo to se proslavil i cestováním po netradičních zemích, především v Africe, o čemž vydal knihu Kde všade som (ne)zomrel, ve které mapuje své cesty po nejchudších zemích světa pomocí vtipných historek, které na cestách zažil. Jeho cestovatelské pořady

byly rovněž uveřejněny na veřejnoprávní televizi RTVS, podobný projekt tvořil i pro společnost Red Bull. (Popluhár, 2018)



Obrázek 13 „PPPeter“
(Zdroj: YouTube, ©2022)

3.3 Společnosti na YouTube

Jelikož platforma YouTube získala velkou popularitu u veřejnosti, ani velké společnosti produkující obsah se jí nemohly vyhnout. Dříve byla platforma určena spíše samotným jednotlivcům, v současnosti na ní ale najdeme velkou řadu společností, které v obrovském množství chrlí obsah pro své sledovatele. Jako příklad uvádí práce kanály společností, které najdeme na YouTube a jejich počet odběratelů přesahuje 50 milionů.

3.3.1 T-Series

Společnost T-Series byla založena už v roce 1983 Gulshanem Kumarem a zpočátku využívala nedokonalého právního systému v Indii a vytvářela pirátské nahrávky hudby a filmů z Bollywoodu a ze zahraničí. Postupně však společnost začala růst a získávala svůj obsah oficiální, tedy legální cestou. Její majitel byl však v roce 1997 zavražděn, což jí způsobilo problémy, dokud ji naplno nezačali vést Blushan a Krishan Kumarovi, synové zavražděného majitele. Ti postupně rozvíjeli její potenciál a k tomu využili i platformu YouTube, na které společnosti zaregistrovali účet 24. ledna 2014. Od roku 2017 pak kanál zaznamenal raketový růst, což souviselo i s rozšiřující se dostupností internetu v chudých oblastech Indie.

Jde o vůbec nejodebíranější kanál na celém YouTube, k odběru se přihlásilo více než 200 milionů uživatelů. V drtivé většině jde o videoklipy a filmové trailery. Většina obsahu je

zaměřena na lokální indické publikum, nicméně vzhledem k popularitě kanálu má diváky z celého světa. (T-Series, 2022)



Obrázek 14 T-Series

(Zdroj: youtube.fandom.com, ©2022)

3.3.2 5-Minute Crafts

Video z kanálu 5-Minute Crafts dost pravděpodobně zahlédla drtivá většina internetových uživatelů. Nemuselo to být přímo na YouTube, jelikož společnost má své profily zaregistrované i na ostatních sociálních sítích. Kanál vydává videa, ve kterých ukazuje tzv. lifehacky, neboli zlepšováky pro každodenní život. Kanál je však i přes svou popularitu velmi kontroverzní. Jednak jsou videa často plná zbytečných a nesmyslných rad, které nikomu nepomůžou, zároveň se však stává, že některé ze zobrazených zlepšováků mohou být i životu nebezpečné. Na kanál přibývá obrovské množství obsahu každý měsíc, videa jsou tvořena mnoha osobami, a ne všechny mají dostatečné znalosti na to, aby nějaké rady svým divákům dávaly. Několikrát se objeví nevhodné zacházení s tavnou pistolí, ostrými předměty apod., které mohou diváci napodobit a ublížit si. I přesto všechno je kanál jeden z největších na YouTube, má více než 75 milionů odběratelů. Navíc existuje i několik dalších „podkanálů“, které publikují podobná videa cílená na určité publikum (5-Minute Crafts Recycle, 5-Minute Crafts DIY, 5-Minute Crafts PLAY atd.). (Benešová, 2020)

3.3.3 Cocomelon – Nursery Rhymes

Cocomelon – Nursery Rhymes se zaměřuje na dětské publikum, jelikož na něj americká společnost Treasure Studio publikuje 3 D animované příběhy a písničky pro děti. Díky tomu kanál od roku 2006 k dnešnímu dni získal více než 130 milionů odběratelů a je jedním z vůbec nejsledovanějších na celé platformě. Kanál absolutně vévodí aplikaci YouTube kids, která je určena přímo pro tuto věkovou kategorii, aby rodiče neměli obavy, že se mezi videi pro jejich ratolesti objeví něco nevhodného. Videá od Cocomelon obsahují v některých případech i různé edukativní prvky, učí děti světové strany, barvy, zvuky zvířat apod. Kromě toho je ale především zdrojem zábavy pro nejmenší, kterou si navíc mohou pustit zdarma. (Cocomelon – Nursery rhymes, 2022)

3.3.4 WWE

World Wrestling Entertainment je americká společnost, která se věnuje wrestlingu na profesionální úrovni. I ona má svůj profil na YouTube, který sleduje více než 80 milionů odběratelů. To z něj dělá nejpopulárnější sportovní kanál na celé platformě. Jako obsah využívá záznamy z wrestlingových akcí, rozhovory se zápasníky či sestřihy toho nejlepšího za uplynulé období. (WWE, 2022)

4 PODNIKÁNÍ

Občanský zákoník definuje podnikání takto:

„Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele.“ (Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, 2012)

Za *soustavnou činnost* můžeme označit činnost nepřetržitou, vykonávanou s vidinou pokračování v této činnosti, nejde tedy o činnost nahodilou nebo příležitostnou. *Samostatnost* pak můžeme brát jako možnost podnikatele určit si kde, kdy a jak bude pracovní náplň vykonávat a jakým způsobem nakládá s finančními prostředky, které k podnikání potřebuje, nebo je na základě činnosti získá. *Vlastní odpovědnost* pak indikuje, že se nelze zbavit rizika vyplívající z podnikání. Podnikatel odpovídá za své závazky celým majetkem. (Kozubíková, 2017)

Živnostenské podnikání v České republice upravuje hned několik zákonů. Za nejvýznamnější můžeme považovat:

- Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání.
- Zákon č. 570/1991 Sb., o živnostenských úřadech.
- Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., kterým stanoví obsahové náplně jednotlivých živností.
- Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník.

Základním právním předpisem, podle kterého většina osob podniká je výše zmíněný zákon **č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání** neboli živnostenský zákon. Vztahuje se na podnikání jak fyzických, tak i právnických osob, vymezuje, co je za živnostenské podnikání považováno a také uvádí, co za něj považovat nelze. Takové druhy podnikání mají obvykle svou vlastní právní úpravu (např. podnikání v advokacii).

Zákon rozlišuje různé druhy živností, které vyžadují jiná pravidla pro získání oprávnění k jejich provozu. Prvotní rozlišení je na živnosti **ohlašovací** a **koncesované**.

Ohlašovací živnosti jsou ty, na jejichž provozování potřebuje podnikatel splnit pouze základní zákonné požadavky. Pokud je splňuje, potřebuje pouze ohlásit místně příslušnému živnostenskému úřadu, že podnikání chce zahájit.

Ohlašovací živnosti se dělí na tři skupiny:

- *Živnosti řemeslné*
- *Živnosti vázané*
- *Živnosti volné*

K získání živnostenského oprávnění pro *řemeslnou* nebo *vázanou* činnost, je potřeba doložit vzdělání, odbornou způsobilost, případně délku praxe v oboru. Tyto podmínky jsou přímo uvedeny ke každému druhu živnosti v seznamu živností v příloze zákona č. 455/1991 Sb.

Co se týče živností *volných*, jde o obory, pro které není třeba dosáhnout žádného konkrétního vzdělání, ani délky praxe v oboru. V tomto případě postačí, pokud splňuje všeobecné podmínky provozování živnosti, tedy:

- Plná svéprávnost (lze nahradit souhlasem zákonného zástupce v případě nezletilé osoby).
- Bezúhonnost (v tomto případě je za bezúhonného považován ten, kdo nebyl odsouzen za úmyslný trestný čin, spáchaný v souvislosti s podnikáním, o které potenciální podnikatel žádá. Bezúhonnost se prokazuje výpisem z evidence rejstříku trestů).

Živnost koncesovaná, na rozdíl od živností ohlašovacích, nemá povahu právního nároku pro každého potenciálního podnikatele, a ten tak musí zažádat o vydání koncese živnostenský úřad. Jde o druhy podnikání, které stát chce svým způsobem regulovat, aby například nevytvořil přehnané množství podniků v určité oblasti (příkladem může být pohřební služba nebo taxislužba).

Existují však i **překážky pro provozování živnosti**, které přímo stanovuje živnostenský zákon v paragrafu 8. Jde o tři základní skupiny, překážky které:

- vznikly v důsledku rozhodnutí soudu v rámci insolvenčního řízení,
- vznikly v důsledku soudu nebo správního řízení (zákaz činnosti),
- vznikly rozhodnutím živnostenského úřadu o zrušení živnostenského oprávnění. (Krejčí a Knoblochová, 2022)

Kromě podnikání živnostenského, může v ČR osoba podnikat i v rámci společnosti. Zákon č. 90/2012 Sb., **Zákon o obchodních korporacích** uvádí různé formy společností, které mohou být založena na základě společenské smlouvy (podepisují ji všichni zakladatelé,

podpisy se musí předně ověřit, má formu veřejné listiny), popřípadě formou zakladatelské listiny (jediný zakladatel, má formu veřejné listiny). Zákon pak uvádí tyto druhy společností:

- **Společnost s ručením omezeným (s. r. o.)**

Zakládá ji jedna nebo více osob, minimální vklad do společnosti při jejím založení je symbolická 1 Kč. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada (každý společník má hlas za každou korunu vkladu), statutárními orgány jsou jednatele společnosti. Kontrolním orgánem je dozorčí rada, pokud ji valná hromada zvolí. Vytvořený zisk si společníci rozdělují podle výše vkladů do společnosti, za závazky společnost ručí celým svým majetkem, společníci pouze do výše vkladů.

- **Akciová společnost (a. s.)**

Akciovou společnost zakládá jedna nebo více osob, k založení je rovněž potřebný základní kapitál ve výši 2 miliony korun. Jmění společnosti je pak rozvrženo na různý počet akcií v určité nominální hodnotě. Nejvyšším orgánem společnosti je valná hromada, která si zvolí generálního ředitele, dozorčí radu a představenstvo. Společnost ručí za závazky celým svým majetkem, samotní akcionáři za závazky neručí.

Akciové společnosti pak mohou mít buď *monoistický* nebo *dualistický* systém vnitřní struktury.

U *monoistického systému* působí kromě valné hromady jen jeden další orgán, a to správní rada. Tu tvoří většinou 3 členové volení valnou hromadou. Toto uspořádání přináší snazší organizaci činností firmy, nižší finanční náročnost a zrychluje rozhodování a kontrolu. Na druhou stranu jsou oba poslední zmiňované prvky prováděny stejnou skupinou osob, což může vést k problémům.

V *dualistickém systému* valnou hromadu doplňují další dva orgány, konkrétně Představenstvo, které má zpravidla 3 členy, které volí valná hromada, a dozorčí radu, která funguje jako kontrolní orgán. Rozdělení rozhodovacího a kontrolního orgánu pak přináší efektivnější systém řízení.

- **Veřejná obchodní společnost (v. o. s.)**

Zakládána nejméně dvěma společníky, kteří do společnosti přinášejí peněžité i nepeněžité vklady, které se pak stávají jejím majetkem. Vedení společnosti je v rukou všech společníků a vytvořený zisk si společníci dělí rovným dílem (pokud se o obojím ve smlouvě nedohodnou jinak). Za závazky ručí společníci svým majetkem.

- **Komanditní společnost (k. s.)**

Společnost je tvořena dvěma typy společníků, a to komplementáři a komanditisty. Komplementáři mají na starosti obchodní řízení firmy, komanditisté mají kontrolní činnost a dohled na její fungování. Zisk se dělí napůl mezi společnost a komplementáře, kteří si zisk nebo případnou ztrátu rozdělí rovným dílem. Zisk společnosti se po zdanění rozdělí mezi komanditisty v poměru jejich podílů. Komplementáři ručí za závazky celým svým majetkem, komanditisté pouze do výše vkladu do společnosti.

- **Družstvo**

Družstvo musí mít nejméně tři členy, nicméně jde o společenství neuzavřeného počtu osob. Vzniká za účelem vzájemné podpory členů, třetích osob nebo za účelem podnikání. Vrcholným orgánem je členská schůze, které se účastní všichni členové družstva. Výkonným orgánem je pak představenstvo družstva, kontrolním orgánem je kontrolní komise, kterou družstva musejí ustanovit v případě, že mají více než padesát členů. Družstvo ručí za závazky celým majetkem, členové samotní ale za závazky neručí. (Zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích, 2012; Šafrová Dášilová, 2019)

4.1 Podnikání na YouTube

Podnikání na internetu je v současnosti na vzestupu, kolem nás je čím dál více zařízení, která jsou k internetu připojena a téměř každý má profil minimálně na jedné sociální síti. U nich se zdá, že jejich užití je zdarma, nicméně to, čím společnosti vydělávají jsou v podstatě vaše záliby, názory nebo přímo osobní údaje. Na základě informací, které stránka pomocí cookies ukládá, na vás může cílit reklamu od inzerentů a tím získat příjmy (to úzce souvisí s tvorbou na YouTube, kde část příjmu tvoří právě podíl z reklam). Každý uživatel je profilován na sociální síti tak, aby na něj web cílil správné příspěvky, videa nebo reklamy. Často diskutovaným problémem při podnikání na internetu (především při tvorbě vlastního obsahu) jsou autorská práva. Náš právní systém samozřejmě pamatuje na tuto problematiku, v rámci internetového prostředí však často bývá těžko uplatnitelná. Některé platformy se řídí zákony jiných zemí (YouTube vychází ze zákonů v USA) a tak řešit spor právní cestou, může být komplikované. Častým problémem, jak pro běžného uživatele, tak podnikatele, bývá lehkovážnost, se kterou se na internetu pohybuje. Mnohokrát lidé získávají pocit, že jim v nefyzickém světě nehrozí žádná závažná nebezpečí. Jejich zařízení ale mohou být napadeny malwary, ransomwary, nebo keyloggery. To vše může vycházet

ze špatně zabezpečených profilů, otevírání neznámých souborů, surfování po pochybných webech nebo neopatrnosti při komunikaci s jinými uživateli. Tyto hrozby nemusejí být problémem jen pro běžné uživatele, ale především pro osoby podnikající. Živnostníci nebo společnosti mohou následkem odcizení osobních údajů, know-how či nabourání celého systému, přijít o příjmy, což může vést až k ukončení činnosti. (Donát a Tomášek, 2016)

Tvorba na YouTube je, co se týče zřízení živnosti, poměrně problematická na zařazení. Živnostenský zákon totiž na tento přesný způsob podnikání nemyslí, a tak jsou tvůrci obvykle nuceni si ze seznamu volných živností vybrat takové, které co nejvíce odpovídají působení na platformě YouTube. Je to z důvodu velmi neobvyklého způsobu získávání příjmů, které plynou právě z YouTube. V ostatních živnostech obvykle nabízíte výrobek či službu s jasně danou hodnotou. V případě YouTube tvorby ale nahráváte své „výrobky“ na internetový portál a odměnou vám bude podíl z reklam této společnosti, který ale nelze odhadnout předem. Každý kanál má jiné statistiky, ukazatele a vlastnosti, které tyto příjmy ovlivňují. Pokud se však YouTuber věnuje i prodeji vlastních produktů, product placementu ve svých videích, nebo jinému způsobu zvyšování svých příjmů (viz kapitoly 3.1 a 3.2), je už pak schopný určit konkrétní činnost ze seznamu živností, která jim odpovídají. Jako příklad práce využije živnostenské podnikání jejího autora.

Autor práce, Bc. Vojtěch Mikulík je živnostníkem od 15.4. 2019 a předmětem jeho podnikání je výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona. Zapsané obory činnosti pak v jeho případě jsou:

- Výroba, rozmnožování, distribuce, prodej, pronájem zvukových a zvukově-obrazových záznamů a výroba nenahraných nosičů údajů a záznamů.
- Zprostředkování obchodu a služeb.
- Velkoobchod a maloobchod.
- Poskytování software, poradenství v oblasti informačních technologií, zpracování dat, hostingové a související činnosti a webové portály.
- Reklamní činnost, marketing, mediální zastoupení.
- Fotografické služby.
- Služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské.

U podnikání na YouTube také nelze jasně určit univerzální postup, který by platil pro majoritu tvůrců. Každý YouTuber má vlastní styl, kterým videa vyrábí, a není tak možné vydefinovat jasnou strukturu vytváření obsahu a tím pádem ani podnikatelské činnosti samotné. Každý druh obsahu totiž vyžaduje jinou přípravu, styl mluvy či vystupování, nebo následnou postprodukcí. Nejobvykleji bude formou živnostenské podnikání, v případě kanálů, na kterých se podílí více osob pak jde obvykle o společnosti s ručením omezením.

4.1.1 Vybavení potřebné k tvorbě

YouTuber pochopitelně potřebuje vybavení, které mu umožní vytvářet obsah pro jeho kanál. Kromě samotných prostor, které tvůrce využívá, jde především o elektroniku. Opět nemůžeme určit univerzální výbavu, nicméně následující výčet by měl zahrnovat drtivou většinu předmětů, softwarů a dalších potřebných věcí, které majorita tvůrců potřebuje.

Hardware:

- PC nebo laptop s příslušenstvím (monitor, myš, klávesnice, sluchátka, reproduktory atd.),
- modem k připojení k internetu,
- kamera, zrcadlovka nebo webkamera,
- mikrofon,
- nahrávací karty (k záznamu obrazu a zvuku z herních konzolí a jiných zařízení),
- herní konzole (Playstation 5, Xbox Series X, Nintendo Switch aj.),
- SD karty a jiné nosiče dat (externí harddisky),
- smartphone.

Software:

- Operační systém (nejčastěji Windows, případně MacOS),
- program určený k záznamu zvuku (např. audacity),
- program určený k záznamu obrazovky (OBS, bandicam aj.),
- streamovací software (OBS, Elgato game capture aj.)
- stříhový program (Adobe Premier, FinalCut, atd.),

- software pro úpravu fotografií a obrázků (Adobe Photoshop, GIMP aj.)
- počítačové hry (žánr podle zaměření kanálu),
- aplikace Studio YouTube pro smartphony.

Vybavení studia/provozovny:

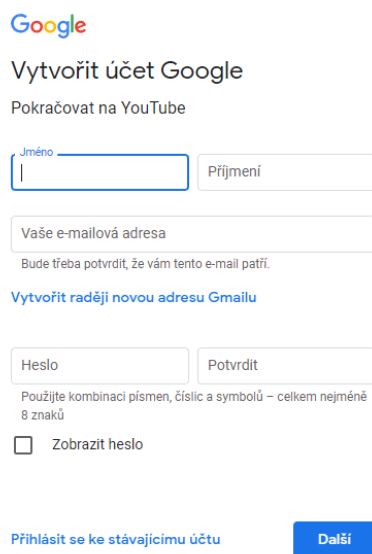
- Stůl nebo jiná vhodná pracovní plocha,
- kancelářské židle,
- studiová světla,
- stativ pro kameru,
- akustická pěna,
- dekorace místnosti (dle zaměření tvorby),
- zelené plátno. (Kohout, 2020)

4.1.2 Začátek tvorby a podnikání na YouTube

Začít své působení na YouTube je v principu velmi snadné. Stačí se zaregistrovat na platformě. Registrace je velmi podobná jako na kterékoliv jiné sociální síti. Vyžaduje se jméno, příjmení, e-mailová adresa a vytvoření hesla. Poté jsou doplněny osobní údaje, avšak jejich potvrzení dokladem totožnosti vyžadováno není. Následně si uživatel musí vytvořit svůj vlastní YouTube kanál, na který postupně může začít publikovat videa.

Nahrávání videí je velmi jednoduchý proces. Je nutné touto funkcí vybrat videosoubor a nahrát ho na platformu. Na autorovi pak je, aby video vhodně pojmenoval, doplnil štítky (klíčová slova podle kterých bude video vyhledáváno), připravil pro něj miniaturu

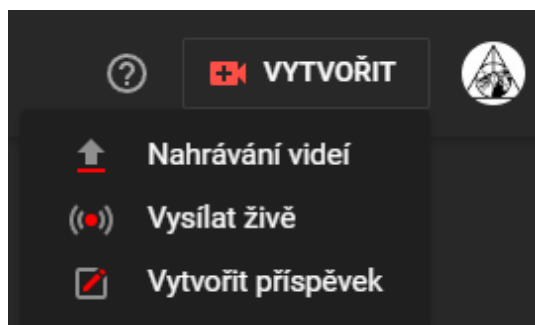
(náhledový obrázek), popis, zařadil ho do seznamu videí (pro oddělení jednotlivých video sérií) a následně video publikoval.



The image shows the Google account creation interface. At the top is the Google logo, followed by the heading "Vytvořit účet Google" and the sub-heading "Pokračovat na YouTube". Below this are input fields for "Jméno" (Name) and "Příjmení" (Surname). A larger field for "Vaše e-mailová adresa" (Your email address) is present, with a note: "Bude třeba potvrdit, že vám tento e-mail patří." (You will need to confirm that this email belongs to you). There is a link "Vytvořit raději novou adresu Gmailu" (Create a new Gmail address instead). Below are fields for "Heslo" (Password) and "Potvrdit" (Confirm), with a note: "Použijte kombinaci písmen, číslic a symbolů – celkem nejméně 8 znaků" (Use a combination of letters, numbers, and symbols – at least 8 characters in total). A checkbox "Zobrazit heslo" (Show password) is also visible. At the bottom, there is a link "Přihlásit se ke stávajícímu účtu" (Sign in to your current account) and a blue button labeled "Další" (Next).

