

# **Sdílená ekonomika v cestovním ruchu**

**Bakalářská práce**

**Vedoucí práce:**

**Ing. Astrida Peruthová**

**Klára Galušková**

**Brno 2017**



Ráda bych poděkovala vedoucí bakalářské práce Ing. Astridě Peruthové za její cenné rady a připomínky při psaní této práce. Děkuji za její ochotu a čas, který mi po celou dobu věnovala. Také děkuji svým blízkým, kteří mi byli každodenní oporou.



## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Sdílená ekonomika v cestovním ruchu** vypracovala samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědoma, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 19. května 2017

---



## **Abstract**

Galušková, K., Sharing economy in tourism. Bachelor thesis. Brno: Mendel University, 2017.

The thesis deals with the issue of sharing economy in tourism and consists of two parts. In the first part, a secondary literature review focuses on the concepts of tourism and the sharing economy. The section is also concerned with assessing possible opportunities and threats of the sharing economy. In addition, the Airbnb company is being introduced. The second part is a questionnaire survey focused on the purchasing behaviour of potential customers when choosing accommodation. It also deals with whether the respondents use the Airbnb and what leads them to do so. Furthermore, it investigates why would respondents negate this service. The conclusion summarizes and evaluates the primary data from the questionnaire survey.

## **Keywords**

Sharing economy, collaborative consumption, buying behaviour, tourism, Airbnb

## **Abstrakt**

Galušková, K. Sdílená ekonomika v cestovním ruchu. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017.

Práce se zabývá problematikou sdílené ekonomiky v cestovním ruchu a skládá se ze dvou částí. V první části je ze sekundárních zdrojů vypracována literární rešerše zaměřená na pojmy cestovní ruch a sdílená ekonomika. Tato část je také věnována zhodnocení příležitostí a hrozeb sdílené ekonomiky a dále se věnuje představení společnosti Airbnb. V druhé části je provedeno dotazníkové šetření zaměřeno na nákupní chování potenciálních zákazníků při výběru ubytování. Též se zabývá tím, zda je k ubytování využíváno Airbnb a co k tomu respondenty vede. Dále je zjišťováno proč respondenti případně tuto službu negují. Závěr shrnuje a vyhodnocuje primární data z dotazníkového šetření.

## **Klíčová slova**

Sdílená ekonomika, spolupotřebitelství, nákupní chování, cestovní ruch, Airbnb





# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Cíl práce</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>Cestovní ruch a sdílená ekonomika</b>	<b>13</b>
3.1	Faktory ovlivňující poptávku po cestovním ruchu .....	13
3.2	Nákupní chování zákazníků v cestovním ruchu.....	14
3.3	Spoluspotřebitelství .....	16
3.4	Sdílená ekonomika.....	17
3.5	Faktory ovlivňující sdílenou ekonomiku.....	18
3.5.1	Ekonomická situace.....	19
3.5.2	Technologie .....	19
3.5.3	Ekologické dopady.....	20
3.5.4	Sociologický faktor .....	21
3.6	Problémy související se sdílenou ekonomikou.....	21
3.6.1	Nekalá konkurence a regulace sdílené ekonomiky.....	21
3.6.2	Bezpečnost a důvěryhodnost .....	23
3.6.3	Zvyšování cenové hladiny nájmu.....	23
3.7	Airbnb .....	24
3.7.1	Historie.....	24
3.8	Logo společnosti .....	25
3.8.1	Projekty Airbnb.....	26
3.8.2	Podoba Airbnb.....	28
3.8.3	Airbnb v České republice .....	30
<b>4</b>	<b>Metodika</b>	<b>33</b>
<b>5</b>	<b>Výstupy dotazníkového šetření</b>	<b>35</b>
5.1	Základní informace .....	36
5.2	Znalost platformy a zkušenost se sdíleným ubytováním skrze Airbnb .....	37
5.3	Využití sdíleného ubytování Airbnb dle pohlaví.....	41

---

5.4	Důvody k využití sdíleného ubytování.....	43
5.5	Důvody vedoucí k nevyužití sdíleného ubytování.....	44
5.6	Faktory ovlivňující nákupní chování potenciálních zákazníků .....	46
<b>6</b>	<b>Diskuze</b>	<b>48</b>
<b>7</b>	<b>Závěr</b>	<b>50</b>
<b>8</b>	<b>Literatura</b>	<b>51</b>
<b>9</b>	<b>Seznam obrázků, tabulek a grafů</b>	<b>57</b>
<b>A</b>	<b>Dotazník</b>	<b>59</b>
<b>B</b>	<b>Obrázky</b>	<b>63</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch je dynamickou a stále se rozvíjející oblastí. Způsoby cestování se stále mění a vyvíjí, a v současnosti je tento sektor ovlivňován především rychlými změnami v oblasti informačních a komunikačních technologií. Právě rozvoj technologií podporuje v turismu trend, který se dostává stále více do popředí. Lidé, zejména pak mladá generace takzvaných millennials preferují cestování dle svých představ a plánů, bez využití cestovních kanceláří a agentur. V dnešní době není problémem vybrat si ubytování, koupit letenku a vycestovat. Právě tato skutečnost a rozvoj technologií má za následek vznik sdílené ekonomiky. V posledních letech proto můžeme zaznamenat rozvoj společností, které fungují právě na tomto principu. V České republice je nejznámější a nejkontroverznější z těchto společností taxislužba Uber a platforma Airbnb nabízející ubytování. Tyto společnosti se v poslední době objevují v mnoha novinových titulcích. V tuzemsku má totiž sdílená ekonomika mnoho odpůrců, především pak z řad podnikatelů, působících v odvětví cestovního ruchu. Velkým problémem je podle nich nedodržování zákonů a často se odvolávají na to, že sdílená ekonomika pro klasické podnikatele představuje nekalou konkurenci. I když se sdílená ekonomika potýká s různými problémy i v zahraničí, těší se v dnešním západním světě velkému růstu.

Přestože je téma sdílené ekonomiky v cestovním ruchu velmi aktuální. Existuje pouze pár zahraničních autorů, kteří se této problematice věnují. Práce přináší stručný vhled do problematiky spoluspotřebitelství, potažmo sdílené ekonomiky. Pojednává o problémech souvisejících s rozmachem tohoto ekonomického modelu a stejně tak zhodnocuje příležitosti a zvažuje potenciál pro další rozvoj.

Hlavním předmětem je poté jedna z nejznámějších společností postavených na tomto principu – internetová platforma Airbnb působící v oblasti cestovního ruchu a nabízející služby sdíleného ubytování. Tato společnost cílí především na ty, kteří se snaží při cestování ušetřit a zároveň prožít danou destinaci jako jedni z místních. Právě cenová konkurenceschopnost a autenticita prostředí bývá často dávána do popředí jako jedna z jejích výhod. Je zajímavé sledovat, jak tento fenomén v České republice postupně roste. U této příležitosti bylo jedním z hlavních cílů práce zjištění, jak moc známá je tato služba, kolik lidí se již skrze tuto platformu ubytovalo, a jaké zkušenosti v souvislosti s Airbnb převládají.

## 2 Cíl práce

Práce se zabývá problematikou sdílené ekonomiky, a především pak sdíleného ubytování. Hlavním cílem práce je zjistit chování potenciálních zákazníků při vyhledávání ubytování, zda je využíváno ubytování v rámci Airbnb, pokud ano, tak co k tomu respondenty vede, a pokud ne, tak proč jej neují. Pro dosažení tohoto cíle bude využito sběru primárních dat prostřednictvím dotazníkového šetření. Pro naplnění účelu práce a následné ucelené vyhodnocení bude potřeba provést vyhodnocení ubytovacích možností ve městě Brno. Bude také potřeba vymezit teoretická fakta, týkající se terminologie z oblasti cestovního ruchu a sdílené ekonomiky a dále představit službu Airbnb, která je pro tuto práci klíčová. Úmyslem práce je rovněž utvoření literárního přehledu v oblasti spoluspotřebitelství a sdílené ekonomiky, který je v současné době neucelený a nepostačující.

### 3 Cestovní ruch a sdílená ekonomika

Když se řekne cestovní ruch každého nejspíše jako první napadne cestování, a s tím spojené přemísťování lidí z místa na místo, poznávání nové krajiny, ubytování v různých formách a mnoho dalšího.

Na tomto místě by bylo vhodné podotknout, že cestovní ruch můžeme chápat z jedné strany jako uspokojení jakési lidské potřeby, a tudíž ho můžeme zařadit do oblasti spotřeby, ale na druhou stranu je nutno brát ohled na to, že se jedná o významnou součást ekonomiky. Právě díky tomu, že cestovní ruch je možno chápat na různých úrovních, je těžké jej jednoznačně definovat, a proto bývá formulován více způsobů. Např. Zelenka, Pásková (2012, s. 83) popisují cestovní ruch jako: „*komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či za jiným účelem, i jiné aktivity subjektů poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám.*“ Naproti tomu Hornerová a Swarbrooke (2003, s. 53) cestovní ruch chápou jako „*krátkodobý přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem pro ně příjemných činností*“. Jakubíková (2009, s. 18) popisuje: „*Za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce.*“ Jakubíková dále uvádí, že pro vymezení cestovního ruchu se užívá též pojmů jako zotavení, rekreace, turistika a případně další (Jakubíková, 2009).

Nejčastěji používanou charakteristikou cestovního ruchu, je definice od Světové organizace cestovního ruchu UNWTO<sup>1</sup>: „*Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa).*“

#### 3.1 Faktory ovlivňující poptávku po cestovním ruchu

Cestovní ruch je význačnou součástí ekonomiky každé země a pro plánování úspěšného rozvoje cestovního ruchu je žádoucí znát objem poptávky. Jak uvádí Goeldner a Brent Richie (2014, s. 323): „*Poptávka po cestování do určité destinace je poměr ochoty člověka cestovat a překonávat obtížnost spojení mezi výchozím bodem a cílovou destinací.*“

Ochotu člověka vyjadřuje, jak moc ho to táhne cestovat. Vliv na ochotu k cestování mají psychologické a socioekonomické faktory. Závisí tak především na životním stylu člověka, na jeho kupní síle a vzdělání, ale také na bezpečnosti cílové destinace a kulturních rozdílech. Do značné míry hraje roli i motivace člověka. Naopak obtížnost cesty zahrnuje ekonomickou vzdálenost, tedy to, jaké náklady a čas mu-

---

<sup>1</sup> CzechTourism, ©2005-2016

síme vynaložit pro docestování z výchozího bodu do cílové destinace a zpět. Obtížnost cesty ovlivňuje i to, jak se liší jednotlivé kultury destinací. Dalšími podstatnými vlivy jsou cena a kvalita turistických služeb v destinaci, roční období a také efektivita reklamy a propagace (Goeldner a Brent Richie, 2014). Tyto všechny faktory ovlivňují poptávku a činí ji tak velice proměnlivou.

Existuje mnoho způsobů, jak změřit skutečnou poptávku, a to podle:

- Počet návštěv;
- Počet osobodní či osobonocí;
- Množství vydaných peněz

Nejsnadnější způsob, jak poptávku změřit spočívá v počtu návštěv. Stačí pouze sečíst počet návštěvníků v dané destinaci. Tato metoda není však příliš odpovídající, pokud většina návštěvníků přijíždí do dané destinace osobním automobilem. Pokud se však jedná o ostrov a návštěvníci se tak na dané místo mohou dopravit pouze letadlem anebo lodí, dostáváme v tomto případě vcelku přesná data (Goeldner a Brent Richie, 2014). Poptávku lze měřit také podle počtu návštěv ubytovacích zařízení, tato metoda však není vždy výhodná. S problémem se setkává tehdy, když účastníci cestovního ruchu využívají např. služeb sdílené ekonomiky, v tomto případě vzniká problém s měřením poptávky, neboť tyto společnosti většinou neuvádí přesné statistiky a zároveň nemají povinnosti jako je hlášení turistů cizinecké policii anebo vedení knihy návštěv.

Přestože je poptávku někdy obtížné změřit, je důležité, aby se firmy a organizace snažily o prognózu poptávky. Tyto odhady poptávky mohou mnohé napovědět. Jakubíková uvádí dvě metody prognózy poptávky a dělí je pak na kvalitativní a kvantitativní. Zároveň upozorňuje na to, že poptávka cestovního ruchu vždy obsahuje tři součásti, a to motiv účastníka vycházející z jeho potřeb, služby a zboží nezbytné pro naplnění potřeb účastníka, a v neposlední řadě místo a prostředí, kde se tyto potřeby mají uspokojit (Jakubíková, 2009).

### 3.2 Nákupní chování zákazníků v cestovním ruchu

Pro pracovníky marketingu a obecně pro vedoucí pracovníky hotelů i restaurací je důležité, aby znali své zákazníky a rozuměli, čím se řídí při nakupování a co je při něm ovlivňuje. Pro zjednodušení někteří autoři rozdělují turisty do kategorií podle požadavků zákazníků a jejich motivací. Hornerová a Swarbrooke (2003, s. 65) však zdůrazňují, že důležité je pochopit, jak turisté – tedy zákazníci vnímají sami sebe. Je důležité pracovat s tímto obrazem, který turisté mají sami o sobě. Hornerová a Swarbrooke (2003, str. 65) ve své knize uvádějí rozdělení turistů dle Cohena. Cohen pak definuje tyto 4 typy turistů:

- Organizovaný masový turista, který se při výběru dovolené rozhoduje pro balíčky služeb, dovolenou tráví v hotelu a často cestuje společně s přáteli. Pro dovolenou si vybírá populární destinace.

- Individuální masový turista preferuje svobodu pohybu, a proto se při výběru dovolené rozhoduje pro volnější balíčky. Jako příklad můžeme uvést letecký zájezd s možností pronajmout si vlastní automobil a podniknout tak výlet dle vlastního výběru.
- Turista-průzkumník, často také uváděný jako objevitel, požaduje určitou úroveň komfortu a bezpečí. Své cesty plánuje sám a snaží se přitom vyhnout jiným turistům, naopak právě vyhledává místní obyvatele.
- Turista-tulák se vyznačuje především tím, že nemá předem připravený plán kde a jak bude cestovat. Během svého pobytu se chce co nejvíce začlenit do místní komunity.

První dva typy představují pro cestovní kanceláře cílový trh, jelikož se jedná o institucionalizované cestovatele. Druhá skupina neinstitutionalizovaných cestovatelů, tedy poslední dva typy, je upřednostňována, pokud se jedná o jednotlivé destinace (Horner a Swarbrooke, 2014).

Na tomto místě je vhodné otázat se, jaký typ turisty využije služeb sdílené ekonomiky. Guttentag (2016) ve své studii popisuje nákupní chování turisty využívající Airbnb a představuje uživatele Airbnb jako člověka, který cestuje především za poznáním. Tato studie vyvrací vnímání Airbnb jako služby podobné Couchsurfingu a charakterizuje uživatele Airbnb, spíše jako ty, kteří se ubytují v hotelu. Airbnb ubytování si turista rezervuje nejčastěji na 2-3 noci a cestuje s partnerem anebo s kamarády. Je to představitel nízkonákladového cestování, který vyhledává autentické zkušenosti s místními obyvateli, upřednostňuje unikátnost před standardem a má rád interakci mezi lidmi. Dle rozdělení Cohena je tedy Airbnb uživatel charakterizován spíše jako turista-průzkumník.

Cohenova kategorizace může mnohé napovědět, proto je pochopitelné, že každé skupině turistů je třeba danou destinaci prodávat jinak. Při rozhodování o nákupu je zákazník ovlivňován celou řadou faktorů jako je dostupnost vhodných produktů, minulé zkušenosti, zákaznickovy preference, cena dovolené a měnové kurzy. Tyto faktory Hornerová a Swarbrooke (2003, str. 64) označují jako faktory determinující. Důležitou složkou je disponibilní část příjmů zákazníka a množství jeho volného času. Dále pak faktory motivační, které determinují zákaznickovu potřebu cestovat, a které můžeme dále rozdělit na fyzické, emocionální a kulturní. Fyzické faktory definují, zda cestovatel jede za relaxací, klimatem anebo sportem, emocionální zahrnují např. nostalgii, únik od reality, estetiku anebo naopak fantazii. A mezi kulturní faktory můžeme zařadit touhu poznat historii, prohlédnout si památky anebo zájem o gastronomické zážitky. Faktory jako postavení (exkluzivita, případně módnost), osobní okolnosti (návštěva přátel a rodiny) a osobní rozvoj (získávání nových znalostí, učení se cizím jazykům) také ovlivňují zákaznickovu motivaci navštívit danou destinaci (Horner a Swarbrooke, 2014).

Jedním z důležitých faktorů ovlivňujících nákupní chování zákazníků v odvětví cestovního ruchu jsou interpersonální informace. Morrison (1995, str. 89) tyto in-

formace považuje za serióznější a objektivnější, než ty, které uvádí firmy a organizace. Jejich důležitost pak dává do popředí především pokud zákazník přemýšlí o prvním využití služby, anebo si není jistý výhodami jiných alternativních služeb. Ústí word-of-mouth v takovém případě hraje významnou roli.

Jak uvádí Hornerová a Swarbrooke (2014, s. 66): „*Organizace, která chce prodávat zájezdy těmto odlišným skupinám, musí každému adresovat jiné sdělení.*“ Nákupní chování zákazníků je ovlivňováno mnoha faktory, a pokud management chce co nejefektivněji využít marketing, musí porozumět tomu, co zákazník požaduje, a jakým způsobem dospívá ke svému rozhodnutí o nákupu.

### 3.3 Spoluspotřebitelství

Spoluspotřebitelství (z anglického collaborative consumption) není pouze trendem moderní doby. Již od pradávna si sousedi navzájem vypomáhali, a když někomu chyběl kypřicí prášek do buchty, nebyl problém zajít za sousedem a jeden si vypůjčit. Spoluspotřebitelství je ekonomický model, který se opírá o myšlenku, že člověk věci nemusí vlastnit, ale může je sdílet, půjčovat anebo pronajmout. Jedná se tedy o princip, který se již od pradávna uplatňuje v běžném životě, avšak s nástupem a postupným rozvojem informačních technologií je možno jej aplikovat do dalších oblastí života. Spoluspotřebitelství, někdy také označováno jako kolaborativní spotřeba, tak zcela mění přístup k nakupování, vlastnění a využívání věcí. Je to objevování nejen toho, co využíváme, ale především jak danou věc využíváme. Prestižní časopis Time v roce 2010 označil spoluspotřebitelství jako jeden z deseti nápadů, které změní svět (Walsh, 2010).

Botsmanová (2010, str. 15) poukazuje na fakt, že kolaborativní spotřeba je pouze „*znovuobjevení tradičního tržního chování – pronajímání, půjčování, vyměňování, sdílení, bartering a darování – prostřednictvím technologie, kterou nebylo možné před vznikem internetu využívat*“. Naproti tomu Belk (2013) definoval spoluspotřebitelství jako činnosti lidí koordinující akvizici rozdělovací prostředky za poplatek či jiné kompenzace. Belkova definice je však v rozporu s definicí Botsmanové, kdy Belk vylučuje sdílení, ve kterých nejsou zahrnuty kompenzace, a vylučuje také předávání darů, kde dochází k trvalému transferu vlastnictví. Takovým příkladem může být, když rodič daruje byt svému dítěti. Zde se jedná o dar, nikoliv o sdílení, spoluspotřebitelství či obchodní směnu. Felson a Speath<sup>2</sup> definují spoluspotřebitelství jako „*ty případy, ve kterých jedna nebo více osob spotřebovávají ekonomické statky nebo služby v procesu jejich zapojení do společných aktivit s jedním nebo více lidmi.*“ Těmito příklady bylo telefonování, pití piva či dokonce sex. Belk tuto definici odmítl a nepovažoval ji za správnou. Oponoval tím názorem, že pokud lidé pijí pivo společně a každý platí sám za sebe, koordinují tak jejich spotřebu v určitém čase a místě, i když je již ona konkrétní spotřeba aktem obchodní směny. Pokud by však jeden z nich koupil jedno pivo pro společnou spotřebu, představoval by tento akt sdílení,

---

<sup>2</sup> In Russell Belk, 2013



protože by zahrnoval „jednání a proces přerozdělování toho, co je naše, pro užití ostatních“.

Spoluspotřebitelství se tedy nachází někde mezi sdílením a tržní směnou, přičemž obsahuje prvky obou. Příkladem společností fungujících na principu kolaboraativní spotřeby jsou v oblasti ubytování Airbnb a Couchsurfing a v oblasti dopravy a spolujízdy pak společnosti jako Uber anebo v České republice velmi známý Blablacar.

