

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra informačních technologií



Bakalářská práce

Sdílená ekonomika v České republice

Hana Stoklasová

© 2018 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Hana Stoklasová

Provoz a ekonomika

Název práce

Sdílená ekonomika v České republice

Název anglicky

Sharing economy in the Czech Republic

Cíle práce

Hlavním cílem práce je identifikace a komparace nejdůležitějších zástupců sdílené ekonomiky v online prostředí v České republice.

Dílčím cílem práce je definovat sdílenou ekonomiku jako ekonomický směr, včetně oblastí, do kterých ji lze podle odborných zdrojů dělit, jako jsou sociální sítě, bydlení, doprava a další. Další částí práce je identifikace několika nejznámějších hráčů na trhu, kteří budou řazeni podle předem definovaných oblastí sdílené ekonomiky. Na nich proběhne komparace ekonomických výsledků a analýza jednotlivých firem v oblasti ICT – webové stránky, mobilní aplikace a jejich dostupnost pro různé platformy, posuzována bude také jejich aktivita na sociálních sítích. Analýza bude podpořena dotazníkovým šetřením mezi uživateli služeb založených na sdílené ekonomice.

Metodika

Teoretická část se bude skládat z informací získaných z dostupných odborných zdrojů a bude doplněna o oficiální informace samotných poskytovatelů služeb sdílené ekonomiky.

Praktická část se bude skládat z analýzy a vzájemné komparace jednotlivých významných hráčů trhu sdílené ekonomiky a průzkumu veřejnosti dotazníkovou metodou zaměřenou na zkušenosti obyvatel České republiky se sdílenou ekonomikou, zástupci sdílené ekonomiky a jejich službami. Dále budou zjišťovány způsoby zavedení těchto firem na český trh. Výsledky dotazníkového šetření budou statisticky zpracovány a prezentovány za pomoci grafů.

Doporučený rozsah práce

30 – 40 stran

Klíčová slova

sdílená ekonomika, spoluspotřebitelství, sdílení, sharing economy, peer-to-peer

Doporučené zdroje informací

BOTSMAN, R. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. HarperBusiness, 2010. ISBN 978-0061963544

CANTWELL, M. *Vydělávejte na tom, co vás baví, a žijte podle svého*. ISBN 978-80-247-5420-8.

ERISMAN, C. *Alibaba.com – Příběh největšího on-line tržiště světa*. Aligier, 2016. ISBN 978-80-904895-7-8

GANSKY, L. *The Mesh – Why the Future of Business is Sharing*. Portfolio, 2012. ISBN 978-1591844303

GRAEBER, D. *Dluh : prvních 5000 let*. Brno: BizBooks, 2012. ISBN 978-80-265-0044-5.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Václav Lohr, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra informačních technologií

Elektronicky schváleno dne 21. 10. 2016

Ing. Jiří Vaněk, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 02. 02. 2018

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci Sdílená ekonomika v České republice jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15. 3. 2018

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucímu práce panu Ing. Václavu Lohrovi, Ph.D., za odborné vedení a cenné rady a všem respondentům za ochotu při vyplňování a šíření dotazníku. Další poděkování bych ráda věnovala zákaznické podpoře služby Zonky, kde mi ochotně vysvětlili, jakého rodu Zonky vlastně je, když jsem si nevěděla rady a anketové hlasování mých přátel nepomohlo. V neposlední řadě bych ráda poděkovala rodině a přátelům za podporu nejen v době psaní této práce, ale v průběhu celého studia.

Sdílená ekonomika v České republice

Abstrakt

Předkládaná práce se zabývá sdílenou ekonomikou, která za posledních několik let zažívá díky moderním technologiím obrovský rozmach.

Teoretická práce popisuje různé definice sdílené ekonomiky a její místo v dějinách lidstva. Následující kapitoly se věnují vývoji moderní sdílené ekonomiky a vlivu rozvoje technologií na sdílenou ekonomiku. Dále se práce věnuje ekonomickému zařazení a aspektům sdílené ekonomiky. Práce také představuje různé formy sdílené ekonomiky a oblasti, ve kterých se lze se zástupci sdílené ekonomiky setkat.