Obrázek 15 Registrace účtu

(Zdroj: Vlastní)



Obrázek 16 Nahrání videa

(Zdroj: Vlastní)

Podrobnosti o videu

Název (povinné) ?
JAK SE DĚTI MUDLŮ DOZVÍ, ŽE JSOU KOUZELNÍCI?


Popis ?
Instagram
⚡ Caged Dragon ⚡ - https://www.instagram.com/caged_dragoncz/
📷 Osobní profil - https://www.instagram.com/vojta_thetop/

Zdroje informací tohoto videa:
👉

⚡ V PŘÍPADĚ ZÁJMU O SPOLUPRÁCI NEBO PLACENOU PROPAGACI ODEŠLETE NABÍDKU NA TENTO MAIL (pouze seriózní nabídky):
vojta.mikulik@gmail.com

Miniatura

Vyberte nebo nahrajte obrázek, který znázorňuje, co video obsahuje. Dobrá miniatura vynikne a přitáhne pozornost diváků. [Další informace](#)



Playlisty

Přidejte toto video do jednoho nebo více playlistů. Playlisty mohou divákům pomoci najít váš obsah rychleji. [Další informace](#)

Potterova hodinka

Obrázek 17 Název, popis videa, informace atd. (Zdroj: Vlastní)

Štítky

Štítky se mohou hodit, pokud se diváci často pletou při psaní správného názvu videa. Jinak štítky pomáhají divákům s nalezením videí jen minimálně. [Další informace](#)

caged dragon × harry potter × potterova hodinka × magicka7 ×

hermiona × harry × ron × bradavice × kouzla × jk rowling ×

fandom × potterhead × pottermore × MUDLOVÉ ×

JAK se dozví že jsou kouzelníci × hermiona grangerová × dursleyovi ×

ivoch × fantastická zvířata ×

Jednotlivé štítky oddělujte čárkami 239/500

Obrázek 18 Štítky (Zdroj: Vlastní)

4.1.3 Natáčení videí

Jak už je uvedeno v úvodu této kapitoly, každý tvůrce má trochu jiný postup, jakým videa tvoří. Tato část práce vychází, kromě z předchozí literární rešerše, ze zkušeností autora. Neexistuje univerzální postup, jak video pro YouTube připravit a každý content creator využívá jiné metody, postupy, softwary pro úpravu natočených materiálů. Práce zde proto uvádí přibližný popis tvorby některých výše zmíněných druhů obsahu (viz kapitola 2.3).

Let's play/Gaming – K vytváření tohoto druhu obsahu je potřeba PC s dostatečným výkonem, aby bylo schopné zaznamenávat využívanou počítačovou hru. Existuje i varianta nahrávací karty, tedy externího zařízení, kterým lze obraz zaznamenávat a ulehčit tak počítači. Některé herní konzole jsou rovněž schopny záznam hry vytvářet sami. Záběry ze hry jsou obvykle doplněny komentářem, který může být zaznamenáván v průběhu hry, anebo jím je záznam doplněn zpětně. Běžné je i využití kamerového záznamu, na kterém je tvůrce přímo zaznamenán při hraní, divák tak vidí jeho reakce.

VLOG – k natočení videoblogu je potřeba jen kamera, zrcadlovka, popřípadě telefon s mikrofonom a téma, které bude v rámci videoblogu zpracováno. Může jít o běžný den tvůrce, záznam jeho dovolené na exotickém místě, nebo výjezd na sportovní utkání.

Hudební videoklip – tato forma obsahu je většinovým produktem hudebníků, kapel a společností vytvářející hudbu. Videoklip je pak doplnění hudebního podkresu o „příběh“, případně jde o záběry z koncertů či jiných vystoupení interpreta. K vytvoření takového obsahu se obvykle zvlášť nahraje zvukový záznam a následně je k němu vytvořen videoklip reprezentující skladbu (buď formou příběhu nebo zmíněnými záběry na hudebníka či kapelu).

Žebříček – tzv. Toplist se obvykle skládá z 5 až 10 bodů sestavených z určitých kritérii, podle tématu, kterého se žebříček týká. Obsahem žebříčku může být v podstatě cokoliv. Existují žebříčky nejlepších hudebních videoklipů, momentů z filmové nebo videoherní série, nebo třeba sportovních momentů. K vytvoření takového videa je obvykle třeba napsaný scénář, vycházející z internetové nebo knižní rešerše. Následně je text načten, buď autorem nebo jinou osobou, a při úpravě ve stříhovém programu doplněn grafikou, texty a vhodnými obrázky či záběry.

Video esej – tímto pojmem se označují videa zpracovaná na určité téma, která se snaží informovat diváka o historii, politice, slavných osobnostech nebo jiné problematice z minulosti či současnosti. K vytvoření takového videa je obvykle třeba napsaný scénář,

vycházející z internetové nebo knižní rešerše. Následně je text načten, buď autorem nebo jinou osobou, a při úpravě doplněn grafikou a vhodnými obrázky či záběry. (Sukhraj, 2021)

4.1.4 Úprava videa

Nahrané záznamy z PC, kamery, mikrofonu atd. je obvykle třeba upravit tak, aby tvořily jeden celek. K tomu lze využít velké množství editačních programů, které jsou obvykle placené a tvůrce si tak musí pořídit jejich licenci. Existují ovšem i programy volně k použití, běžné jsou i tzv. Trial verze programů. Kdy si uživatel může na zkušební dobu (obvykle 30 dní) vyzkoušet produkt s omezenými funkcemi a rozhodnout se, zda bude chtít za něj utratit své peníze.

Příklady stříhových programů vhodných k úpravě videí na YouTube:

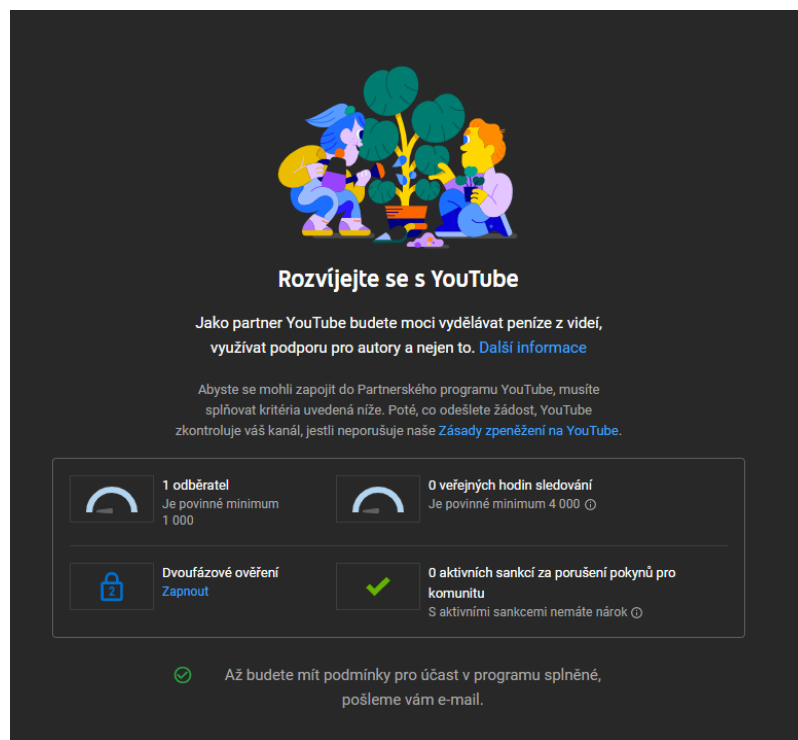
- Adobe Premier Elements – je často využívaný a populární editační program od společnosti Adobe. Uživatelům nabízí automatizované funkce a také průvodce postupy přímo v programu. Nabízí základní úpravy jako stříh, úpravu barev nebo přechody mezi záběry. Podporuje rovněž videa ve 4K rozlišení, nabízí automatickou funkci, která vybere ze záběrů akční scény, nebo dává možnost využít šablony, přidání grafických objektů (textových popisů, komiksových bublin atd.). Program nabízí 30denní zkušební verzi, videa v ní vytvořené obsahují vodoznak programu. Cena plné verze se pohybuje okolo 100 eur.
- Blackmagic DaVinci Resolve – popularita programu spočívá především v tom, že je kompletně zdarma. Nabízí tradiční stříhové funkce a základní grafické úpravy. Nenabízí však automatické nástroje, které by uživateli sami skládaly video a ulehčily tak některé části postprodukce. Stejně tak v základní verzi chybí možnost úprav videí ve vysokých rozlišeních (4K a 8K) nebo videa s vysokým množstvím snímků. Pokud by je uživatel programu vyžadoval, má možnost za zhruba 300 dolarů verzi zdarma upgradovat na pokročilejší.
- Vegas Movie Studio – program je YouTubery hojně využíván pro jeho jednoduchost a zároveň komplexnost. Nabízí běžné funkce, ale i editaci 3D videa, rozlišení 4K, podporuje dotykové obrazovky a pamatuje i na přechody a plug-iny, kterými se dá práce vylepšit a zjednodušit. Negativem je poměrně dlouhá doba renderu (samotné exportování videa do finální podoby). Cena programu se pohybuje od 50 do 150 dolarů podle verze. Výrobce sony nabízí i 30denní trial verzi.

- Shotcut – je volně stažitelným programem, ale právě proto nabízí spíš jen základní funkce bez většího množství speciálních efektů nebo dodatečně stažitelných pluginů a vylepšení programu. Nevýhodou je chybějící průvodce přímo v programu, začátečníci se tak musejí spolehnout na internetové tutoriály.
- CyberLink PoweDirector – Program disponuje možností zpracovávat videa z virtuální reality a 360stupňová videa (kamera je umístěna v prostoru, se kterým uživatel může pohybovat). Jinak nabízí standardní stříhové funkce, úpravy barev, efekty a další potřebné služby. Jde o poměrně pokročilý program ne příliš vhodný pro absolutní začátečníky. Cena plné verze je 69 eur, na tu je možné upgradovat z verze zkušební, kterou je rovněž, jako u většiny ostatních programů, možné využívat po 30 dní. (Janů, 2019)
- Final Cut – Je primárně určený pro produkty od společnosti Apple a tím pádem není zas tak často v Česku využíván, jelikož velká část uživatelů u nás využívá počítače se systémem Windows. Jinak jde ale o velmi kvalitní program, nabízející veškeré potřebné funkce. Od základního stříhu a úprav scény nabízí i mnoho přechodů, efektů a předpřipravených šablon. Program je poměrně přehledný, i začátečník by se v něm měl rychle orientovat. Nevýhodou může být vysoká pořizovací cena, která je stanovena na 299,99 dolaru. (Final Cut Pro, 2022)

4.1.5 Zpeněžení kanálu

Než se uživatel dostane k jakýmkoliv příjmům z platformy YouTube, musí na svůj kanál nahrávat videa, dokud nedosáhne na základní požadavky zmíněné v kapitole 3. 1. 1. Pokud uživatel splní potřebné statistiky a stane se partnerem, může následně zpeněžovat svůj obsah na YouTube. Je také potřeba zabezpečit účet dvoufázovým ověřením, tedy je po přihlášení potřebné ověřit totožnost například pomocí SMS kódu. Pokud tak učiní, získává podíl ze zobrazených reklam u jeho videí. K tomu, aby tyto příjmy získával legálně se pak pochopitelně musí řídit výše uvedeným živnostenským zákonem a učinit tak, aby své příjmy

přiznával a následně je zdanil. Později pak získá i přístup k přidruženým druhům příjmu v rámci YouTube, tedy Členství, funkce Superchat, Super Stickers a Super díky!.



Obrázek 19 Požadavky na zpeněžení kanálu (zdroj: Vlastní)

Co se příjmů z reklam týče, ty jsou velmi individuální a nelze obecně určit sumu, kterou YouTuber vydělá za určitý počet zhlédnutí. Příjem ovlivňuje hned několik podstatných faktorů:

- Délka videa a průměrná doba sledování – tzv. watchtime neboli čas, který divák u videa stráví je velmi podstatnou součástí zpeněžení videa. Pokud diváci vydrží u videa po celou jeho dobu, jde o pozitivní faktor, který pomáhá video prosadit u inzerentů a navyšovat tím příjmy.
- Počet vložených reklam – do videí, se stopáží vyšší než 8 minut, může tvůrce umisťovat reklamy nejen na jejich začátek a konec. Má možnost v jejich průběhu určit reklamní přestávky. Ty se však neaktivují pokaždé a je důležité určit jejich vhodný počet. Rozhodně neplatí pravidlo čím víc vložených reklam, tím víc peněz.
- Typy zobrazených reklam – na YouTube se může zobrazit několik různých typů reklam, které jsou různě ohodnoceny. Konkrétně jde o:

- Přeskočitelné reklamy – na začátku nebo v průběhu videa se objeví reklama, kterou má uživatel možnost po 5 sekundách přeskočit.
- Reklamní mikrosputy – šestivteřinová nepřeskočitelná reklama v úvodu videa.
- Obsahové reklamy – drobné reklamy v dolní části videa, nebo bannerové reklamy (zobrazovány pouze na PC, v mobilní aplikaci se nezobrazují).
- Nepřeskočitelné videoreklamy – spoty o libovolné délce (v desítkách vteřin až několika minut), které se zobrazí před videem nebo v jeho průběhu.
- RPM – zkratka představuje poměr financí obvykle získaných za 1000 zhlédnutí. Do sumy se započítávají veškerá zhlédnutí kanálu za určité období a příjmy z reklam, funkcí Super díky, Superchat a super stickers.
- CPM – Vyjadřuje skutečnou sumu získanou za 1000 zpeněžených zhlédnutí. Jde tedy o přepočítání RPM, ze kterého jsou odstraněny nezpeněžená zhlédnutí videí, tedy zobrazení, u kterých se divákovi neobjeví reklama.
- Oblast, ve které jsou videa sledována – podle oblastí, lépe řečeno států, ve kterém je video sledováno, se odvíjí hodnota reklam. Oblasti s nejvyšší hodnotou jsou v Evropě Nizozemsko, severní Francie nebo Francie. (Check your YouTube revenue, 2022; Understand ad revenue analytics, 2022)

Příjmy z YouTube má pak tvůrce možnost vyplácet přímo sobě přes funkci AdSense, tedy přímo z platformy YouTube na svůj běžný či firemní účet. Má ale možnost využít služby třetí strany, tzv. MCN, která bude projekt zastupovat. Společnost se postará o správu vašeho kanálu, je schopna zhodnotit současný stav kanálu, doporučit další postupy, řešit problémy s autorskými právy, sjednotit příjmy z více kanálů do jediné faktury a nabízí i další služby. Konkrétní společnost **Vidadu**, jejíž služby autor práce využívá, nabízí svým partnerům i prostory k tvorbě videí nebo přímé poradenství formou osobní schůzky nebo hovoru. Za své služby si pak společnost strhne určité procento z výdělku YouTube kanálu tvůrce. (Vidadu, 2021)

4.1.6 Budování značky

Poté co kanál získá zpeněžení a další doprovodné funkce se musí tvůrce především snažit o to, aby z něj vybudoval fungující „značku“. Jeho cílem by mělo být reagovat na statistiky a analytiky, které mu YouTube poskytuje (počty zhlédnutí, odběratelů, demografie publika,

jiné kanály, které doporučují jeho obsah atd.). Na základě těch by měl svou tvorbu směřovat k vytvoření „značky“ pomocí nejen YouTube videí, ale i ostatních sociálních sítí. Díky tomu může získat spolupráce s firmami, možnost vyrábět předměty k prodeji (tzv. merch), získávat pozvánky na akce nebo do diskusních pořadů, podcastů apod.

Obecně bychom mohli budování značky shrnout do těchto bodů:

- Zvyšovat počet odběratelů a zhlédnutí na základě informací o svém publiku.
- Budovat jiné sociální sítě.
- Získat spolupráce s firmami nebo jinými tvůrci.
- Vytvářet vlastní produkty – merch.
- Komunikovat s fanoušky a diváky. (Cannell a Travis, 2018)

4.2 Podnikatelské hrozby plynoucí přímo z YouTube

Samotná stránka YouTube poskytuje svým uživatelům i informace o hrozbách, které mohou jejich kanál ohrozit. Tyto problémy pochopitelně vycházejí z předpokladu, že tvůrce porušuje některé pravidlo, která YouTube přímo stanovuje a každý registrovaný uživatel potvrzuje, že se jimi bude řídit. Jejich nedodržování může příjmy snížit u jednotlivých videí, při výraznějších porušování pravidel má platforma možnost zpeněžení celému kanálu odebrat, buď dočasně nebo natrvalo. Existují však i jiné sankce a situace, které mohou nepřímo i přímo ovlivnit vaše příjmy. Může dokonce dojít i k zákazu vašeho působení na stránce YouTube.

4.2.1 „Žlutý dolar“

Výraz žlutý dolar označuje v YouTube slangu omezené zpeněžení určitého videa. Dochází k němu v případě, kdy je jeho obsah nevhodný pro některé inzerenty, avšak v některých případech se najdou takoví, kterým jejich reklama u tohoto obsahu nevadí. U každého videa probíhá kontrola obsahu automatickým systémem YouTube. Ten následně vyhodnocuje, jestli je video vhodné ke zpeněžení či ne. Samotný autor videa má při zapínání zpeněžení k dispozici dotazník, ve kterém vyplní, co jeho video obsahuje a v jaké míře, případně uvede (zaškrtnutím položky „Nic z výše uvedeného“) že neobsahuje žádné z problematických témat. Na základě uvedených informací, nebo kontroly se pak rozhodne, jestli bude video zpeněženo zcela, nebo bude zařazeno do kategorie „Omezeno“, kdy se u vašich videí buď reklamy nezobrazují vůbec, nebo jen v omezené míře.

Pokud není tvůrce s výsledkem kontroly spokojen, má možnost se odvolat. V tom případě by mělo být video zkontrolováno pracovníkem společnosti YouTube tak, aby ověřil, jestli je uvalené omezení právoplatné, jelikož automatický systém není stoprocentní a může chybovat. (Požádejte o kontrolu člověkem u videí označených jako „Není vhodné pro většinu inzerentů, 2022)

The image shows a dark-themed web form titled "Vhodnost pro reklamy" (Suitability for ads). The form asks the user to evaluate their video or its title, description, or keywords against a list of categories. The categories are: "Nevhodné výrazy" (Inappropriate language), "Jen pro dospělé" (Adults only), "Násilí" (Violence), "Šokující obsah" (Shocking content), and "Nebezpečné nebo násilné činy" (Dangerous or violent acts). Each category has a brief description. To the right of the categories, there is a section for rating the video, with a "ODESLAT HODNOCENÍ" (SEND RATING) button and instructions to be careful and not to change the answer.

Vhodnost pro reklamy

Obsahuje vaše video nebo jeho název, popis nebo klíčová slova některé z následujících položek?
Proč je důležité video správně ohodnotit?

Nevhodné výrazy
Časté používání silně vulgárních výrazů

Jen pro dospělé
Sexuální chování, vyjadřování nebo výrazy, reálné záběry i počítačově gener...

Násilí
Situace zobrazující bolest, ubližování nebo zranění

Šokující obsah
Situace, které mohou diváky rozrušit, znechutit nebo šokovat

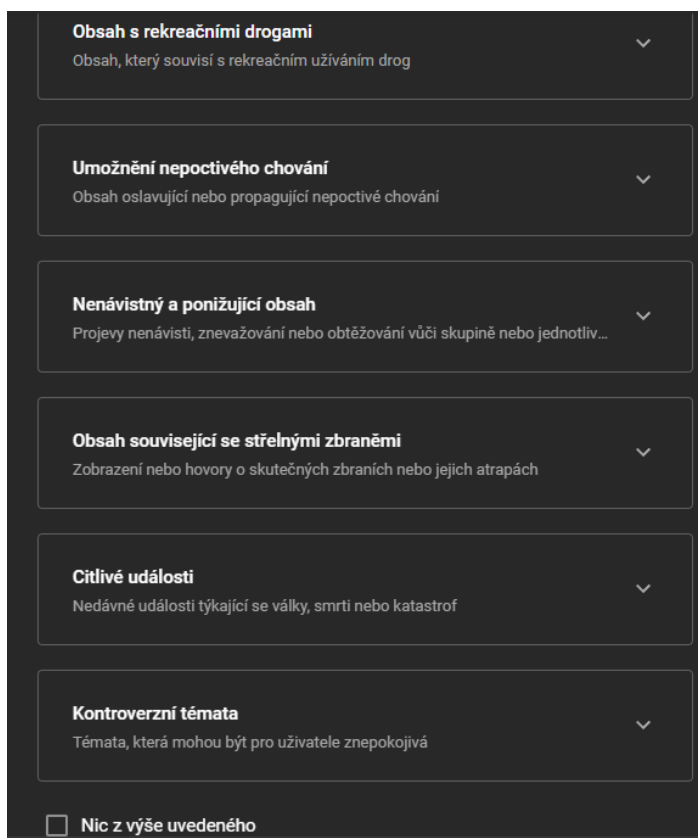
Nebezpečné nebo násilné činy
Situace, které mohou být pro účastníky nebezpečné

Jak jste své video ohodnotil:
=

ODESLAT HODNOCENÍ

Pečlivě ohodnoťte své video.
Jakmile zadáte hodnocení, nebudete moci měnit své odpovědi.

Obrázek 20 Kontrolní dotazník část 1 (zdroj: Vlastní)



The image shows a dark-themed control questionnaire interface with several expandable sections. Each section has a title and a brief description, followed by a downward-pointing chevron icon. At the bottom, there is a checkbox labeled 'Nic z výše uvedeného'.