### 3.4 Sdílená ekonomika

Definovat sdílenou ekonomiku, i přes to, že je v poslední době stále aktuálnějším tématem, bývá poněkud obtížnější úkol. Tento termín se začal používat na začátku 21. století, kdy někteří odborníci poukazovali na možnost propojení poptávky s nabídkou. Sdílená ekonomika má velmi nejasné definice, zákon zatím neurčuje, co sdílenou ekonomikou ještě je a co už jí není a najít literaturu, která se zabývá sdílenou ekonomikou je v současnosti v rámci České republiky téměř nemožné.

Jedna z průkopnic sdílené ekonomiky, Rachel Botsmanová (Rachel Botsman: *The case for collaborative consumption*, 2010) definuje sdílenou ekonomiku jako „ekonomický systém založený na sdílení málo využívaných aktiv anebo služeb, zadarmo anebo za úplatu, přímo od jednotlivců.“ Botsmanová dává do popředí také vzájemnou důvěru kdy uvádí, že „sdílená ekonomika je založena na P2P trhu, který záleží na „sociálním lepidle“, a sice vzájemné důvěře cizinců“. (Rachel Botsman, 2017)

Sdílená ekonomika vyžaduje neuvěřitelně vysoký stupeň důvěry, který si těžko vystačí s běžnou anonymitou internetu, kde o uživateli na druhé straně často akorát víme, jak se jmenuje a jaký si zvolil profilový obrázek. Příkladem toho, jak velkou roli vzájemná důvěra hraje, může být situace kdy si člověk sedne pozdě v noci do auta k naprostému cizinci, anebo naopak kdy nechá u sebe v bytě přespat člověka, kterého nikdy v životě neviděl a nic o něm neví (Coolican a Coffman, 2016). Gansky (2010) popisuje každou takovou situaci jako „příležitost ke splnění slibu, který jsme našim zákazníkům dali – a sice pohodlnému přístupu k věcem či službám. A pokaždé pokud dostojíme svého slibu, vytváříme tak větší pouto důvěry u lidí, komunit, partnerů nebo trhu, kterému sloužíme“. Společnosti podnikající v oblasti sdílené ekonomiky začaly chápat důležitost důvěry pro jejich podnikání. Airbnb proto v dubnu roku 2013 přidalo požadavek ověření totožnosti, aby dodalo platformě na transparentnosti a snížilo tím obavy uživatelů. Na trhu, kde mezi sebou obchodují cizinci, ověření totožnosti uživatele zvyšuje důvěru a uživatelé si tak mohou začít budovat svou online reputaci (Ufford, 2015). Botsmanová říká, že „reputace je měřítkem toho, jak moc nám ostatní věří“, a doplňuje svůj výrok o příklad, kdy je uživatel různých platformem hodnocený prostřednictvím systému hodnocení anebo recenzí. Na základě tohoto hodnocení poté může dotyčný navyšovat ceny za své služby (Rachel Botsman: *The currency of the new economy is trust*, 2012).

Botsmanová (2010) taktéž popsala tři systémy spoluspotřebitelství fungující uvnitř sdílené ekonomiky a rozdělila je do následujících skupin:

- Product service systems
- Collaborative lifestyles
- Redistribution markets

První skupinu představuje product service systems, neboli systémy užívání zboží, který Botsmanová popisuje jako systém, kde platíte za užitek produktu, za to co pro vás daný produkt udělá, bez toho aniž byste museli danou věc vlastnit. Tento systém pak označila za velmi účinný především v případech, kdy věc využíváte krátkou dobu anebo ji nevyužíváte často. Snížení zátěže vlastnictví pak umožňuje finanční úsporu z pohledu údržby věci, pojištění a případných oprav. Tento systém využívají platformy jako Zipcar anebo Uber.

Druhá skupina, Collaborative lifestyles (sdílení životních stylů), spojuje osoby se společnými zájmy a umožňuje sdílet nehmotné statky. Tento systém umožňuje efektivní využití málo využívaných aktiv. Jedná se o systém, ve kterém jedinci sdílejí nemateriální věci jako je prostor, schopnosti anebo čas. Příkladem platformy fungující na tomto modelu je například Landshare anebo TaskRabbit, což je platforma spojující jednotlivce, kteří potřebují pomoci s nějakou domácí prací, s těmi, kteří jsou ochotni pomoci. Příkladem tohoto modelu je i společnost Airbnb.

Redistribution markets (přerozdělovací trhy) Botsmanová popisuje jako systém, kde hlavní roli hraje použitá věc, která se pouze přesune z místa, kde už není potřebná, někam, kde najde další využití. Tato skupina je často definována pěticí slov: snížit, znovu použít, recyklovat, opravit a přerozdělit – prodlužují tak životní cyklus produktu a zároveň snižují odpad. Tento model pak často využívají sociální sítě a online platformy jako Swaptree, ThredUp nebo třeba eBay. (Botsman 2010; 2013; 2017)

Lisa Gansky (2010) také popsala modely sdílené ekonomiky, a sice Full Mesh model a Own-to-Mesh model. Americká společnost Zipcar je jedna z firem, kterou Gansky označuje jako Full Mesh model. Společnost vlastníci a udržující vozidla, kde člověk svou účastí získá výhody spojené s vlastnictvím, avšak bez veškerých potíží a nákladů. Druhý model, Own-To-Mesh popisuje případ, kdy někdo vytvoří platformu pro lidi, kteří vlastní věci a chtějí je snadněji a s určitým výnosem sdílet. Příkladem takovýchto společností jsou společnosti jako Airbnb, Uber či Roomorama. Gansky praxi Airbnb vysvětluje tak, že „*vlastníte váš domov, ale můžete jej sdílet, kdykoliv jej zrovna nevyužíváte a jste na cestách.*“ Gansky navíc dodává, že „*oba modely, Full Mesh a Own-To-Mesh modely jsou nejúspěšnějšími, když se zákazník cítí zmocněn pocitu vzdání se anebo sdílení vlastnictví.*“

### 3.5 Faktory ovlivňující sdílenou ekonomiku

Vzestup sdílené ekonomiky je poháněn a umožněn tržními silami, které spolu vzájemně spolupracují (Torben, 2013). V závislosti na tom, jak se tyto trendy vyvíjí, se bude také vyvíjet růst sdílené ekonomiky. Sdílená ekonomiky je na vzestupu a objem transakcí, které se zde uskuteční, každým rokem roste. Poslední zpráva vydaná společností PwC zdůrazňuje potenciál pro růst sdílené ekonomiky mezi pěti klíčovými

odvětvími – automobilový průmysl, pohostinství, finance, personalistika a sdílení médií, kdy předpovídá růst objemu transakcí v ní uskutečněných v roce 2035 až na 335 miliard amerických dolarů (Yaraghi a Ravi, 2017). Z tohoto důvodu je vhodné identifikovat, proč dochází k takto významnému nárůstu. Sdílenou ekonomiku ovlivňuje celá řada faktorů jak ekonomických, tak společenských, technologických či environmentálních.

### 3.5.1 Ekonomická situace

Ekonomická krize byla jedním z hlavních podnětů, který se zasloužil o rozvoj sdílené ekonomiky. Tato krize v posledních letech, zvláště pak v roce 2008, znamenala hluboký propad ekonomiky – pokles HDP a nárůst nezaměstnanosti přiměl lidi zamyslet se nad svými výdaji a nad jejich efektivitou (Klesla, 2015). V důsledku krize spotřebitelé přehodnocují své žebříčky hodnot a potřeba vlastnit věci najednou není tak důležitá. Gansky (2010) uvádí: *„Jedná se o otevření nových modelů ekonomiky pro poskytování produktů a služeb, které nabízejí větší hodnotu při nižších nákladech.“*

Risk vidí akcelerátor sdílené ekonomiky také v nezaměstnanosti. Vznik sdílené ekonomiky usnadnil cestu k samostatně výdělečné činnosti jednodušší a stále více lidí se stává podnikateli. V roce 2016 byl odhadem vytvořen sdílenou ekonomikou globálně více než milion pracovních pozic (The rise of the sharing economy, 2015).

Sdílená ekonomika také umožňuje šetřit peníze. Ze strany nabídky vytváří nové příležitosti, jako je například pronájem nevyužitého místa, tedy možnost dodatečného přivýdělku. Ze strany poptávky se pak jedná o situaci, kdy poptávající strana ušetří finance díky výhodnější nabídce. Airbnb byty jsou mnohdy mnohem levnější než jiná ubytovací zařízení a stejně tak spolujízda je výrazně levnější než koupě a údržba vlastního automobilu. Sdílení věci je najednou levnější než jejich vlastnění a dochází tak k úspoře nákladů.

### 3.5.2 Technologie

Vznik a rozvoj sdílené ekonomiky je způsobený především technologickým rozvojem a vzrůstajícím vlivem digitální ekonomiky. Sdílená ekonomika je provozována skrze digitální platformy, které umožňují přesnější měření volné kapacity v reálném čase a schopnost dynamicky propojit tuto kapacitu s těmi, kteří ji potřebují.

Společnost PwC ve své studii uvádí tyto příklady:

- Airbnb propojuje volné pokoje a byty s těmi cestovateli, kteří se chtějí ubytovat
- Zipcar propojuje dostupné automobily s lokální poptávkou

Botsmanová (2010, str. 51) píše, že *„naše ponoření do inovačních informativních, komunikačních a technologických platforem, speciálně pak do online sociálních sítí a chytrých mobilů je fenoménem pohánějícím nás směrem k smyšlení v prvé řadě o nás, namísto o mně.“*

Nové technologie snižují transakční náklady, které mají hluboký dopad na to, jak jednotlivci vykonávají ekonomickou směnu. Ekonomika transakčních nákladů se zaměřuje na tvorbu transakcí, nikoliv na tvorbu komodit. Důležitost transakčních nákladů se nejlépe zobrazuje na příkladu: člověk může být ochoten zaplatit někomu 100 Kč, jen proto, aby šel o ulici dál a koupil mu kávu. Ale může tady být i někdo, kdo bude za tento úkol chtít pouze 50 Kč. V tomto případě je zde jasný potenciál pro vzájemně prospěšný trh. Jediným důvodem, proč tato situace nenastane, jsou právě transakční náklady. Je pravděpodobné, že v dané situaci obětujete čas, a dokonce i ušetřené peníze, abyste zjistili, kdo je daný jedinec, smlouvali s ním cenu a prosadili vzájemnou dohodu. V této situaci transakční náklady neumožňují ziskovost směny, a předcházejí tak tomu, aby se tento vzájemně prospěšný trh v ekonomice prosadil (The rise of the sharing economy, 2015). Digitální technologie umožnily snížení transakčních nákladů, usnadnily vyhledávání, a co víc – napomáhají budovat vzájemnou důvěru mezi uživateli. S chytrými mobily a GPS technologií jsou uživatelé schopni využívat softwarových aplikací k tomu, aby docházelo k vzájemné interakci uživatele-poptávajícího a uživatele-nabízejícího. Co je, ale mnohem významnější je schopnost sdílené ekonomiky překonávat uživatelskou mezeru důvěry mezi těmito dvěma stranami. Zvyšující se množství důvěry, kterou spotřebitelé mají v online napsaných recenzích a v komunitní atmosféře, kterou tyto aplikace vytvářejí, je velmi důležité vzít v úvahu při pohledu na chování spotřebitelů do budoucna (Quinones a Augustine, 2015).

### 3.5.3 Ekologické dopady

Rachel Botsman (2010) uvádí pro příklad vlastnictví auta, které průměrně znamená náklady 8000 amerických dolarů ročně i přes to, že jej ve skutečnosti využíváme jen zřídka – naprostou většinu času stojí zaparkované. S přibývajícím popularitou platform jako jsou Uber či Zipcar (v ČR například Blablacar) nejsou lidé tolik nuceni automobil osobně vlastnit a dochází tak ke zmenšení celkového počtu vozidel na cestách. Toto znamená vyšší efektivitu a příznivý dopad na životní prostředí. Společnost EY tak uvádí, že spolujízda snižuje nejen náklady na dopravu, ale zároveň i množství skleníkových plynů ve vzduchu (The rise of the sharing economy, 2015). Podle studie prováděné společností Cleantech Group jsou pobyty turistů, kteří se během své návštěvy ubytují skrze sdílenou ekonomiku (včetně společnosti Airbnb), mnohem ekologičtější. Tyto „domácnosti“ vypouštějí až o 66 % méně oxidu uhličitého než běžné hotely, a to dokonce i ty hotely, které dosáhly pětihvězdičkového ohodnocení. Důvodem je především menší využití prostředků, kterými by bylo postaráno o turisty. Jako příklad poté Cleantech Group uvádí, že hotely využívají vodu především pro čištění, praní, vaření a další související činnosti. Dodává, že američtí hosté využívající Airbnb tak „ušetřili“ až 270 olympijských bazénů vody (Pickell,

2016). Daryl Weber říká, že můžeme pozorovat jiný pohled na svět takzvaných millennials<sup>3</sup> a nových spotřebitelů, kdy lidé nepotřebují nutně danou věc vlastnit – obyvatelé bloku nemusí mít, každý svou vlastní sněhovou frézu či sekačku na trávu. Proč nevložit tyto věci do společného fondu, sdílet tak dané věci a snížit nadměrnou konzumaci, která je v dnešním světě závažným problémem? Sdílená ekonomika nachází způsob, jak efektivněji využít věci, které jinak běžně nevyužíváme (The Sharing Economy: Consumer Intelligence Series, 2015).

### 3.5.4 Sociologický faktor

Rudenko (2013) uvádí, že vydělávání a zároveň úspora peněz a snížení odpadu nejsou jedinými benefity sdílené ekonomiky. vzdalováním se od starých modelů spotřeby a vlastnictví, posouváme hranice svého života a pouštíme si do něj mnohem více lidí. Dostali jsme se tak do interakcí s lidmi, které bychom za jiných okolností nepotkali. Tento model proměňuje spotřebitelé na aktivní členy společností, kteří si nejen půjčují a pronajímají zboží, ale také píší recenze a doporučení ostatním členům těchto společností. Tím budují důvěryhodnější prostředí a napomáhají dalšímu vzkvétání sdílené ekonomiky (Rudenko, 2013).

## 3.6 Problémy související se sdílenou ekonomikou

Jak bylo zmíněno v předchozí kapitole, ekonomika sdílení má mnoho faktorů, které pohání její růst. Avšak s rostoucí popularitou přibývají i problémy, které je třeba překonat. Jedním z hlavních problémů je otázka nekalé konkurence a následné regulace trhu.

### 3.6.1 Nekalá konkurence a regulace sdílené ekonomiky

Marta Nováková, prezidentka Českého Svazu obchodu a cestovního ruchu, uvádí, že největším problémem sdílené ekonomiky je to, že zde chybí obchodní kontext. Tvrdí, že: *„Někdo podniká například jako provozovatel hotelu a musí splňovat obrovské množství podmínek, příkazů a regulací. Na druhou stranu provozovatel kolaborativní ekonomiky těmito překážkami zatížen není. Nejdůležitější pro nás tedy je, aby pro oba typy podnikání platily stejné podmínky. Nelze jednoho podnikatele regulovat ad absurdum a druhého naproti tomu přehlížet a nechtít po něm ani daně“* (Hendrych, 2017). V České republice je problémem také nejednoznačná definice podnikání, která nepočítá s přivýdělkem. Česká vláda se proto v současné době snaží o ekonomickou a právní analýzu sdílené ekonomiky, na základě, které by měla být stanovena jasná pravidla a podmínky, kdy ještě není nutné služby zdanit a kdy už ano.

---

<sup>3</sup> Dle studií generace millennials, někdy označována jako generace Y, tedy generace narozená mezi roky 1980 a 2000, nepociťuje vztah k vlastnictví, a proto je pro tuto skupinu přirozené sdílet a své finance investovat spíše do zážitků nežli do materiálních věcí, což v podstatě odpovídá konceptu Airbnb.

Evropská komise doporučila členským státům tento typ podnikání spíše podporovat, nikoli regulovat (Sdílená ekonomika v ČR roste, potřebuje ale pravidla, 2016). Kruliš a Rezková ve svém výzkumu, jehož text byl připraven jako odborná analýza pro Ministerstvo průmyslu a obchodu České republiky, uvádí: „*Současná regulace ubytovacích zařízení cílí zejména na hygienické a bezpečnostní předpisy a daňovou a oznamovací povinnost u ubytovaných hostů. Poskytovatel služeb v ubytovacích zařízeních (s výjimkou osob poskytujících ubytování v bytových domech, v rodinných domech a ve stavbách pro individuální rekreaci) musí vypracovat provozní řád, ve kterém uvede následující okruhy pravidel:*

- *Hygienická opatření;*
- *Příjem surovin a materiálu pro výrobu a odbyt, skladování surovin a materiálu;*
- *Přípravu pokrmů a nápojů;*
- *Expedici – výdej pokrmů a nápojů;*
- *Úklid (mytí nádobí, manipulace s prádlem, manipulace s odpady);*
- *Postup sanitace a odpovědnost jednotlivých pracovníků;*
- *Směrnice o poskytování osobních ochranných prostředků, mycích, čistících a dezinfekčních prostředků;*
- *Podmínky činnosti, zásady prevence vzniku infekčních a jiných onemocnění, způsob zacházení s prádlem a způsob očisty prostředí ubytovacího zařízení.*

*Dle cizineckého zákona má poskytovatel ubytovacích služeb povinnosti hlásit místo pobytu cizince do 3 pracovních dnů u cizinecké policie v následujících případech:*

- *Občan jiných států EU než ČR pobývající v ubytování déle než 30 dnů;*
- *Cizinec z jiných států mimo EU (pobývající i jen 1 den).“*

Dalším z problémů je fakt, že ti, kdo přes Airbnb a jiné služby nabízejí ubytování zatím neodvádějí místní poplatky za pobyt v turistických nebo lázeňských městech. Změnit to má však novela zákona o místních poplatcích (Tópek, 2017).

Největšími odpůrci sdílené ekonomiky jsou provozovatelé taxislužeb a ubytovacích zařízení, kteří se odvolávají na to, že sdílená ekonomika není omezena stejnými podmínkami jako jejich podnikání, odvolávají se tak často na „nekalé praktiky“ a „nekalou konkurenci“. Stejně tak se odvolávají na nemožnost cenově konkurovat. Airbnb však na podobné výhrady reaguje tím, že jejich platforma není soupeřem, ale doplňkem klasických ubytovatelů. Mluvčí Airbnb Kukureková dodává, že vše se má dít na základě platných zákonů: „*Když se hostitel registruje na našem webu, musí se zavázat, že bude při pronajímání dodržovat lokální pravidla*“ (Černý, 2015).

V některých městech však dochází k samotné regulaci pronajímaných bytů. Od května roku 2016 radnice v Berlíně vyhláškou zakázala pronájem celých nemovitostí pod pokutou do výše sto tisíc eur. Berlíňané tak mohou pronajímat pouze jednotlivé pokoje. Regulace pronájmu platí také v New Yorku, což je pro Airbnb jeden z nejvýnosnějších trhů, kde zákon zakazuje krátkodobé pronájmy (méně než 30 dní) domů či bytů (Černý, 2016). A majitelé domů či bytů v Amsterdamu smí pronajímat

své prostory pouze 60 dní v roce, a to nejvýše 4 osobám najednou. Takhle pronajímat smí pouze vlastník nemovitosti (Amsterdam hits 'illegal' Airbnb landlord with €300,000 fine, 2017). Barcelonský magistrát pak uložil společnosti Airbnb pokutu 30 tisíc eur za to, že nabízí nelicencované rekreační ubytování.

### 3.6.2 Bezpečnost a důvěryhodnost

Z hlediska bezpečnosti mohou existovat silné obavy jak na straně zákazníka, tak na straně hostitele. Ze strany zákazníka je nejčastější obavou nesplnění jistých standardů a jistot. Pokud se člověk ubytuje v hotelu a nedostane se mu to, co bylo slibováno, má možnost jít za manažerem, stěžovat si, či požadovat refundaci. Zákazník požaduje spokojenost, a především má rád, když cítí určitou kontrolu nad věcí (Buczynski, 2013). Společnost Airbnb ví, že komunita je stavěná na důvěře, proto na tyto potřeby reaguje vytvořením určitých standardů a doporučení, kterými by se měli jak hostitelé, tak hosté řídit. Hostitelé se pak nejvíce obávají zničení či poškození svého majetku. Pro tyto případy Airbnb nabízí hostitelům, o kterých se vyjadřuje jako o členech komunity či dokonce rodiny, pojištění do výše až 1 milionu amerických dolarů.