Praktická část představuje výsledky dotazníkového šetření, jehož cílem bylo zmapovat názory Čechů na sdílenou ekonomiku, včetně názorů na legislativní problematiku a identifikovat nejdůležitější zástupce na českém trhu. Druhá část vlastní práce se zabývá ICT vybraných zástupců, jejich sociálními sítěmi a přizpůsobením pro český trh. Následuje stručná komparace provizí společností se stejným zaměřením.

V závěru práce jsou potom prezentovány a okomentovány nejdůležitější poznatky.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, sdílení, spoluspotreba, kolaborativní ekonomika, Airbnb, Uber

Sharing Economy in the Czech Republic

Abstract

The topic of the bachelor's thesis presented is the sharing economy, which is experiencing a significant rise in popularity due to the modern technologies.

The theoretical part describes variety of definitions of the sharing economy and its place in the history of mankind. The following chapters are dedicated to the development of the modern sharing economy and the effect the modern technologies have had. It also deals with the economic aspects of the sharing economy, its various forms and fields of business in which the companies that belong into the sharing economy operate.

The empirical part presents results of the questionnaire study. The main purpose was to ascertain general tendencies of Czechs when it comes to the sharing economy, opinions on current problems such as legislative included, and to identify the primary companies on the Czech market. In addition, this thesis also offers ICT analysis of main companies, its social media and adaptation to the Czech market. Short comparison of commission fees is also provided.

The results and the author's commentary are to be found in the conclusion of this thesis.

Keywords: sharing economy, sharing, collaborative consumption, collaborative economy, Airbnb, Uber

Obsah

1 Úvod.....	12
2 Cíl práce a metodika	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodika	14
3 Teoretická východiska	15
3.1 Definice sdílené ekonomiky.....	15
3.2 Historie sdílené ekonomiky.....	18
3.2.1 Předchůdci sdílené ekonomiky	19
3.2.1.1 Komunismus.....	19
3.2.1.2 Ekonomika daru.....	20
3.2.1.3 Příklady sdílené ekonomiky v historii.....	21
3.2.2 Sdílená ekonomika na přelomu tisíciletí.....	22
3.3 Ekonomické vymezení sdílené ekonomiky.....	23
3.3.1 Subjekty a jejich motivace, předmět sdílené ekonomiky	23
3.3.1.1 Poskytovatel a uživatel	23
3.3.1.2 Zprostředkovatel.....	24
3.3.1.3 Předmět transakcí	25
3.3.2 Ekonomické aspekty sdílené ekonomiky.....	25
3.3.2.1 Transakční náklady.....	25
3.3.2.2 Kreativní destrukce.....	26
3.4 Formy sdílené ekonomiky.....	26
3.4.1 Z pohledu zisků.....	26
3.4.2 Z pohledu aktérů	27
3.4.2.1 Peer-to-peer (P2P)	27
3.4.2.2 Customer-to-business-to-customer (C2B2C)	27
3.4.2.3 Business-to-customer nebo business-to-business (B2C, B2B)	27
3.5 Vývoj ICT a jeho vliv	27
3.6 Dopady sdílené ekonomiky.....	29
3.6.1 Sociální	29
3.6.2 Ekologické	29

3.6.3	Ekonomické	30
3.6.4	Legislativní	30
3.7	Sdílená ekonomika v České republice	30
3.8	Oblasti sdílené ekonomiky	31
3.8.1	Ubytování a pracovní prostory	31
3.8.1.1	Airbnb.....	32
3.8.1.2	Couchsurfing	32
3.8.1.3	Flatio.....	33
3.8.2	Doprava.....	33
3.8.2.1	Uber	34
3.8.2.2	HoppyGo, SmileCar	35
3.8.3	Finance.....	36
3.8.3.1	HitHit, Startovač.....	36
3.8.3.2	Zonky.....	37
3.8.4	Služby, pracovní síla.....	37
3.8.4.1	TaskRabbit.....	37
3.8.4.2	Stovkomat.....	38
3.8.4.3	Doginni	38
3.8.5	Vzdělání	38
3.8.5.1	Khan Academy	39
3.8.6	Půjčovny věcí dlouhodobé spotřeby	39
3.8.6.1	Peerby	39
3.8.6.2	SharyGo.....	40
3.9	Přehled vybraných zástupců sdílené ekonomiky	40
4	Vlastní práce.....	41
4.1	Metodologie empirické části	41
4.1.1	Přípravná fáze	41
4.1.2	Populace a sběr dat	43
4.1.3	Zpracování dat	43
4.2	Výsledky dotazníkového šetření	44
4.2.1	Demografické otázky.....	44
4.2.2	Znalost sdílené ekonomiky	45
4.2.3	Názory na sdílenou ekonomiku	47