- Obsah s rekreačními drogami**
Obsah, který souvisí s rekreačním užíváním drog
- Umožnění nepoctivého chování**
Obsah oslavující nebo propagující nepoctivé chování
- Nenávistný a ponižující obsah**
Projevy nenávisti, znevažování nebo obtěžování vůči skupině nebo jednotliv...
- Obsah související se střelnými zbraněmi**
Zobrazení nebo hovory o skutečných zbraních nebo jejich atrapách
- Citlivé události**
Nedávné události týkající se války, smrti nebo katastrof
- Kontroverzní témata**
Témata, která mohou být pro uživatele znepokojivá

Nic z výše uvedeného

Obrázek 21 Kontrolní dotazník část 2 (Zdroj: Vlastní)

4.2.2 Porušení autorských práv

V případě, že video obsahuje obsah chráněný autorskými právy, není zpravidla možné ho zpeněžit. Existuje více forem nároků autorských práv, které pak mají různý efekt a dopad na kanál.

Nárok v systému Content ID

Videa nahraná na YouTube procházejí kontrolou, kdy je jejich obsah porovnáván se zvukovou a obrazovou databází obsahu chráněným autorskými právy. Pokud systém najde shodu, aplikuje některou ze „sankcí“:

- Zablokování videa (buď úplně, nebo v rámci vybraných států a oblastí).
- Video bude zpeněženo, ale finance získá tvůrce původních materiálů, nebo budete tyto příjmy sdílet.
- Sleduje statistiky videa a uplatňuje další sankce.

Službu Content ID mají k dispozici tvůrci, kteří prokážou, že nahrávaný obsah mají v rámci YouTube, internetu, ale i jiného prostředí pod ochranou autorských práv. Pokud by vznášeli neoprávněné nároky, mohou být z této služby vyřazeni. Proti nároku můžete vznést námitku

pomocí formuláře, na základě kterého, se rozhodne, zda byl nárok vznesen oprávněně. (Jak systém Content ID funguje, 2022)

Sankce za porušení autorských práv

Sankce za porušení autorských práv navazuje na systém Content ID. Majitel práv se totiž může rozhodnout na váš kanál uvalit sankci (pokud to neučiní, přicházíte pouze o příjmy, ale kanálu se to nijak dále nedotkne). Po uvalení sankce kanál získává tzv. *strike*. Video tak bude ze stránky staženo a váš kanál poprvé sankciován. Tím přijde o určité funkce (např. živé vysílání, zpeněžení obsahu), pokud je kanál sankciován třemi striky tak:

- Všechna nahraná videa na kanále budou odstraněna.
- Sankciovaný účet společně s kanály bude odstraněn.
- Nebudete moci vytvářet nové kanály svým jménem.

Pokud je kanál v partnerském programu YouTube, má jeho majitel k dispozici přechodné období, sedm dní, aby se mohl bránit jeho odstranění, případně si stáhnout nahraná videa a ukončit tvorbu.

Ne každé využití cizích materiálů je však považováno za porušení autorských práv. Existuje pojem „Fair use“ který definuje, co se považuje za využití cizího obsahu v odůvodněné míře a co už je porušením autorských práv. Máte podle něj právo využít úryvky cizí tvorby a produkce pro: recenzi, edukativní účely, jazykový rozbor a překlad, cover hudební tvorby (vlastní nahrání skladby jiného interpreta), rozbor obsahu videa atd. Proto můžete i proti striku vznést námitku a prokázat, že nešlo o porušení autorských práv. Pokud jste námitku uvedli oprávněně, budou sankce ručně odebrány z kanálu. (Základní informace o sankcích za porušení autorských práv, 2022)

4.2.3 Porušení pravidel pro komunitu

Pokyny pravidel pro komunitu jsou skupinou nařízení, kterými se musí uživatel na YouTube řídit. Že je s nimi srozuměn, musí uvést již při registraci. Pokud však kanál porušuje některý bod pravidel, může být postupně sankciován (např. na základě násilného nebo nenávistného obsahu, propagaci podvodných stránek, porušením GDPR apod.). Porušování pravidel může odhalit buď systém YouTube automaticky, nebo může být upozorněn na základě opakovaného nahlašování videa od uživatelů. Pokud kanál porušuje pravidla, bude postupně sankciován takto:

- **Varování** – než přijdou skutečné sankce, dostane uživatel při prvním porušení varování. To žádným způsobem neovlivní váš kanál, nicméně dává vědět, co kanál porušil a co by v budoucnu mohlo vést k dalším sankcím. Upozorňuje majitele, čemu se v budoucnu vyhnout.
- **První sankce (strike)** – dojde-li k porušení komunitních pravidel podruhé, na týden váš kanál bude mít pozastaveny tyto funkce: nahrávání videí, živé přenosy, stories, sdílení příspěvků na komunitní stránce, úprava seznamů videí. Po uplynutí jednoho týdne se funkce znovu aktivují, sankce však bude na kanále uvalená 90 dnů.
- **Druhá sankce (strike)** – pokud v 90denní lhůtě po první sankci dojde k dalšímu porušení komunitních pravidel, budete sankciováni stejně jako v případě prvního striku, jen se období zvýší na 2 týdny. Druhý strike opět na kanále zůstává 90 dnů a prodlužuje platnost první sankce.
- **Třetí sankce (strike)** – při třetím porušení pravidel bude váš kanál z YouTube během následujících 90 dnů odstraněn.

Sankce se nelze zbavit odstraněním problematického videa, jediným řešením je odvolání proti sankci, případně překonání 90denní lhůty v případě prvních dvou sankcí. (Základní informace o sankcích za porušení pokynů pro komunitu na YouTube, 2022)

4.2.4 AdBlock Plus

AdBlock je nástroj, lépe řečeno rozšíření, pro prohlížeče. Blokuje veškeré reklamy na webových stránkách, včetně YouTube. Pokud se tak na videa dívají uživatelé s aktivovaným AdBlockem, nezobrazují se jim reklamy a tím pádem ani tvůrce videa nevydělává. Proti této funkci se však YouTuber samotný nemá jak bránit, může jen šířit osvětu, že používáním této funkce připravují diváci své oblíbené autory o příjmy. Některé webové stránky však už mají ochranu proti AdBlocku a nemůžete se na nich pohybovat, pokud je ve vašem prohlížeči aktivní. YouTube tento způsob ochrany však zatím nevyužívá. (About AdBlock Plus, 2022)

4.2.5 Chyby systému Content ID

Přestože je YouTube obrovská společnost s propracovaným systémem, může dojít k chybám v systému Content ID, který označuje videa porušující autorská práva nebo nevhodná videa na základě komunitních pravidel. V minulosti nastalo několik situací, kdy tvůrci byly neoprávněně sankciováni, nebo jejich obsah nebyl zpeněžen.

- **Caged Dragon** – I samotný autor práce se dostal se svým kanálem do situace, kdy byl jeho projekt na několik dní neoprávněně zbaven zpeněžení. 11. 2. 2020 bylo kanálu odebráno zpeněžení. YouTube vyhodnotil jako důvod „zavádějící metadata“, což by znamenalo, že na účtu jsou videa s popisem a náhledovým obrázkem, které neodpovídají obsahům videí. Tento problém byl ale během 14 dnů vyřešen díky společnosti Vidadu, u které je autor kanálu zaregistrován jako partner. Do té doby však kanál přišel o veškeré příjmy.

Váš kanál už nesplňuje podmínky pro zpeněžení

Při nedávné kontrole jsme zjistili, že velká část vašeho kanálu není v souladu se zásadami zpeněžení YouTube. Přečtěte si připomínky uvedené níže a proveďte požadované úpravy.

Zpětná vazba k hodnocení

Při kontrole jsme ve vašem kanálu našli obsah, který není v souladu s následujícími pokyny. Chcete-li využívat zpeněžení, kanál musí splňovat všechny [Zásady zpeněžení na YouTube](#). Zkontrolujte svůj kanál a proveďte odpovídající úpravy. (Můžete například upravit nebo smazat videa nebo upravit metadata videí.)



Zavádějící metadata

Zavádějící popisy, štítky nebo názvy s cílem zvýšit počet zhlédnutí. [Další informace](#)

Možnost podání nové žádosti bude k dispozici od 11. 3. 2020

Pokud budete stále splňovat požadavek na počet odběratelů a veřejné hodiny sledování, můžete žádost podat znovu od 11. 3. 2020.

Obrázek 22 Nezpeněžení kanálu Caged Dragon v roce 2020 (Zdroj: Vlastní)

- **TheFatRat** – TheFatRat je hudebník vystupující na YouTube, jeho kanál má více než 6 milionu odběratelů. Svou hudbu však uvolňuje tak, že ji mohou bezplatně využívat ostatní tvůrci, pokud uvedou její zdroj. Díky tomu se stalo, že jedna z jeho skladeb, The Calling, byla v roce 2018 označena systémem Content ID a příjmy z videa putovali společnosti Ramjets. Ta využila díry v systému, když pod sebou měla člověka, který tvořil remix této hudby. Na základě toho označila obsah YouTube jako vlastní a tím získávala příjmy ze skladby několik měsíců. Systém Content ID v tu dobu totiž spoléhal na to, že společnost sama posoudí, zda je nárok oprávněný, a tak vlastně sama rozhodovala o tom, jestli námitky autora hudby přijme. Nakonec díky velikosti jeho účtu dokázal tento problém s YouTube vyřešit, jelikož už měl kontakty přímo na správce platformy. Nicméně přišel o peníze za stovky tisíc zhlédnutí u tohoto videa, které se započítávali v době, kdy bylo neoprávněně označeno. (TheFatRat, 2018)

4.3 Hrozby ovlivňující činnost na YouTube

Kromě hrozeb, které vyplývají přímo z pravidel platformy YouTube, existuje několik dalších rizik, která mohou živnostníka nebo jiného podnikatele ohrozit při snaze vytvářet obsah na YouTube a vytvářet tím zisk.

4.3.1 Zdravotní rizika

Na základě předchozí rešerše je jasné, že pokud je tvůrce, jakkoliv indisponován, může to jeho tvorbu zbrzdít, dokonce na čas pozastavit. Zdravotní stav může ohrozit podnikání v podstatě v jakémkoliv oboru a pochopitelně to platí i pro působení na internetu. Opět nemůžeme říct, že by pro všechny YouTubery měly zdravotní potíže stejný dopad, záleží na povaze jejich tvorby a samozřejmě také na druhu nemoci či zranění, které osobu postihne. Obecně je ale jasné, že špatný fyzický nebo psychický stav mohou komplikovat nebo přímo znemožnit tvořit na platformu a tím i podnikat.

Mezi zdravotní rizika, která by mohla působení na platformě výrazně zkomplikovat, nebo jej úplně přerušit, jednoznačně můžeme zařadit:

- Respirační nemoci – mohou ovlivnit mluvu, hlas a tím i kvalitu zvuku a vyjadřování autora ve videích. V případě dlouhodobých problémů mohou tak přerušit publikaci videí.
- Zranění rukou – působení na YouTube vyžaduje obvykle práci s PC, smartphonem, kamerou a herními konzolemi. Všechny tyto předměty jsou ovládány pomocí rukou, lépe řečeno prstů. Pokud dojde k jejich zranění, může to vaši tvorbu na dlouhé období pozastavit.
- Poškození smyslových orgánů – poškození zraku nebo sluchu může výrazně zkomplikovat natáčení samotné, postprodukci i obecné fungování jako YouTube osobnost. Takové zranění či nemoc se pak výrazně promítá i do osobního života.
- Psychické potíže – kromě fyzických zranění a nemocí může utrpět i psychika. To v rámci YouTube je považováno za nejrizikovější, jelikož úspěšný tvůrce musí věnovat tvorbě většinu svého času a zároveň komunikovat s diváky a jinými uživateli, kteří ne vždy vystupují vůči nim vlídně. Proto se u spousty tvůrců mohou objevit potíže s psychikou jako deprese, syndrom vyhoření, únavový syndrom aj.

4.3.2 Kriminalita

I obyčejný zloděj může zkomplikovat podnikání, a to nejenom YouTuberům. Pokud dojde k odcizení vybavení, případně softwaru nebo know-how, může být živnost ohrožena. V internetovém prostředí je velkou hrozbou hackerský útok, který může uživatele připravit nejen o peníze, kryptoměnu, ale i celý YouTube kanál. Jako příklad kriminality můžeme uvést:

- Ian Balina

Ian Balina je YouTuber věnující se poradenství a informování o kryptoměnách, které sám kupuje a obchoduje s nimi. V průběhu jednoho ze streamů se mu ale stalo, že jeho peněženka s kryptoměnou byla vykradena hackerem. Ten se do ní dostal skrze starý univerzitní mail, který Balina využíval jako záložní u svého účtu. Hacker si na něj nechal zaslat přihlašovací údaje a tím se dostal k jeho kryptoměnám v peněžence. Díky tomu přišel v přepočtu zhruba o 41 milionů korun. Kolem kauzy však probíhali i spekulace o tom, že si měnu „ukradl sám“ aby se vyhnul jejímu zdanění. Tato situace mu uškodila především co se týče důvěryhodnosti jeho rad. (Chrobok, 2018)

- Ukradené YouTube kanály českých tvůrců

Ani českým tvůrcům se nevyhnuly problémy s kriminálními živly. Koncem roku 2019 hned několik z nich přišlo o YouTube kanál. Největším z nich byl Roth Wellden, jehož účet měl v tu dobu víc než 300 000 odběratelů. Tvůrcům na e-mail dorazila falešná nabídka na spolupráci, ta obsahovala odkaz, přes který se podařilo získat Ruským hackerům přihlašovací údaje do jejich účtů. Posléze byla z kanálu smazána veškerá videa a běžela na nich pouze falešná živá vysílání, která měla vzbudit v divácích vidinu šance snadného zisku z kryptoměn. Naštěstí, právě díky různým společnostem, které takto napadené kanály zastupovaly, se podařilo tvůrcům své účty získat zpět. Nicméně přišli po celou dobu řešení situace o příjmy ze svého YouTube kanálu. (Kohout, 2019)

4.3.3 Podání žaloby na základě obsahu kanálu

Byť má YouTube vlastní systémy a způsoby, kterými se pokouší potírat nevhodný obsah, případně porušování autorských práv, rozhodně nemá šanci odhalit veškerá nevhodná videa. Obzvláště pokud jde o lokální problém mezi tvůrci samotnými. V minulosti se několikrát objevila situace, kdy byla podána žaloba na tvůrce, kvůli některému videu nebo obecně myšlenkám či názorům, která ve svém videu publikuje.

Velmi známý je u nás případ bývalého YouTubera Petra Jelínka, s přezdívkou Pstruh. Ten čelil žalobě kvůli videu, ve kterém vulgárně urážel Petru Yamuny Wolf, která nabízela ženám online službu v podobě vaginální terapie. Okresní soud původně Jelínkovi vyměřil podmíněný trest v délce 6 měsíců, Krajský soud v Brně zmírnil trest na 120 hodin prospěšných prací, proti obojímu se ale YouTuber odvolal a kauza skončila až u nejvyššího soudu, který jeho jednání vyhodnotil jen jako přešůpek. (Jirků, 2017)

5 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI PRÁCE

Teoretická část této diplomové práce měla za cíl seznámit čtenáře s portálem YouTube a s možností podnikání na něm. V úvodu práce popisuje historii této populární webové stránky a její rozvoj. Následně se kapitola věnuje samotnému uživatelskému prostředí, které YouTube nabízí a jednotlivým druhům obsahu, které na platformě nejčastěji tvůrci publikují. Také uvádí význam YouTube v současném mediálním prostoru, což provádí pomocí příslušných rekordů a statistik.

V další části práce autor popisuje druhy příjmů, které může podnikatel na základě své činnosti získat přímo či nepřímo díky činnosti na YouTube. Samotná platforma nabízí několik způsobů, jak obsah zpeněžit, jsou ale k dispozici i jiné metody, např. doprovodné sociální sítě, které mohou na základě působení na YouTube vytvořit další příjmy pro podnikatele.

Ve třetí kapitole se pak objevují příklady úspěšných světových a místních osobností, které výrazným způsobem uspěly na platformě, které se práce věnuje. Co se týče zahraničních tvůrců, mívají desítky milionů sledujících, stejně tak zhlédnutí u své tvorby. Úspěšní tvůrci v Česku a na Slovensku pak překonávají hranici půl milionu odběratelů, někteří dosáhli i na další milník v podobě milionu. Kromě jednotlivců na platformě působí i několik velkých a úspěšných společností, jejichž výčetem je zakončena tato kapitola práce.

Poslední pasáž teoretické části je pak zaměřena na podnikání, uvádí druhy podniků, které u nás existují, ukotvuje podnikání v rámci YouTube a popisuje činnost samotného tvůrce na této platformě. Následně jsou uvedeny hrozby, které samotný YouTube v rámci svých pravidel uvádí pro všechny, kdo se na něm pokoušejí uspět. YouTube potírá porušování autorských práv, násilný, rasistický obsah atd. Kromě těchto hrozeb jsou zmíněny i jiné, které mohou podnikateli zkomplikovat jeho činnost.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ MEZI YOUTUBE TVŮRCI – IDENTIFIKACE RIZIK

Jelikož je autorem práce osoba, která se věnuje podnikání na YouTube, měla možnost se během svého působení setkat s několika dalšími tvůrci, kteří se věnují podobným činnostem. Proto bude v této fázi práce využito dotazníkové šetření mezi několika YouTubery. Dotazník obsahuje uzavřené i otevřené otázky. Odpovědi na ně mají napovědět, jaká rizika vnímá tato skupina podnikatelů jako významná pro jejich další činnost. Tím by měla být identifikována rizika i pro zkoumaný objekt (kanál Caged Dragon), která budou dále hodnocena. Tvůrci měli možnost vyplnit dotazník pod svým internetovým pseudonymem, případně zůstat v anonymitě.

6.1 Výzkumné otázky pro dotazníkové šetření

Před rozesláním dotazník se autor práce rozhodl vytvořit si výzkumné otázky a odhady, kdy na základě vlastních zkušeností a předchozí literární rešerše předpokládá možné odpovědi v šetření. Následně bude jejich potvrzení či vyvrácení okomentováno v rámci vyhodnocení dotazníku.

Autor stanovil tyto výzkumné otázky:

- I. Setkali se všichni respondenti se žlutým dolarem?
- II. Obdrželi alespoň dva dotázaní na kanále komunitní strike nebo strike za autorská práva?
- III. Setkal se alespoň jeden tvůrce s pokusem o odcizení jeho kanálu?
- IV. Byl některý z tvůrců žalován za svou tvorbu?
- V. Neumožňovaly zdravotní potíže na určitý čas tvorbu videí alespoň pro tři dotazované?

6.2 Dotazníkové šetření

Dotazník byl šířen pomocí internetu, autor využil forms.google.com, tedy velmi jednoduchý způsob, jak šířit dotazník přímo k respondentům pomocí přímého odkazu. Dotazník se skládal z otevřených i uzavřených otázek, které byly zaměřeny na rizika v oblasti podnikání na YouTube. Každý z dotazovaných měl možnost dotazník vyplnit anonymně, anebo jménem svého YouTube kanálu. Podoba dotazníku byla následovná:

1. Dotazník vyplním:
 - a. Anonymně
 - b. Jménem kanálu _____
2. Uveďte počet odběratelů kanálu: _____
3. Jak často se u videí setkáváte s problémem „žlutého dolaru“?
 - a. Nikdy
 - b. Zřídka (maximálně 1 z 30 videí)
 - c. Občas (maximálně 1 z 10 videí)
 - d. Pravidelně (téměř u každého videa)
 - e. Vždy
4. Jak často se u videí setkáváte s problémem nároku v systému ContentID? (použití hudby, nebo jiného obsahu chráněného autorskými právy)
 - a. Nikdy
 - b. Zřídka (maximálně 1 z 30 videí)
 - c. Občas (maximálně 1 z 10 videí)
 - d. Pravidelně (téměř u každého videa)
 - e. Vždy
5. Byl váš kanál sankciován za porušení pravidel pro komunitu?
 - a. Ne
 - b. Ano, jednou
 - c. Ano, dvakrát
 - d. Ano, třikrát, kanálu hrozilo zrušení nebo byl zrušen

(respondent má možnost uvést, co přesně bylo důvodem, není to však povinné)
6. Byl váš kanál sankciován za porušení pravidel pro autorská práva?
 - a. Ne
 - b. Ano, jednou

- c. Ano, dvakrát
 - d. Ano, třikrát, kanálu hrozilo zrušení nebo byl zrušen
(respondent má možnost uvést, co přesně bylo důvodem, není to však povinné)
7. Pokusil se někdo odcizit váš YouTube kanál v rámci kriminality v kyberprostoru?
- a. Ano
 - b. Ne
8. Bylo vám někdy odcizeno vybavení k tvorbě videí?
- a. Ano
 - b. Ne
9. Pokud ano, šlo o: _____
10. Žaloval vás někdo na základě tvorby vašeho kanálu?
- a. Ano
 - b. Ne
11. Pokud ano, bylo to na základě: _____
12. Znemožnil vám v minulosti zdravotní stav vytvářet obsah na YouTube kanál?
- a. Ne
 - b. Ano
13. Pokud ano, důvodem byl/a: _____
14. Který z problémů považujete za nejreálnější hrozbu pro váš YouTube kanál?
- a. Zrušení kanálu na základě porušení komunitních pravidel
 - b. Zrušení kanálu na základě porušení autorských práv
 - c. Žaloba na základě obsahu kanálu
 - d. Zrušení zpeněžení na základě systému ContentID

6.3 Vyhodnocení dotazníků

Vyhodnocení dotazníku bude provedeno sumarizací odpovědí každého respondenta, který uvedl jméno kanálu, pod kterým vystupuje. Odpovědi odeslané anonymně budou odlišeny počtem odběratelů. Celkově se dotazníkového šetření zúčastnilo 10 YouTuberů.