Botsmanová (2012) tvrdí, že důvěra je „platidlem“ sdílené ekonomiky, nejdůležitější roli tak pro zajištění bezpečnosti a kvality ubytování hraje zpětná vazba, která zaručuje určitou referenci jak pro hostitele, tak pro zákazníka. Hlavní metoda P2P trhu, potažmo celé sdílené ekonomiky, je využití online recenzí k usnadnění budování důvěry. K tomuto nejčastěji slouží osobní profily, kdy každý takovýto profil disponuje fotografií či případně videem uživatele a v některých případech se dá propojit i s účtem na Facebooku. Součástí profilů jsou také hodnocení. U Airbnb profilů to poté funguje tak, že každý host může zanechat vzkaz v podobě hodnocení, a navíc může pomocí hvězdiček ohodnotit jednotlivé faktory jako jsou například přesnost, komunikace, čistota, lokalita, příjezd anebo hodnota (Airbnb.cz).

Samozřejmě, ne všichni jednotlivci zapojující se do sdílené ekonomiky musí být spolehliví, pokud však vezmeme v úvahu, kolik transakcí denně na tomto trhu proběhne, a jak malý podíl z nich vyústil v závažnější incident, vypadá to tak, že většina účastníků sdílení je ochotna hrát dle pravidel tak, aby každý mohl profitovat (Buczynski, 2013).

### 3.6.3 Zvyšování cenové hladiny nájmu

Jak již bylo zmiňováno v kapitole regulací, německá vláda zakázala v Berlíně pronajímání celých bytů či domů. Ve svém bytě mohou berlínští občané pronajímat volné pokoje, avšak nesmí se svými hosty sdílet více než 50 % plochy domu. Tuto regulaci vláda odůvodňuje tím, že právě díky pronajímání bytů turistům prostřednictvím platformy jako jsou Airbnb a jiné trvale rostou ceny nájmu ve městě. Geisel, radní pro rozvoj města uvádí, že od roku 2009 do roku 2014 narostly ceny nájmu o 56 %. Nový zákon vešel v platnost v květnu roku 2016. Zákon byl však schválen už roku 2014 a jako výsledek přinesl snížení počtu nabídek ubytování na Airbnb. Zatímco

v únoru roku 2016 bylo k dispozici 11 tisíc nabídek, o měsíc později klesl počet nabídek na 6700. Podle průzkumu deníku *Süddeutsche Zeitung* je nabídka Airbnb bytů v oblíbené čtvrti Kreuzberg až třikrát větší než počet volných bytů k pronájmu. Rozmach Airbnb a zvyšující se poptávka po bytech v atraktivních lokalitách tak jde v ruku v ruce s masivním nárůstem cen bydlení a vytlačuje tak obyvatele z atraktivních oblastí v centrech měst (Čápková, 2016). Dalším z problémů je vybírání poplatků od turistů. Airbnb přesné údaje o počtu zarezervovaných ubytování neposkytuje, a proto města neví kolik turistů se ubytuje mimo oficiálně regulovanou strukturu. Tímto města přicházejí na poplatcích o miliony. Tato situace také může mít za následek zdražování nájmu ve městě (Černý, 2017).

### 3.7 Airbnb

Společnost Airbnb byla založena v srpnu 2008 a sídlí v kalifornském San Franciscu. Airbnb je platforma fungující na trhu krátkodobých pronájmů využívaná nejčastěji za účelem dovolené, nově však i pro pracovní cesty. Funguje jako prostředník mezi hosty, tedy poptávkovou stranou, a hostiteli, tedy stanou nabídkovou. Umožňuje tak na svých stránkách hostitelům nabízet své volné prostory a hostům přináší širokou škálu nejrůznějšího ubytování v různých cenových relacích. Airbnb se v posledních letech rozrostlo nejen na platformu, která nabízí ubytování, ale nově se člověk stává součástí komunity a poznává místní kulturu i prostřednictvím zážitkových balíčků. Cílem společnosti Airbnb je především spojovat lidi s volnými ubytovacími kapacitami s lidmi, kteří ubytování hledají.

Airbnb na svých stránkách tvrdí, že je důvěryhodným tržištěm pro lidi, kteří jeho prostřednictvím mohou přes internet, mobilní telefony a tablety nabízet, vyhledávat a rezervovat jedinečná místa k ubytování po celém světě. (Airbnb.cz)

Airbnb lidem otevírá cestu za jedinečnými cestovatelskými zážitky, ať již jde o přenocování v pěkném apartmánu, týdenní pobyt na hradě nebo měsíční prázdniny ve vile, a to v mnoha cenových úrovních, ve více než 65 tisících městech a 191 zemích světa. Tato společnost se svým prvotřídním zákaznickým servisem a rostoucí komunitou uživatelů nabízí nejjednodušší způsob, jakým mohou lidé zpeněžit své nevyužité ubytovací kapacity, a jak je mohou nabídnout milionům zájemců z celého světa. (Airbnb.cz)

#### 3.7.1 Historie

Koncept Airbnb vznikl v roce 2007 v Kalifornii, San Francisku. Zakladatelé Brian Chesky and Joe Gebbia, tehdy oba dva, absolventi designérské školy v Staten Island využili příležitosti a našli způsob, jak si pomoci s placením nájmu. V říjnu roku 2007 se sjížděli designéři z celého světa na jednu z designerských konferencí. Avšak veškeré hotely byly měsíce dopředu vyprodány. Tehdy oba kamarádi došli k myšlence pronájmu volného pokoje. Ještě ten měsíc si byli schopni vydělat celých tisíc amerických dolarů. Byli tak přesvědčeni, že propojením poptávky po volných ubytovacích kapacitách s lidmi, kteří disponovali volnými kapacitami k pronájmu můžou rozjet podnikání. Téhož roku se k nim přidal Nathan Blecharczyk a založili webovou



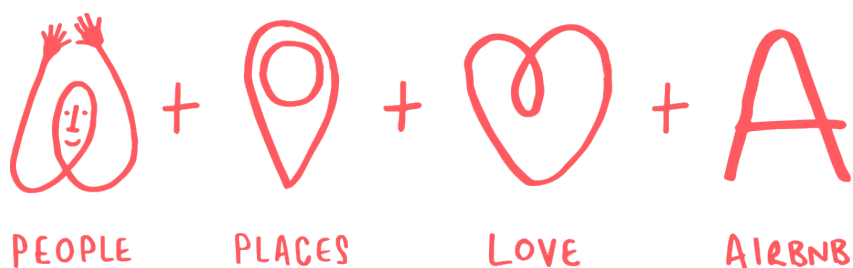
stránku Airbnb.com. Chesky popisuje jejich první zkušenost „Zarezervovali si pokoj, ale nakonec skončili s něčím víc, než je nafukovací matrace a trochu nepořádku v bytě. Dozveděli se o našich oblíbených místech, kde dostanou kávu, jedli nejlepší tacos ve městě a měli kamarády, se kterými si mohli vyjít kdykoliv chtěli.“ Dodává, že naproti tomu, že hosté byli vzdáleni od místa, kde bydleli několik tisíc kilometrů, i přesto se cítili jako doma. A tak, co pro pár kamarádů začalo jako způsob, jak si pomoci platit nájem, přerostlo v něco většího a významnějšího, než si na začátku představovali. Název společnosti pochází z Airbed and breakfast – tedy nafukovací postel a snídaně. V říjnu roku 2010 měla společnost Airbnb více jak 210 tisíc uživatelů s více než 28 tisíci nemovitostmi ve více než 8 tisíci městech po 157 zemích světa. Airbnb otvírá nové možnosti ubytování s unikátními cestovatelskými zážitky, kdy si každý návštěvník může najít nejen volné pokoje, celé apartmány ale dostane i možnost přespání na hradě, v korunách stromů či dokonce iglú. (Botsman, 2010) V létě (v měsících květen–září) roku 2010 si ubytování přes Airbnb zarezervovalo téměř 47 tisíc lidí, o pět let později v roce 2015 tento počet narostl na 17 milionů lidí. To znamená, že za 5 let vrostl počet lidí, kteří skrze si skrze Airbnb zarezervovali ubytování o 353krát. (Airbnb Summer Travel Report: 2015, 2016)

### 3.8 Logo společnosti

V červnu roku 2014 společnost Airbnb představila jejich „rebrand“ společně s redesignováním jejich mobilní aplikace a webových stránek. Chesky následně vysvětlil celý koncept společnosti na stránkách Airbnb. (Gallagher a Harcourt, 2017)

Vytvářet logo a vůbec celou značku Airbnb pomohl Atkin Douglas, expert na vztahy mezi zákazníky a značkami. Atkin začal otázkou, proč Airbnb vlastně existuje? Co je jeho smyslem? Na základě těchto otázek dotazoval více jak 400 respondentů – zaměstnanců, hostů a hostitelů po celém světě a zjistit, že jediná věc, kterou hosté nechtějí, je být turistou. (Gallagher a Harcourt, 2017) Promo video, které uvádí nové logo nazvané „Beló“ představuje celý příběh za tímto symbolem – „Svět je plný metropolí a měst, které se neustále zvětšují, avšak lidé uvnitř jsou čím dál míň propojeni. Všichni toužíme a hledáme místo, kde bychom patřili. Všichni chceme být propojeni a sdílet. Chceme se cítit akceptováni a v bezpečí. Představte si mít tohle kdekoliv. Airbnb stojí za něčím mnohem větší, než je cestování. Představujeme si svět, kde můžete patřit kdekoliv. Beló reprezentuje nás všechny a značí 4 věci: Lidé, místa, láska a Airbnb.“ (Airbnb introduces the Bélo: the story of a symbol of belonging, 2014) V tomto symbolu tak lze vidět hlavu se zdvihnutými rukami, lokační značku, srdce a písmeno A viz obrázek č.1.

Obrázek 1 Logo společnosti Airbnb



Zdroj: Airbnb introduces „the Beló“, 2014

Na otázku, co je vlastně misí Airbnb, společnost odpovídá: „*Dlouhou dobu si lidé mysleli, že Airbnb bylo pouze o pronájmu domů, ale ve skutečnosti je to o domově. Zatímco dům je pouze prostorem, domov je místo, kde patříte. A co tuto globální společnost dělá tak výjimečnou, je to, že poprvé můžete patřit kdekoliv. Toto je myšlenka jádra naší společnosti: Belonging – patřící.*“ (Belong Anywhere)

### 3.8.1 Projekty Airbnb

#### Airbnb business

Jedním z nejvýznamnějších projektů Airbnb je nabídka pro služební cesty. Tento nový nástroj prostřednictvím kterého jsou umožněny rezervace pro pracovní cesty společnost představila v červnu roku 2016. Tyto nabídky musí splňovat daná kritéria – musí se jednat o pronájem celého domu či bytu, ve kterém platí zákaz kouření a domácích mazlíčků. Povinností je také základní vybavení v podobě WiFi, detektoru kouře a CO a nezbytné potřeby jako šampón, žehlička či fén na vlasy. Dalším z požadavků je samoobslužný proces ubytování, tedy možnost časově neomezeného příjezdu. Hostitelé se zároveň zavazují, že potvrzenou rezervaci nezruší v sedmi dnech od příjezdu a ubytování (Airbnb.cz).

Airbnb láká nejen na nabídky přizpůsobené pracovním cestám, ale také na možnost úspory během služební cesty, a sice díky možnosti vařit si ve vlastní kuchyni či parkovat na svém parkovacím místě. I u tohoto projektu je vzpomínán koncept Airbnb, kdy společnost vyzdvihuje pocit opravdového domova – cestovatel může začít den tak jak je zvyklý a zůstat tak během pobytu soustředěný. Toho využívají některé firmy, pro usnadnění relokace zaměstnanců do nového města. Zaměstnancům zaplatí pronájem na určitou dobu, aby tak měli čas si najít ubytování dle svých představ (Airbnb představilo zásadně vylepšený program pro firemní klientelu, 2015).

Pro firmy Airbnb nabízí možnost centralizované fakturace. Firmy si tak mohou nechat posílat faktury přes Airbnb jménem hostů cestujících služebně, nebo mají možnost ke svému účtu přidat firemní kreditní kartu a umožnit tak přímé vyúčtování cest. Ke sledování pobytů, termínů a celkových vynaložených nákladů během služebních cest mohou firmy využívat webové rozhraní (dashboard) Airbnb, kde na-

jdou přehled o veškerých uskutečněných, probíhajících či budoucích cestách a především podrobnosti o celkové zaplacené částce, včetně informace průměrné denní sazby napříč celou firmou (Airbnb.cz).

Během prvního dne se zde registrovalo 500 firem. Dalších 500 firem se registrovalo v průběhu dalšího měsíce po spuštění tohoto projektu, tedy v červenci roku 2015. Mezi klienty patří společnost Google a několik firem z Fortune 1000<sup>4</sup> (Airbnb: Během jednoho měsíce se na stránkách, určených pro služební cesty, zaregistrovalo 1000 firem, 2016). Podíl lidí či firem, které ke svému pobytu využívají Airbnb business, je stále poměrně malý. Airbnb uvádí, že z celkového počtu uživatelů platformy Airbnb připadá 10 % těm, kteří využili pro služební cestu právě této možnosti (Airbnb Announces New Feature That Allows Employees to Book Business Travel for Co-Workers, 2016).

### **Airbnb Výlety**

Další doplňkovou službou Airbnb jsou takzvané Výlety. Tuto novinku, která je nejvýznamnějším vývojem v osmileté historii společnosti, odhalilo Airbnb v listopadu roku 2016. Výlety představuje jako spojení místa, kde se člověk ubytuje s tím, co dělá a jaké lidi potká. Tento projekt je zahájen se třemi klíčovými oblastmi – Zážitky, Místa a již existující Domovy v podobě nabídky více než dvou milionů bytů či pokojů. Společnost Airbnb do budoucna zvažuje přidání letenek a dalších služeb. Stejně jako tomu bylo doposud u pronájmu bytů, i zde bude platba probíhat bezhotovostně a Airbnb si z platby odečte poplatek (Airbnb.cz).

Zážitky jsou aktivity, které jsou plánovány a vedeny místními hostiteli. Tato služba tak poskytuje vhled do místní kultury a nebývalý přístup k místům, které by člověk normálně prošel bez povšimnutí. Nabídka zahrnuje kurzy vaření, výlety do přírody, projížďky na kole za poznáním anebo lekce kendo či surfování. Při pilotním provozu této služby si mohl návštěvník Los Angeles vyzkoušet jaké je to surfovat a přespát pod širákem. Návštěvník má možnost vybrat si z různě zaměřených zážitků (Sport, Jídlo a pití, umění a design, životní styl, příroda, zábava, hudba, wellness a historie). Tato služba byla při svém spuštění dostupná pouze v USA, Londýně, Paříži, Tokiu, Florencii, Kapském městě, Nairobi a Soulu. V dubnu roku 2017 však společnost Airbnb oznámila rozšíření této služby do dalších 20 měst (Airbnb.cz).

V České republice tato služba zatím dostupná není. Mluví Airbnb pro východní Evropu, Jekaterina Kukurenková k tomuto tématu uvedla: „*V plánu je tuto službu v Praze spustit do konce příštího roku.*“ Kukurenková dále dodává, že lidé, kteří chtějí zážitky provozovat, musí dodržovat zákony – kdo bude chtít dělat průvodce pro uživatele Airbnb, musí mít, pokud to zákon vyžaduje, potřebná povolení či živnostenský list (Černý, 2016).

Airbnb navázalo spolupráci s rezervační platformou Resy a do budoucna proto bude možné zarezervovat si stůl v restauraci přímo prostřednictvím Airbnb aplikace. Airbnb chce dosáhnout zjednodušení rezervací většiny cestovatelských potřeb, jako je ubytování, doprava a program v místě návštěvy prostřednictvím jedné

<sup>4</sup> Seznam největších amerických firem, řazených podle obrátu, dle amerického časopisu Fortune

aplikace. Prostřednictvím výletů chce Airbnb udělat cestování více sociální a pomoci tak tisícům uživatelů se navzájem propojit.

### 3.8.2 Podoba Airbnb

#### Host

Airbnb vítá své uživatele otázkou Kam? a současně nabádá návštěvníky, tedy potenciální hosty, aby začali jejich dobrodružství právě na Airbnb. Vybrat si ubytování přes tuto platformu je snadné. Zaregistrovaný uživatel si jednoduše do vyhledávacího pole zadá, jakou destinaci chce navštívit a kdy hodlá vycestovat. Rozšířené hledání mu pak umožňuje vyhledat určitý typ pokoje – zda chce mít k dispozici celý dům, soukromý pokoj (sdílí se pouze některé společné prostory) anebo společný pokoj. Díky cenovému rozpětí si každý cestovatel může vyhledat nabídku, která je pro něj dostupná. Uživatel může vyhledat ubytování dle dalších aspektů, jako jsou například počet pokojů či koupelen, vybavení, jazykových schopností hostitele anebo možnost okamžité rezervace bez nutnosti kontaktovat nejdříve hostitele.

Po zadání se cestovateli naskytne nabídka všech dostupných ubytování, viz obrázek č.2. Vlevo jsou zobrazeny jednotlivé nabídky, včetně fotografie, ceny za noc a hodnocení. Mapa umístěná vpravo znázorňuje polohu každé nabídky. Uživateli je umožněno vytvářet si tzv. wish listy (seznamy přání) a ukládat si tak nabídky k pozdějšímu shlédnutí, případně rezervaci.

Po rozkliknutí vybrané nabídky se uživateli ukáží detaily (nabídku znázorňují obrázky č.3 – č.7 v příloze), včetně názvu a fotografií. Návštěvník má k dispozici také detailní přehled předchozích hodnocení, která jsou založena na skutečných pobytech hostů. Každá nabídka uvádí, zda se jedná o pronájem celého domu anebo jen pokoje, kolik hostů se zde může ubytovat a kolik ložnic a lůžek je v domě k dispozici. Dále následuje stručný popis nabídky, místa, vybavení, pravidel domů a určení ceny společně s podmínkami zrušení rezervace. Každá nabídka má specifikovanou dostupnost, minimální počet dní si hostitel nastavuje dle svých preferencí.

Hodnocení je založeno na systému udělování hvězdiček, jedna hvězdička znamená nejhorší hodnocení a pět hvězdiček naopak hodnocení nejlepší. Každý host, který byl na místě ubytován, má možnost u nabídky ohodnotit její přesnost, komunikaci, čistotu, lokalitu, příjezd a hodnotu. Počet udělených hvězdiček u těchto faktorů sehrává roli v celkovém počtu hvězdiček dané nabídky. Mimo udělení hvězdiček mají hosté možnost u nabídky zanechat komentář. Tento komentář je jednou z důležitých referencí, které dále mohou ovlivnit další hosty. Než si hosté nabídku zarezervují, mohou hostiteli napsat zprávu a domluvit se, případně si upřesnit některé z nejasností. Airbnb se snaží vybudovat transparentní trh, a proto nabízí nejen systém výměny zpráv a hodnocení, ale i hostitelskou záruku a ověření totožnosti. Každý uživatel tak musí vyplnit celé jméno, e-mailovou adresu, potvrdit telefonní číslo, nahrát profilovou fotku, vyplnit krátkou úvodní zprávu, potvrdit souhlas s domácími pravidly a v neposlední řadě vyplnit platební údaje (Airbnb.cz).

Rezervace ubytování funguje na dvojitým způsobu. Hostitel si může vybrat, zda chce hosta nejprve poznat, nebo zda umožní tzv. okamžitou rezervaci. Pokud hostitel rozhoduje o rezervaci, má na rozhodnutí, zda hosta přijme anebo ne 24 hodin. V opačném případě Airbnb hostu rezervaci automaticky potvrdí.

Konečná cena za rezervaci záleží na několika faktorech. Cena za noc, poplatek za úklid a poplatek za hosta navíc jsou náklady, o kterých rozhoduje hostitel. Servisní poplatek Airbnb je účtován u všech rezervací, a pokrývá náklady na provoz platformy a nonstop podporu. Tento poplatek se pohybuje v rozmezí 6 až 12 procent a závisí na konkrétních podrobnostech rezervace. Obecně platí pravidlo, že čím dražší je rezervace, tím nižší je servisní poplatek. Další poplatky, které mohou být zahrnuty, jsou poplatky za směnný kurz, daň z přidané hodnoty a místní daně (Airbnb.cz).