4.2.4	Sdílená ekonomika a její legislativní úprava	50
4.2.5	Odvětví sdílené ekonomiky v ČR.....	52
4.2.5.1	Ubytování	52
4.2.5.2	Doprava	57
4.2.5.3	Finance	58
4.2.5.4	Vzdělání.....	59
4.2.5.5	Služby/věci	61
4.3	ICT – Airbnb, Couchsurfing a Uber	62
4.4	Ekonomická komparace	64
4.4.1	Airbnb vs. HomeAway	64
4.4.2	Taxify vs. Uber	65
4.4.3	HoppyCar vs. SmileCar	66
5	Výsledky.....	67
6	Diskuze	69
7	Závěr.....	70
7.1	Doporučení dalšího výzkumu	71
8	Seznam použitých zdrojů	72
8.1	Knižní zdroje.....	72
8.2	Internetové zdroje.....	73
8.2.1	Ostatní zdroje.....	74
8.2.2	Ostatní internetové zdroje	74
8.2.3	Použitý software	74
9	Přílohy	75
Seznam obrázků		
	Obrázek 1 - Spektru sdílené ekonomiky.....	23
	Obrázek 2 – Vhodnost statku pro sdílenou ekonomiku.....	25
	Obrázek 3 - Screenshot aplikace Uber.....	35
Seznam tabulek		
	Tabulka 1 - Které z těchto služeb znáte a využíváte? (Ubytování)	52
	Tabulka 2 - Které z těchto společností znáte a využíváte? (Doprava).....	57
	Tabulka 3 - Kterou z těchto společností znáte? (Finance).....	59
	Tabulka 4 - Kterou z těchto společností znáte a kterou jste využili? (Vzdělání)	60

Tabulka 5 - Které z těchto společností znáte a využíváte?	62
Tabulka 6 - ICT pro poskytování služeb	62
Tabulka 7 - Sociální sítě a jejich přizpůsobení českému trhu.....	63
Tabulka 8 - Provize Airbnb vs. HomeAway.....	64
Tabulka 9 - Porovnání tržeb Airbnb a HomeAway při různých velikostech a obsazenosti bytu	65
Tabulka 10 - Provize Uber vs. Taxify.....	65
Tabulka 11 - Provize HoppyGo vs. SmileCar	66
Tabulka 12 - Zástupci sdílené ekonomiky a jejich působnost na českém trhu.....	77

Seznam grafů

Graf 1 - Věkové složení respondentů	44
Graf 2 - Víte, co je sdílená ekonomika?	45
Graf 3 - Věkové složení (Neznám pojem sdílená ekonomika).....	46
Graf 4 - Důvody obliby sdílené ekonomiky	47
Graf 5 - Názory na různé otázky ohledně sdílené ekonomiky v ČR (míra souhlasu)	48
Graf 6 - Je sdílená ekonomika hlavně pro mladé lidi?	49
Graf 7 - Využití sdílené ekonomiky (46 let a více)	49
Graf 8 - Měla by být SE v ČR lépe regulována zákony?.....	50
Graf 9 - Je legislativa ohledně Uberu nedostatečná?	51
Graf 10 - Využíváte Airbnb v ČR nebo v zahraničí?	53
Graf 11 - Využíváte i Airbnb zážitky?.....	54
Graf 12 - Odkud jste se o Airbnb dozvěděli?	55
Graf 13 - Čím je pro Vás Airbnb atraktivní?	55
Graf 14 - Odkud jste se o Uberu dozvěděli?.....	58
Graf 15 - Názory na sdílené vzdělávání (míra souhlasu).....	61

Seznam použitých zkratk

B2B – business to business (podnik podniku), druh obchodního vztahu
 B2C – business to customer (podnik zákazníkovi), druh obchodního vztahu
 C2B2C – customer to business to customer (zákazník-podnik-zákazník)
 CS – Couchsurfing
 ICT – informační a komunikační technologie
 P2P – peer to peer (jednotlivec jednotlivci), druh (nejen) obchodního vztahu
 SE – sdílená ekonomika