- **STN_videos – 135 000 odběratelů**

Autor videí se často setkává s problémem žlutého dolaru, který se u jeho videí objevuje pravidelně. Naopak ale nemívá problémy se systémem Content ID, když uvedl, že se jen zřídka objeví problém u jeho videa. Respondent se prozatím neseťkal se sankcí za porušení komunitních pravidel, avšak jednou sankci obdržel kvůli autorským právům, a to díky hudbě, kterou používal v úvodu videí. S dalšími problémy (kriminalitou či žalobou) se neseťkal, za největší hrozbu pro svůj kanál považuje zrušení kanálu na základě porušení komunitních pravidel.

- **Gudu – 90 000 odběratelů**

Respondent uvedl, že s problémy žlutého dolaru i nároků Content ID se setkává jen zřídka (tedy maximálně jednou ze 30 případů). Jednou byl kanál sankciován za autorská práva a porušení pravidel pro komunitu. Jeho majitel se stal i obětí pokusu o odcizení profilu a kanálu. Naopak se neseťkal s krádeží vybavení či žalobou jeho obsahu. Uvádí že mu nemoc (chřipka nebo angína) na čas znemožnila tvořit. Za nejreálnější hrozbu pro jeho tvorbu považuje zrušení zpeněžení na základě systému Content ID.

- **Olchič – 115 000 odběratelů**

Kanál s názvem Olchič se u svého obsahu setkává zřídka jak se žlutým dolarem, tak s nároky na autorská práva v systému Content ID. Byl však jednou za své působení sankciován za porušení autorských práv. Sankce za porušení pravidel komunity se mu vyhnula, stejně jako problémy s kriminalitou či žalobou. Dotazovaný ale uvádí, že svou tvorbu musel kvůli nemoci na čas odložit. Za největší reálnou hrozbu pak považuje zrušení kanálu na základě porušení komunitních pravidel.

- **Horis – 31 000 odběratelů**

Respondent uvádí, že problémy se žlutým dolarem se objevují zřídka, problémy se systémem Content ID má ale častěji, obvykle se objeví alespoň jednou z deseti nahraných videí. Jiným problémům se však tvorba kanálu vyhnula. Potíže měl tvůrce pouze v období, kdy prodělal zranění a musel podstoupit operaci, což mu neumožňovalo určitou dobu tvořit. Za největší

hrozbu u poslední otázky pak Horis označil zrušení zpeněžení kanálu na základě porušování pravidel Content ID.

- **FUZZY – 41 800 odběratelů**

V pořadí pátém vyplněném dotazníku tvůrce uvedl, že se mu dosud vyhýbá žlutý dolar a s tímto problémem se neseťkal. Občas ho však potká problém se systémem Content ID. Větší problémy měl však co se týče sankcí. Rovnou dvakrát obdržel strike za porušení pravidel pro komunitu, důvodem bylo živé vysílání, jehož součástí byl i zápas LaLigy, 1. španělské soutěže. Jednu sankci kanál v minulosti obdržel i za porušování autorských práv. Tvůrce uvedl, že se tak stalo kvůli hudbě, kterou pouštěl na streamu, a která byla chráněna autorskými právy. Problémy s kriminalitou se mu však vyhnuly. Stejně tak tvorba kanálu nebyla nijakým způsobem žalována. Autora videí však trápily zdravotní potíže s horními končetinami, musel kvůli pálení dlaní a jiným obtížím absolvovat rehabilitace. Za nejreálnější hrozbu pro kanál považuje respondent zrušení kanálu, kvůli porušování komunitních pravidel, jeho kanál už za tento problém v minulosti obdržel dva striky.

- **Iná Liga TV – 28 500 odběratelů**

Dotazovaný uvedl, že se mu po celou dobu vyhýbají veškeré potíže. Jediný problém, který ovšem nastává pouze zřídka, jsou různé nároky v systému Content ID, kvůli použité hudbě či záběrům. Jako nejreálnější hrozbu pro kanál tak uvádí žalobu na základě obsahu kanálu.

- **Ivoch – 28 500 odběratelů**

Kanál s názvem Ivoch se obecně nepotýká s téměř žádnými potížemi, na které se dotazníkové šetření zaměřuje. Uvedl pouze, že zřídka pociťuje problém žlutého dolaru, občas se u něj objeví nárok na autorská práva v systému Content ID, což pociťuje obvykle 1 z 10 videí. Autor videí tak považuje tak zrušení zpeněžení kanálu na základě systému Content ID za nejreálnější hrozbu. Na ostatní otázky v dotazníku odpověděl negativně.

- **Perla v láhvi – 41 000 odběratelů**

Zde bude výčet problémů velmi krátký, ve vyplněném dotazníku se totiž jediná kladná odpověď objevila v případě systému Content ID, a přesto se problémy s nároky na autorská práva v tomto systému objevují jen zřídka. Jako nejreálnější hrozbu pro kanál pak dotazník uvádí žalobu na základě obsahu kanálu.

- **Mich Sako – 58 500 odběratelů**

Kromě žlutého dolaru, který se objevuje jen zřídka, a občasných nároků v systému Content ID majitel kanálu uvedl, že se mu ostatní problémy dosud vyhýbaly. Tvorbu mu na čas zkomplikovali jen zdravotní potíže, konkrétně vytrhávání zubů.

- **Anonymní – 600 000 odběratelů**

Dotazovaný, jenž si nepřál být jmenován, se s problémy žlutého dolaru a nároků v systému Content ID setkává jen zřídka, tedy maximálně jednou z třiceti případů. Rovnou dvakrát byl však sankciován za porušení komunitních pravidel, sankci za autorská práva ale neobdržel. V dalších otázkách vždy označil ne, vyhnuly se mu tak problémy s kriminalitou, žalobami i zdravotní obtíže. Za největší hrozbu pro kanál považuje ukončení provozu kanálu kvůli porušování komunitních pravidel, což jistě souvisí s tím, že kanál už byl v této oblasti dvakrát sankciován.

6.3.1 Shrnutí dotazníkového šetření

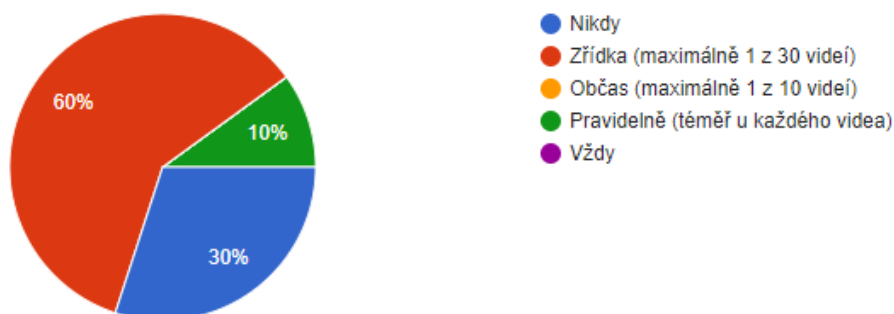
Dotazníku se zúčastnilo **10 YouTuberů**, hned 9 z nich ho vyplnilo jménem svého kanálu, pouze jeden chtěl zůstat v anonymitě. Počet odběratelů jednotlivých projektů se výrazně různil, nejmenší počet byl 28 500, naopak největší počet fanoušků má kanál, který si nepřál být v rámci dotazníku jmenován, dosáhl více než 600 000 sledujících.

Problém **žlutého dolaru**, na který se dotazovala 3. otázka, se pak vyskytuje u většiny respondentů. U 6 z nich se objevuje zřídka, jeden z tvůrců (STN_videos) však uvedl, že se u jeho videí objevuje pravidelně, a tak musí spoléhat na ruční kontrolu, která ho postihu zbaví, nebo se musí smířit s nižšími příjmy a dosahy videa. Naopak hned 3 tvůrci uvedli, že se s tímto problémem neseťkávají vůbec.

3. Jak často se u videí setkáváte s problémem „žlutého dolaru“?

 Kopirovat

10 odpovědí

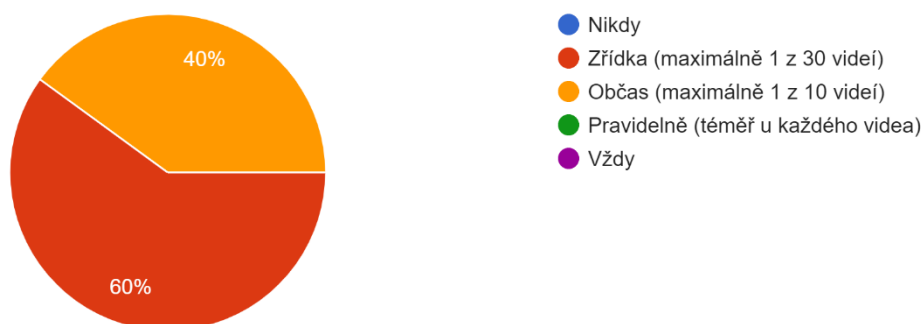


Graf 1 Žlutý dolar (Zdroj: Vlastní)

Nároky v systému Content ID se pak nevyhnuly žádnému z tvůrců. Hned 4 z nich se dokonce s problémem setkávají poměrně často, 1 z 10 případů. Zbývajících 6 tvůrců uvedlo, že se tento problém vyskytuje zřídka, ale i tak jim komplikuje podnikání na platformě.

4. Jak často se u videí setkáváte s problémem nároku v systému ContentID? (použití hudby, nebo jiného obsahu chráněného autorskými právy)

10 odpovědí



Graf 2 Content ID (Zdroj: Vlastní)

Sankce za porušení pravidel pro komunitu (tzv. strike), se objevila u třech YouTuberů. Rovnou 2 z nich dokonce obdrželi tuto sankci hned dvakrát. Důvodem bylo třeba živé vysílání, na kterém tvůrce sledoval fotbalový zápas nejvyšší španělské soutěže. Ostatních 7 dotázaných se s tímto problémem neseťkalo.

Sankci za porušení autorských práv pak obdrželi 4 z 10 respondentů. Vždy to bylo jen jednou, a důvodem byla obvykle hudba, kterou při streamu nebo v rámci videa použili.

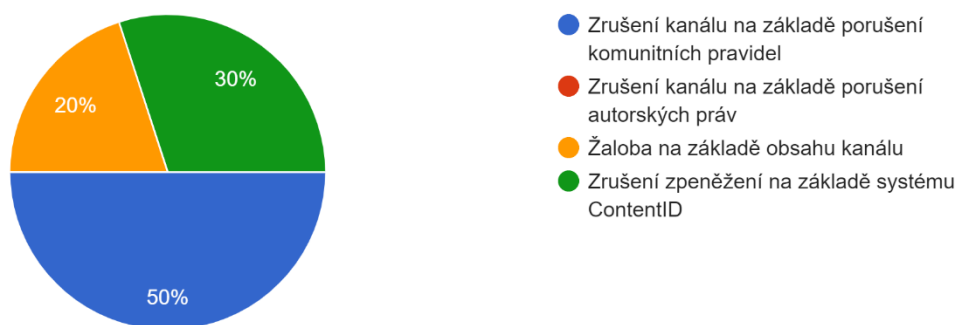
Další otázku, jestli se tvůrce stal obětí pokusu o **odcizení YouTube kanálu**, odpověděl kladně pouze tvůrce Gudu. Žádný z YouTuberů pak nevedl, že by mu bylo **ukradeno jakékoliv vybavení**, které k tvorbě používá. Stejně tak se všem dotázaným vyhnula **žaloba** jejich internetové tvorby.

Zdravotní potíže však už uvedlo jako problém hned 5 dotázaných, kterým na čas znemožnilo vytvářet obsah pro svůj kanál. Důvodem byly nemoci, zranění dolních i horních končetin, rehabilitace nebo zákrok dentisty.

Poslední otázka dotazníku měla za cíl zjistit, **kteou z nabízených fatálních hrozeb považuje YouTuber za nejpravděpodobnější**. 50 % dotázaných uvedlo, že se nejvíce obávají zrušení kanálu na základě porušení komunitních pravidel. Žalobu na základě obsahu kanálu zvolili dva respondenti, a Zrušení zpeněžení kanálu na základě systému Content ID, pak byla v dotazníku vybrána hned třemi YouTubery. Naopak žádný autor videí nevedl jako nejreálnější hrozbu zrušení kanálu na základě porušení autorských práv.

14. Který z problémů považujete za nejreálnější hrozbu pro váš YouTube kanál?

10 odpovědí



Graf 3 Nejreálnější hrozba (Zdroj: Vlastní)

6.3.2 Výsledky akademických otázek

Autor práce si před rozesláním dotazníku stanovil 5 předpokladů, které očekával, že z odpovědí vylýnou.

I. Setkali se všichni respondenti se žlutým dolarem? – **Ne**

Hned první autorův předpoklad se nenaplnil, tři respondenti totiž uvedli, že problém se žlutým dolarem se u jejich kanálu nevyskytnul. Konkrétně se problém vyhýbá kanálům FUZZY, Iná Liga TV a Perla v láhvi.

II. Obdrželi alespoň dva dotázaní na kanále komunitní strike nebo strike za autorská práva? – Ano

Rovnou 4 kanály se setkaly se sankcí za porušení autorských práv, 3 obdržely jeden nebo více striků za porušování komunitních pravidel. Některé kanály navíc pocítili obě hrozby. Jmenovitě se alespoň jeden z problémů nevyhnul kanálům: STN_videos, Gudu, Olchič, a FUZZY. S potížemi se setkal i anonymní respondent.

III. Setkal se alespoň jeden z respondentů s pokusem o odcizení jeho kanálu? – Ano

Jeden z dotazovaný, konkrétně YouTuber Gudu, uvedl, že se jeho kanál pokusil někdo odcizit.

IV. Byl některý z tvůrců žalován za svou tvorbu? – Ne

Žádný z tvůrců se neseťkal s žalobou, která by na něj byla podána kvůli jeho tvorbě.

V. Neumožňovaly zdravotní potíže na určitý čas tvorbu videí alespoň pro tři dotazované? – Ano

Rovnou pět respondentů uvedlo, že jim zdravotní problémy na čas zabránily v aktivní tvorbě. Důvodem byly nemoci, ale i zranění horních či dolních končetin, následné operace a rehabilitace, ale i vytrhování zubů.

7 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU YOUTUBE KANÁLU CAGED DRAGON

Tato kapitola práce se bude věnovat popisu vybraného YouTube kanálu, u kterého budou dále rozváděna konkrétní rizika. Jelikož autor práce je vlastníkem kanálu a sám na něj vytváří obsah, má veškeré potřebné informace jak o obsahu, tak o jeho současných a minulých problémech.

7.1 Obsah kanálu Caged Dragon

Kanál Caged Dragon byl založen 10. 1. 2019, avšak první video na něj bylo publikováno až 23. ledna. Tvorba tohoto projektu se věnuje výhradně jednomu z nejpopulárnějších fantasy příběhů – Harry Potterovi.

„Harry Potter je název řady fantasy románů britské spisovatelky J. K. Rowlingové. Romány zachycují dobrodružství mladého kouzelníka, Harryho Pottera, a jeho přátel, Ronalda Weasleyho a Hermiony Grangerové, kteří všichni studují na Škole čar a kouzel v Bradavicích. Hlavním tématem příběhu je Harryho souboj s černokněžníkem Tomem Rojvolem Raddlem, známým spíše jako Lord Voldemort, jehož cílem je dosažení nesmrtelnosti, dobytí kouzelnického světa, podmanění nekouzelníků (mudlů) a zničení všech, kdo mu stojí v cestě, zejména pak samotného Harryho Pottera. Romány jsou směsicí žánrů fantasy a tzv. vývojového románu s prvky mystery, thrilleru, dobrodružného románu a romantického románu. Přestože bývají řazeny mezi dětskou literaturu, zabývají se velmi vážnými tématy. Podle J. K. Rowlingové je dokonce jedním z hlavních témat smrt.“ (Harry Potter, 2022)

Momentálně má kanál Caged Dragon více než 60 tisíc odběratelů, videa na něm nahraná společně dosáhla více než 12 milionů zhlédnutí.



Obrázek 23 Caged Dragon logo (zdroj: Vlastní)

V podkapitolách budou postupně rozvedeny všechny video série, které kanál svým divákům nabízí. Během 3 let existence je na kanále nahráno více než 250 videí.

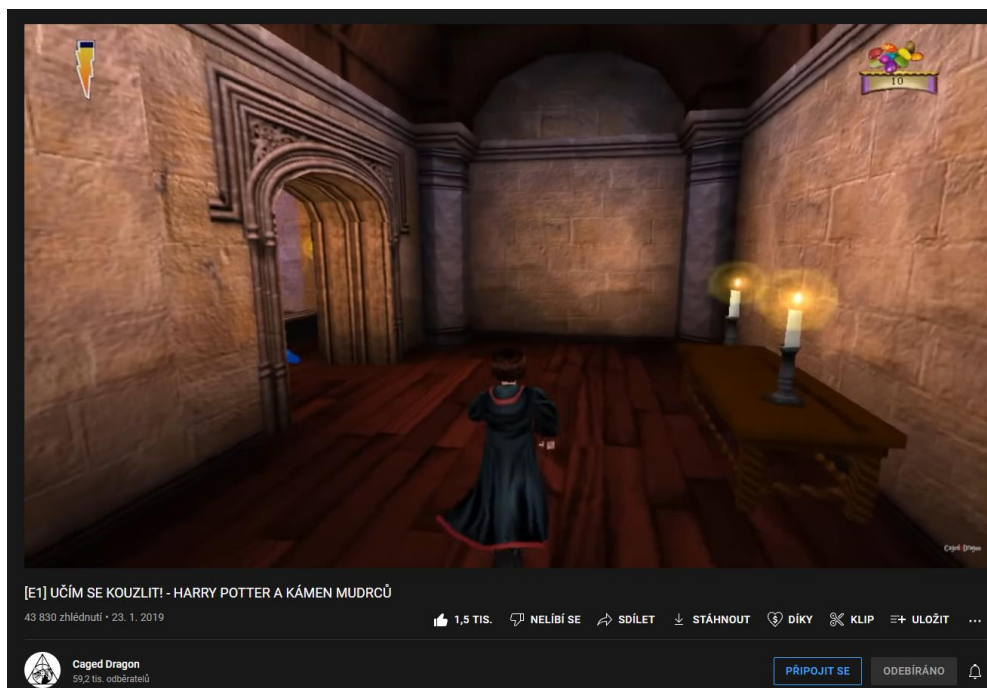
7.1.1 Let's playe

Stejně jako velká část jiných YouTube kanálů, i projekt Caged Dragon obsahuje videa z počítačových her. Konkrétně jde o formu komentovaného hraní, kdy autor při průběhu hry popisuje své chování ve hře, reaguje na různé nečekané situace, či se pokouší situaci odlehčit vtipem. Autor v těchto videích neukazuje svou podobu pomocí kamery či webkamery, hru doplňuje pouze jeho hlasový komentář.

V současnosti existuje na kanále kompletní průchod hned 9 počítačovými hrami:

1. Harry Potter a Kámen mudrců (PC verze)
2. Harry Potter a Kámen mudrců (Playstation 2 verze)
3. Harry Potter a Tajemná komnata (PC verze)
4. Harry Potter a Věžeň z Azkabanu (PC verze)
5. Harry Potter a Ohnivý pohár (PC verze)
6. Harry Potter a Fénixův řád (Xbox 360 verze)
7. Harry Potter a Princ dvojí krve (Xbox 360 verze)
8. Harry Potter a Relikvie smrti část 1 (Xbox 360 verze)
9. Harry Potter a Relikvie smrti část 2 (Xbox 360 verze)
10. LEGO Harry Potter Collection

Jde v podstatě o drtivou většinu počítačových her, které v rámci licence Harry Potter vznikly, čímž autor téměř vypočítal fond těchto videí. V tomto roce se však chystá vydání nové hry z tohoto světa, Harry Potter Hogwarts Legacy.



Obrázek 24 Let's play Harry Potter a Kámen mudrců (PC verze)

(Zdroj: Vlastní)

7.1.2 „Potterova hodinka“

Série Potterova hodinka je nazvána podle nelegálního radiového vysílání v příběhu Harryho Pottera. Videá v této sérii mají za cíl popsat a vysvětlit určité situace či zápletky z příběhu. Autor v rámci tvorby využívá pasáže z knih, filmů a jiných zdrojů, které parafrázuje ve svém scénáři, který následně načte, aby jej mohl ve videu doplnit obrázky a screenshoty z filmů. Autor používá jako podkres hudbu, která obvykle pochází ze soundtracků jednotlivých výše zmíněných her. V popisu videí autor vždy uvádí, ze které knihy nebo webové stránky čerpal. Jde o prozatím nejrozsáhlejší sérii videí, konkrétně jich autor vydal už více než 70. Některá videa z této série výrazně přesáhla hranici 100 000 zhlédnutí, obecně je možno říct, že jde o nejpopulárnější část tvorby projektu.

Jako důkaz popularity můžeme uvést některé z nejsledovanějších videí série:

- CO SE STALO S POSTAVAMI Z HARRYHO POTTERA? - Publikováno 30. 1. 2019, více než 510 000 zhlédnutí.
- JAK SIRIUS BLACK UTEKL Z AZKABANU? – Publikováno 12. 8. 2019, více než 370 000 zhlédnutí.