Platba probíhá online a veškeré offline platby, stejně jako platby hotovostní jsou proti obchodním podmínkám společnosti. Nejčastější platební metodou je platba kreditní kartou, zpracovány ale mohou být i karty debetní. Další z možností je platba skrze službu PayPal a jiné. Platební údaje jsou přijaty ve chvíli, kdy se odešle rezervace. Airbnb zadržuje platbu 24 hodin po příjezdu hosta a teprve poté ji převádí hostiteli. Tento systém tak dává oběma stranám čas na vyjádření, zda je všechno tak jak bylo domluveno (Airbnb.cz).

## Hostitel

Platforma Airbnb nabízí možnost stát se hostitelem, tedy uživatelem, který má zveřejněnou alespoň jednu nabídku na tomto portálu. Uživatel se jako hostitel musí zaregistrovat, ověřit svou totožnost a vytvořit nabídku, to vše bezplatně. Hostitelé mohou nabízet pokoje, domy, přístřešky v korunách stromů, lodě, hrady, ale také celé penziony. Hostitelské standardy se však pro profesionálně spravované nemovitosti od těch normálních liší. Tyto prostory musí splňovat jedinečné vlastnosti – ať už se jedná o zajímavé prostory anebo osobní pohostinnost. Penzion v tomto případě nemůže mít více jak 25 pokojů a musí se odlišovat od ostatních, pokud tato nabídky nesplňují, mohou být z Airbnb natrvalo odstraněny. Důrazem na doplňky a vybavení typickými pro danou kulturu anebo místní mapy s doporučeními se Airbnb u nabídek pensionů snaží zachovat původní myšlenku této platformy (Airbnb.cz).

Vytvořená nabídka by měla být co nejpřesnějším popisem nabízeného prostoru. Informace ohledně vybavení domu a okolí společně s fotografiemi pomáhají zájemcům zjistit, jak to ve skutečnosti u hostitele vypadá a pomáhají mu tak v rozhodování. Hostitelé mohou pro nejlepší výsledky využít profesionálního Airbnb fotografa. Každý hostitel určuje dostupnost své nabídky dle svých časových preferencí. Airbnb nástroje pomáhají hostitelům se stanovením ceny na základě lokality a typu pronajímaného prostoru. Konečnou cenu však stanovuje hostitel sám, dle svého uvážení.

Airbnb pro hostitele poskytuje také program pojistného krytí, který: „*poskytuje primární krytí odpovědnosti do výše 1 milionu amerických dolarů na jednu událost, při vznesení nároku třetí osoby za ublížení na zdraví nebo škodách na nemovitosti, které*

*souvisejí s pobytem na Airbnb*“ (Airbnb.cz). Tento program je navržen tak, aby chránil hostitele při událostech, kdy třetí strana nahlásí zranění nebo škodu na majetku. Naopak program hostitelské záruky pak přináší ochranu hostitele proti škodám na jejich vlastním majetku ve vzácných případech, kdy škodu v nabízeném objektu způsobí host. Touto hostitelskou zárukou je kryta každá rezervace na Airbnb, bez navýšení nákladů, Airbnb si za tuto službu nic neúčtuje. Přestože jsou škody na majetku pojištěny až do výše 1 milionu amerických dolarů, určité typy majetku však nekryje. Proto Airbnb upozorňuje, že by hostitelská záruka neměla být brána jako náhrada za pojištění domácnosti a hostitelé by tak měli zvážit doplňkové pojištění (Airbnb.cz).

Výplatu hostitel dostane 24 hodin po příjezdu a ubytování hosta. Jak bylo zmínováno výše, konečnou cenu rezervace udává také servisní poplatek, který si společnost Airbnb z každé výplaty strhává. V některých zemích se z výplaty strhává také zákonné DPH. V současné době tato povinnost zahrnuje všechny státy Evropské unie, Švýcarsko, Norsko, Island, JAR, Albánii a Čínu. Hostitelé se při registraci zavazují, že budou jednat v souladu s místními předpisy a proto, pokud je hostitel povinen, vybírá i místní daně. Výplata je možná prostřednictvím mezinárodního převodu anebo pomocí služeb PayPal či Payoneer (Airbnb.cz).

### 3.8.3 Airbnb v České republice

V České republice je nabízeno přes platformu Airbnb přes deset tisíc pokojů a bytů. Andrew Verbitsky, manažer Airbnb pro evropské trhy, uvádí, že počet aktivních nabídek v České republice roste velmi rychle. Za první tři měsíce roku 2016 se toto číslo zvýšilo o dvacet procent. Dodává, že meziročně se toto číslo téměř zdvojnásobilo. Největší zastoupení nabízených prostorů je v Praze, kde se pronajímá více než sedm tisíc pokojů a bytů. Dalšími významnými městy jsou Karlovy Vary, Brno a Liberec. Airbnb prostory si nejčastěji v České republice pronajímají Američané, Britové a Francouzi (Černý, 2016).

Meziročně vzrostl počet hostů, kteří si zarezervovali ubytování v Česku skrze Airbnb, o 127 % (Airbnb zaznamenalo v Česku 86% nárůst nabídek ubytování, 2016). Hostiteli pak nejčastěji bývají mladí lidé (tzv. millennials) a mladé rodiny.

Stále větším a rozrůstajícím problémem jsou lidé, kteří nakoupí byty ve velkém množství, čistě za účelem jejich pronájmu skrze Airbnb. Nejedná se tak už jen o příležitostný přivýdělek, ale o podnikání v šedé ekonomice. Největšími odpůrci platformy jsou pak hoteliéři, kteří si stěžují na nedodržování platných zákonů a nekalou konkurenci. Ministerstvo pro místní rozvoj proto připravilo novelu zákona o místních poplatcích, která momentálně (k březnu 2017) čeká na vyjádření Poslanecké sněmovny. V této novele je navrženo: „rozšíření povinnosti platit místní poplatky, a to na všechny ubytovací jednotky užívané ke krátkodobému ubytování“. Prezident Asociace hotelů a restaurací ČR Václav Stárek dále dodává, že jedná s představiteli Prahy a Brna ohledně vydání vyhlášky s návrhem na povinnou registraci ubytovacích jednotek ke krátkodobému užití. Dalším problémem, které zatím ministerstvo

financí v případě Airbnb neobjasnilo, je otázka jeho začlenění do systému elektronické evidence tržeb. Airbnb řadu parametrů pro zahrnutí do EET přitom splňuje, zatím se však k tomuto problému nijak nevyjadřuje (Vyhnánovský, 2017).

Česká republika se ke sdílené ekonomice staví pozitivně. Jejím cílem není potlačit či zcela tento trh zakázat, pouze usiluje o rovnost na trhu. I Evropská komise doporučila členským státům sdílenou ekonomiku spíše podporovat než regulovat. Marta Nováková, prezidentka Českého svazu obchodu a cestovního ruchu, vidí největší úskalí právě v rozdílných podmínkách, proto zdůrazňuje důležitost definice podnikání a sdílené ekonomiky a celkového obchodního kontextu (Hendrych, 2017). Kabinet koordinátora digitální agendy Tomáše Prouzy zpracoval na začátku roku 2017 analýzu sdílené ekonomiky. Jejím cílem je upravit zákony tak, aby dovolila amatérským poskytovatelům nadále si přivydělat, ale zároveň omezit profesionální podnikání a zabránit tak poškozování tradičních podnikatelů. Tato analýza nabízí několik variant úprav zákona:

### **Nulová varianta**

Tato varianta zákony speciálně neupravuje a nechává tak, aby si současnou legislativu vyložili regulátoři a následně soudy.

### **Úprava definice podnikání**

Úprava za těchto podmínek obsahuje změny v živnostenském zákoně a občanském zákoníku tak, aby vznikl prostor pro amatérské poskytovatele přivydělat si skrze digitální platformy. Jednou z možností je definice dočasnosti, tedy vytvoření kategorie příležitostné činnosti mezi jednorázovým příjmem a soustavným podnikáním. Tato možnost dovoluje občasně si vydělat peníze bez toho, aby byl člověk nucen dodržovat všechna daňová a regulatorní pravidla. Druhou možností, kterou doporučuje i Evropská komise, je zařazení sdílené ekonomiky mezi výjimky živnostenského zákona. I přesto by ale sdílená ekonomika měla být ohraničena maximálním příjmem anebo počtem odpracovaných hodin.

### **Vlastní zákon o sdílené ekonomice**

Zákon o sdílené ekonomice by stanovil její definici, účastníky a zároveň rozdíl mezi sdílenou ekonomikou a podnikáním. Zároveň by také definoval odpovědnost poskytovatelů vůči spotřebitelům.

### **Regulovat každý sektor zvlášť**

Tato regulace by počítala s modernizací zákonů a zohledněním digitalizace. Speciálně by se tak upravily prvky sdílené ekonomiky v jednotlivých zákonech – zákon o silniční dopravě by ošetřil platformu Uber a zákon ošetřující hotely by bral v potaz platformu Airbnb.

### **Kombinovaný přístup**

Tato možnost slibuje nejlepší podchycení problému sdílené ekonomiky. Je to kombinace vymezení sdílené ekonomiky a průběžná novelizace jednotlivých sektorových zákonů s ohledem na digitalizaci.

Prouza se přiklání k využití posledního modelu a shrnuje jej takto: „*Základní společná pravidla pro všechny a potom kontrola, jak využít moderní technologie pro zjednodušení regulace v jednotlivých segmentech.*“

V Belgii přistoupili k úpravám tak, že zavedli hranici příležitostného výtěžku. Belgičané tak daní příjmy dosažené přes úřady evidované platformy 10 procenty, pokud příjmy nedosáhnou více než 5 tisíc ročně. Příjmy nad 5 tisíc ročně daní běžnými 33 procenty (Černý, 2017).

Cílem Airbnb v České republice je navýšit počet hostitelů, který dle Verbitského není dostatečný. Navyšování počtu hostitelů však není jediným cílem této společnosti. Jak bylo zmiňováno v kapitole Projekty Airbnb v listopadu roku 2016 tato společnost představilo novou službu Zážitky, kterou hodlá na český trh přivést do konce letošního roku. Protože je Praha velmi oblíbenou destinací (v Evropě je čtvrtou nejžádanější), lze očekávat, že tento zájem a další faktory jako rozrůstání počtu hostitelů anebo zavedení nové služby způsobí další růst tohoto trhu.



## 4 Metodika

Bakalářská práce je rozdělena do dvou částí. První část se věnuje literárnímu přehledu a vysvětluje pojmy jako cestovní ruch, sdílená ekonomika, její pozitivní i negativní dopady a dále představuje společnost Airbnb a její podobu. Pro vysvětlení těchto pojmů byly využity jak zahraniční, tak, v menší míře, české zdroje.

Druhá část bakalářské práce se věnuje problematice využívání sdíleného ubytování Airbnb. Hlavním cílem této části je zjistit prostřednictvím dotazníkového šetření chování potenciálních zákazníků při vyhledávání ubytování. Součástí hlavního cíle je zjistit, zda je k ubytování využíváno Airbnb případně jaké důvody k tomu respondenty vedou, a pokud jej negují, co je příčinou.

Pro zpracování a analýzu výsledků bylo využito webového nástroje Google Forms. Jedná se o kvantitativní výzkum založený na sběru primárních dat elektronickou formou. Dotazníkové šetření obsahovalo celkem 20 dotazů, převážně v podobě uzavřených otázek. Tento dotazník byl umístěn na sociální síti facebook.com na studentských (Prváci PEF 2013/2014, Prváci PEF MENDELU 14/15, Prváci PEF MENDELU 15/15, FRRMS info, pokec) a cestovatelských stránkách (Cestovatelé Brno a Cestování, spolucestování, cestovatelská seznamka). Odkaz na dotazník byl distribuován také pomocí veřejných profilů uživatelů této sociální sítě. Účelem bylo oslovit co nejvíce lidí různých věkových kategorií, avšak díky vysokému zastoupení studentských skupin byli nakonec nejpočetněji zastoupeni respondenti ve věku mezi 19 a 26 lety. Za období téměř dvou měsíců (1.3.2017 – 22.4.2017) se podařilo získat 201 respondentů. Dotazník byl sestaven tak, aby zodpověděl předem stanovené otázky.

První část dotazníku se zaměřuje na otázku, zda lidé společnost Airbnb znají. Součástí této sekce byly také otázky směřované na znalost doplňkových projektů Airbnb a na samotnou zkušenost s touto platformou. Ve druhé části dotazníku byly položeny otázky zjišťující důvody vedoucí k využití ubytování skrze platformu Airbnb. Protože byla brána v úvahu i situace, kdy respondenti těchto služeb nevyužili, součástí byla i otázka pátrající po důvodech, proč respondenti tuto službu negují. Poslední část mířila na nákupní chování zákazníků a bylo zjišťováno, jaké faktory respondenty při výběru ubytování ovlivňují a jakou důležitost jim přiřkládají.

Pro účely šetření a následné porovnání výsledků bylo taktéž žádoucí zjistit počty dostupných ubytovacích zařízení. Jako příklad k tomuto porovnání byly vybrány ubytovací zařízení ve městě Brno. Data ohledně počtu certifikovaných hotelů byla převzata z oficiálních stránek Asociace hotelů evropských zemí hotelstars.eu. Rezervační systém booking.com poté posloužil k získání počtu veškerých dostupných možností ubytování. Informace ohledně aktuálního počtu ubytovacích prostor na Airbnb byly získány z internetového zdroje společnosti Airdna.com, která poskytuje data a analytické informace o podnikatelských a investorských činnostech v oblasti pronájmu.

Odpovědi byly závěrem vyhodnoceny a zpracovány pomocí programu Microsoft Office Excel do přehledných výsledků v grafech či tabulkách, kdy bylo využito

jednoduchých statických výpočtů jako rozdělení četností, vážený průměr, výpočet mediánu a percentuální vyhodnocení. Na závěr jsou v rámci diskuze shrnuty významné poznatky plynoucí z provedeného šetření.

## 5 Výstupy dotazníkového šetření

Tato část bakalářské práce se věnuje dotazníkovému šetření ohledně povědomí o platformě Airbnb na českém trhu. Hlavním cílem této práce je zjistit, zda je využíváno ubytování skrze Airbnb – pokud ano, pak proč, a pokud ne, pak proč jej respondenti negují.

V rámci tohoto šetření byl vytvořen dotazník, který je k dispozici v příloze této bakalářské práce. Dotazník byl umístěn na sociální síti facebook.com, konkrétně na studentských a cestovatelských stránkách, dotazník byl také sdílen na osobních profilech uživatelů po dobu téměř dvou měsíců – 1.3.2017 až 22.4.2017. Bylo využito dotazníku umístěného na internetových stránkách google.com a k tomuto tématu bylo celkem položeno 20 dotazů, převážně v podobě uzavřených otázek. Otevřená otázka týkající se zkušeností s platformou Airbnb dává respondentům prostor k popsání vlastních zkušeností, což je v tomto průzkumu žádoucí. Celkem bylo získáno 201 respondentů.

Dotazník byl sestaven tak, aby bylo možné odpovědět na tyto otázky:

- Kolik procent respondentů zná Airbnb a případně jej vyzkoušelo?
- Kdo využívá Airbnb nejčastěji, muži nebo ženy?
- Proč respondenti volí ubytování skrze platformu Airbnb?
- Proč respondenti Airbnb nevyužívají a negují jej?
- Jaké faktory ovlivňují nákupní chování zákazníku?

Pro potřeby šetření je rovněž žádoucí zjistit porovnání počtu ubytovacích zařízení ve městě Brno. Pokud budou brány v úvahu veškeré ubytovací zařízení společnosti Airbnb, ubytovací zařízení dostupné v rezervačním systému Booking.com a ubytovací zařízení, které jsou certifikována dle klasifikace hotelové asociace evropských zemí je možné vytvořit tabulku, která zobrazuje celkový počet dostupných ubytovacích zařízení v Brně.

Tab. 1 Počet dostupných ubytovacích zařízení v Brně

	<b>Celkový počet</b>
Certifikované hotely dle hotelstar.eu	<b>7</b>
Veškeré ubytovací možnosti zařízení na booking.com	<b>242</b>
Ubytovací možnosti dostupné na portálu Airbnb.com	<b>414</b>

Zdroj: vlastní zpracování

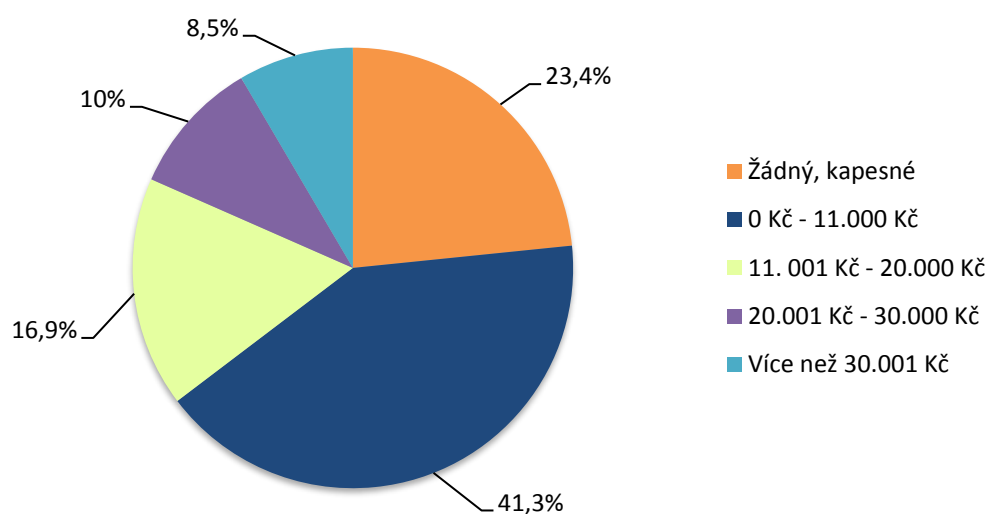
Celkový počet certifikovaných hotelů ve městě Brno je sedm. Jediný hotel dosahoval hodnocení pěti hvězdiček, pět hotelů poté dosáhlo čtyř hvězdiček a jeden byl ohodnocen jako tříhvězdičkový. Kvalita služeb u těchto hotelů nicméně odpovídá i vyšší

cenové kategorii. Společnost Airbnb však dle průzkumu využívá cenově senzitivní skupina lidí, a proto si navzájem tyto certifikované hotely, které představují zcela jiný segment, vzájemně se společností Airbnb nekonkurují. Na rezervačním portálu booking.com je poté dostupných 242 ubytovacích zařízení, tedy mírně nadpoloviční část prostor dostupných na Airbnb. Dle obrázku č.8 a obrázku č.9 v příloze lze posoudit také celkové rozložení dostupných ubytování v rámci města Brna.

## 5.1 Základní informace

Celkový počet respondentů je 201, z toho 151 žen, tvořících 75,1 % a 50 mužů, což odpovídá zbylým 24,9 %. Cílovou skupinu dotazníku tvoří respondenti ve věku 19 let a starší. Vzhledem ke zkoumanému problému nebylo předpokládáno, že by mladší ročníky využívali služeb Airbnb, i přesto byla věková kategorie 15 let – 18 let zařazena do tohoto dotazníku. Potvrzuje se však, že nikdo z dotazovaných v této věkové skupině těchto služeb nevyužívá. Většina dotazovaných se pohybuje ve věkové skupině 19 let – 26 let v podílu 81,6 %. Druhou nejvíce zastoupenou věkovou kategorií je skupina lidí ve věku 27 let – 35 let. Následující věková skupina je zastoupená pouhými 1,5 % je 36 let – 45 let, a nakonec nejslaběji je zastoupená skupina 46 let a více. Dále byla položena také otázka na výši příjmů. Následující graf znázorňuje měsíční čistý příjem respondentů.