1 Úvod

21. století je období digitálních technologií, chytrých telefonů, mobilního internetu nebo třeba sociálních sítí. Technologie jsou čím dál pokročilejší a zároveň dostupnější, staly se neodmyslitelnou součástí našich každodenních životů a jen málokdo si bez nich dokáže představit svojí existenci. Technologie mění svět okolo nás a tím i naše životy. Žijeme v době tzv. čtvrté průmyslové revoluce, která se vyznačuje digitalizací a automatizací, které přináší mnoho změn. Ty se nevyhnuly ani oblasti ekonomiky. To, že největší zprostředkovatel ubytování nevlastní žádné nemovitosti, nejvýznamnější společnost v oblasti osobní dopravy nevlastní žádná auta a největší prodejce světa nevlastní žádné zboží, zní jako utopie. Je to však skutečnost, kterou prostředky dostupné ve 21. století umožňují. Díky rozvoji e-shopů a chytrých telefonů s mobilním internetem můžeme mít jakýkoliv obchod přímo u sebe, ať jsme kdekoliv. Sociální sítě zase umožňují okamžitou komunikaci na neomezené vzdálenosti nebo oslovení miliónů lidí po celém světě. Zatímco dříve bylo šíření informací časově i finančně náročné, dnes lze informace šířit v podstatě v reálném čase s žádnými nebo minimálními finančními náklady. Přes různé platformy se v řádech milisekund dokážeme spojit i s neznámými lidmi v okolí. To vše vede k rozvoji obchodu a průmyslu.

Svět bohatne a světová populace roste. Kupní síla obyvatelstva se zvyšuje a k uspokojení jeho potřeb je zapotřebí využívat stále více přírodních vzácných zdrojů jako je voda nebo půda. Ekologické otázky jsou ale v posledních dvou dekadách hojně diskutovaným tématem, a tak se hledají způsoby, jak být k Zemi šetrnější a jak se vzácnými zdroji zacházet lépe.

Například jsou na světě miliony automobilů, jejichž reálné využití je však okolo 10 %, což znamená, že většina aut je denně v provozu pouze 2–3 hodiny. (Sundararajan, 2016) Zbytek času stojí zaparkovaná na ulicích nebo v garážích. Počet aut hlavně v centrech velkých měst mnohonásobně překračuje kapacitu parkovacích míst, zároveň však kapacita auta bývá málokdy naplněná. Podobné je to i s jinými věcmi, které potřebujeme párkrát do roka, například vrtačkou. Většina domácností ji vlastní, i když její reálné využití je menší než 1 % její životnosti. (Gansky, 2012) Za vznikem sdílené

ekonomiky stojí šlechetná myšlenka: eliminovat nevyužití zdrojů a tím pomoci šetřit nejen finance, ale i vzácné zdroje.

Principy sdílené ekonomiky nejsou ničím novým, sdílení bylo běžné již dávno v dobách před naším letopočtem. Nová je však integrace moderních technologií a rozšíření sdílení i na okruh mimo přátele a rodinu.

Sdílená ekonomika s sebou nese výzvy, jako je důvěra v cizí lidi a profily na sociálních sítích. Důvěra je základem sdílené ekonomiky, spoléhá na poctivost jedinců a pospolitost společnosti. Platformy sdílené ekonomiky působí pouze jako prostředníci sloužící k nabídce, komunikaci a zprostředkování případných finančních transakcí.

Sdílená ekonomika nabízí zajímavou alternativu k hyperspotřebě. Rychle se rozšířila po celém světě, včetně České republiky, kde si záhy získala jak své příznivce, tak své odpůrce.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem bakalářské práce je identifikovat a porovnat nejdůležitější zástupce sdílené ekonomiky v České republice. Práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část.

Teoretická část se věnuje definici sdílené ekonomiky, jejímu ekonomickému vymezení a dělení do různých oblastí působnosti.

Praktická část se věnuje identifikaci nejvýznamnějších zástupců sdílené ekonomiky na českém trhu a dílčím cílům, jako je analýza vybraných zástupců v oblasti informačních a komunikačních technologií (ICT) nebo názorovým trendům a zkušenostem obyvatel České republiky se sdílenou ekonomikou.