- PROČ BYLA UMBRIDGEOVÁ TAKOVÁ MRCHA? – publikováno 27. 1. 2020, více než 240 000 zhlédnutí.



Obrázek 25 Potterova hodinka playlist (Zdroj: Vlastní)

7.1.3 „Magická7“

Obecně jsou i tato videa vytvářena stejným stylem jako výše zmíněná Potterova hodinka. Obsah v Magická7 je ovšem prezentován formou jistého žebříčku. Ten obvykle obsahuje 7, výjimečně 5 bodů, které mají za cíl postupně seřadit a ohodnotit určitou část světa čar a kouzel. Některé videa v sérii ale nemají za cíl seřazovat body podle jakéhokoliv kritéria a jde pouze o výčet určitého opakujícího se vzorce v příběhu. Název série opět vychází z díla J. K. Rowlingové, ve kterém je uvedeno že sedmička je považována za nejmagičtější číslo. Jako příklad budou v práci uvedeny názvy nejpoblárnějších videí série:

- 5 ZMIJOZELSKÝCH KTEŘÍ BOJOVALI PROTI LORDU VOLDEMORTOVI – publikováno 9. 9. 2019, více než 440 000 zhlédnutí.
- 7 POSTAV, KTERÉ BYLY VE FILMU, ALE JEJICH PŘÍBĚH NE – 20. 8. 2019, více než 256 000 zhlédnutí.
- 7 NEJNEBEZPEČNĚJŠÍCH TVORŮ, KTERÉ POTKAL HARRY POTTER – 25. 8. 2019, více než 194 000 zhlédnutí.

7.1.4 „Obludné obludárium“

Část tvorby kanálu Caged Dragon se zaměřuje na popis různých fantastických zvířat. Takto jsou v rámci příběhu Harryho Pottera nazváni tvorové, kteří mají různé magické schopnosti

a pochopitelně v našem světě neexistují. Videá jsou vytvářena stejným způsobem jako výše zmíněné série, ovšem nedosahují takové popularity jako ony. Primárním zdrojem informací je zde učebnice Mloka Scammandera, Fantastická zvířata a kde je najít, která doplňuje sérii Harryho Pottera. Jejím autorem je také J. K. Rowlingová. Série se v jednotlivých dílech věnuje různým nebezpečným, ale i přátelským tvorům, se kterými se čtenáři a diváci heptalogie ze světa čar a kouzel mohou setkat. Série je nazvaná podle jiné učebnice z příběhu, Obludné obludárium bylo jednou ze školních pomůcek ve 3. ročníku v Bradavicích.

Příklady videí v této sérii:

- MOZKOMOR, NEJODPORNĚJŠÍ TVOR SVĚTA ČAR A KOUZEL? – publikováno 28. 11. 2020, více než 40 000 zhlédnutí.
- BAZILIŠEK – HADÍ KRÁL, CO VÁS ZABIJE POHLEDEM – publikováno 12. 12. 2020, více než 53 000 zhlédnutí.
- JSOU UPÍŘI I VE SVĚTĚ ČAR A KOUZEL?! [Harry Potter] – publikováno 18. 11. 2021, více než 24 000 zhlédnutí.

7.1.5 „Okouzlující otázky“

Videa slouží k přímé komunikaci autora s fanoušky. Jednou za určité období si autor vyžádá od svých diváků otázky na jeho osobu, nebo jeho tvorbu na YouTube (dotazy obvykle shromáždí na kartě komunity kanálu). Následně provede výběr pro něj zajímavých dotazů, nebo otázek takových, které považuje za důležité zodpovědět. Ve videu se tak objevují screenshoty otázek, které autor zodpovídá. Do pozadí videa umísťuje záběr z některé hry (viz kapitola 8. 1. 1. Let's Play), aby obsahovalo i něco, co diváci mohou při poslechu odpovědí na otázky sledovat, video je doplněno hudbou, záznam hry je ztlumen. Název série tentokrát nevyhází přímo z knihy, ovšem použití slova okouzlující má naznačit spojení se světem čar a kouzel J. K. Rowlingové.

7.1.6 Reakce

Reakce jsou rozhodně nejrozmanitější seznam videí, který autor na kanále má. Obecně jde o video, ve kterém autor reaguje na tematiku Harryho Pottera, kterou vytvářejí jiní tvůrci. Najdeme zde videa, ve kterých hodnotí jiná videa zaměřená na příběh Harryho Pottera, kromě toho ale reaguje i na různé kvízy určené pro fanoušky tohoto fantasy. Ty pak pocházejí jak z YouTube, tak jiných webových stránek. Kromě toho v rámci této „série“

reaguje i na různé upoutávky na nové hry či filmy, které zapadají do tématu kanálu. Autor vždy uvádí, na jaké video reaguje a poskytuje k němu přímo odkaz, stejně tak jedná v případě webových stránek.

7.1.7 „Vystřižené scény“

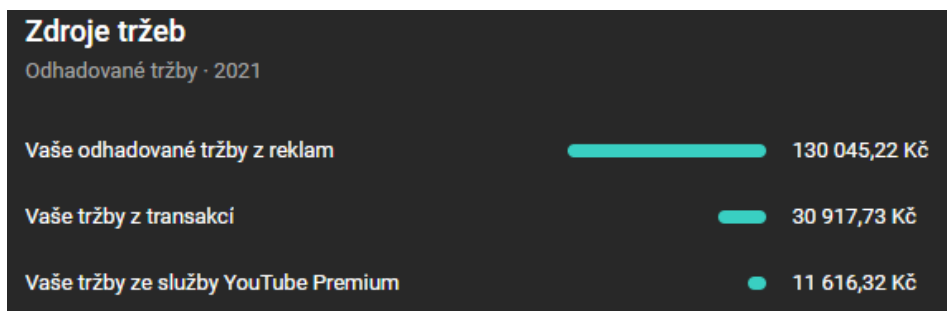
Jelikož byly veškeré knihy Harryho Pottera převedeny do filmové podoby, jsou i ony pro kanál velmi zajímavým tématem. Ne vše se do filmu opravdu dostalo, a tak se dají na internetu dohledat četné scény, které byly nakonec vystřiženy a byly později publikovány v rámci různých bonusových materiálů. Autor kanálu se je rozhodl využít a v sérii „Vystřižené scény“ postupně sleduje tyto klipy k jednotlivým dílům. V rámci videa využívá nejen tyto záběry, ale i videokameru se záběrem na sebe a využitím zeleného plátna (technika, která umožňuje odstranit pozadí a zasadit sám sebe lépe do scény). V epizodách komentuje jednotlivé vystřižené scény určitého filmového dílu, přidává k nim své postřehy, zasazuje je do kontextu filmu a knihy. Pokouší se hodnotit, jestli vynechání těchto scén bylo vhodné, opodstatněné, anebo naopak filmu uškodilo.

7.1.8 Živá vysílání

Na kanále se čas od času objevují i streamy neboli živá vysílání. Ta nemají nějaký konkrétně nastavený styl a jejich obsah se mění podle autorova výběru tématu na daný event. Na živých vysíláních tak probírá různé zajímavosti a okolnosti, týkající se příběhu Harryho Pottera, případně hraje některou z počítačových her z tohoto univerza (viz podkapitola 9. 1. 1.).

7.2 Příjmy z činnosti na YouTube

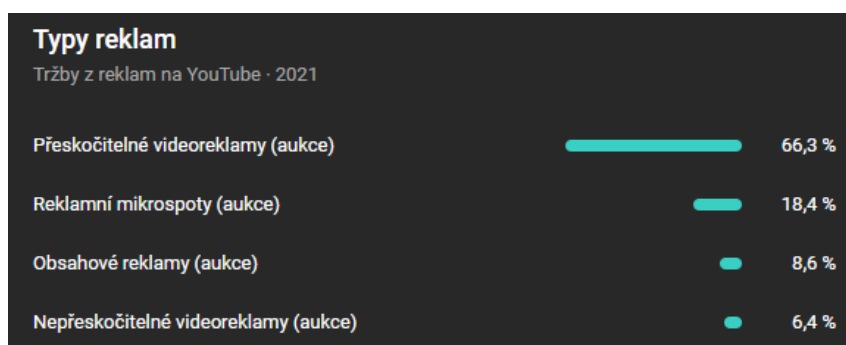
Kanál Caged Dragon je jedním z mála, které se věnují čistě informacím z příběhu fantasy Harryho Pottera. I díky tomu získal poměrně rychle popularitu, což zaručilo možnost z tohoto projektu mít příjmy v rámci podnikatelské činnosti. V současnosti tak kanálu plynou příjmy hned z několika kategorií, které byly přímo popsány v teoretické části práce.



Obrázek 26 Příjmy kanálu Caged Dragon za rok 2021 (Zdroj: Vlastní)

- **Příjmy z reklam a YouTube Premium**

Kanál je zpeněžen už od druhého měsíce jeho provozu, jelikož velmi rychle splnil podmínky k přijetí do programu zpeněžení. Díky tomu získává podíly ze zobrazovaných reklam u všech zpeněžených videí. U videí se zobrazují reklamy různého druhu, nejobvykleji jde ale o placenou propagaci her, filmů a produktů z žánru Fantasy. Je tedy evidentní, že YouTube jasně vyhodnotil okruh lidí, který takový kanál sledují a zacílit na ně reklamu od inzerentů velmi konkrétně.



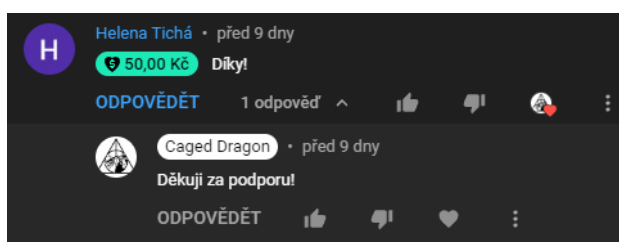
Obrázek 27 Druhy reklam na kanále Caged Dragon v roce 2021

(Zdroj: Vlastní)

Kanál získává i podíl z YouTube Premium, které kompenzují reklamy, které se uživatelům platící tuto službu na platformě nezobrazují.

- **Příjmy z funkce Super díky!**

Super díky! není nijak často využívaná funkce, přesto se čas od času v komentářích pod videi někdo rozhodne kanál podpořit touto možností. Jde však o nejmenší část příjmů plynoucí přímo z YouTube pro tento kanál.



Obrázek 28 Komentář s funkcí Super díky!

(Zdroj: Vlastní)

- **Příjmy z členství**

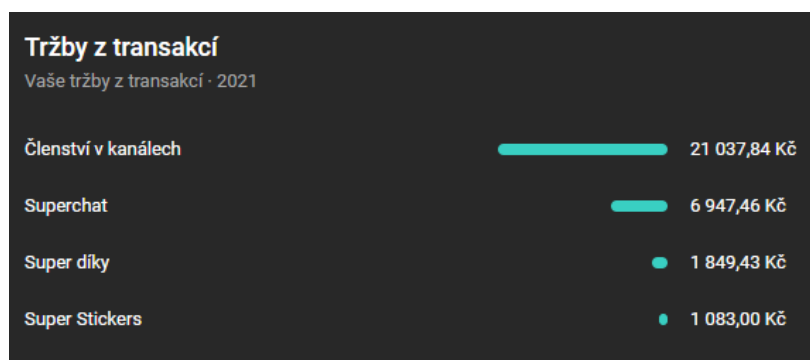
Kanál momentálně nabízí 6 členských kategorií v různé cenové hladině:

- Merlinův řád 4. třídy – 44,90 Kč/měsíčně, odměnou jsou věrnostní odznaky u jména uživatele, speciální emote ikony do komentářů, možnost hlasovat o dalších videích.
- Merlinův řád 3. třídy – 89,90 Kč/měsíčně, odměnou je možnost pokládat otázky či téma pro podcasty (zahrnuje bonusy předchozí kategorie).
- Merlinův řád 2. třídy – 149,90 Kč/měsíčně, jako odměnu nabízí předběžný přístup k videím, která ještě nejsou publikovaná pro veřejnost (zahrnuje bonusy předchozích kategorií).
- Merlinův řád 1. třídy – 499,90 Kč/měsíčně, za tuto sumu má platící jednorázovou možnost určit téma pro některé z budoucích videí (zahrnuje bonusy předchozích kategorií).
- Ministr kouzel – 1 249,90 Kč/měsíčně, nenabízí speciální odměnu, je pouze možností podporovat kanál vyšší částkou (zahrnuje bonusy předchozích kategorií).
- Vykradl Gringottovu banku – 12 499,90 Kč/měsíčně, za tuto kategorii bude přispěvatel odměněn tak, že jeho jméno se objeví na začátku každého videa.

Momentálně má kanál zhruba 30 platících členů, drtivá většina spadá do prvních 2, tedy nejlevnějších kategorií. Jelikož se ale počet členů u jednotlivých kategorií mění každý měsíc, nebylo by relevantní uvádět jejich přesný výčet.

- **Příjmy ze Superchatu a Super Stickers**

Při nepravidelných živých vysílání mají diváci možnost autora kanálu podpořit přes chat pomocí funkcí Superchat a Super Stickers, což jsou buď zvýrazněné zprávy nebo gify, které se v chatu zobrazí a autor na ně může reagovat a poděkovat za ně.



Obrázek 29 Tržby z transakcí za rok 2021 (Zdroj: Vlastní)

- **Příjmy z product placementu**

Kanál Caged Dragon je víceméně odkázán přímo na příjmy z reklam a příspěvků od fanoušků. Bez jedné výjimky videa nejsou sponzorována žádnou společností či sponzorem. Stejně tak nenabízí autor kanálu ani vlastní výrobky (tzv. merch), za který by získával provize. Na výše uvedených screenshotech jsou zobrazeny odhadované příjmy kanálu za rok 2021 a jejich rozčlenění podle uvedených kategorií. Příjem z product placementu v těchto informacích není uveden. Jediným sponzorovaným videem na kanále je to s názvem VLKODLAK REMUS LUPIN A JEHO ŽIVOTNÍ PŘÍBĚH!, které sponzorovala společnost SurfShark VPN.

7.3 Rizika spojená s obsahem kanálu

Na základě předchozí literární rešerše a uskutečněného dotazníkového šetření, může práce poměrně snadno definovat základní oblasti, které mohou narušit fungování kanálu Caged Dragon a vést až k jeho konci a tím i ukončení podnikatelské činnosti.

Za rizika můžeme tedy označit:

- „žlutý dolar“.
- Porušení autorských práv.
- AdBlock.
- Porušení pravidel pro komunitu.
- Chyby systému Content ID.
- Zdravotní rizika.
- Žaloba na základě vytvořeného obsahu.
- Kriminalita.

7.4 Vybavení pro tvorbu kanálu Caged Dragon

Jak už bylo v teoretické části práce uvedeno, k tvorbě na YouTube je třeba vybavení, které je k vytváření videí určeno. I majitel kanálu Caged Dragon musel investovat, především do elektroniky, aby byl schopen produkovat videa. Následující tabulka proto uvádí soupis majetku, potřebného k podnikatelské činnosti.

Tabulka 1 Vybavení pro tvorbu (Zdroj: Vlastní)

Vybavení:	Pořizovací cena:
PC	36 866 Kč
Monitor BenQ 28'' GC2870H	4 438 Kč

Monitor BenQ 24'' GW2480	2 990 Kč
Mikrofon Blue Yeti	2 789 Kč
Reproduktory Yankee YSP 2020BK	690 Kč
Sluchátka Razer Nari	3 949 Kč
Stříhová karta Elgato	4 939 Kč
Klávesnice Steelseries Apex 3	1 490 Kč
Myš Steelseries Sensei Ten	1 469 Kč
Zrcadlovka Nikon D5600	17 990 Kč
Xbox Series X	14 999 Kč
Xbox 360 (bazar)	2 000 Kč
Webkamera Logitech C920	1 990 Kč
Zelené plátno Elgato	2 899 Kč
Apple Iphone SE, 64 GB	12 990 Kč
Herní židle DXRacer	8 650 Kč
Celková pořizovací cena vybavení	121 138 Kč

Majitel kanálu využívá i jiné vybavení, jehož pořizovací cenu však není schopen uvést, protože bylo pořizováno před delší dobou a nedokáže doložit jejich cenu v době nákupu. Uvedené ceny v tabulce vycházejí z faktur, které dohledal. U následujícího vybavení však doklady o jejich nákupu nezachoval, a tak by cenu mohl jen odhadovat podle současných nabídek od obchodníků. Jde o: kancelářský stůl, akustickou pěnu a dvě studiová světla. Kromě fyzického vybavení využívá tvůrce i softwary na PC či ve smartphonu.

Tabulka 2 – Softwareové vybavení pro tvorbu (Zdroj: Vlastní)

Software:	Pořizovací cena:
Audacity	0 Kč
OBS/Streamlabs OBS	0 Kč
GIMP 2.10	0 Kč
Game Capture HD	0 Kč (v ceně karty Elgato)
PC hry Harry Potter	899 Kč
Hry Harry Potter pro Xbox	2 490 Kč
VEGAS PRO 19	10 575 Kč
Aplikace YouTube Studio	0 Kč
Celková pořizovací cena vybavení	13 964 Kč

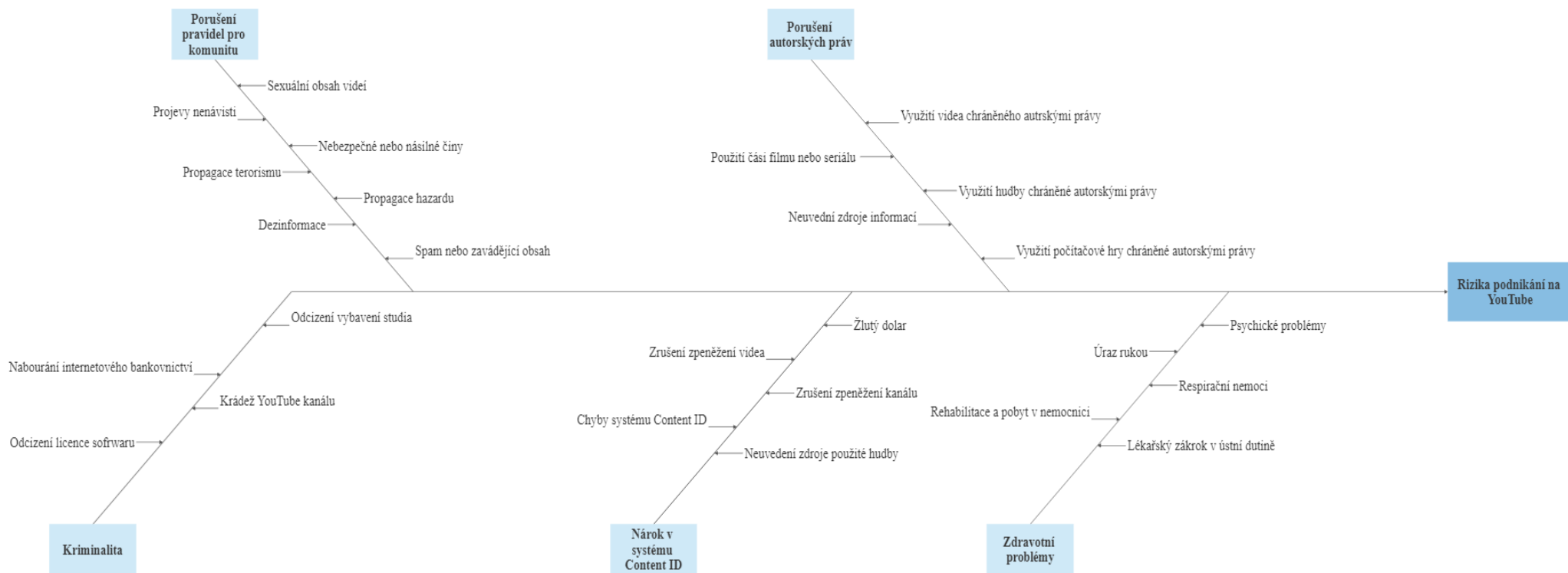
8 ANALÝZA RIZIK A JEJICH HODNOCENÍ

Následující kapitola práce se věnuje analýze existujících rizik, které byly zjištěny pomocí dotazníkového šetření, analýzy současného stavu YouTube kanálu a rovněž na základě provedené literární rešerše.

8.1 Ishikawa diagram pro kanál Caged Dragon

Pro kanál Caged Dragon autor práce vytvořil vlastní diagram rybí kosti, který má za cíl vytvořit přehledný rozpis problémů, které mohou komplikovat podnikání a vést tak ke zkomplikování podnikání, nebo dokonce k ukončení projektu na platformě YouTube. Následující Ishikawa diagram tak zobrazuje podnikatelská rizika pro tvorbu na kanál Caged Dragon. Oblasti rizik zvolil autor práce na základě literární rešerše, odpovědí z dotazníkového šetření a analýzy obsahu vybraného YouTube kanálu. Konkrétně jde o:

- kriminalitu,
- nárok v systému Content ID,
- zdravotní problémy,
- porušení pravidel komunity,
- porušení autorských práv.



Obrázek 30 Ishikawa diagram (Zdroj: Vlastní)

8.2 SWOT analýza kanálu Caged Dragon

Na základě předchozího dotazníkového šetření, literární rešerše a zkušeností autora byl řešitelským týmem složeným z dotázaných tvůrců, sestaven soupis silných a slabých stránek projektu, stejně jako rizik a hrozeb. Ty jsou následně kvantifikovány a pomocí výpočtu práce uvádí doporučenou strategii pro tento YouTube kanál.