Graf 1 Měsíční příjem respondentů



Zdroj: vlastní zpracování

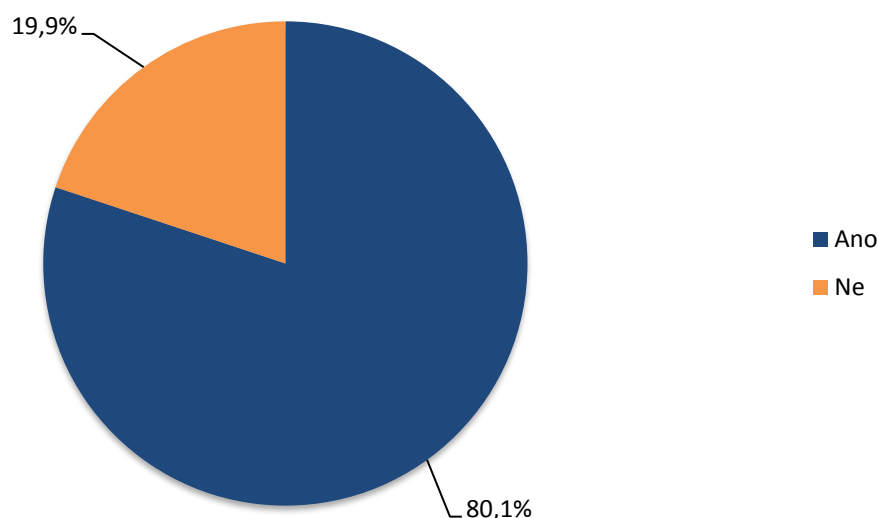
Vzhledem k tomu, že nejvíce respondentů bylo ve studentském věku, mohla se tato skutečnost promítnout i do příjmů respondentů, neboť studenti mají většinou kapesné, nebo jen částečný úvazek. Jak graf ukazuje, nejpočetněji zastoupená je skupina lidí s příjmem do 11 tisíc korun českých, tedy lidé s minimální mzdou. Další početnou skupinou jsou lidé bez příjmu, popřípadě pouze s kapesným. Třetí nejvíce

zastoupenou skupinou jsou lidé s příjmem do 20 tisíc korun českých. Nejméně zastoupenou skupinou jsou lidé s příjmem nad 30 tisíc korun českých. V případě uživatelů Airbnb (celkem 113 respondentů), se tyto podíly příliš nemění. Nejpočetněji zastoupenou skupinou (38,1 %) využívající Airbnb, je skupina s příjmem do 11 tisíc korun českých. Dalšími dvěma skupinami jsou lidé s kapesným, popřípadě bez příjmu (19,5 %), a lidé s příjmem do 20 tisíc korun českých (18,6 %). Tato skutečnost potvrzuje fakt, že Airbnb využívají lidé s nižšími příjmy, kteří se díky mnohdy výhodnější a levnější nabídce snaží ušetřit.

## 5.2 Znalost platformy a zkušenost se sdíleným ubytováním skrze Airbnb

Dotazník se dále zabývá tím, zda respondenti společnost, potažmo platformu Airbnb znají. Z celkového počtu 201 respondentů o Airbnb neslyšelo téměř 20 % (40 lidí), zbylých 80 % (161 lidí) dotazovaných portál Airbnb zná. Ukázalo se, že z respondentů, kteří portál Airbnb znají, jej vyzkoušelo 70 %, což odpovídá 113 lidem. Nečlých 30 %, tedy 48 lidí, tuto službu prozatím nevyužilo – důvody, proč tuto službu nevyužívají, se blíže zabývá kapitola 5.5. v této bakalářské práci.

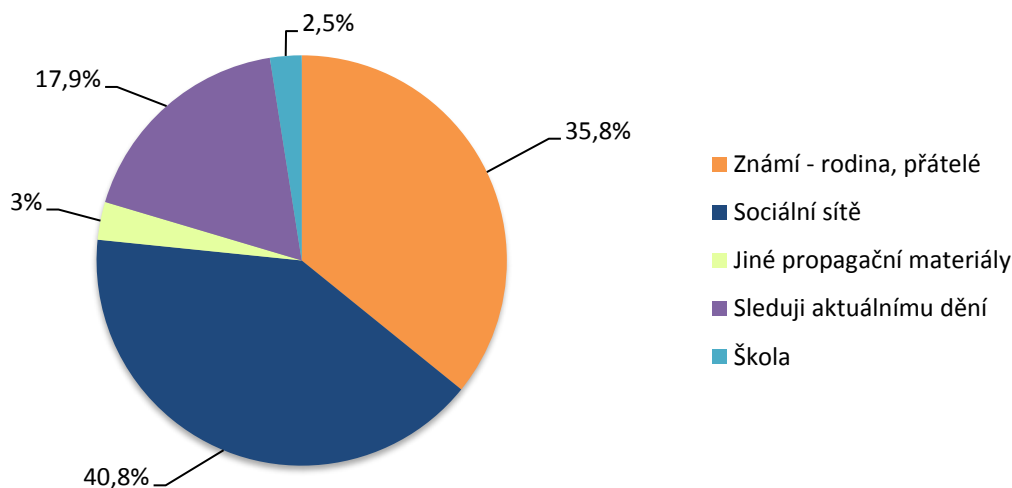
Graf 2 Znalost společnosti Airbnb



Zdroj: vlastní zpracování

Součástí této sekce byla také otázka, zda respondenti ví o Airbnb doplňkových projektech. Většina, tedy 70 % respondentů uvedla, že o těchto projektech neslyšela a nezná je. Ti, kteří o projektech vědí, poté nejčastěji znali možnost zážitků a průvodců. Nejméně byla mezi respondenty známa nabídka služebních cest.

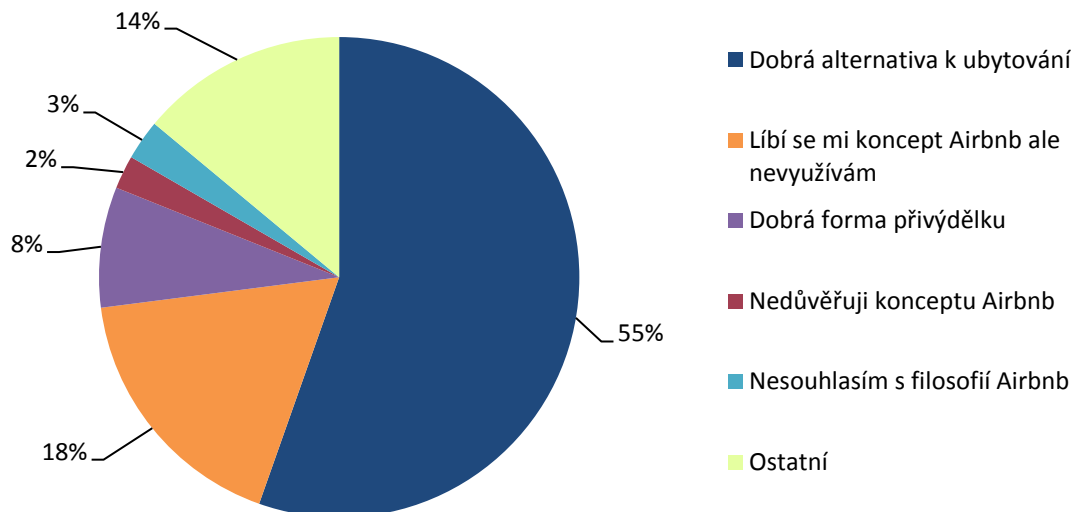
Graf 3 Odkud jste se dozvěděli o Airbnb?



Zdroj: vlastní zpracování

V dotazníku byla položena také otázka odkud se respondenti o službě Airbnb dozvěděli. Zde se potvrdil fakt, že se sdílená ekonomika rozrůstá právě díky technologiím. Vzhledem k tomu, že je provozována skrze digitální platformy, není překvapením, že většina lidí se o Airbnb dozvěděla na sociálních sítích (40,8 %). Druhou nejčastější odpovědí byli známí – rodina a přátelé v zastoupení 35,8 %. Důvodem je pravděpodobně to, že propagace tzv. word-of-mouth se často považuje za nejúčinnější formu propagace. To dále podporuje také tvrzení, které bylo popisováno v předchozí části práce, a to, že Airbnb je platformou závislou na důvěře v podobě referencí a doporučení ostatních (Rachel Botsman: *The currency of the new economy is trust*, 2012). Díky kontroverzi sdílené ekonomiky a aktuálnímu dění odpovědělo téměř 18 % respondentů, že se o Airbnb dozvěděli právě touto cestou. Jiné propagační materiály v podobě billboardů či odkazů v turistických informacích byly společně se školou nejméně zastoupenými odpověďmi.

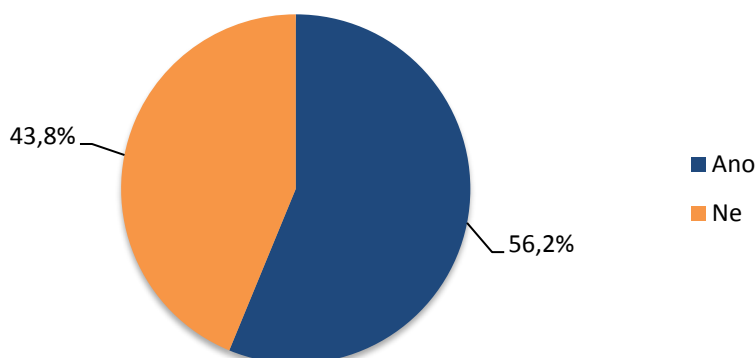
Graf 4 Názory na společnost Airbnb



Zdroj: vlastní zpracování

Dotazník byl zaměřen i na celkové mínění respondentů – zda platformu vnímají pozitivně, anebo vůči Airbnb zauímají negativní postoj. 55 % dotázaných odpovědělo, že Airbnb vnímá jako dobrou alternativu ke klasickému ubytování, a 18 % se ztotožnilo s konceptem Airbnb, avšak službu zatím nevyužilo. Dalších 14 % respondentů zvolilo možnost vlastního vyjádření, kdy nejčastější odpovědí bylo, že službu Airbnb neznají, a tudíž žádný postoj nezauímají. Další odpovědi byly spíše ve prospěch služby Airbnb, respondenti uvedli, že Airbnb je hezký kulturní koncept a že se jej chystají využít. Objevily se však i názory, že jde o dobrý nápad, avšak že si Airbnb účtuje vysoký servisní poplatek. Následujících 8 % respondentů vnímá službu jako dobrou formu přivýdělku. Pouze malé procento dotázaných uvedlo, že konceptu Airbnb nedůvěřuje a nesouhlasí s jeho filosofií – „Belong everywhere“. U respondentů převládá tedy pozitivní vnímání značky Airbnb.

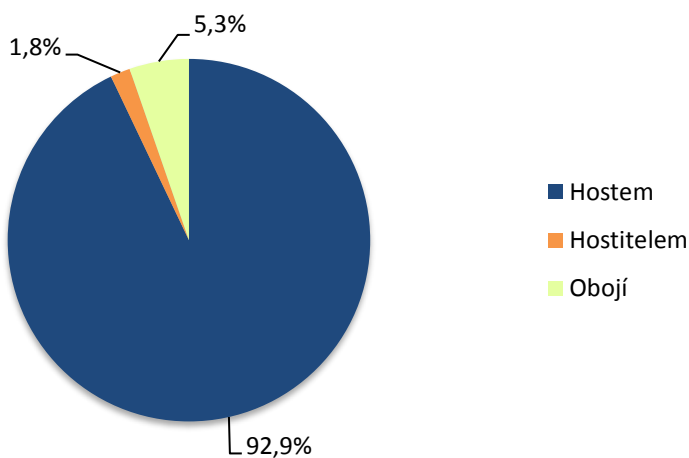
Graf 5 Zkušenost s platformou Airbnb



Zdroj: vlastní zpracování

Jedním z hlavních cílů práce je zjištění, kolik procent dotazovaných již službu Airbnb vyzkoušelo. Z průzkumu vyplývá, že služby Airbnb využilo víc než 56 %, což odpovídá 113 lidem. Zbýlých 88 lidí, tedy téměř polovina respondentů, tyto služby nevyužilo.

Graf 6 Zkušenosti s platformou Airbnb dle rozdělení host a hostitel

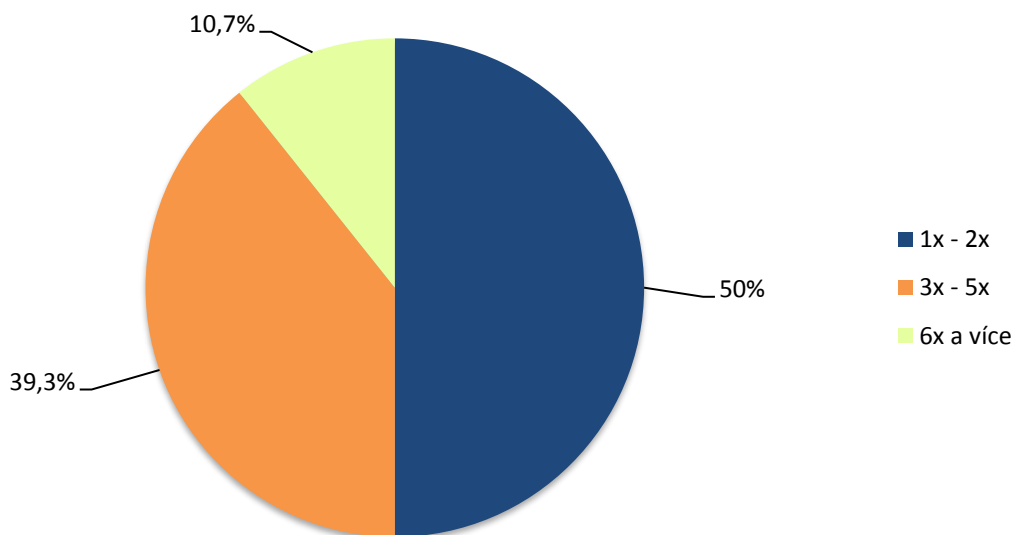


Zdroj: vlastní zpracování

Graf č. 6 znázorňuje jak respondenti, kteří mají s Airbnb zkušenost, tuto službu využili, popřípadě využívají. Ukázalo se, že většina dotázaných službu Airbnb využila k ubytování, tedy jako host. Necelé 2 % uživatelů mají s Airbnb zkušenost jako hostitelé a zbylých 5 % využívá Airbnb jako host i hostitel zároveň. Protože se tato bakalářská práce zaměřuje na ubytovací část – tedy na využití Airbnb jako host – bude se práce nadále zabývat především touto otázkou, možnost hostitele bude vyhodnocena pouze okrajově.



Graf 7 Četnost využití platformy Airbnb jako host



Zdroj: vlastní zpracování

Následujícím aspektem, kterým se dotazník zabýval je skutečnost, kolikrát hosté Airbnb využili. Polovina z dotázaných, kteří mají zkušenost s Airbnb jako hosté (tedy 56 respondentů), tuto službu využila pouze jednou anebo dvakrát. Druhá polovina služeb využila, případně využívá častěji. Větší část, tedy 39,3 % (což odpovídá 44 dotázaným), uvedla, že Airbnb využili jako hosté třikrát až pětkrát. Zbývající skupina zastoupena téměř 11 % (12 respondentů) sdíleného ubytování využila šestkrát a více.

### 5.3 Využití sdíleného ubytování Airbnb dle pohlaví

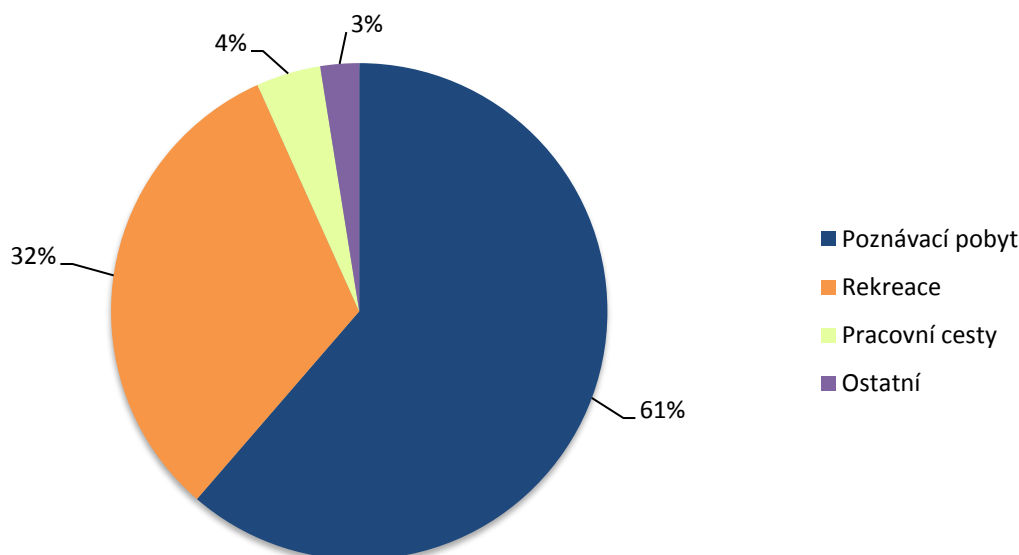
Tab. 2 Rozdělení respondentů na muže a ženy dle využití služby Airbnb jako host

	Respondentů celkem	Využilo Airbnb jako host	
<b>Ženy</b>	151	77	<b>51 %</b>
<b>Muži</b>	50	29	<b>58 %</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Pokud respondenty, kteří využili Airbnb jako hosté rozdělíme na muže a ženy, dojdeme k závěru, že muži služeb sdíleného ubytování využívají častěji než ženy. Zajímavou skutečností, která se projevila v dotazníku, jsou odpovědi pár mužů, kteří uvedli, že nejsou těmi, kteří rozhodují o ubytování. Je tedy možné konstatovat, že pokud by byli muži iniciátory při výběru ubytování, je konečné procento ještě větší.

Graf 8 Využití Airbnb dle uvedených typů cestování



Zdroj: vlastní zpracování

Více než polovina uživatelů, kteří mají zkušenost s Airbnb ubytováním, uvedla, že jej nejčastěji využívá během poznávacího pobytu. Druhou nejčastější možností je využití Airbnb pro účely rekreace. Nejméně zastoupenou možností jsou poté pracovní pobyty. Respondenti měli příležitost uvést jiný typ cestování, této šance využily 3 % z nich. Mezi těmi jsou pak nejčastějšími důvody přechodné pobyty na stáži anebo přechodný pobyt při zaměstnání v cizině. K otázce s kým nejčastěji respondenti cestují téměř polovina uvedla, že cestují s přítelem/příteľkyní, popřípadě manželem/manželkou. Následuje společné cestování s kamarády a poté s rodinou. Tato skutečnost potvrzuje Guttentagovu studii, zmiňovanou v předchozí části práce (s. 15).