2.2 Metodika

Teoretická část vychází z informací získaných z dostupných odborných zdrojů, webových stránek a oficiálních informací poskytovatelů služeb sdílené ekonomiky.

Hlavními tématy teoretické části je definice sdílené ekonomiky, její historie a zařazení z ekonomického hlediska. Teoretická část poté pokračuje rozdělením sdílené ekonomiky podle různých faktorů a představením jednotlivých oblastí, ve kterých se lze se sdílenou ekonomikou setkat. Závěr teoretické části nastiňuje situaci sdílené ekonomiky v České republice, včetně aktuálně diskutovaných problémů.

Praktická část se věnuje nejvýznamnějším zástupcům sdílené ekonomiky a jejich analýze podle dat získaných z dotazníkového šetření, které bylo prostřednictvím internetu šířeno potenciálním uživatelům sdílené ekonomiky. Analyzuje názorové trendy a zkušenosti Čechů, které byly zaneseny do grafů. Další úsek praktické části se věnuje ICT analýze vybraných zástupců, jejich dostupnosti a přizpůsobení pro české zákazníky. Nakonec je provedena krátká komparace možných ekonomických výsledků subjektů nabízejících statky nebo služby na vybraných platformách, podle informací dostupných z oficiálních informací jednotlivých zástupců.

3 Teoretická východiska

3.1 Definice sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika – též známá jako kolaborativní ekonomika, sdílená spotřeba nebo spoluspotřebitelství – v posledních letech zaznamenala obrovský nárůst popularity, i přes to však její jednotná a ustálená definice neexistuje.

Pojem spoluspotřebitelství pochází již z roku 1978, kdy byl použit a vymezen v knize Marcuse Felsona a Joe L. Spaetha. Ti definují spoluspotřebitelství jako události, při kterých jedinec či více jedinců spotřebovávají ekonomické statky či služby v průběhu zapojení se do společných aktivit s ostatními. Autoři tedy jako spoluspotřebitelství uvádí například i obědvání u příbuzných, konzumaci s kamarády v restauraci nebo praní prádla v rodině. (Felson & Spaeth, 1978)

Vůči této definici spoluspotřebitelství se ale v roce 2013 vyznamoval Belk, který namítá, že je příliš široká a vůbec se nezaobírá získáním a distribucí oněch statků a služeb. Místo toho se opírá pouze o koordinovanou spotřebu. Například pokud v restauraci každý zaplatí za svou spotřebu, koordinují sice svoji spotřebu v určitém čase a místě, stále se ale jedná o klasickou tržní výměnu. Spoluspotřeba by vznikla pouze v případě, že by někdo zaplatil za spotřebu ostatních, protože tak by byl zahrnut proces distribuce něčeho, co je naše, někomu jinému k jejich užitku. (Belk, 2014)

Většina autorů a odborníků považuje sdílenou ekonomiku za úzce spjatou s moderními informačními technologiemi, převážně pak se sociálními sítěmi a chytrými telefony.

Důraz na sociální síť klade autorka Lisa Gansky (Gansky, 2012), která ve své knize pojem sdílená ekonomika používá zřídka, zavedla místo něj pojem *The Mesh*, tedy síťovina. *Mesh* definuje jako typ sítě, která umožňuje kterémukoliv uzlu spojit se v libovolném směru s jiným uzlem v systému. Pro sdílenou ekonomiku pak uvedla několik předpokladů:

1. Potenciál sdílení: statek či službu lze snadno sdílet.
2. Pokročilost sociálních sítí: možnost sledování a záznamu dat v reálném čase.
3. Bezprostřednost: lze sdílet kdekoliv a kdykoliv.

4. Sociální sítě jako hlavní nástroj propagace: klasické formy reklamy jsou nahrazeny reklamou na internetu, a to jak na vlastních, tak na cizích platformách, např. Twitter, Facebook.
5. Globálnost: rozsah a potenciál sdílené ekonomiky je celosvětový.