Tabulka 3 SWOT analýza kanálu Caged Dragon (Zdroj: Vlastní)

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
<ul style="list-style-type: none"> - Jedinečnost projektu - Populární téma - Pravidelné vydávání videí - Systém členství - Zastupování společností Vidadu 	<ul style="list-style-type: none"> - Uzavřený okruh obsahu kanálu - Vizuální stránka videí - Chybné formulace vět - Chyby ve výslovnosti
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
<ul style="list-style-type: none"> - Affiliate program - Product placement - Merchandise - Budování jiných sociálních sítí - Pravidelná živá vysílání 	<ul style="list-style-type: none"> - Kriminalita - Zdravotní problémy - Adblock - Neoprávněné nároky v systému Content ID - Žaloba obsahu - Změna pravidel platformy YouTube

8.3 Zdůvodnění výběru jednotlivých bodů pro SWOT analýzu a popis jejich významu

Výběr jednotlivých silných a slabých stránek, stejně jako příležitostí a hrozeb, pochopitelně není náhodný a každý bod má své opodstatnění, proč byl pro práci vybrán a následně kvantifikován. Z tohoto důvodu práce uvádí, proč byly jednotlivé body vybrány, stejně tak je u nich uvedena jejich důležitost, která se následně promítá v kvantifikované SWOT analýze, která začíná v kapitole 9.3.

8.3.1 Silné stránky

Silné stránky by se obecně daly definovat jako stávající vlastnosti projektu, na které může spoléhat, přinášejí příjmy z kanálu a stojí na nich podnikatelský záměr.

Jako silné stránky byly vybrány:

- Jedinečnost projektu – Caged Dragon je první kanál v České republice, který se zaměřoval výhradně na téma Harryho Pottera, což mu v jeho začátku přineslo velkou výhodu, a ani dnes nemá příliš velkou konkurenci. Pár projektů věnující se tématu zmíněného fantasy sice existuje, nicméně buď je jejich portfolio doplněné i o jiné příběhy, nebo zdaleka nedosahují popularity kanálu Caged Dragon, který má 60 000 sledujících. Jde o nejsilnější silnou stránku projektu, proto je ve SWOT analýze kvantifikován nejvyšším hodnocením.
- Populární téma – byť doba největší slávy Harryho Pottera již minula, poslední kniha a film vyšly už před více než deseti lety, stále má toto fantasy spoustu fanoušků a objevují ho noví čtenáři a filmoví fanoušci. Popularitě pomáhá i filmová série prequelů s názvem Fantastická zvířata, jejíž poslední díl vyšel právě letos. Navíc zájem o téma stoupá v obdobích, kdy jsou snímky s tematikou tohoto fantasy vysílány na některé televizní stanici. Jde tak o velmi důležitý faktor, který napomáhá sledovanosti.
- Pravidelné vydávání videí – diváci kanálu mohou posledního půl roku očekávat videa vždy v pondělí a pátek. Autor videí už dříve vnímal nepravidelnost videí jako problém, a tak v roce 2022 začal videa vydávat systematicky. Pravidelnost je silný faktor, i když ne rozhodující.
- System členství – kanál má vypracovaný systém členství, který nabízí platícím uživatelům řadu výhod (mohou spolurozhodovat o další tvorbě, videa uvidí dřív než ostatní uživatelé apod.). Kanál tak nabízí pravidelným sledujícím i mnoho bonusů, i když doposud nemá velké množství platících diváků. Jde tedy o nejméně důležitou silnou stránku.
- Zastupování společností Vidadu – Caged Dragon je začleněn do systému společnosti Vidadu, která poskytuje poradenství, prostory k natáčení, ale i pomoc v případě problémů s autorskými právy, porušením komunitních pravidel atd. Společnost má kontakty přímo na YouTube a dokáže tak řešit neoprávněné nároky systému Content ID, nebo jiné problémy. Tvůrce bez zastoupení nemá obvykle jinou možnost než čekat

do příští kontroly od YouTube, nebo se smířit s uvalenou sankcí. Tento bod je tedy pro projekt velmi významný.

8.3.2 Slabé stránky

Přestože YouTube kanál funguje poměrně úspěšně, jeho majitel, na základě literární rešerše, provedenému dotazníkovému šetření a analýzy kanálu, vnímá společně s řešitelským týmem několik slabých stránek, které srážejí jeho podnikatelskou činnost. Konkrétně jde o:

- Uzavřený okruh obsahu kanálu – byť je Harry Potter populární téma, projekt Caged Dragon rozhodně není pro každého, jelikož nenabízí nic jiného než videa o tomto fantasy. Jde tedy o nejslabší stránku projektu, protože jen těžko může získat sledující z řad lidí, kteří tento žánr filmů a knih nevyhledávají.
- Vizuální stránka videí – nejdůležitější na videích je zvuková stopa, ta je však doplněna i vizuální stránkou a ta není na takové úrovni jako by mohla být. Autor videí využívá zpravidla pouze screenshoty z jednotlivých filmů, výjimečně použije ukázkou z herního nebo filmového zpracování příběhu. Chybí však nějaká líbivější grafika, popisky či texty. Ani kvalita některých záběrů není největší, což však není mnohdy chyba tvůrce. Stejně tak nemá autor studio dekorované podle tématu své tvorby, využívá proto zelené plátno. Tato slabá stránka tak může některé diváky odradit a jde tak o poměrně významný problém.
- Chybné formulace vět – v některých případech je čtený text ve videích formulován nevhodně a obsahuje smyslové chyby. Objevuje se třeba špatné použití slov kvůli a díky, gramatické chyby v názvu, popisku nebo přímo ve videu. Nejde o fatální problém, pro některé sledující ale může být rušivý.
- Chyby ve výslovnosti – zvukový záznam je pro videa tohoto kanálu to nejdůležitější. Autorovi se však občas stane, že má problémy s výslovností některých pojmů. V některých případech došlo i k jistým přerškům, které při kontrole autor nezaznamenal, a tak ve videích zůstaly. Nejde o nijak závažný problém, nicméně některé diváky může odradit.

8.3.3 Příležitosti

Kanálu Caged Dragon se nabízí hned několik příležitostí, jak by mohl zkvalitnit svou tvorbu nebo získat větší příjmy. Za příležitosti v rámci SWOT analýzy byly vybrány tyto pojmy:

- Affiliate program – pro tento kanál se přímo nabízí, aby spolupracoval s některým z mnoha obchodů, které nabízejí předměty s fantasy tématikou, tedy i s produkty ke světu Harryho Pottera. Buď by mohlo jít jen o odkaz na určitý e shop, společně se zmínkou ve videu. V ideálním případě by však kanál mohl obdržet vlastní slevový kód pro diváky, za jehož použití by získával provize. Affiliate program by mohl být velkým plusem pro tento typ kanálu.
- Product placement – kanál doposud uskutečnil pouze minimum placených propagací, jelikož se nabídky často příliš nehodí k obsahu kanálu. Existuje však mnoho fantasy počítačových nebo mobilních her, které za propagaci jsou ochotné zaplatit. Stejně tak existuje mnoho dalších služeb, které sice nesouvisí s obsahem kanálu, avšak pro diváky by mohly být zajímavé (jako třeba zmíněný SurfShark VPN). Finančně by mohlo jít o jednu z nejvýznamnějších příležitostí.
- Merchandise – vytváření předmětů s vlastním logem je velmi populární jak mezi YouTubery, tak kapelami nebo fotbalovými kluby. Prodej vlastních produktů by mohl významně zvýšit příjmy kanálu.
- Budování jiných sociálních sítí – kanál Caged Dragon posbíral již více než 60 000 odběratelů na YouTube. Na jiných sociálních sítích však profil buď vůbec nemá, nebo je nevyužívaný. Instagram profil má pouhých 3000 sledujících, navíc na něm pravidelně nepřibývá žádný obsah. Vytváření obsahu pro Instagram, nebo třeba TikTok, by však mohlo zvýšit zájem o tvorbu na platformě YouTube. Stejně tak by mohlo takové rozšíření tvorby přinést více nabídek product placementu nebo affiliate programů. Jde tedy o nejdůležitější příležitost, kterou by se měl autor videí pokusit využít.
- Pravidelná živá vysílání – stream neboli živé vysílání nabízí možnost komunikovat s diváky v reálném čase. Ti pak mají možnost tvůrce podpořit různými finančními příspěvky. Přestože kanál Caged Dragon občas živé vysílání pořádá, nejedná se o pravidelnou činnost. Vytvoření plánu a pravidelného rozvrhu streamů by mohlo pomoci zvýšit zájem o projekt.

8.3.4 Hrozby

Každou podnikatelskou činnost mohou narušit různé hrozby, ani podnikání na YouTube není výjimkou. Každý projekt je jiný, právě proto byly vybrány na základě předchozí rešerše,

analýzy kanálu a odpovědi v dotazníkovém řešení takové, které byly pro řešitelský tým nejrelevantnější.

- Kriminalita – kriminalita může ovlivnit každé podnikání. Jak však naznačuje řešerše i odpovědi v dotazníkovém šetření, pokusy o odcizení vybavení nebo kanálu samotného nejsou příliš častým fenoménem, nejde tak o jednu z nejvýznamnějších hrozeb, i když rozhodně není zanedbatelná. Tvůrce má vybavení v pořizovací hodnotě vyšší než 100 000 korun, které pokud by bylo odcizeno, jen těžko by ho rychle nahradil. Stejně tak, pokud by mu bylo nabouráno internetové bankovníctví, nebo odcizen kanál, by bylo řešení problémů vleklé a pro podnikání mohlo být fatální.
- Zdravotní problémy – zdravotní problémy jakéhokoliv typu mohou narušit fungování tvorby. Pro tvůrce by největším problémem byl stav, při kterém by nemohl mluvit a tím pádem nahrávat videa. Stejně tak by velkým problémem byly zraněné ruce, které při práci na PC používá denně. Na druhou stranu tyto potíže většinou rychle pominou a neměly by mít trvalé následky. Navíc obvykle nesouvisí přímo s činnostmi a šlo by o zdravotní problémy způsobené jinými faktory.
- Adblock – jednoduché rozšíření do prohlížeče blokuje zobrazování reklam na webových stránkách. Kvůli tomu může tvůrce přicházet o část příjmů. Tuto hrozbu ale nemůže podnikatel nijak ovlivnit, na druhou stranu, nejde o fatální problém, velká část uživatelů chápe, jak Adblock funguje, a i když ho používají, mohou ho na určitých webech vypínat, pokud třeba chtějí podpořit tvůrce zobrazováním reklam.
- Neoprávněné nároky v systému Content ID – přestože využití záběrů a screenshotů z filmu je v rámci fair use povoleno, ne vždy systém takto obsah vyhodnotí. Stejně tak systém Content ID může udělat chybu, a ani po ruční kontrole zpeněžení videu nevrátí, taková chyba může vést i k zrušení zpeněžení kanálu, což se jednou projektu stalo. Jde o největší hrozbu pro tento projekt. To naznačuje i dotazníkové šetření, když problémy s nároky Content ID měli všichni respondenti.
- Žaloba – tento problém je pro kanál málo pravděpodobný, ovšem jelikož parafrázuje jinou tvorbu, mohl by se např. vydavatel knih rozhodnout řešit situaci tímto stylem, pokud by se mu zdálo, že obsah tvorby nadužívá a porušuje tím jeho práva. Stejně tak by se mohl rozhodnout některý z autorů videí, na která tvůrce v minulosti reagoval.

- Změna pravidel YouTube – YouTube komunitní pravidla, nebo řešení autorských práv neupravuje nijak často. Avšak občas změnu udělá, což může pro některé kanály být problém. Pokud na dříve povolený styl videa, nově pohlíží jinak (např. nebude plošně zpeněžovat obsah, který obsahuje použité materiály z filmů), může to mít negativní dopad na celý projekt. Závažnost takového problému by byla velká.

8.4 Kvantifikovaná SWOT analýza

Autor práce, společně s členy řešitelského týmu, vytvořil systém, kterým hodlá kvantifikovat SWOT analýzu a určit tak následnou strategii pro projekt.

Tabulka 4 Kvantifikovaná SWOT analýza (Zdroj: Vlastní)

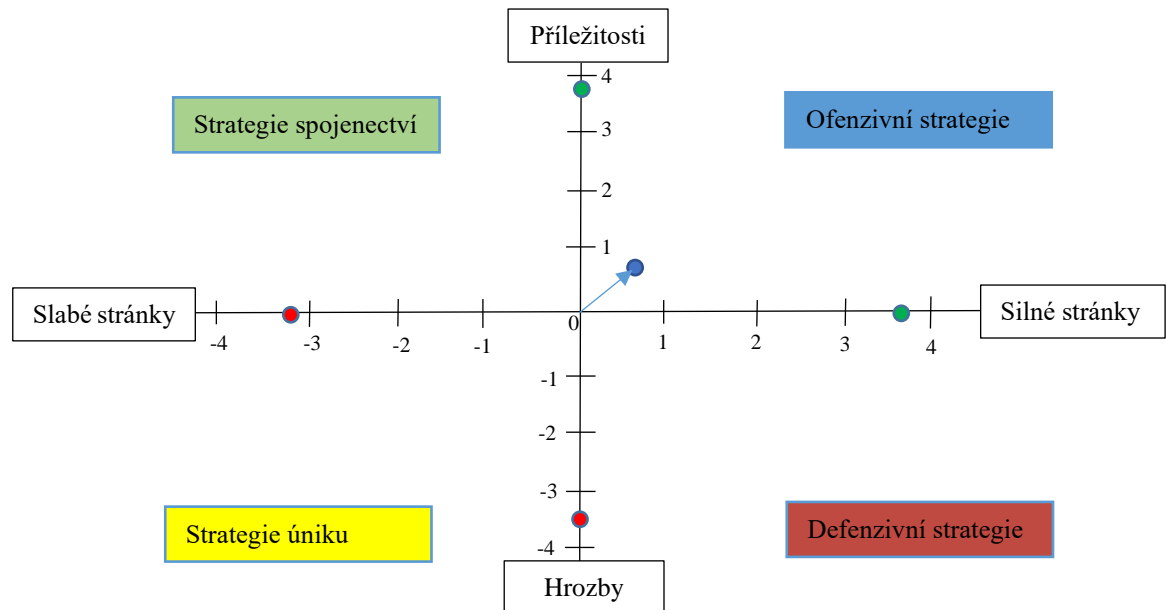
Silné stránky			Slabé stránky				
Hodnocení	Váha	Výsledek	Hodnocení	Váha	Výsledek		
Jedinečnost projektu	5	0,4	2	Uzavřený okruh obsahu kanálu	-5	0,5	-2,5
Populární téma	3	0,2	0,6	Vizuální stránka videí	-2	0,25	-0,5
Pravidelné vydávání videí	3	0,15	0,45	Chybné formulace vět	-1	0,15	-0,15
Systém členství	2	0,05	0,1	Chyby ve výslovnosti	-1	0,1	-0,1
Zastupování společností Vidadu	3	0,2	0,6				
Výsledek		1	3,75			1	-3,25
Příležitosti			Hrozby				
Hodnocení	Váha	Výsledek	Hodnocení	Váha	Výsledek		
Affiliate program	2	0,1	0,2	Kriminalita	-4	0,05	-0,2
Product placement	2	0,1	0,2	Zdravotní problémy	-1	0,15	-0,15
Merchandise	2	0,1	0,2	Adblock	-1	0,1	-0,1
Budování jiných sociálních sítí	5	0,6	3	Neoprávněné nároky v systému Content ID	-5	0,3	-1,5
Pravidelná živá vysílání	2	0,1	0,2	Žaloba obsahu	-1	0,1	-0,1
				Změna pravidel YouTube	-5	0,3	-1,5
Výsledek		1	3,8			1	3,55

Tabulka 5 Zjednodušený výpočet (Zdroj: Vlastní)

S - Silné stránky	W - Slabé stránky
3,75	-3,25
O - Příležitosti	T - Hrozby
3,8	-3,55

Tabulka 6 Výsledek analýzy (Zdroj: Vlastní)

Celkový výsledek	
Interní	0,5
Externí	0,25
Celkový součet	0,75



Graf 4 Strategie vycházejí ze SWOT analýzy (Zdroj: Vlastní)

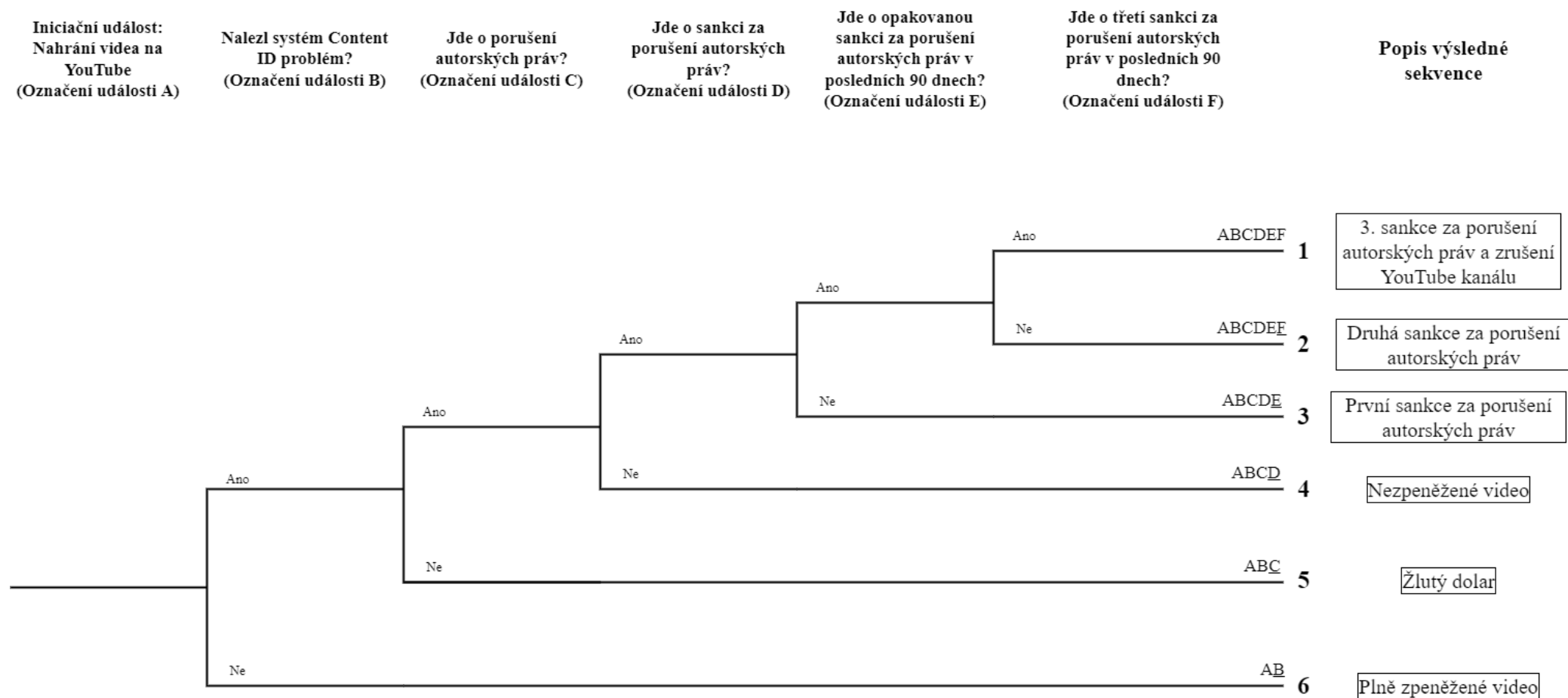
Výsledek analýzy:

Výpočet naznačuje, že nejvhodnější pro projekt je ofenzivní strategie. Projekt má více silných stránek než slabých a z tohoto pohledu je stabilní. Hrozeb je sice poměrně mnoho, nicméně příležitosti svým potenciálem mohou vyvážit jejich dopad (např. v případě vzniku affiliate programu, či merche mohou tyto příjmy vyvážit nezapeněžená videa). Kanál Caged Dragon se tak jeví jako perspektivní, přestože ho sleduje jen poměrně úzký okruh uživatelů a získávat nové sledující může být na našem trhu problematické.

Rizika spojená s projektem ale jistě není dobré podceňovat. Přestože bilance mezi příležitostmi a hrozbami vyšla mírně pozitivně, rozhodně některá ze zmíněných situací může nastat a tím narušit fungování kanálu. Nejvíce by se autor videí měl zaměřit na problémy se systémem Content ID nebo změny pravidel samotného portálu YouTube. V úvahu by měl brát zejména zdravotní stav, který v případě závažnějšího zhoršení může jeho podnikání výrazně narušit.

8.5 ETA

Poslední zvolenou metodou se autor práce rozhodl vyjádřit, jak běžná iniciační událost, nahrání videa na YouTube, může vést k různým problémům, které byly výše popsány. Zaměřil se na problém systému Content ID, který může vést až k odhalení třetího porušení autorských práv v posledních 90 dnech, a tím způsobit zrušení celého YouTube kanálu. Přestože se zrušení kanálu na základě autorských práv neobjevovalo jako největší hrozba pro respondenty dotazníku, vzhledem k povaze obsahu kanálu Caged Dragon, jsou problémy s autorskými právy zřejmě tím nejpravděpodobnějším problémem. Podobně by se však situace vyvíjela i v případě porušování komunitních pravidel, ETA pro tuto variantu by vypadal téměř totožně.