Respondenti, kteří uvedli, že mají zkušenost s ubytováním skrze platformu Airbnb, měli také možnost vyjádřit se k vlastním zkušenostem s touto službou. Většina, tedy 90 %, z nich odpověděla, že s platformou Airbnb žádnou špatnou zkušenost nemají. Zbýlých 10 % uvedlo následující odpovědi:

Tab. 3 Špatné zkušenosti respondentů se službou Airbnb

### Špatné zkušenosti respondentů

Byli jsme ubytováni ve Frankfurtu na kolejích a hostitelé nás dvě ženy moc nerespektovali. Na gauči si na nás při sledování televize dávali nohy a kamarádku později jeden z nich přesvědčoval, že s ní musí jít na rande. Nebyla to dobrá zkušenost, ale byla jedinou negativní. **Airbnb využívám nadále.**

<p>Hostitel nám prohrabával kufry, přičemž nám řekl, že tam máme věci, které si nepřeje, abychom tam měli – zapomenutá šunka. Hostitel byl žid.</p>
<p>Necítili jsme se příjemně, protože hostitel byl transvestita. Taktéž nás posléze ohodnotil jako špatné hosty, protože jsme se nedostavili na čas.</p>
<p>Očekávali jsme jiné ubytování, než ve skutečnosti bylo, ale to byla spíše naše chyba. Dali jsme příliš na hodnocení u profilu, měli jsme se lépe informovat. <b>Na Airbnb jsme však nezanevřeli a chystáme se na další cestu.</b></p>
<p>Přijeli jsme na místo a majitel bytu nám oznámil, že paní, která ubytování nabízela, na tom místě již nebydlí, protože neplatila nájem.</p>
<p>Jednou jsme skončili na bytě, který vypadal jako drogové doupe. <b>Tato zkušenost mě však nepřivedla k tomu, abych na Airbnb zanevřela a službu jsem znova využila.</b></p>
<p>Hostitel nás nařkl z poškození, které jsme neudělali, a požadoval finanční náhradu.</p>
<p>Za špatnou zkušenost považuji občas čistotu a další věci tomu podobné, které se spíše týkají daného hostitele.</p>
<p>Navzdory recenzím byl byt v dezolátním stavu. Nevhodné chování hostitele a nedochvilnost.</p>
<p>Zkušenost nemám úplně špatnou, ale spíše rozpačitou. V jednom ze tří dnů, po které jsme u hostitelů přespávali, přišel jeden z nich až k ránu a otevřel náš pokoj, aby si ze skříně vzal ručník, čímž nás probudil. Následně si přivedl ne až tak tichou dámskou společnost. Bylo trochu zvláštní a trapné. <b>Zbylé dny byly v pořádku.</b></p>
<p>Byt byl nevytápěný – jednalo se pobyt v zimních měsících.</p>

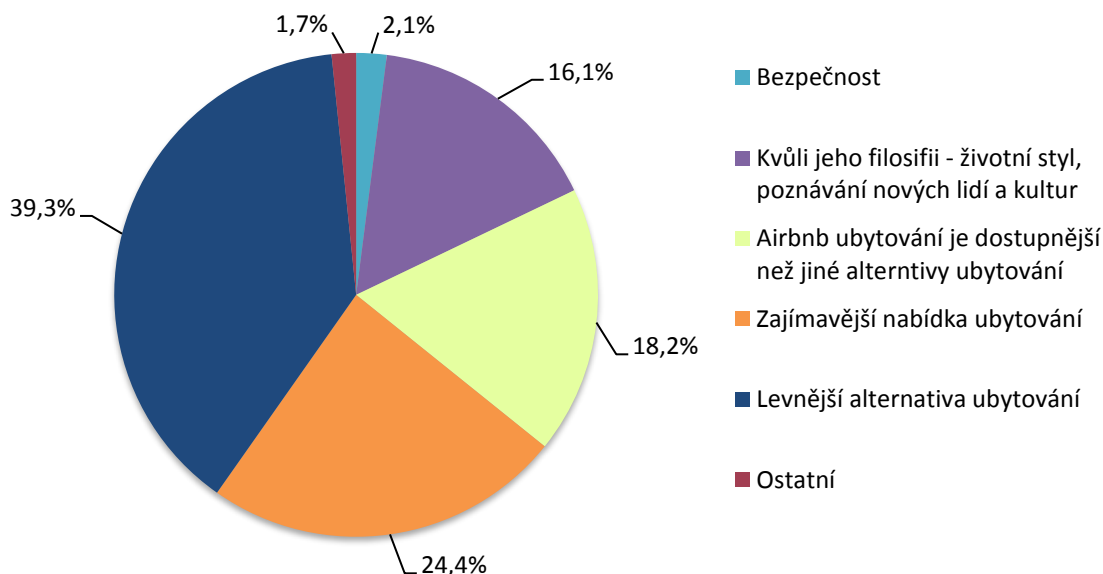
Zdroj: vlastní zpracování

Většina uživatelů, navzdory tomu, že se setkala s něčím nevhodným či nepříjemným, využívá službu Airbnb nadále.

## 5.4 Důvody k využití sdíleného ubytování

Velmi důležitou informací z hlediska směřování společnosti Airbnb jsou důvody, proč jsou současní uživatelé motivováni tyto služby využívat, případně se k využití těchto služeb vracet.

Graf 9 Důvody využití sdíleného ubytování Airbnb



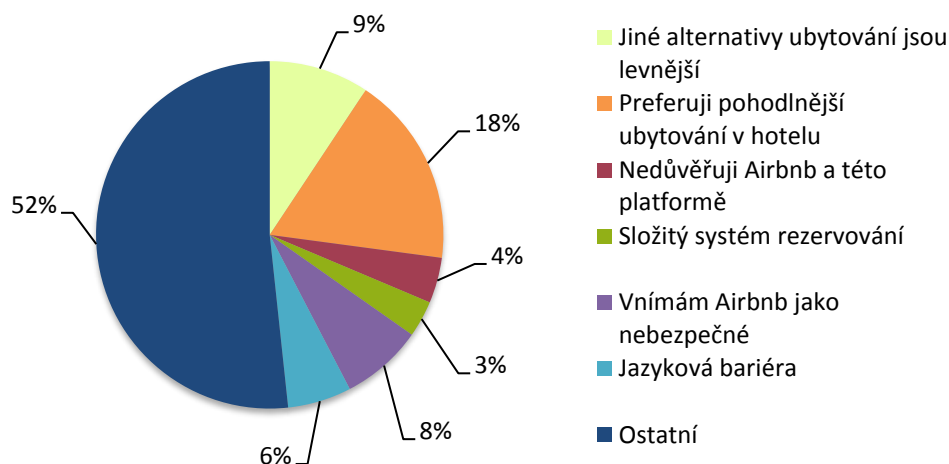
Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastějším důvodem, proč respondenti využili anebo nadále využívají služeb Airbnb je motivace ušetřit, kdy se Airbnb jeví jako levnější alternativa ubytování. 24 % dotazovaných se ztotožňuje s tvrzením, že Airbnb má mnohdy zajímavější a oproti hotelům nestandardizovanou nabídku ubytování. Toto je další důležitý důvod proč se respondenti ubytovávají skrze platformu Airbnb. Následujících 18 % Airbnb vyhledalo z důvodu dostupnějšího ubytování než u jiných alternativ ubytování. Z tohoto je možné konstatovat, že dostupnost termínu hraje při výběru ubytování značnou roli. Kvůli filozofii Airbnb a možnosti poznání nových lidí či kultur si ubytování přes platformu Airbnb zarezervovalo 16 % dotázaných. I když je bezpečnost při cestování v poslední době ohrožována stále více, je zajímavé pozorovat, že tento faktor je jedním z posledních, kterým se uživatelé při výběru Airbnb ubytování řídí. Tento fakt podporuje tvrzení z teoretické části, že Airbnb je platforma založena především na důvěře uživatelů (Botsmanová, 2012)

## 5.5 Důvody vedoucí k nevyužití sdíleného ubytování

Cílem práce je zhodnotit také proč respondenti Airbnb nevyužívají. Analýza těchto důvodů by měla být pro společnost Airbnb důležitým problémem, neboť jí může pomoci rozpoznat na jaké faktory se při nabízení svých služeb má zaměřit a získat tak nové uživatele.

Graf 10 Důvody vedoucí k nevyužití sdíleného ubytování Airbnb



Zdroj: vlastní zpracování

Celkově možnost ubytování skrze platformu Airbnb ještě nevyužilo 88 respondentů. Nejčastějším důvodem, proč respondenti nevyužívají služby Airbnb je neznalost této služby. Tato možnost v dotazníku uvedena nebyla, avšak po přepočtu jde o 17 % ze všech odpovědí. Další častou odpovědí, která se pod možností „ostatní“ objevovala v zastoupení téměř 15 %, bylo tvrzení respondentů, že zatím neměli příležitost Airbnb vyzkoušet. Mezi respondenty, kteří v dotazníku uvedli možnost „ostatní“, se tak nachází poměrně vysoký počet potenciálních uživatelů. Po zhodnocení odpovědí respondentů, kteří v souvislosti s otázkou, proč Airbnb nevyužívají, uvedli možnost „ostatní“, je možné konstatovat, že v této skupině je zastoupení potenciální uživatelů vyšší, a to konkrétně v poměru 85 % těch, u kterých je možnost, že službu v budoucnu využijí, a 15 % těch, kteří služby společnost Airbnb využít odmítli. Další často zastoupenou odpovědí je respondentova preference pohodlnějšího ubytování v hotelu. Z této skutečnosti je možné vyvodit, že v případě těchto 18 % se jedná o úplně jinou cílovou skupinu. Dalších 9 % respondentů je cenově senzibilních a namísto Airbnb zvolili jinou levnější alternativu ubytování. S vnímáním služby Airbnb jako nebezpečné se ztotožňuje 8 % respondentů, 6 % dotázaných potom služby nevyužívá z důvodů jazykové bariéry. S nedůvěrou vůči Airbnb a této platformě se potýkají 4 % respondentů. Jak bylo v této práci již mnohokrát zmiňováno, důvěra je u této společnosti, potažmo u sdílené ekonomiky vůbec, velmi důležitá, a proto respondenti, kteří jsou vůči této platformě nedůvěřiví a vnímají Airbnb jako nebezpečné, jsou hrozbou stojící společnosti v cestě získání nových uživatelů. Zbývá 3 % vidí systém rezervování jako složitý.

## 5.6 Faktory ovlivňující nákupní chování potenciálních zákazníků

Poslední bodem, kterým se tato práce zabývá, je nákupní chování zákazníků – tedy analýza faktorů, které respondenty při rozhodování nejvíce ovlivňují. Dotazovaní měli na výběr z několika faktorů, přičemž každý faktor měli dle svého uvážení „ohodnotit“ – číslo 5 respondenti volili u faktorů, které je ovlivňují nejvíce, a číslo 1 poté představovalo faktory, které respondenty neovlivňují, případně pro ně při výběru ubytování nejsou vůbec důležité.

Tab. 4 Faktory ovlivňující nákupní chování potenciálních zákazníků

Faktor	Medián	Průměr
Cena	5	4,42
Dostupnost termínu	5	4,28
Poloha ubytování	4	4,11
Bezpečnost	4	4,04
Zážitky	4	3,72
Délka pobytu	4	3,59
Poznání nových kultur	4	3,57
Pohodlí	4	3,51
Doporučení známých	4	3,46
Jistota standardů	3	3,39

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky vyplývá, že nejdůležitějším faktorem ovlivňující chování zákazníků je cena. Tento výsledek může být zapříčiněn tím, že dotazník vyplňovalo nejvíce respondentů ve věku 19–26 let, z čehož také vyplývá jejich měsíční příjem. Nejvíce zastoupenou platovou skupinou byli lidé bez příjmu, případně pouze s kapesným a lidé s minimální měsíční mzdou. Tato skutečnost může z respondentů udělat cenově senzitivní zákazníky a je proto pochopitelné, že cena hraje v tomto případě markantní roli. Dle Guttentagovy studie je hlavní motivací při výběru Airbnb ubytování právě cena (Guttentag, 2016). Toto poukazuje na zásadní význam cenové konkurenceschopnosti společnosti Airbnb. Dostupnost termínu je dalším ovlivňujícím faktorem. Tento výsledek bylo možno předpokládat – pokud ubytovací zařízení nemá volné kapacity, je zřejmé, že zákazník tak musí přehodnotit svá rozhodnutí a hledat případně někde jinde. Protože kapacita hotelů je mnohdy velmi omezena, nahrává tento výsledek společnosti Airbnb, která disponuje velkým množstvím míst k ubytování a substitut se tak hledá snáz. Tento fakt se potvrdil také v předchozí části dotazníku, kde byli respondenti dotazováni proč Airbnb využívají, a jednou z nejčastěji zastoupených odpovědí byla právě dostupnost tohoto ubytování. Dalším faktorem, který zákazníky při volbě ubytování ovlivňuje, je poloha ubytování, tedy to, zda se ubytovací zařízení nachází v centru anebo v okrajových částech města. Tento faktor zohledňuje také občanskou vybavenost v okolí ubytování – tedy zastávky městské

hromadné dopravy, obchody, lékárny a další. V souvislosti s nynější bezpečnostní situací ve světě hraje roli také bezpečnost ubytování. Zde se nabízí navázat na předchozí otázku dotazníku – proč dotazovaní Airbnb využívají – kde bezpečnost nehrála až tak velkou roli. Je možné tedy konstatovat, že vliv bezpečnosti při výběru ubytování je jiný u uživatelů Airbnb ubytování a jiný u respondentů, kteří tuto službu nevyužívají. Jistota standardů a doporučení známých při výběru ubytování nezaujímá rozhodující pozici. Protože dle již dříve zmiňované studie se povědomí o Airbnb šíří právě díky doporučení známých, je možno nedůležitost tohoto faktoru brát jako možnou hrozbu pro získání nových zákazníků. Pokud bude brán v potaz průměr jednotlivých faktorů, tedy rozdíl mezi důležitými a méně důležitými faktory bylo zjištěno, že důležitost při výběru ubytování zaujímá spíše kombinace více činitelů než jednotlivé okolnosti.

### **Hostitelé**

Protože společnost Airbnb nabízí nejen ubytování, ale existuje zde i možnost hostit, tedy pronajímat nevyužité prostory, byly součástí dotazníku i otázky týkající se této možnosti. Bylo zjištěno, že z respondentů, kteří mají s touto platformou zkušenost, jí využilo pouze necelé 2 % jako hostitelé, 5 % poté využilo obou možností. Nejčastějším důvodem, proč respondenti nevyužívají Airbnb jako hostitelé, bylo to, že nedisponují ubytovacími kapacitami, případně jim vadí narušení soukromí. Ti, kteří pronajímají prostory skrze Airbnb, činí převážně z důvodů životního stylu, kdy dotyční rádi poznávají nové lidi a kultury.

## 6 Diskuze

Tato část se věnuje vyhodnocení výsledků dotazníkového šetření. Tento dotazník vyplnilo celkem 201 respondentů všech věkových kategorií, z toho 151 žen a 50 mužů. Otázky byly zaměřené především na preference a nákupní chování při výběru ubytování. Dalším důležitým bodem bylo zjištění, zda je k ubytování využíváno ubytování skrze společnost Airbnb.

Na základě dotazníku poté bylo zjištěno několik důležitých poznatků ohledně chování potenciálních zákazníků při vyhledávání ubytování a zejména poznatků ohledně využívání Airbnb ubytování respondenty z České republiky. Mezi tyto poznatky patří:

- Existence skupiny lidí, která o Airbnb slyšela a službu zná, avšak ji prozatím neměla možnost vyzkoušet – je zde tedy jistý potenciál nárůstu zákazníku této společnosti
- Mnoho respondentů uvedlo, že nemá dostatek informací o společnosti Airbnb, případně o ní vůbec nevědí, a proto tuto službu nevyužívají
- Airbnb využívají cenově senzitivní lidé
- O službě Airbnb se i přes výsledky poslední otázky dotazníku, která se zabývá faktory, které ovlivňují nákupní chování zákazníků dozvídá nejvíce lidí právě díky doporučení rodiny a známých
- Službu Airbnb respondenti vnímají spíše pozitivně a převládá tak pozitivní vnímání značky
- Převážná většina respondentů uvedla, že Airbnb využívají jako hosté, zkušenosti s hostitelstvím má pouze malé procento dotázaných
- Většina dotázaných uživatelů Airbnb má s touto službou dobrou zkušenost a využila jí více než dvakrát
- Ubytování skrze Airbnb je využíváno především za účelem poznávacích pobytů, k pracovním cestám jej z respondentů téměř nikdo nevyzkoušel
- Respondenty k využití Airbnb přitahuje široká škála motivací, nicméně jsou primárně ovlivněni praktickými výhodami služby (cena, poloha ubytování, vybavení), zatímco zážitkové aspekty (autenticita, interakce, poznání nových kultur) jsou druhotné

Na základě těchto výsledků je možné konstatovat, že společnost Airbnb je v České republice teprve na počátku. Existuje mnoho lidí, kteří o této službě stále zatím nevědí, stejně tak ale existuje větší skupina lidí, kteří o Airbnb již slyšeli, avšak prozatím neměli možnost tuto službu vyzkoušet. Tyto výsledky otvírají diskuzi o tom, zda právě tato skupina lidí je dalšími případnými zákazníky sdíleného ubytování. Výsledky se pak v mnohém shodují s Guttentagovou studií. Využití sdíleného ubytování Airbnb k poznávacím cestám dominuje, stejně tak se potvrdilo, že k účelu služební cesty si Airbnb vybere pouze malé procento lidí. Je možné, že tato skutečnost



je mnohdy ovlivněna rozhodnutím managementu dané společnosti, která rozhoduje o ubytování během pracovních cest. Přestože jsou známy korporace, které služeb Airbnb využívají, v tuzemsku se tento trend zatím nerozmáhá. Dalším zjištěním, které se shoduje s dříve vypracovanou studií Guttentaga a s tvrzením Morrisona (str. 15), je to, že se o Airbnb lidé dozvídají především díky osobní komunikaci s přáteli a příbuznými. Tento fakt má vliv a sehrává obrovskou roli v tom, zda lidé tuto službu následně využijí. Polovina z těch respondentů, kteří mají zkušenost s Airbnb uvedla, že se o této službě dozvěděli právě od známých či příbuzných. Je taktéž zajímavé sledovat, že více jak polovina respondentů, která služeb Airbnb využila, se k využívání sdíleného ubytování vrací. Důležitým aspektem a předpokladem v pokračování tohoto chování je to, že lidé vnímají značku Airbnb pozitivně a zkušenosti s touto platformou jsou převážně velmi dobré. V práci byla také vzpomínána otázka jistot (str. 22), kdy nejčastější obavou uživatelů platformy Airbnb je nesplnění požadavků. Tuto negativní zkušenost měl však pouze jeden respondent z celkových 201 respondentů. Je tak možné konstatovat, že aspekt splnění požadavků zákazníka se této společnosti daří naplňovat. Kontroverzním tématem je také otázka bezpečnosti, která byla rozebírána dříve (str. 22), dotazníkem se potvrdilo, že bezpečnost je jedním z faktorů, kterému potenciální zákazníci při výběru ubytování věnují velkou pozornost. Airbnb přitahuje uživatele z mnoha důvodů, nejdůležitějšími z nich je však dostupnost ubytování a především výhodná cena. Airbnb je tedy konkurenceschopné zejména díky své cenové politice a množství dostupných ubytovacích možností.

Protože je sdílená ekonomika a potažmo pak sdílené ubytování pouze na začátku svého potenciálního rozvoje, očekává se, že do budoucna bude využití služeb Airbnb stále růst. Aktuálnost tématu a okolnosti vedoucí k růstu využití mohou být podnětem pro další výzkumy.

## 7 Závěr

Práce byla zaměřena na představení sdílené ekonomiky jako nového trendu v oblasti cestovního ruchu. Sdílená ekonomika v kombinaci s moderními internetovými a mobilními technologiemi jednoznačně vytvořila některé praktické a žádané produkty. Přináší lidem možnost využít doposud nevyužité zdroje a zároveň mění obecné smyšlení o konceptu vlastnictví. V poslední době se o tomto tématu vedou četné diskuze a model ekonomiky sdílení si získal své příznivce i odpůrce. Unikátní nabídka Airbnb se jeví jako skvělá alternativa, která splňuje požadavky zákazníků a představuje tak výzvu pro tradiční ubytování. Společnost Airbnb se celkem rychle přesunula do celé oblasti cestovního ruchu, kdy se za deset let dokázala dostat do více než 190 zemí světa a momentálně nabízí přes dva miliony bytů, což nemá žádný hotelový řetězec na světě. Podařilo se jí to zavedením inovativního produktu, který oslovuje širokou škálu uživatelů.

Airbnb je mladou společností a je možné předpokládat, že s tím, jak budou tuto formu ubytování zkoušet další lidi, bude se dále zvyšovat i vliv společnosti Airbnb na celé odvětví cestovního ruchu. Je možné, že dojde k utvoření stabilního segmentu produktů a služeb realizovaných tímto způsobem. Avšak stěžejní pro působení této společnosti v České republice bude to, jak se ke stávající situaci vyjádří vláda a zda bude toto odvětví regulovat anebo zvolí cestu, kdy si sdílená ekonomika sama vytvoří své hranice.

Teoretická část práce se orientovala na definici cestovního ruchu, a především pak sdílené ekonomiky, poukázala na její silné i slabé stránky a vysvětlila fungování jedné z největších společností existující na trhu. Kapitola věnovaná společnosti Airbnb vysvětlila její koncept, zaměřila se na podobu Airbnb z pohledu hosta i hostitele, a popsala působení Airbnb v České republice. Protože se česká literatura zatím tomuto tématu příliš nevěnuje, přinesla práce vědecký přínos v podobě zjednodušeného literárního přehledu a rozšířila tak teorii v této oblasti.

Praktická část poté navázala na problematiku společnosti Airbnb, konkrétně tedy, zda je ubytování skrze tuto platformu využíváno. K tomuto zjištění posloužilo dotazníkové šetření. Diskuze poté zhodnotila veškeré výsledky tohoto průzkumu a dala do popředí některé z důležitých poznatků.

Závěrem lze konstatovat, i přes to, že menší polovina dotázaných Airbnb nevyužila, je potenciál této společnosti značný a již nyní je konkurenceschopná především svou dostupností ubytovacích možností a nízkými cenami. Přesto se sdílená ekonomika v tuzemsku teprve rozvíjí, zatím netvoří ani desetinu procenta HDP – dle odhadů by však měla růst.