Další z odborníků, Arun Sundararajan (Sundararajan, 2016), definuje ekonomický systém sdílení těmito pěti vlastnostmi:

1. Široce tržně zaměřený: Sdílená ekonomika vytváří trhy umožňující výměnu nejen věcí, ale i služeb, což vede k větší potenciální úrovni ekonomické aktivity.
2. Vysoká úroveň kapitálu: sdílená ekonomika dává příležitost využít potenciálu věcí, lidí, peněz i času na maximum.
3. Síť lidí, spíše než centralizované instituce nebo hierarchie: peněžní i pracovní kapitál pochází spíše od nezávislých jedinců, než od korporálních či státních celků.
4. Prolnutí mezi osobním a profesním životem: aktivity, které jsou předmětem sdílené ekonomiky, jako například půjčit někomu peníze, svůj dům nebo někoho někam svézt, dříve byly považovány za čistě osobní.
5. Prolnutí práce a koníčků, závislé a nezávislé práce: volná pracovní doba umožňuje vydělat si podle potřeb jednotlivce.

Sundararajan si je vědom, že vymezení není dokonalé a že neexistuje jednotná definice, sám označuje sdílenou ekonomiku za kapitalismus založený na lidech (Sundararajan, 2016,).

Alex Stephany, podnikatel a expert na sdílenou ekonomiku, definuje sdílenou ekonomiku jako přidanou hodnotu, která vznikne, pokud zpřístupníte online nějaké komunitě málo či vůbec využívaná aktiva, čímž se sníží potřeba vlastnictví těchto aktiv. K lepšímu pochopení této definice poté zvýrazňuje a dovysvětluje některé pojmy. Prvním pojmem je hodnota, tou je myšlena hodnota ekonomická, vznikající prostřednictvím použití peněz nebo směny. Druhým důležitým pojmem a předpokladem je nevyužití, tedy volná kapacita. Kapacitou v tomto smyslu rozumíme schopnost majetku, věcí a lidí

dosáhnout maximálního objemu výkonů při optimálních podmínkách. Dostupnost online je jedním z hlavních předpokladů sdílené ekonomiky. Dalším předpokladem je existence komunity. Stephany zdůrazňuje, že komunita nemusí být malá skupina lidí, ale právě naopak. Za komunitu považuje například veškeré cestovatele. Posledním důležitým pojmem je vlastnictví, jeho vnímání a formy. Ve sdílené ekonomice se ze statků v podstatě stávají služby. (Stephany, 2015)

Poměrně širokou definici pak nabízí The People Who Share, tedy *lidé, kteří sdílejí* – skupina propagující sdílenou ekonomiku. Vnímají ji jako socio-ekonomický ekosystém postavený na sdílení lidských i fyzických zdrojů, který zahrnuje sdílené vytvoření, výrobu, distribuci, obchod i spotřebu statků a služeb rozdílnými lidmi a společnostmi. A jmenují přes 20 termínů, které se ke sdílené ekonomice váží, jako například upcyklace nebo *The Mesh*. (Mafovská, 2016)

Jako kontrast této široké definice lze uvést článek z The Guardian, kde byl sektor sdílené ekonomiky vymezen tak, že by měl zahrnovat pouze transakce P2P, tedy člověk člověku, ne B2C či B2B. Sdílenou ekonomikou by měly být rozuměny pouze transakce, při kterých nedochází k přenosu vlastnických práv, ale pouze k dočasnému přístupu ke statku. Zároveň by mělo jít pouze o transakce, jejichž předmětem jsou fyzické věci. (Frenken, et al., 2015)

Evropský parlament nechal vypracovat studii, kde byla sdílená ekonomika definována jako kombinace dvou hlavních elementů, a to cíle snížení nevyužití aktiv a použití technologických vymožeností, díky kterým jsou redukovány transakční náklady a zajištěna dostupnost více lidem. (Goudin, 2016)

Zpráva Úřadu vlády zase definuje sdílenou ekonomiku jako ekosystém založený na sdílení lidských a přírodních zdrojů, který zahrnuje vytváření hodnot, produkci, distribuci, obchod a spotřebu zboží a služeb různými lidmi a organizacemi. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

Z výše zmíněných definic je patrné, že každý z autorů vnímá sdílenou ekonomiku jinak. Zatímco někteří vidí sdílenou ekonomiku spíše z pohledu technologií a vztahů, jiní se na ní dívají spíše z pohledu ekonomického a ekologického. Většina vymezuje sdílenou ekonomiku pouze mezi P2P, ale někteří nevyklučují existenci sdílené ekonomiky

i na vyšších úrovních, jako je B2B. Neexistenci jednotné definice mnoho z nich vidí jako problém, který má za následek nejasné zařazení některých firem do sdílené ekonomiky.