Graf 5 ETA porušení autorských práv (Zdroj: Vlastní)

9 PLÁN PRO SNÍŽENÍ PODNIKATELSKÝCH RIZIK KANÁLU CAGED DRAGON

Závěrečná kapitola práce má za cíl vytvořit plán pro snížení podnikatelských rizik analyzovaného kanálu. Tuto část diplomové práce autor rozděluje na dvě části. Přináší doporučení v oblasti zvyšování příjmů, čímž je možné stabilizovat finanční situaci podnikatele a vytvářet finanční rezervy. Druhá část je zaměřena přímo na snižování rizik, která v rámci tvorby na YouTube hrozí. U každého opatření se autor práce pokusil na základě tržní ceny, případně konzultace s prodejcem, určit cenu daného opatření. Stejně tak se pokusil odhadnout časovou náročnost realizace, tu ale odhaduje pouze slovně pomocí daného rozmezí:

- Nízká (do týdne),
- střední (do měsíce),
- vysoká (více než měsíc).

Pokud časovou nebo finanční náročnost nebylo možné odhadnout, je to uvedeno v závěrečném komentáři ke každému z opatření.

9.1 Plán pro zvýšení příjmů a rezerv

Prvním způsobem, jak se bránit hrozbám, je pracovat na prosperitě projektu. Vyšší příjmy každý měsíc, mohou posloužit jako investice, případně k vytváření rezerv. Plán pro snížení podnikatelských rizik pro kanál Caged Dragon proto uvádí několik alternativ, které jednotlivě, nebo provázaně mohou dopomoci ke zvýšení příjmů a tím i vytváření rezerv na existujícím spořicímu účtu podnikatele.

9.1.1 Budování jiných sociálních sítí

Vytvořením profilů na jiných sociálních sítích je příležitostí získat nové sledující, případně nové nabídky spoluprací, nebo přímo finanční prostředky. Práce uvádí jako příklad tři platformy, které autor a řešitelský tým považoval za nejvhodnější vzhledem k obsahu projektu Caged Dragon. V tomto případě bude časová náročnost a cena realizace uvedena pro každou sociální síť zvlášť.

1. Instagram

Jde o jedinou další sociální síť mimo YouTube, kterou již projekt využívá, avšak od listopadu 2021 na něj tvůrce nic nepublikoval. I proto profil prozatím nasbíral jen něco málo přes 3 000 sledujících. Autor na Instagram publikoval především tzv. fakty, tedy jednotlivé informace ze světa Harryho Pottera v podobě obrázku s textem.



Obrázek 31 Fakt (Zdroj: Vlastní)

Tento styl obrázků by mohl publikovat i v budoucnu, nejlépe si připravit velkou sadu podobných příspěvků a jejich vydávání spojit s novými videi, na které by mohly odkazovat. Pokud by se profil začal stávat populárnějším, jistě by to přivedlo nové diváky na jeho YouTube kanál. Zvážit by měl i fotky sebe např. v oblečení s potiskem z Harryho Pottera. Stejně tak by měl být aktivní pomocí stories, po dobu 24 hodin viditelných příspěvků, ve kterých může komentovat, jak tvoří videa a informovat své diváky i osobním životě, čímž by zvýšil své spojení s komunitou.

Časová náročnost – Střední

Finanční náročnost – 0 Kč.

2. Spotify

Kanál Caged Dragon nabízí více než 250 videí, z toho velká část by mohla být znovu použita a nahrána na platformu Spotify, v podobě zvukové nahrávky. Vizuální stránka totiž není u jeho videí tak významná a jde především o mluvené slovo. Podle Blaháčka je však evidentní, že k nahrání své tvorby na platformu bude potřebovat distributora. Prvně by musel veškerá

videa přepracovat do formátu audio, nejlépe do mp3, což samo o sobě vyžaduje velké množství času, autor to odhaduje nejméně na dva týdny. Následně by podnikatel mohl využít nabídky těchto společností:

- A) Prodejhudbu.cz – Tento portál je provozován společností Supraphon, jedním z nejznámějších a největších tuzemských vydavatelů. Se společností je nutné podepsat smlouvu a následně může tvůrce zprostředkovaně nahrávat svou tvorbu. Jelikož jde o jednu z největších společností u nás, zaměřuje se na velkou škálu tvůrců, a tak zpracování požadavků může trvat poměrně dlouho.

Časová náročnost – Vysoká.

Finanční náročnost – 30 % z příjmů na Spotify.

- B) CD Baby – jde o nejstaršího distributora na trhu. Na rozdíl od jiných platforem nabízí kromě dlouhodobých poplatků, jednorázovou platbu za nahrání jednotlivých skladeb nebo nahrávek, ba dokonce jednotnou cenu za album. Nevýhodou může být dlouhá doba odezvy na požadavky, což znamená, že není tento distributor nejvhodnější k častému vydávání obsahu.

Časová náročnost – Střední.

Finanční náročnost – 215 Kč za nahrávku, 650 za album (+ 9 % z celkového zisku)

- C) Distrokid – Jde o jednoho z nejoblíbenějších distributorů, především protože nabízí roční členství a velmi rychlé jednání, když dokáže nahrávat obsah na váš profil už do druhého dne. Některé funkce však musíte připlatit a pokud nebudete roční poplatek platit, bude celý váš profil ukončen bez nároku na náhradu či převedení nahrávek na jiný profil.

Časová náročnost – Střední.

Finanční náročnost – základní členství od 430 Kč ročně. (Blaháček, 2021)

Od roku 2019 existuje možnost, jak přidávat tvorbu na Spotify bez distributora. Tato možnost ale platí pouze pro podcasty, není tak zcela jasné, jestli by žádost kanálu Caged Dragon uspěla. Nicméně existuje možnost si zažádat o vytvoření profilu přímo u adminů Spotify, schválení žádosti však není nijak konkrétně ošetřeno a zaručeno. Forma distributora přináší jistotu. (Jak nahrát podcast do Spotify, 2021)

3. TikTok

TikTok je momentálně na vzestupu, jde o velmi populární platformu, která nabízí uživatelům obrovské množství krátkých videí. Caged Dragon na této sociální síti profil nemá, jeho založení však vyžaduje jen pár minut. Náročnější už by byla případná tvorba obsahu, která by se mohla podobat tomu, co by mohl autor přidávat na Instagram. Pouze by kusé informace o světě Harryho Pottera podával pomocí krátkých videí, doplněných o hudbu nebo jednoduchou grafiku. Jde tak o časově náročnější projekt než Instagram, jelikož ten už má tvůrce zřízen společně s konceptem tvorby. Vytvořením TikTok profilu by opět mohl získat nové sledující pro svůj YouTube kanál, pokud by byl výrazně úspěšný, mohla by tato sociální síť přinést i vlastní příjmy v podobě tzv. TikTok mincí, které mohou diváci tvůrcům posílat.

Časová náročnost – Vysoká

Finanční náročnost – 0 Kč.

9.1.2 Affiliate program

Možnost nabídnout divákům produkty související s tvorbou může být vhodným způsobem, jak získat vedlejší příjmy. Affiliate program obvykle nabízí autorům odkaz nebo slevový kód, přes který když někdo uskuteční platbu, dostane tvůrce určité procento ze sumy. Na možnost nákupu na e shopu, stejně jako na odkaz či kód by měl tvůrce upozorňovat, nejlépe v úvodu videí.

V tomto případě by bylo nejvhodnější navázat spolupráci s internetovým obchodem, který nabízí produkty spojené s fantasy filmy a seriály. Takový program nabízejí třeba:

- a) Alza.cz – největší internetový obchod u nás nabízí i produkty pro fanoušky filmů a seriálů. Stejně tak samotné filmy, knihy a počítačové hry. Nabízí partnerský program, u kterého může tvůrce získávat až 5 % provize z nákupů. K tomu bude sloužit kód, který může kupující u platby zadat. Jakmile autor získá provize vyšší než 500 Kč, má právo si je nechat vyplatit. Své statistiky a provize může sledovat přímo ve svém účtu. (Alza, 2022)
- b) Mall.cz – i tento internetový obchod nabízí affiliate program, stejně jako zmiňovaná Alza. Nabízí provizi až 8 % z uskutečněného nákupu, pokud je proveden do 7 dnů po rozkliknutí vašeho odkazu nebo využití kódu.
- c) Imago.cz – tento e shop, dříve nazvaný fantasy obchod, je zaměřen přímo na fanoušky filmů a seriálů, jeví se tak jako nejvhodnější varianta pro affiliate program projektu

Caged Dragon. Účast v programu je zdarma, jeho členové získávají vlastní odkaz, který diváci prokliknou a pokud v příštích 30 dnech nakoupí, získá tvůrce 6 % ze zaplacené sumy. (Imago, 2022)

Časová náročnost – Nelze specifikovat, domluva s prodejcem je individuální. Předpokládá se ale nízká časová náročnost.

Finanční náročnost – 0 Kč.

9.1.3 Merchandise

Kromě affiliate programu, může být velmi efektivním způsobem zvyšování příjmů, prodej vlastního zboží (trička, mikiny, hrníčky apod.). V současnosti by bylo nejlepší využít nabídek některé ze společností, které se zabývají prodejem fanouškovských předmětů YouTuberů, tvůrce z nich může získat provize v různé výši. Možná je i realizace vlastního e shopu, v takovém případě jde ale o složitější podnikatelský záměr, který pro účely této práce nebude brán v úvahu kvůli extrémně vysoké časové i finanční náročnosti. Vzhledem k velikosti YouTube kanálu ani není úplně vhodný.

Službu výroby merche pro Českou republiku nabízejí např.:

- Gomerch.cz
- Merchmaster.cz
- Realgeek.cz
- Geek-bang.com

Každý e shop pak nabízí jiné podmínky, provize z prodejů, i druhy produktů, které je možné poptávat.

Časová náročnost – Nelze specifikovat, domluva s výrobcem je individuální. Předpokládá se ale střední až vysoká časová náročnost.

Finanční náročnost – 0 Kč.

9.1.4 Product placement

Autor videí by se měl pokusit najít „sponzora“ videí, který by měl zájem umístit placenou propagaci do jeho videí. Díky zaměření na jedno konkrétní fantasy však není příliš mnoho společností, které mají o takovou spolupráci zájem. Nalézt vhodnou spolupráci tak může být

složité. Podnikatel by mohl oslovit např. výrobce fantasy počítačových her, obchody s fanouškovskými předměty nebo výrobce softwarů, využitelných pro širokou veřejnost.

Časová náročnost – Střední

Finanční náročnost – 0 Kč.

9.1.5 Pravidelná živá vysílání

Pokud by YouTuber na kanále zavedl pravidelná živá vysílání, zvýšil by tím zájem o tvorbu, ale také dal divákům možnost jej podpořit finančními příspěvky přes funkce Superchatu. Stejně tak by mohl zvýšit zájem o členství, jehož součástí jsou i odměny v podobě speciálních emote ikon. Případně může vytvářet živá vysílání, která budou určena pouze členům, případně jen oni budou moci přispívat do chatu. Tím by se mohl zvýšit počet pravidelně platících členů.

Časová náročnost – Vysoká

Finanční náročnost – 0 Kč.

9.2 Plán pro snižování rizik

Kromě zvyšování příjmů a vytváření rezerv je třeba se zaměřit na snižování rizik a dopadů hrozeb. K tomuto účelu slouží následující opatření, která by měla minimalizovat dopady, jak osobních a zdravotních potíží, tak změn pravidel YouTube a problémů se systémem Content ID.

9.2.1 Pojištění provozovny a vybavení

Jelikož do vybavení studia podnikatel investoval částku ve výši téměř 150 000 Kč, ztráta tohoto vybavení z důvodu loupeže, technické závady nebo nehody, by mohla být fatální. Proto byl využit srovnávač pojištění, kterému podnikatel poskytl informace o provozovně a jako pojistnou částku stanovil zmíněných 150 000 Kč. Jelikož je jeho provozovna umístěna v místě trvalého bydliště, které má vlastní pojištění, v úvahu byly brány skutečně jen pracovní prostory a jejich vybavení. Podle srovnávače pojištění klik.cz se jako nejvhodnější jeví nabídka od společnosti UNIQA a jejich varianta domov klasik. Ta zahrnuje třeba pojištění:

- elektroniky při krádeži či poruše,
- přírodního rizika,

- cenností,
- občanské odpovědnosti za škodu aj.

Časová náročnost – Nízká

Finanční náročnost – 632 Kč měsíčně.

UNIGA		cena od 450 Kč	150 000 Kč	1000 Kč	Zavolejte mi <input type="button" value="skrýt nabídku"/>
Vyberte si variantu pojištění		domov mini	domov klasik	domov maxi	
Přírodní rizika - domácnost	?	150 000	150 000	150 000	
Havárie a nehody - domácnost	?	150 000	150 000	150 000	
Odcizení - domácnost	?	×	150 000	150 000	
Stavební součásti	?	30 000	15%, min. 30 000	20%, min. 40 000	
Elektronika	?	150 000	150 000	150 000	
Cennosti	?	20 000	10%, min. 20 000	15%, min. 30 000	
Drobné a domácí zvířectvo	?	10 000	4%, min. 10 000	6%, min. 15 000	
Věci zvláštní hodnoty	?	20 000	10%, min. 20 000	15%, min. 30 000	
Věci v nebytovém prostoru	?	×	✓	✓	
Rozbití skla - domácnost	?	×	3%, min. 6 000	6%, min. 12 000	
Nepřímý úder blesku, přepětí	?	×	5%, min. 10 000	10%, min. 20 000	
Škoda na elektromotoru	?	×	2%, min. 4 000	5%, min. 10 000	
Asistenční služby	?	4 000	4 000	4 000	
Občanská odpovědnost za škodu	?	×	1 mil.	1 mil.	
Prodloužená záruka spotřebičů	?	×	25 000	25 000	
Srážky - domácnost	?	×	2%, min. 4 000	5%, min. 10 000	
Právní asistence	?	×	×	×	
Tíha sněhu a námrazy	?	✓	✓	✓	
		450 Kč	632 Kč	799 Kč	
		<input type="button" value="Vybrat"/>	<input type="button" value="Vybrat"/>	<input type="button" value="Vybrat"/>	

Obrázek 32 Nabídka pojištění provozovny a vybavení (Zdroj: klik.cz, ©2022)

9.2.2 Zdravotní pojištění

Úraz či jiný důvod pracovní neschopnosti může na čas podnikateli vytvářet obsah pro svůj kanál a tím přijít o své příjmy. Proto využil portálu Rixo.cz, který funguje jako srovnávač pojištění. V něm uvedl své osobní údaje, současný zdravotní stav, užívané léky a také měsíční příjmy (ne všechny vycházejí z projektu Caged Dragon). Určil si také částku 15 000 měsíčně jako minimální příjem v případě dlouhodobé pracovní neschopnosti (platí od 29. dne nemoci), tato částka by měla postačit na pokrytí jeho životních nákladů. Jako nejvýhodnější se jeví nabídka pojištění od komerční banky, s názvem ELÁN, která nabízí za 530 Kč měsíčně požadovanou sumu při pracovní neschopnosti a také několik dalších pojištění v případě úrazu, invalidity, či trvalých následků úrazu.

Časová náročnost – Nízká

Finanční náročnost – 530 Kč měsíčně.

Cena	
	
NASTAVENÍ POJIŠTĚNÍ	
Pojištění	do 60 let
Riziko smrti	30 000 Kč za 5 Kč/měsíčně
Riziko invalidity III. stupně	2,43 mil. Kč za 135 Kč/měsíčně
Riziko invalidity II. stupně	510 000 Kč za 22 Kč/měsíčně
Závažné nemoci	240 000 Kč za 107 Kč/měsíčně
Trvalé následky úrazu	1 mil. Kč za 90 Kč/měsíčně
Pracovní neschopnost od 29. dne (denní dávka)	500 Kč za 171 Kč/měsíčně
Zahrnuté sporty	Všechny uvedené
<p>Vámi vybrané sporty mohou a nemusí být u dané pojišťovny součástí úrazového pojištění, některé mohou být vyloučeny ve smlouvě nebo pojistných podmínkách, možnost takový sport pojistit je vždy posuzována individuálně při sjednání. Pokud je sport vyloučený (tj. není zahrnutý) a úraz se vám stane při takovém sportu, pojištění se na něj nevztahuje.</p>	Pojištěno Fotbal - rekreačně

Obrázek 33 Nabídka pojištění (Zdroj: Rixo.cz, ©2022)

9.2.3 Vlastní hudba

Autor ve svých videích používá jako podkres mluveného slova i hudbu, která pochází z videoher Harryho Pottera a není chráněná autorskými právy. Nicméně pokud by se pravidla změnila, nebo si autor skladeb rozhodl svou hudbu nárokovat, mohlo by dojít ke zrušení zpeněžení u celé řady videí. Proto se nabízí řešení v podobě vytvoření hudby na míru.

Po internetové rešerši autora práce nejvíce zaujala nabídka Petra Makovce, který nabízí více variant svých služeb. Služby nabízí na portále Stovkomat, který se navíc za prodejce

zaručuje, finance podrží na svých účtech a až po dokončení zakázky peníze poskytne hudebníkovi. V případě nespokojenosti garantuje vrácení peněz.

V rámci konkrétního balíčku za 4 840 Kč Petr Makovec nabízí:

- Návrh hudby doručený do 48 hodin.
- Individuální přístup.
- Po dokončení zakázky budete plným držitelem práv skladby.
- Skladbu v délce až 3 minuty.
- Kompletní produkci skladby.

Časová náročnost – Střední (Doba dodání do 10 dnů)

Finanční náročnost – 4 840 Kč za skladbu. Podnikatel by pravděpodobně nechal produkovat alespoň tři různé skladby. (Makovec, 2021)

9.2.4 Vlastní obrázky a grafika

Stejný problém jako s hudbou, která doposud není chráněna autorskými právy, by mohl nastat i v případě využívaných screenshotů, obrázků a grafiky. Ty jsou přímo z filmů a webových stránek využita v rámci pravidla „fair use“, tedy je jejich využití v opodstatněné míře, např. pro edukativní účely, povoleno a autor za jejich využívání není sankcionován. Pokud by se však pravidla změnila, musel by situaci řešit.

V současnosti má tvůrce k dispozici přibližně 200 různých obrázků, které v rámci videí využívá. Pokud nejde o záběry z filmu, využívá především grafiku ze stránky pottermore, která k informacím o světě čar a kouzel Harryho Pottera přidává vlastní kreslenou grafiku.



Obrázek 34 Souboj Malfoye s Harrym ve 4. díle (Zdroj: Pottermore.com, ©2022)

Podobný styl kresby nabízí třeba Ondřej „WidoX“ Špaňhel, který už v minulosti obrázky pro kanál Caged Dragon vytvářel a podnikatel tak má pozitivní zkušenosti s jeho službami.



Obrázek 35 Mozkomor
(Zdroj: WidoX, ©2022)

Proto ho autor práce znova oslovil a požádal o nacenění souboru 60 obrázků ve formátu 1280x720 pixelů. Konkrétně žádal o nacenění:

- 10 obrázků krajiny z Bradavické školy (hrad, školní pozemky, jezero apod.),

- 30 obrázků hlavních a vedlejších postav (Harry Potter, Hermiona Grangerová, Ron Weasley, Albus Brumbál, Lord Voldemort a další),
- 1 obrázek Gringottovy banka,
- 1 obrázek Příčné ulice,
- 3 obrázky úkolů Turnaje tří kouzelníků (každý úkol má jeden obrázek),
- 15 kouzelných tvorů (mozkomor, jezerní lidé, domácí skřítek atd.).

Časová náročnost – Střední (tvůrce odhaduje čistý čas tvorby na 100-150 hodin)

Finanční náročnost – 30 000 Kč (500 Kč za obrázek). (Ondřej „WidoX“ Špaňhel, 2022)

9.3 Zhodnocení navržených opatření

Všechna navržená opatření je možné implementovat poměrně rychle a nevyžadují extrémně velké investice, což je pro tento projekt velmi vhodné, i vzhledem k příjmům, které kanál Caged Dragon generuje. Celkové investice by se pohybovaly okolo 50 000 Kč v případě nákupu hudby, vlastních obrázků a zřízení profilu na Spotify. Pojištění by pak přišlo na 1 162 Kč měsíčně. Celý plán by se měl dát realizovat během několika měsíců, majitel kanálu odhaduje dobu potřebnou na provedení všech navržených opatření a doporučení maximálně na půl roku.

Podnikatel by se měl zaměřit nejdříve na pojištění, jak zdraví, tak majetku, a upnout své síly na budování dalších sociálních sítí. Implementace těchto opatření nevyžaduje mnoho finančních prostředků, ovšem je poměrně časově náročná. Následně by se měl zaměřit na zvyšování příjmů pomocí affiliate programu, prodeje merche a pravidelných živých vysílání. Zisk z těchto aktivit může pak investovat do nejnákladnějších způsobů snižování podnikatelských rizik. Tedy je využít na nákup vlastních obrázků, grafiky a hudby, které mají napomoci vyhnout se problémům s autorskými právy.

Navržený plán je sice ušit na míru analyzovanému projektu, pro který je zvolen vhodně, nicméně by ho mohli využít i jiní podnikatelé na platformě, především ti, co tvoří videa podobným stylem, jaký nabízí kanál Caged Dragon. Plán však nelze považovat za univerzální, každý projekt má svá vlastní rizika a hrozby, které je nutné ošetřit různými způsoby.