## 8 Literatura

- BOTSMAN, R. – ROGERS, R. *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. Great Britain: Clays Ltd, St Ives, 2010. ISBN 978-0-00-739591-0.
- GOELDNER, C R. – RITCHIE, J R B. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.
- HORNER, S – SWARBROOKE, J. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, c2003. ISBN 80-247-0202-9.
- JAKUBÍKOVÁ, D. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 978-80-247-3247-3.
- MORRISON, A. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: VICTORIA PUBLISHING, 1995. ISBN 80-85605-90-2.
- ZELENKA, J. – PÁSKOVÁ M. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. ISBN 978-80-7201-880-2.

### Elektronické zdroje:

- Airbnb Announces New Feature That Allows Employees to Book Business Travel for Co-Workers* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/press/news/airbnb-announces-new-feature-that-allows-employees-to-book-business-travel-for-co-workers>
- Airbnb introduces the Bélo: the story of a symbol of belonging. In: *Youtube* [online]. 24.07.2014 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=nMITXMrrVQU> Kanál uživatele Airbnb.
- Airbnb představilo zásadně vylepšený program pro firemní klientelu* [online]. 2015 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.ceskainovace.cz/cz/aktuality/453-airbnb-predstavilo-zasadne-vylepseny-program-pro-firemni-klientelu>
- Airbnb Summer Travel Report: 2015* [online]. 2016 [cit. 2017-05-15]. Dostupné z: <http://blog.atairbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf>
- Airbnb zaznamenalo v Česku 86% nárůst nabídek ubytování* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://www.m-journal.cz/cs/aktuality/airbnb-zaznamenalo-v-cesku-86--narust-nabidek-ubytovani\\_s288x11864.html](http://www.m-journal.cz/cs/aktuality/airbnb-zaznamenalo-v-cesku-86--narust-nabidek-ubytovani_s288x11864.html)
- Airbnb: Během jednoho měsíce se na stránkách, určených pro služební cesty, zaregistrovalo 1000 firem* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.businesstraveller.cz/ubytovani/26703-airbnb-behem-jednoho-mesice-se-na-novych-strankach-urceny-ch-pro-sluzebni-cesty-zaregistrovalo-1000-firem/>

- Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna* [online]. 2017 [cit. 2017-05-17]. Dostupné z: [https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.airbnb.cz%2Frooms%2F15998747%3Flocation%3Dbrno%26s%3DjIMSwkKO&h=ATMm-PyLf6EUfscNlp9eolJeXeBUwgJPYyxxR3wY-NdmtqgQygXLJ-lyv6R5678JsGl0wzAIRdeBQo1\\_YLgaqFBsVjs6jH6-t1O5Z24unc0FbYYPQou0UHK7Uy9BhGukj9-xBF4c4SA\\_w](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.airbnb.cz%2Frooms%2F15998747%3Flocation%3Dbrno%26s%3DjIMSwkKO&h=ATMm-PyLf6EUfscNlp9eolJeXeBUwgJPYyxxR3wY-NdmtqgQygXLJ-lyv6R5678JsGl0wzAIRdeBQo1_YLgaqFBsVjs6jH6-t1O5Z24unc0FbYYPQou0UHK7Uy9BhGukj9-xBF4c4SA_w)
- AIREY, David. *Airbnb introduces "the Beló"* [online]. 2014 [cit. 2017-05-17]. Dostupné z: <http://www.logodesignlove.com/new-airbnb-identity>
- Amsterdam hits 'illegal' Airbnb landlord with €300,000 fine* [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.dutchnews.nl/news/archives/2017/02/amst>
- BELK, Russell. *You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online* [online]. Canada: Elsevier, 2013 [cit. 2017-05-17]. Dostupné z: <http://collaborativeeconomy.com/wp/wp-content/uploads/2015/05/Belk-R.2014.-You-are-what-you-can-access-Sharing-and-collaborative-consumption-online.Journal-of-Business-Research.pdf>
- Belong Anywhere* [online]. [cit. 2017-05-15]. Dostupné z: <http://blog.atairbnb.com/belong-anywhere/>
- Booking.com: Hotely Brno* [online]. c1996-2017 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: [https://www.booking.com/searchresults.cs.html?label=gen173nr-1FCAEoggJCAlhYSDNiBW5vcmVmaDQIAQGyAQW4AQfIAQ3YAQH4AQH4AQUSAGf5qAID&sid=519f35a50ed134179f531c845c4e0e28&sb=1&src=searchresults&src\\_elem=sb&error\\_url=https%3A%2F%2Fwww.booking.com%2Fsearchresults.cs.html%3Flabel%3Dgen173nr-1FCAEoggJCAlhYSDNiBW5vcmVmaDQIAQGyAQW4AQfIAQ3YAQH4AQH4AQUSAGf5qAID%3Bsid%3D519f35a50ed134179f531c845c4e0e28%3Bcheckin\\_month%3D11%3Bcheckin\\_monthday%3D27%3Bcheckin\\_year%3D2017%3Bcheckout\\_month%3D11%3Bcheckout\\_monthday%3D27](https://www.booking.com/searchresults.cs.html?label=gen173nr-1FCAEoggJCAlhYSDNiBW5vcmVmaDQIAQGyAQW4AQfIAQ3YAQH4AQH4AQUSAGf5qAID&sid=519f35a50ed134179f531c845c4e0e28&sb=1&src=searchresults&src_elem=sb&error_url=https%3A%2F%2Fwww.booking.com%2Fsearchresults.cs.html%3Flabel%3Dgen173nr-1FCAEoggJCAlhYSDNiBW5vcmVmaDQIAQGyAQW4AQfIAQ3YAQH4AQH4AQUSAGf5qAID%3Bsid%3D519f35a50ed134179f531c845c4e0e28%3Bcheckin_month%3D11%3Bcheckin_monthday%3D27%3Bcheckin_year%3D2017%3Bcheckout_month%3D11%3Bcheckout_monthday%3D27)
- BOTSMAN, Rachel. *THE SHARING ECONOMY LACKS A SHARED DEFINITION* [online]. 2013 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://www.collaborativeconsumption.com/2013/11/22/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition/>
- Brno, Czech Republic* [online]. 2017 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/cz/brno>
- BUCZYNSKI, Beth. *Sharing is Good: How to Save Money, Time and Resources through Collaborative Consumption* [online]. Canada: New Society Publishers, 2013 [cit. 2017-05-04]. ISBN 978-0-86571-746-6. Dostupné z: [https://books.google.cz/books?id=WskAAQAAQBAJ&pg=PT21&source=gbs\\_toc\\_r&cad=4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.cz/books?id=WskAAQAAQBAJ&pg=PT21&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false)
- CÁPOVÁ, Michaela. *Berlín zakázal Airbnb. Prý se díky tomu zdražují nájmy ve městě* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://echo24.cz/a/i3853/berlin-zakazal-airbnb-pry-se-diky-tomu-zdrazuji-najmy-ve-meste>

- Ceny a poplatky* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/topic/220/prices---fees>
- COOLICAN, D'Arcy a Lucas COFFMAN. *Trust, the Sharing Economy and Behavioral Economics* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.behavioraleconomics.com/trust-the-sharing-economy-and-behavioral-economics/>
- Czech Tourism: 1. Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku* [online]. [cit. 2016-11-24]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1->
- ČERNÝ, Aleš. *Amatérské ubytování v Česku se stává hitem. Levné noclehy vadí hoteliérům* [online]. 2015 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/airbnb-rust-v-cesku-0om-/ekonomika.aspx?c=A151206\\_172024\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/airbnb-rust-v-cesku-0om-/ekonomika.aspx?c=A151206_172024_ekonomika_rny)
- ČERNÝ, Aleš. *Manažer AirBnB: Praha je u nás čtvrtým nejžádanějším městem v Evropě*  
Zdroj: [http://ekonomika.idnes.cz/rozhovor-s-andrew-verbitsky-z-airbnb-dsy-/ekonomika.aspx?c=A160318\\_154653\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/rozhovor-s-andrew-verbitsky-z-airbnb-dsy-/ekonomika.aspx?c=A160318_154653_ekonomika_rny) [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/rozhovor-s-andrew-verbitsky-z-airbnb-dsy-/ekonomika.aspx?c=A160318\\_154653\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/rozhovor-s-andrew-verbitsky-z-airbnb-dsy-/ekonomika.aspx?c=A160318_154653_ekonomika_rny)
- ČERNÝ, Aleš. *Pronájem bytů už nestačí, Airbnb začíná „prodávat zážitky“. Brzy i v Praze*  
Zdroj: [http://ekonomika.idnes.cz/novinky-v-airbnb-zazitky-i-letenky-dt8-/eko-zahranicni.aspx?c=A161118\\_195903\\_eko-zahranicni\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/novinky-v-airbnb-zazitky-i-letenky-dt8-/eko-zahranicni.aspx?c=A161118_195903_eko-zahranicni_rny) [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/novinky-v-airbnb-zazitky-i-letenky-dt8-/eko-zahranicni.aspx?c=A161118\\_195903\\_eko-zahranicni\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/novinky-v-airbnb-zazitky-i-letenky-dt8-/eko-zahranicni.aspx?c=A161118_195903_eko-zahranicni_rny)
- ČERNÝ, Aleš. *Zweckentfremdungsverbot. A byt už v Berlíně přes AirBnB nepronajmete*  
[online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/berlin-zakazal-pronajmy-celych-bytu-pres-airbnb-ftm-/ekonomika.aspx?c=A160503\\_144107\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/berlin-zakazal-pronajmy-celych-bytu-pres-airbnb-ftm-/ekonomika.aspx?c=A160503_144107_ekonomika_rny)
- ČERNÝ, Aleš. *Co je sdílení a co už podnikání? Uber a spol. nejspíš změní i české zákony*  
Zdroj: [http://ekonomika.idnes.cz/prouza-zpracoval-analyzu-sdilene-ekonomiky-fm3-/ekonomika.aspx?c=A170211\\_180355\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/prouza-zpracoval-analyzu-sdilene-ekonomiky-fm3-/ekonomika.aspx?c=A170211_180355_ekonomika_rny) [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/prouza-zpracoval-analyzu-sdilene-ekonomiky-fm3-/ekonomika.aspx?c=A170211\\_180355\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/prouza-zpracoval-analyzu-sdilene-ekonomiky-fm3-/ekonomika.aspx?c=A170211_180355_ekonomika_rny)
- ČERNÝ, Aleš. *Praze přes Airbnb utíkají desítky milionů ročně. Jinde už poplatky vymohli*  
Zdroj: [http://ekonomika.idnes.cz/mesta-versus-airbnb-048-/ekonomika.aspx?c=A170311\\_2311463\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/mesta-versus-airbnb-048-/ekonomika.aspx?c=A170311_2311463_ekonomika_rny) [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ekonomika.idnes.cz/mesta-versus-airbnb-048-/ekonomika.aspx?c=A170311\\_2311463\\_ekonomika\\_rny](http://ekonomika.idnes.cz/mesta-versus-airbnb-048-/ekonomika.aspx?c=A170311_2311463_ekonomika_rny)
- Daně* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/topic/247/how-taxes-work>
- Důvěra na Airbnb* [online], Ireland [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/about/company-details>

- GALLAGHER, Leigh a Hough Miffin HARCOUT. *How Airbnb Found a Mission—and a Brand* [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://fortune.com/airbnb-travel-mission-brand/>
- GANSKY, Lisa. *The Mesh* [online]. London: Portfolio Penguin, 2010 [cit. 2017-05-04]. ISBN 978-1-101-46461-8. Dostupné z: <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>
- GUTTENTAG, Dr. Daniel. *Airbnb: Why tourists choose it and how they use it* [online]. 2016 In: . [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <https://www.dg-research.com/airbnb-study.html>
- HENDRYCH, Lukáš. *Marta Nováková: Sdílená ekonomika pomůže nezaměstnaným i důchodcům* [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://euractiv.cz/rozhovory/digitalni-agenda/marta-novakova-sdilená-ekonomika-pomuze-nezamestnanym-i-uchodcum/>
- Hotelstars: Najděte si svůj oblíbený hotel!* [online], [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <https://www.hotelstars.eu/cs/czech-republic/servis/vyhledavani-hotelu/?fixedSearch=true&city=Brno>
- Jak fungují hodnocení?* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/article/13/how-do-reviews-work>
- Jaké jsou podmínky pro rezervování na Airbnb* [online], [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/article/1170/what-are-the-requirements-to-book-on-airbnb>
- KLESLA, Jan. *Proč vlastnit, když můžete sdílet..* [online]. 2015 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://ceskapozice.lidovky.cz/nevlastnete-sdilejte-0te-tema.aspx?c=A151111\\_142501\\_pozice-tema\\_kasa](http://ceskapozice.lidovky.cz/nevlastnete-sdilejte-0te-tema.aspx?c=A151111_142501_pozice-tema_kasa)
- Klid v duši. Zaručen.* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/guarantee>
- Komunitní standardy* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/standards>
- KRULIŠ, Kryštof a Alice REZKOVÁ. *Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice* [online]. 2015 In: . [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://www.amo.cz/wp-content/uploads/2016/05/amocz\\_RP\\_2\\_2016\\_web.pdf](http://www.amo.cz/wp-content/uploads/2016/05/amocz_RP_2_2016_web.pdf)
- O nás* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/about/about-us>
- PACHROVÁ, Stanislava a Martina DOLEŽALOVÁ. *Aktuální problémy cestovního ruchu „CESTOVNÍ RUCH: VÝVOJ - ZMĚNY - PERSPEKTIVY“* [online]. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2015 [cit. 2017-05-08]. ISBN 978-80-88064-09-1. Dostupné z: <https://www.vspj.cz/soubory/download/id/4682>
- PICKELL, Jim. *How the Sharing Economy Helps in the Fight Against Climate Change* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://www.huffingtonpost.com/jim-pickell/how-the-sharing-economy-h\\_b\\_8761184.html](http://www.huffingtonpost.com/jim-pickell/how-the-sharing-economy-h_b_8761184.html)

- Platební metody* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/topic/222/payment-methods>
- POLÁKOVÁ, Michaela. Sdílená ekonomika. In: *Události* [televizní zpravodajství]. ČT1, 12.12.2016.
- QUINONES, Anthony a Amanda AUGUSTINE. *Technology and Trust: How the Sharing Economy is Changing Consumer Behavior* [online]. 2015 In: . Banco Bilbao Vizcaya Argentaria's [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [https://www.bbva-research.com/wp-content/uploads/2015/11/151119\\_US\\_SharingEconomy.pdf](https://www.bbva-research.com/wp-content/uploads/2015/11/151119_US_SharingEconomy.pdf)
- Rachel Botsman: The case for collaborative consumption. In: *Youtube* [online]. 17.12.2010 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=AQa3kUJPEko&t=351s> Kanál uživatele TED.
- Rachel Botsman: The currency of the new economy is trust. In: *Youtube* [online]. 24.9.2012 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=kTqgiF4HmgQ&t=468s> Kanál uživatele TED.
- Rachel Botsman: Thinking* [online], c2017. [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://rachelbotsman.com/thinking/>
- Rekreační pronájmy, domovy, zážitky a místa* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/hospitality>
- RUDENKO, Anna. *The collaborative consumption on the rise: why shared economy is winning over the "capitalism of me"* [online]. 2013 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://popsop.com/2013/08/the-collaborative-consumption-sharing-wins-over-ownership/>
- Sdílená ekonomika v ČR roste, potřebuje ale pravidla* [online]. 2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/2016/12/sdilena-ekonomika-v-cr-roste-potrebuje-ale-pravidla/>
- Služební cesty přes Airbnb* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/work?s=footer>
- Správci služebních cest* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/topic/369/travel-managers---bookers>
- The rise of the sharing economy: The Indian landscape* [online]. 2015 In: . India: Ernst& Young LLP [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/\\$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf)
- The Sharing Economy: Consumer Intelligence Series* [online]. 2015 In: . PricewaterhouseCoopers LLP [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>
- ŤOPEK, Martin. *Pronajímatelé přes Airbnb neodvídá městu poplatky. Nová regulace je k tomu má donutit* [online]. 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <http://archiv.ihned.cz/c1-65683150-vybirejte-poplatky-novela-miri-na-airbnb>

- TORBEN, Rick. *THE DRIVERS BEHIND THE RISE OF THE COLLABORATIVE ECONOMY* [online]. 2013 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.torbenrick.eu/blog/strategy/the-drivers-behind-the-rise-of-the-collaborative-economy/>
- Ubytování pro firmy a služebně cestující* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/business-travel-ready>
- UFFORD, Stephen. *The Future Of The Sharing Economy Depends On Trust* [online]. 2015 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2015/02/10/the-future-of-the-sharing-economy-depends-on-trust/#c4d54674717a>
- VYHNANOVSKÝ, Ondřej. *Na ,ubytovací Uber' míří v Česku hotelová taxa. Jeho sokové se radují* Zdroj: [http://byznys.lidovky.cz/na-ubytovaci-uber-miri-v-cesku-hotelova-taxa-jeho-sokove-se-raduji-1c1-/firmy-trhy.aspx?c=a170331\\_172037\\_firmy-trhy\\_pave](http://byznys.lidovky.cz/na-ubytovaci-uber-miri-v-cesku-hotelova-taxa-jeho-sokove-se-raduji-1c1-/firmy-trhy.aspx?c=a170331_172037_firmy-trhy_pave) [online]. Praha, 2017 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [http://byznys.lidovky.cz/na-ubytovaci-uber-miri-v-cesku-hotelova-taxa-jeho-sokove-se-raduji-1c1-/firmy-trhy.aspx?c=a170331\\_172037\\_firmy-trhy\\_pave](http://byznys.lidovky.cz/na-ubytovaci-uber-miri-v-cesku-hotelova-taxa-jeho-sokove-se-raduji-1c1-/firmy-trhy.aspx?c=a170331_172037_firmy-trhy_pave)
- WALSH, Bryan. *Trend Alert! Collaborative Consumption* [online]. 2010 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: [http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2035319\\_2034098\\_2034146,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2035319_2034098_2034146,00.html)
- We've stopped trusting institutions and started trusting strangers | Rachel Botsman In: *Youtube* [online]. 7.11.2016 [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=GqGksNRYu8s> Kanál uživatele TED.
- YARAGHI, Niam a Shamika RAVI. *The Current and Future State of the Sharing Economy* [online]. 2017 In: . New Delhi: Brookings India IMPACT Series [cit. 2017-05-04]. Dostupné z: [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy\\_032017final.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf)
- Zodpovědné hostitelství* [online], [cit. 2017-05-12]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/article/1397/responsible-hosting>



## 9 Seznam obrázků, tabulek a grafů

### Seznam obrázků

OBRÁZEK 1	LOGO SPOLEČNOSTI AIRBNB.....	26
OBRÁZEK 2	NABÍDKA DOSTUPNÉHO AIRBNB UBYTOVÁNÍ V BRNĚ.....	63
OBRÁZEK 3	KONKRÉTNÍ NABÍDKA UBYTOVÁNÍ – ÚVOD.....	64
OBRÁZEK 4	KONKRÉTNÍ NABÍDKA UBYTOVÁNÍ – POPIS.....	64
OBRÁZEK 5	KONKRÉTNÍ NABÍDKA UBYTOVÁNÍ – PRAVIDLA .....	65
OBRÁZEK 6	KONKRÉTNÍ NABÍDKA UBYTOVÁNÍ – MAPA SOUSEDSTVÍ A HODNOCENÍ .....	65
OBRÁZEK 7	KONKRÉTNÍ NABÍDKA UBYTOVÁNÍ – REFERENCE UŽIVATELŮ .....	66
OBRÁZEK 8	MAPA ROZMÍSTĚNÍ DOSTUPNÉHO AIRBNB UBYTOVÁNÍ V BRNĚ.....	67
OBRÁZEK 9	MAPA ROZMÍSTĚNÍ DOSTUPNÉHO UBYTOVÁNÍ V BRNĚ.....	68

### Seznam tabulek

TAB. 1	POČET DOSTUPNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V BRNĚ.....	35
TAB. 2	ROZDĚLENÍ RESPONDENTŮ NA MUŽE A ŽENY DLE VYUŽITÍ SLUŽBY AIRBNB JAKO HOST .....	41
TAB. 3	ŠPATNÉ ZKUŠENOSTI RESPONDENTŮ SE SLUŽBOU AIRBNB .....	42
TAB. 4	FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ.....	46