3.2 Historie sdílené ekonomiky

Koncept sdílené ekonomiky není nic nového, vztah peer-to-peer (jedinec jedinci) existuje již od doby kamenné. Lidé se často stěhovali, žili kočovným životem, lovili zvěř a sbírali ovoce. Časté stěhování z místa na místo znamenalo, že si s sebou brali jen to nejdůležitější. To je nutilo mezi sebou sdílet to, co měli. Vlastnit příliš mnoho věcí bylo na škodu. Neexistovali peníze, obchodníci ani zákony. Vše probíhalo pouze peer-to-peer. Život před tisíci lety byl v podstatě forma čisté sdílené ekonomiky. (Graeber, 2012)

Před více než 10 000 lety se začal rozšiřovat usedlý způsob života. Lidé začali lépe rozumět zemědělství. Již nebylo potřeba stěhovat se se stády zvířat jinam, pokud půda přestala být úrodná. Vynálezy různých nových nástrojů a rozvoj zemědělství přispěl k větší efektivitě práce a tím i větším úrodám. Lidé si mohli dělat zásoby jídla. Množství potravy dokázali regulovat tak, aby uživilo komunitu. Výsledkem rozvoje zemědělství byl růst populace. Absence stěhování dala vzniknout vlastnickým právům a obchodu. Vznikly banky a úřady a peníze (i v podobě drahých kovů a kamenů) začaly být používány jako prostředek směny. Peer-to-peer sdílení a směna byly méně běžné a trh začal být převážně místem obchodu. Toto období označujeme jako neolitickou revoluci.

Významné potlačení sdílení a směny nastalo až s příchodem průmyslové revoluce v 18. století. Lidé se v důsledku nahromaděného kapitálu, zrušení nevolnictví a tím většího pracovního kapitálu a technického rozvoje odklonili od zemědělství a řemesel. Nastoupila masová produkce, s vynálezem parního stroje a později motoru a elektrického proudu se usnadnila distribuce a vznikly velké moderní korporace. Jedním z důsledků průmyslové revoluce je i zvýšení míry urbanizace. Ve městech měly interakce a transakce spíše jednorázový a krátkodobější charakter oproti vesnickým komunitám. Život ve městě začal být anonymnější, lidé se neznali a neměli mezi sebou takovou důvěru. To vše přispělo k ústupu od sdílení. Sdílení již nebylo nutností, ale spíše možností. (Pollard, et al., 2015)

3.2.1 Předchůdci sdílené ekonomiky

3.2.1.1 Komunismus

Spojení komunismu a sdílení se věnuje ve své knize Dluh: Prvních 5000 let Graeber. Graeber tvrdí, že se všichni do určité míry chováme komunisticky, nikdo však pořád. Komunistická společnost – ve smyslu společnosti založené pouze na tomto principu – by nikdy nemohla existovat. Ale veškeré sociální i ekonomické systémy jako například kapitalismus, byly vždy vybudovány na základních principech komunismu, jako „každý podle svých možností každému podle jeho potřeb“. Takové principy nám umožňují pohlédnout za otázku soukromého vlastnictví (které je často pouze právní formalitou) na mnohem bezprostřednější a praktičtější otázky, jako kdo má přístup k jakému druhu zdrojů a za jakých podmínek. Ať už jde o spolupráci nebo interakci lidí, můžeme to označit za určitou formu komunismu. (Graeber, 2012)