ZÁVĚR

V prvních kapitolách práce se podařilo popsat historii platformy YouTube, její fungování, obsah, který se na ní nachází a také nejznámější osobnosti u nás i v zahraničí, jež svou popularitu získaly právě tvorbou na YouTube. V teoretické části práce jsou rovněž uvedeny způsoby, kterými podnikající osoby na zmíněném webu získávají finanční odměny, stejně tak bylo popsáno ukotvení této činnosti v rámci naší legislativy. Veškeré výše zmíněné informace pak shrnuje poslední kapitola teoretické části.

Praktická část práce se pak zaměřila na konkrétní, autorem zvolený projekt, kanál Caged Dragon. Zprvu byla možná rizika identifikována pomocí dotazníkového šetření, které autor provedl mezi 10 dalšími YouTubery, tedy podnikateli v tomto odvětví. Před dotazníkovým šetřením rovněž stanovil výzkumné otázky, na které díky respondentům získal kladnou či zápornou odpověď.

Na dotazníkové šetření navazuje analýza samotného kanálu Caged Dragon, ve které se autor práce zaměřil na jeho obsah a s ním spojená rizika, která se mu podařilo popsat, stejně jako finančně vyčíslit potřebné vybavení k podnikání, do kterého musel podnikatel investovat. Rizika spojená s tvorbou následně rozčlenil pomocí Ishikawa diagramu a pomocí SWOT analýzy stanovil silné a slabé stránky projektu, stejně jako jeho příležitosti a hrozby. Ty jsou následně kvantifikovány, aby byla zjištěna nejvhodnější strategie pro budoucí podnikání. Hodnocení rizik zakončuje metoda ETA, která od iniciační události – nahrání videa na YouTube, v dalších krocích vede až ke zrušení kanálu na základě porušování autorských práv.

Poslední kapitola práce je pak aplikací předchozích analýz, hodnocení rizik a literární rešerše. V ní byl naplněn cíl práce, tedy vytvoření plánu pro snížení podnikatelských rizik vybraného projektu. Do něj byly zařazeny jak způsoby zvyšování příjmů a rezerv, tak způsoby snižování stávajících rizik. Autor v závěru kapitoly hodnotí implementaci navržených opatření do praxe.

Diplomová práce by jistě mohla posloužit jako základ dalším výzkumům v této oblasti. Například by bylo vhodné zvýšit počet respondentů v dotazníkovém šetření, čímž by se zvýšil počet dat a informací o podnikání na YouTube a bylo by možné kvantifikovat třeba metodu ETA, která v současném počtu dotázaných nenabízela objektivní pravděpodobnosti vzniku událostí. Současná podoba práce ale naplňuje stanovené cíle. Rizika spojená s tvorbou na YouTube byla popsána, dotazníkové šetření mezi YouTubery bylo provedeno,

stejně jako analýza obsahu vybraného projektu, pro který byl úspěšně vypracován plán pro snížení podnikatelských rizik. Autor práce také hodnotí implementaci plánu do praxe. Ten by v této podobě mohl rovněž posloužit jako základ, který může využít jiný tvůrce a rozšířit jej o opatření proti rizikům, která identifikuje u svého projektu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- CANNELL, Sean a Benji TRAVIS, 2018. *YouTube Secrets: The Ultimate Guide to Growing Your Following and Making Money as a Video Influencer*. Carson City: LIONCREST PUB. ISBN 9781544511818.
- CIMBÁLNÍKOVÁ, Lenka, Jana BILÍKOVÁ a Pavel TARABA, 2013. *Databáze manažerských metod a technik*. Ostrava: Pro Fakultu logistiky a krizového řízení Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně vydal Repronis. ISBN ISBN978-8-07329-3802.
- DONÁT, Josef a Jan TOMÍŠEK, 2016. *Právo v síti: průvodce právem na internetu*. V Praze: C.H. Beck. ISBN 978-80-7400-610-4.
- GEORGE, Michael L., 2010. *Kapesní příručka Lean Six Sigma: rychlý průvodce téměř 100 nástroji na zlepšování kvality procesů, rychlosti a komplexity*. [Brno]. ISBN ISBN978-80-904099-2-7.
- KOZUBÍKOVÁ, Ludmila, 2017. *Významné atributy podnikatelské orientace v segmentu malých a středních podniků*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7454-679-2.
- POPLUHÁR, Peter, 2018. *Kde všade som (ne)zomrel*. Ikar. ISBN 978-80-551-6302-4.
- SKAGGS, Eric, 2014. *YouTube: TheRealYouTubeStory.com*. Createspace Independent Publishing Platform. ISBN 9781502989567.
- ŠAFROVÁ DRÁŠILOVÁ, Alena, 2019. *Základy úspěšného podnikání: průvodce začínajícího podnikatele*. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-2182-3.
- ŠEFČÍK, Vladimír, 2009. *Analýza rizik*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. ISBN 978-80-7318-696-8.
- ŠTRAUCH, Daniel GoGo, 2016. *GoGo Kluk z internetu*. Tatran. ISBN 978-80-222-0779-9.
- TICHÝ, Milík, 2006. *Ovládání rizika: analýza a management*. V Praze: C.H. Beck. Beckova edice ekonomie. ISBN 80-717-9415-5.

Internetové zdroje:

- AVALOS, George, 2016. YouTube expansion in San Bruno signals big push by video site. *The Mercury News* [online]. Londýn: © 2021 MediaNews Group [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://www.mercurynews.com/2016/01/19/youtube-expansion-in-san-bruno-signals-big-push-by-video-site/>
- BAUER, Daniel, 2020. Jak vytvořit firemní stránku na Facebooku. ©2020 *Socials* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.socials.cz/cs/blog/jak-vytvorit-firemni-stranku-na-facebooku-navod-29/>
- BENEŠOVSKÁ, Michaela, © 2020. *Znáte videa 5-Minute Crafts? Ne? Tak si je nepouštějte!* [online]. [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: <https://tyinternet.cz/socialni-site/znate-vidoa-5-minute-crafts-ne-tak-si-je-nepoustejte/>
- BLAHÁČEK, Miloš, 2021. Jak nahrát hudbu na Spotify a další platformy? Který agregátor je nejlepší?. *Frontman.cz* [online]. © 2021 AUDIO PARTNER [cit. 2022-07-24]. Dostupné z: https://www.frontman.cz/jak-nahrat-hudbu-na-spotify-dalsi-platformy-ktery-agregator-je-nejlepsi?fbclid=IwAR1_VsYbwXnxgzh2Veh-bCOekVB2YsXEyQhLFdRSNcULVUfLQrnf-ss7YpA
- BLOGGER, GMI, 2022. YOUTUBE USER STATISTICS 2022. *GLOBAL MEDIA INSIGHT* [online]. Copyright ©2015 [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.globalmediainsight.com/blog/youtube-users-statistics/>
- CIHELKOVÁ, Barbora, 2020. Youtuber MenT: Všechno, co potřebuji znát, jsem se naučil na internetu. *Novinky.cz* [online]. © 2003-2022 Borgis [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/youtuber-ment-vsechno-co-potrebuji-znat-jsem-se-naucil-na-internetu-40325621>
- Cocomelon - Nursery Rhymes, ©2022. *Wikitubia* [online]. [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: https://youtube.fandom.com/wiki/Cocomelon_-_Nursery_Rhymes
- Dotazník (Questionnaire), 2016. *Managementmania.cz* [online]. Copyright © 2011-2016 [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/dotaznik>
- Final Cut Pro, 2022. *Apple.com* [online]. Copyright © 2022 Apple [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://www.apple.com/final-cut-pro/>
- GOLD, Hadas, 2020. Netflix and YouTube are slowing down in Europe to keep the internet from breaking. *CNN Business* [online]. Londýn: © 2022 Cable News

- Network. [cit. 2022-01-10]. Dostupné z: <https://edition.cnn.com/2020/03/19/tech/netflix-internet-overload-eu/index.html>
- GONČAROVÁ, Tamara, 2021. Čo je to Instagram a ako funguje v roku 2022. *Tamaragoncarova.sk* [online]. © 2018 tamaragoncarova.sk [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://tamaragoncarova.sk/instagram-navod/>
 - Harry Potter, 2022. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. ©2022 San Francisco (CA): Wikimedia Foundation [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Harry_Potter
 - Check your YouTube revenue, 2022. *Support.google.com* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: https://support.google.com/youtube/answer/9314488?hl=en&ref_topic=9314352
 - CHROBOK, Michael, 2018. Lehce nabyl, lehce pozbyl: YouTubera v přímém přenosu okradli o 41 milionů. *Smartmania.cz* [online]. © 2005–2022 SMARTmania s.r.o [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://smartmania.cz/lehce-nabyl-lehce-pozbyl-youtubera-v-primem-prenosu-okradli-o-41-milionu/>
 - Informace o Partnerském programu YouTube a podmínkách vstupu, 2021. *Nápověda YouTube* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=cs>
 - Jak nahrát podcast do Spotify, 2021. *Zivotdivny.com* [online]. © Zivotdivny [cit. 2022-07-29]. Dostupné z: <https://zivotdivny.com/jak-nahrat-podcast-dospotify/?fbclid=IwAR0TJpwKiKf7YFbMYpxc58EePqbISwVKgsHSFdfELLwuJJrvEn0sBDFLH0E>
 - Jak systém Content ID funguje, 2022. *Support.google.com* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=cs>
 - JANŮ, Stanislav, 2019. Nejlepší program pro střih videa na doma: 9 video editorů, ze kterých si vyberete. *Živě.cz* [online]. ©2022 CZECH NEWS CENTER a.s. a dodavatelé obsahu. [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://www.zive.cz/clanky/programy-na-strih-vidoa/sc-3-a-184242/default.aspx#part=1>

- JIRKŮ, František, 2017. Vulgarita youtubera nejsou trestným činem. Je to přestupek, řekl soud. *Idnes.cz* [online]. © 1999–2022 MAFRA [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/jihlava/zpravy/youtuber-soud-jihlava-petr-jelinek-vulgarity-vysocina-video.A171204_113442_jihlava-zpravy_mv
- KARCH, Marziah, 2021. What Is a YouTube Channel?. ©2021 *Lifewire: tech for humans* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/channel-youtube-1616635>
- Kdo je Youtuber?, 2016. *Poradna-prace.cz* [online]. ©2016 Aditus Consult [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <http://www.poradna-prace.cz/rada/youtuber.php#.YeFIJf7MKUk>
- KLEIN, Ashleigh, ©2021. Who is PewDiePie? The undisputed King of YouTube. *GINX: ESPORTSTV* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.ginx.tv/en/youtube/who-is-pewdiepie-the-undisputed-king-of-youtube>
- KOHOUT, Martin, 2019. *Roth Wellden je bez YouTube účtu. Na kanálu je livestream o SCAMu na kryptoměny* [online]. © 2009 [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://freebit.cz/roth-wellden-je-bez-youtube-uctu-na-kanalu-je-livestream-o-scamu-na-kryptomeny/>
- KOHOUT, Martin, 2020. *Co budeme potřebovat pro tvorbu videomateriálu? Co se hodí Youtuberům?* [online]. © 2009 ADMIN - Martin Kohout, Vysoká 3, Plzeň [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://freebit.cz/co-budeme-potrebovat-pro-tvorbu-videomaterialu-co-se-hodi-youtuberum/>
- KREJČÍ, Pavla a Vladimíra KNOBLOCHOVÁ, 2022. Základní právní předpisy v podnikání a pro chod firmy. *MEDIprofi* [online]. Copyright © 1997 - 2022 by Dashöfer Holding [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: <https://www.mediprofi.cz/33/zakladni-pravni-predpisy-v-podnikani-a-pro-chod-firmy-uniqueidmRRWSbk196FNf8-jVUh4EhHvNoPnRMj17b15vUu-hAptMR5Z7Ns1nw/>
- LESKIN, Paige, 2020. YouTube is 15 years old. Here's a timeline of how YouTube was founded, its rise to video behemoth, and its biggest controversies along way. *Business Insider* [online]. Copyright © 2022 Insider [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/history-of-youtube-in-photos-2015->

[10#november-2017-across-youtube-and-youtube-kids-platforms-users-find-regarding-family-friendly-videos-containing-disturbing-and-abusive-content-even-more-advertisers-pull-their-ads-and-youtube-responds-by-updating-its-policies-around-age-restricted-content-46](#)

- MAKOVEC, Petr, 2021. Hduba na míru. *Stovkomat.cz* [online]. 2021 © Stovkomat s.r.o [cit. 2022-07-24]. Dostupné z: <https://www.stovkomat.cz/hudba-na-miru/39883/>
- MALÝ, Martin, ©2017. Nechte si platit za svůj koníček. Patreon pomáhá vybudovat síť patronů. *Lupa.cz* [online]. © 1998 – 2022 Internet Info, s.r.o [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/nechte-si-platit-za-svuj-konicek-patreon-pomaha-vybudovat-sit-patronu/>
- MOREAU, Elise, ©2020. What Is YouTube: A Beginner's Guide. *Lifewire: tech for humans* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.lifewire.com/youtube-101-3481847>
- MrBeast Net Worth, 2022. *Celebrity Net Worth: The website future billionaires read every day* [online]. © 2022 Celebrity Net Worth [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://www.celebritynetworth.com/richest-businessmen/producers/jimmy-donaldson-aka-mrbeast-net-worth/>
- Nejznámější český youtuber končí. Točit videa mě už nenaplnuje, říká Jirka Král, 2018. *Aktuálně.cz* [online]. ©1999 – 2022 Economia [cit. 2022-01-15]. Dostupné z: <https://magazin.aktualne.cz/videohry/nejznamejsi-cesky-youtuber-konci-uz-me-to-nenaplnuje-rekl-ji/r~8471eb24aede11e8b5b20cc47ab5f122/>
- Ondřej "WidoX" Špaňhel, 2022. *Artstation* [online]. © 2022, Epic Games [cit. 2022-07-24]. Dostupné z: <https://www.artstation.com/widoxx>
- Partnerský program, 2022. *Imago.cz* [online]. © 2005-2022 imago.cz [cit. 2022-07-24]. Dostupné z: <https://www.imago.cz/affiliate>
- Podmínky, dostupnost a zásady zpráv Superchatu a nálepek Super Sticker, 2022. *Náповěda YouTube* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/9277801#zippy=>

- Požádejte o kontrolu člověkem u videí označených jako „Není vhodné pro většinu inzerentů, 2022. *Support.google.com* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/7083671?hl=cs>
- ROSULEK, Martin, 2020. Co je TikTok a jak funguje? Vše, co musí vědět uživatel i marketáček. *DIGITÁLNÍ NOMÁDSTVÍ: Jak pracovat na dálku a rozšířit svoji svobodu* [online]. © 2011 - 2021 [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://digitalninomadstvi.cz/tiktok/>
- SAEED, Saeed, ©2022. Who is KSI? The British YouTuber behind new energy drink with social media star Logan Paul. *The Nationals* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/music/2022/01/05/who-is-ksi-the-british-youtuber-behind-new-energy-drink-with-social-media-star-logan-paul/>
- Smosh, ©2022. *Fandom* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://smosh.fandom.com/wiki/Smosh>
- STUDNIČKA, Jan, 2020. Co je to OnlyFans a jak ho Disney hvězdička rozbila aneb proč budou teď nahý holky levnější. *G.cz: Jak pracovat na dálku a rozšířit svoji svobodu* [online]. Copyright © 2015 - 2022 Extra Online Media s.r.o [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://g.cz/co-je-to-onlyfans-a-jak-ho-disney-hvezdicka-rozbila-aneb-proc-budou-ted-nahy-holky-levnejsi/>
- SUKHRAJ, Ramona, 2021. What Are the Most Popular Types of YouTube Videos in 2021? [Infographic]. *IMPACT* [online]. © 2022 IMPACT [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: <https://www.impactplus.com/blog/most-popular-types-of-videos-on-youtube-infographic>
- TheFatRat, ©2018. How my video with 47 million views was stolen on YouTube. *YouTube* [online]. [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=z4AeoAWGJBw&ab_channel=TheFatRat
- T-Series, ©2022. *Wikitubia* [online]. [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: <https://youtube.fandom.com/wiki/T-Series>
- Understand ad revenue analytics, 2022. *Support.google.com* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/9314357?hl=en>

- Vidadu, 2021. *Vidadu.net* [online]. Copyright © 2021 Vidadu [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://vidadu.net/>
- Vydělávejte na internetu s affiliate programem Alza.cz, 2022. *Alza.cz* [online]. © 2022 Alza.cz [cit. 2022-07-24]. Dostupné z: https://affiliate.alza.cz/?kampan=adw1_alza_sea_gen_affiliate_affiliate-program_c_1003739_p_426115466571~102484077521~&gclid=Cj0KCCQjw2_OWBhDqARIsAAUNTTGr1L7IMisc_9IbWbx-Er2V263nGte8VYwKdbeU_cIk6HTtDMRm6vQaAlkIEALw_wcB
- Využívání výhod YouTube Premium, 2022. *Nápověda YouTube* [online]. (c) 2022 Google [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/6308116?hl=cs#zippy=%2Cstahov%C3%A1n%C3%AD-vide%C3%AD-ke-sledov%C3%A1n%C3%AD-offline%2Cp%C5%99ehr%C3%A1v%C3%A1n%C3%AD-na-pozad%C3%AD%2Cyoutube-originals>
- WWE, 2022. *Wikitubia* [online]. [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: <https://youtube.fandom.com/wiki/WWE>
- YouTube Records, ©2022. *Wikitubia* [online]. [cit. 2022-01-14]. Dostupné z: https://youtube.fandom.com/wiki/YouTube_Records
- Základní informace o sankcích za porušení autorských práv, 2022. *Support.google.com* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-07-07]. Dostupné z: <https://support.google.com/youtube/answer/2802032?hl=cs>
- Zákon č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, 2012. *Zákony pro lidi* [online]. © AION CS, s.r.o. 2010-2022 [cit. 2022-07-05]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-89>
- Zákon č. 90/2012 Sb., o Obchodních korporacích, 2012. *Zákony pro lidi* [online]. © AION CS, s.r.o. 2010-2022 [cit. 2022-07-06]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2012-90>
- Zapnutí a správa Super díků, 2022. *Nápověda YouTube* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: https://support.google.com/youtube/answer/10878910?hl=cs&ref_topic=9154079

- Způsobilost, pokyny a zásady členství v kanálu, 2022. *Nápověda YouTube* [online]. ©2022 Google [cit. 2022-01-09]. Dostupné z: https://support.google.com/youtube/answer/7636690?hl=cs&ref_topic=7581081

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

ETA Event tree analysis

SWOT Streghts, Weaknesses, Opportunities, Threats

Apod. A podobně

Atd. A tak dále

COPPA Chldren´s online privacy protection act (Dokument pro ochranu osobních údajů dětí)

Např. Na příklad

Tzv. Tak zvaný

KLDR Korejská lidově demokratická republika

Ft. Featuring

FIFA Mezinárodní federace fotbalových asociací

Č. Číslo

Sb. Sbírkky

CPM Cena za 1000 zobrazení

RPM Tržby za 1000 zobrazení

MCN Multi channel network (vícekanálová síť)

GDPR General data protection regulation (obecné nařízení o ochraně osobních údajů)

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Logo YouTube od roku 2017	15
Obrázek 2 Like a Dislike	17
Obrázek 3 Odběr	18
Obrázek 4 Seznam pro nahlášení obsahu	19
Obrázek 5 Členství kanálu	26
Obrázek 6 Funkce Super díky	27
Obrázek 7 PewDiePie	33
Obrázek 8 KSI	34
Obrázek 9 MrBeast	36
Obrázek 10 GoGomanTV	37
Obrázek 11 Jiří Král	37
Obrázek 12 MenT	38
Obrázek 13 „PPPeter“	39
Obrázek 14 T-Series	40
Obrázek 15 Registrace účtu	49
Obrázek 16 Nahrání videa	49
Obrázek 17 Název, popis videa, informace atd.	50
Obrázek 18 Štítky	50
Obrázek 19 Požadavky na zpeněžení kanálu	54
Obrázek 20 Kontrolní dotazník část 1	57
Obrázek 21 Kontrolní dotazník část 2	58
Obrázek 22 Nezpeněžení kanálu Caged Dragon v roce 2020	61
Obrázek 23 Caged Dragon logo	76
Obrázek 24 Let's play Harry Potter a Kámen mudrců (PC verze)	78
Obrázek 25 Potterova hodinka playlist	79
Obrázek 26 Příjmy kanálu Caged Dragon za rok 2021	81
Obrázek 27 Druhy reklam na kanále Caged Dragon v roce 2021	82
Obrázek 28 Komentář s funkcí Super díky!	82
Obrázek 29 Tržby z transakcí za rok 2021	83
Obrázek 30 Ishikawa diagram	87
Obrázek 31 Fakt	98
Obrázek 32 Nabídka pojištění provozovny a vybavení	103
Obrázek 33 Nabídka pojištění	104
Obrázek 34 Souboj Malfoye s Harrym ve 4. díle	106

Obrázek 35 Mozkomor 106

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Vybavení pro tvorbu	84
Tabulka 2 – Softwareové vybavení pro tvorbu.....	85
Tabulka 3 SWOT analýza kanálu Caged Dragon.....	88
Tabulka 4 Kvantifikovaná SWOT analýza	93
Tabulka 5 Zjednodušený výpočet	93
Tabulka 6 Výsledek analýzy	94

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 Žlutý dolar	72
Graf 2 Content ID	73
Graf 3 Nejreálnější hrozba	74
Graf 4 Strategie vycházejí ze SWOT analýzy	94
Graf 5 ETA porušení autorských práv	96

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Název přílohy

PŘÍLOHA P I: NÁZEV PŘÍLOHY