### Seznam grafů

GRAF 1	MĚSÍČNÍ PŘÍJEM RESPONDENTŮ .....	36
GRAF 2	ZNALOST SPOLEČNOSTI AIRBNB .....	37
GRAF 3	ODKUD JSTE SE DOZVĚDĚLI O AIRBNB?.....	38
GRAF 4	NÁZORY NA SPOLEČNOST AIRBNB.....	39
GRAF 5	ZKUŠENOST S PLATFORMOU AIRBNB.....	40
GRAF 6	ZKUŠENOSTI S PLATFORMOU AIRBNB DLE ROZDĚLENÍ HOST A HOSTITEL .....	40
GRAF 7	ČETNOST VYUŽITÍ PLATFORMY AIRBNB JAKO HOST .....	41
GRAF 8	VYUŽITÍ AIRBNB DLE UVEDENÝCH TYPŮ CESTOVÁNÍ .....	42
GRAF 9	DŮVODY VYUŽITÍ SDÍLENÉHO UBYTOVÁNÍ AIRBNB .....	44
GRAF 10	DŮVODY VEDOUcí K NEVYUŽITÍ SDÍLENÉHO UBYTOVÁNÍ AIRBNB .....	45

# **Přílohy**

## A Dotazník

### 1. Cestujete převážně sám nebo ve společnosti?

- Sám
- S rodinou
- S přítelem/přítečkou, popř. manželem/manželkou
- S kamarády

### 2. Znáte společnost Airbnb

- Ano
- Ne

### 3. Máte zkušenost s Airbnb?

- Ano
- Ne

### 4. Pokud ano, jakou? Byl/a jsem, případně jsem

- Hostitelem
- Hostem
- Obojí
- Nemám zkušenost

### 5. Kolikrát jste využili Airbnb jako host?

- Nevyužil/a jsem Airbnb jako host
- 1x – 2x
- 3x – 5x
- 6x a více

### 6. Kolikrát jste využili Airbnb jako hostitel?

- Nevyužil/a jsem Airbnb jako hostitel
- 1x – 2x
- 3x – 5x
- 6x a více

### 7. Airbnb využívám především k tomuto typu cestování

- Rekreace

- Pracovní cesty
- Poznávací pobyt
- Nevyužívám Airbnb

**8. Máte špatnou zkušenost s Airbnb?**

- Ano, jako host
- Ano, jako hostitel
- Ne

**9. Pokud ano, jakou? Co bylo špatně? Přiměla Vás tato zkušenost skončit s využíváním platformy Airbnb?**

**10. Co si myslíte o Airbnb?**

- Dobrá alternativa k ubytování
- Líbí se mi koncept Airbnb, ale nevyužívám
- Dobrá forma přivýdělku
- Nedůvěřuji konceptu Airbnb
- Nesouhlasím s filozofií Airbnb („Belong anywhere“ – „Patřit kdekoliv“)

**11. Co Vás nejvíce ovlivňuje při výběru ubytování? (5 - daný faktor mě ovlivňuje velmi, je pro mě rozhodující, 1 - daný faktor mě neovlivňuje, nezáleží mi na něm)**

- Cena
- Dostupnost termínu
- Délka pobytu
- Poloha ubytování
- Pohodlí
- Bezpečnost
- Jistota standardů
- Doporučení známých, rodiny, kamarádů
- Zážitky
- Poznání nových kultur

**12. Odkud jste se dozvěděli o Airbnb?**

- Známi – rodina, přátelé
- Sociální sítě
- Jiné propagační materiály – billboardy, odkazy v turistických informacích apod.

- Škola
- Sleduji aktuální dění

### **13. Proč využíváte Airbnb?**

- Levnější alternativa ubytování
- Kvůli jeho filosofii – životní styl, poznávání nových lidí a kultur
- Airbnb ubytování je dostupnější než jiné alternativy ubytování
- Bezpečnost
- Zajímavější nabídka ubytování
- Nevyžívám Airbnb

### **14. Proč nevyžíváte Airbnb?**

- Jiné alternativy ubytování jsou levnější
- Preferuji pohodlnější ubytování v hotelu
- Nedůvěřuji Airbnb a této platformě
- Složitý systém rezervování
- Vnímám Airbnb jako nebezpečné
- Jazyková bariéra
- Využívám Airbnb

### **15. Airbnb využívám jako hostitel**

- Využití ubytovací kapacity
- Dobrý přivýdělek
- Životní styl – poznání nových lidí a kultur
- Nevyžívám Airbnb jako hostitel

### **16. Airbnb jako hostitel nevyžívám, protože**

- Vadí mi narušení soukromí
- Mám strach o vlastní majetek
- Nedůvěřuji systému a platformě Airbnb
- Složitý systém daní, administrativní náročnost
- Jazyková bariéra
- Využívám ubytovací kapacity jinak
- Nemám ubytovací kapacity

**17. Víte o Airbnb doplňkových projektech?**

- Ano, zážitky (zprostředkování lokálních výletů, aktivit)
- Ano, služební cesty (zprostředkování ubytování pro pracovní cesty – přizpůsobený systém placení, přizpůsobené ubytování)
- Ano, průvodci (průvodce dle místních obyvatel odkazující na nejlepší místa k navštívení)
- Ne

**18. Pohlaví**

- Muž
- Žena

**19. Věk**

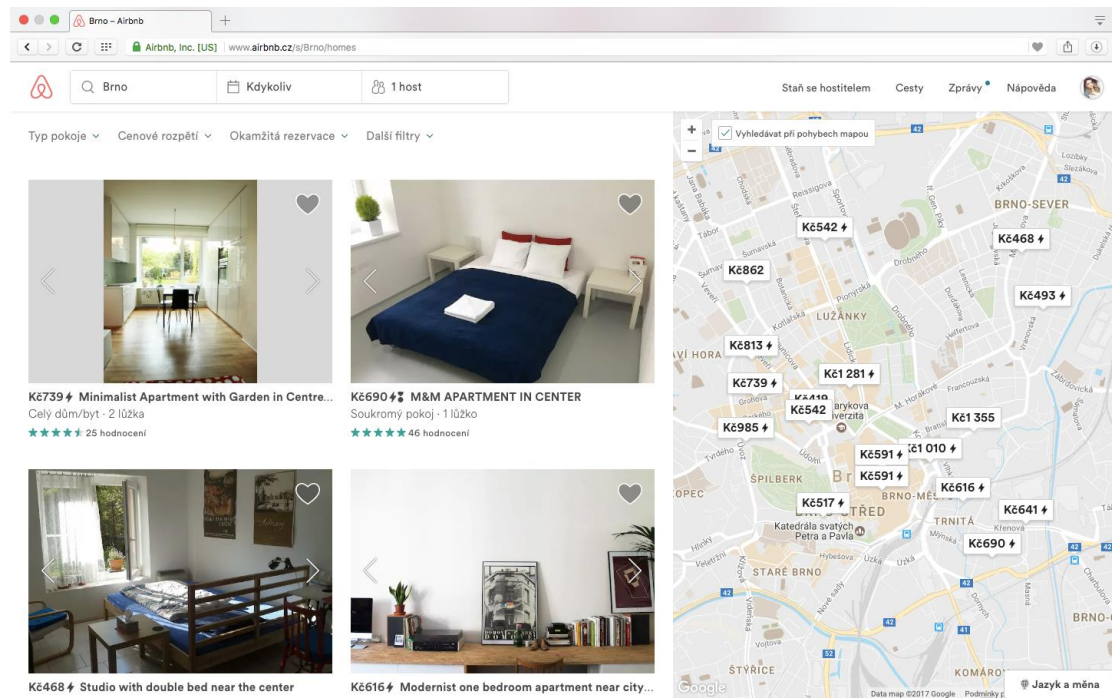
- 15 let – 18 let
- 19 let – 26 let
- 27 let – 35 let
- 36 let – 45 let
- 46 let a více

**20. Měsíční příjem (v čistém)**

- Žádný, kapesné
- 0 Kč – 11.000 Kč
- 11.001 Kč – 20.000 Kč
- 20.001 Kč – 30.000 Kč
- Více než 30.001 Kč

## B Obrázky

Obrázek 2 Nabídka dostupného Airbnb ubytování v Brně



Zdroj: Airbnb – Brno, 2017

Obrázek 3 Konkrétní nabídka ubytování – úvod

Beautiful bright room in Brno

Stah se hostitelem Cesty Zprávy Nápověda

Zobrazit fotky

Okamžitá rezervace  
Rezervuj bez čekání na odpověď od hostitele

Kč585 za noc

Přehled Lokalita Hodnocení Hostitel

**Krásný podkrovní pokoj v centru Brna**

Brno, Česká republika ★★★★★ 28 hodnocení

Tana

Příjezd Odjezd  
dd.mm.rrrr dd.mm.rrrr

Hosté  
1 host

Zdroj: Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna, 2017

Obrázek 4 Konkrétní nabídka ubytování – popis

Vybavení

- Parkování na pozemku v ceně
- Bezdrátový internet
- Rodiny s dětmi vítány
- Kuchyň

+ Více

Ceny

Osoby navíc: **Bez poplatku** Poplatek za úklid: Kč130

Komunikuj vždy jen přes Airbnb  
Aby byla tvá platba chráněna, nikdy nepřeváděj peníze, ani nekomunikuj mimo webové stránky či aplikaci Airbnb. [Zjistit více](#)

Popis

Uspořádání ložnice

Pokoj 1  
1 dvojlůžko

Místo

Pokoj se nachází v podkrovním bytě, dům je prozatím bez výtahu!  
Skvělá lokalita centrum Brna:  
- 5-10 minut chůze náměstí Svobody  
- 5 minut chůze hrad Špilberk  
- 5-10 minut tramvaji z hlavního nádraží

Přístup pro hosty

Ubytování v soukromém pěkném pokoji, samozřejmě je využití kuchyně, koupelny a toalety.  
[+ Více](#)

Příjezd Odjezd  
dd.mm.rrrr dd.mm.rrrr

Hosté  
1 host

**Rezervovat**

Zatím ti nebude nic účtováno

[Uložit do Wish Listu](#)

46 cestovatelů si toto místo uložilo

[Nahlásit tuto nabídku](#)

Zdroj: Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna, 2017



Obrázek 5 Konkrétní nabídka ubytování – pravidla

Pravidla domu	Nekouřit Večírky nebo akce zakázány Čas příjezdu je kdykoliv po 14:00	
	- House without an elevator! / Dům bez výtahu!	
Zrušení rezervací	Přísné Když rezervaci zrušíš 7 nebo více dní před jejím začátkem, získáš zpět 50 % ceny a také servisní poplatek. <a href="#">Zobrazit podrobnosti</a>	
Bezpečnostní prvky	Detektor kouře	Detektor oxidu uhelnatého
Dostupnost	1 noc minimální délka pobytu	<a href="#">Zobrazit kalendář</a>

Zatím ti nebude nic účtováno

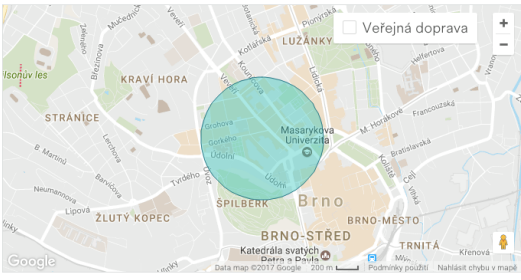
[Uložit do Wish Listu](#)  
 46 cestovatelů si toto místo uložilo  
 f t e ...  
[Nahlásit tuto nabídku](#)

Zdroj: Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna, 2017

Obrázek 6 Konkrétní nabídka ubytování – mapa sousedství a hodnocení

Sousedství

Tana domácnost se nachází v Brno, Česká republika



Informace o přesném místě je poskytnuta až po potvrzení rezervace.

28 hodnocení ★★★★★ [Hledat hodnocení](#)

Přesnost	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>	Lokalita	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>
Komunikace	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>	Příjezd	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>
Čistota	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>	Hodnota	<span style="color: #00a651;">★★★★★</span>

Příjezd  Ujezd

Hosté


[Rezervovat](#)

Zatím ti nebude nic účtováno

[Uložit do Wish Listu](#)  
 46 cestovatelů si toto místo uložilo  
 f t e ...  
[Nahlásit tuto nabídku](#)

Zdroj: Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna, 2017


Obrázek 7 Konkrétní nabídka ubytování – reference uživatelů

 **Alžběta**  
Květen 2017

[Nahlášení](#) [Užitečné](#)

Táňa byla hodná, ochotná :). Byt byl hezký, čistý. Doporučuji!

---


 **Josefína**  
Duben 2017

[Nahlášení](#) [Užitečné](#)

Vše bylo v pořádku, velká ochota ohledně času příjezdu, prostor byl čistý a útulný. Moc se nám líbil pokoj i originální postel z palet se světýlky :) Lokalita je klidná a přes to v centru, všude se dostanete pěšky. V blízkosti je spousta skvělých podniků kam zajít na kávu či víno, nebojte se zeptat na tipy, vyplatí se to :) Mohu jen doporučit.

**Odpověď od Tana:**  
Moc díky za skvělou Airbnb zkušenost! Byly jste skvělé :-)) T.  
Duben 2017

---

 **Eliška**  
Březen 2017

[Nahlášení](#) [Užitečné](#)

V Brně jsem hledala klidné ubytování v centru a našla jsem přesně to co jsem hledala! Celý pobyt byl perfektní a až se do Brna někdy opět vrátím na skolení určitě znova Tany byt využiju. :)

**Odpověď od Tana:**  
Děkuji Eliško! Bylo mi potěšením! :-)) T.  
Březen 2017

Příjezd	Odjezd
dd.mm.rrrr	dd.mm.rrrr

Hosté

1 host ▼

**Rezervovat**

Zatím ti nebude nic účtováno

---

♥ **Uložit do Wish Listu**

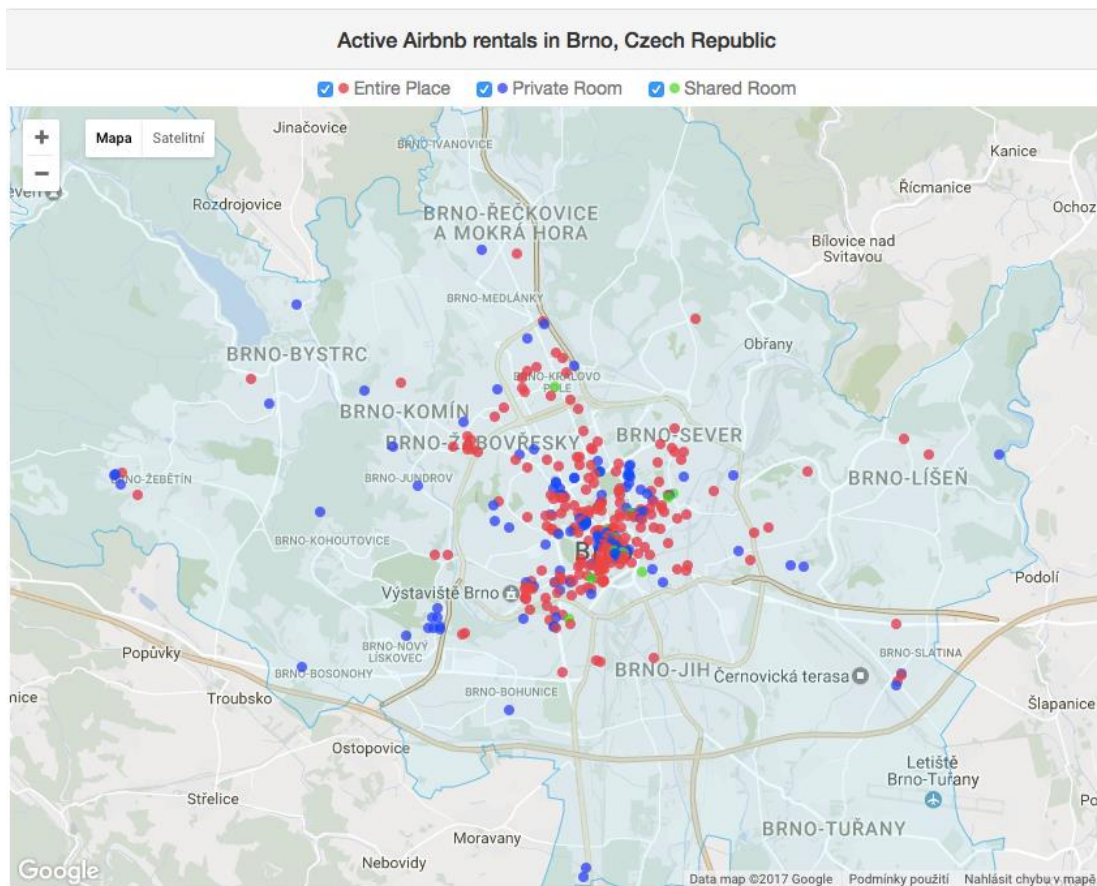
46 cestovatelů si toto místo uložilo

f
t
✉
⋮

[Nahlásit tuto nabídku](#)

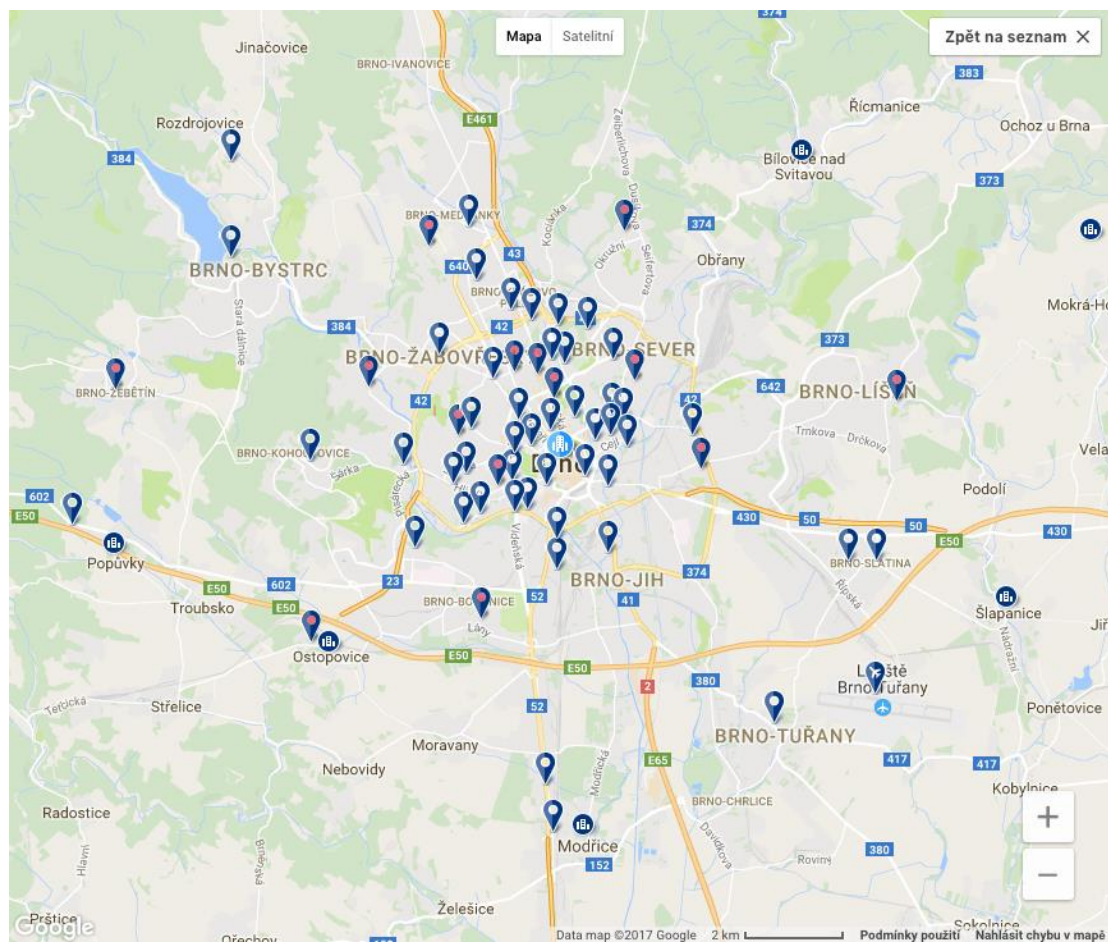
Zdroj: Airbnb: Krásný podkrovní pokoj v centru Brna, 2017

Obrázek 8 Mapa rozmístění dostupného Airbnb ubytování v Brně



Zdroj: Brno, Czech Republic, 2017

Obrázek 9 Mapa rozmístění dostupného ubytování v Brně



Zdroj: Booking.com: Hotely Brno, c1996-2017