Čím větší je potřeba improvizace, tím je spolupráce demokratičtější. Toto je pravděpodobně důvod, proč se při katastrofách jako jsou záplavy, výpadky elektřiny nebo ekonomický kolaps lidé vrací k čistému komunismu. Hierarchie a obchod se v takových situacích stávají luxusem, který si nikdo nemůže dovolit. Existuje předpoklad, že kdokoliv, kdo není vyloženě nepřitelem, je ochotný v určitých situacích pomoci. To lze spatřit i při běžných událostech, jako je zeptání se někoho na cestu a automatický předpoklad toho, že pokud cestu zná, dá nám správné instrukce a nepošle nás naschvál někam jinam. Poskytnou informace, podržet dveře od výtahu nebo někomu připálit cigaretu – v těchto případech nám připadá naše námaha zanedbatelná, a tak vyhovíme žádostem, aniž bychom o tom přemýšleli. Na druhou stranu, takové bezmyšlenkovité chování lze pozorovat i v extrémních případech, například pokud dítě spadne do kolejiště metra, předpokládáme, že kdokoliv, kdo je schopen nějakým způsobem pomoci, tak provede. Graeber to nazývá „základním komunismem“ (Graeber, 2012, str. 123). Samozřejmě je, že každá komunita má jiné standardy. Ve velkých, neosobních, městských komunitách, může být toto bezmyšlenkovité pomáhání omezeno, ale i tak je to základ pro větší sociální vazby. V menších komunitách naopak bude tento princip ještě rozvinutější. Pokud se lidé znají, je těžší odmítnout jejich žádosti. Věci, které sdílíme, pro nás nejsou tak důležité. V malých komunitách je ale sdílení považováno i za životní potěšení – například pozvat někoho na večeři. Výsledkem toho je, že sdílení je potřebné

jak v dobrých, tak špatných časech. Sdílení není pouze o etice, ale i o potěšení. Solidarita bude existovat vždy. Pro většinu lidí je ale sdílení prostředkem radosti. (Graeber, 2012)

3.2.1.2 Ekonomika daru

Ekonomika daru či kultura daru je forma výměny, ve které věci nejsou prodávány nebo vyměňovány, ale spíše darovány bez výslovné dohody na okamžitou nebo budoucí odměnu. Toto ji odlišuje od tržní ekonomiky, kde je za statky a služby očekávaná vrácená hodnota. (Cheal, 1988)

Jako první se dary a jejich motivací a dopady zabýval polský antropolog Bronislaw Malinowski ve své knize *Argonauti západního Pacifiku*, konkrétně rituálem Kula, což je rituál výměny darů obyvateli Trobriandských ostrovů, kteří se plaví na sousední ostrovy, aby předali symbolické předměty. Je to zároveň příležitost k vyjednávání a slibům. Tento rituál buduje prestiž a udržuje obyvatele ostrovů pohromadě jako jednu společnost. (Malinowski, 1922)

O ekonomice daru však hovoříme až o tři roky později, tedy v roce 1925, kdy antropolog Marcel Mauss napsal v roce 1925 esej s názvem *Essai sur le don*, ve které položil základy sociálním teoriím o výměně darů a reciprocitě. Jako principy ekonomiky daru pak vymezuje dát, přijmout a oplatit. (Mauss, 1999)

V knize autora Lewise Hydea nalezneme porovnání ekonomiky daru a tržní ekonomiky. Rozdíl mezi prodejem či výměnou komodit je v tom, že dary navazují citové vazby mezi lidmi, zatímco při prodeji nevzniká žádné pouto, naopak, je spíše nežádoucí. (Hyde, 1983) Ekonomika daru je blízce spojena s tvorbou komunity, která je v ekonomice daru malá a navzájem blízká.

Spojení mezi ekonomikou daru a sdílenou ekonomikou spatřuje několik autorů, mezi nimi i Sundajaran, který věří, že sdílená ekonomika ovlivňuje kapitalistické výměny a postupem času dojde na trhu k integraci ekonomiky daru do systému, který je komerční a neosobní.

Ekonomika daru nese společné prvky se sdílenou ekonomikou, například co se týče dluhů. V ekonomice daru je možné být dlužníkem, ale dluh nemá konkrétní hodnotu a v některých případech ani není předpoklad, že by měl být dluh splacen dárci. Reciprocita

v ekonomice daru umožňuje splatit dluh komukoliv jinému z komunity. To lze přirovnat ke sdílené ekonomice, kde lze jako dluh spatřit například recenze na Airbnb. Pro ekonomiku daru i sdílenou ekonomiku je podstatná existence komunity, ale oproti malým neanonymním komunitám v ekonomice daru lze ve sdílené ekonomice spatřit široké, digitální komunity, které mohou být tvořeny klidně i miliony lidí. (Sundararajan, 2016)

3.2.1.3 Příklady sdílené ekonomiky v historii

V historii lze nalézt příklady sdílené ekonomiky, které vznikly v rámci výjimečných událostí jako jsou války nebo krize a poté zanikly. Některé se však zachovaly dodnes.

3.2.1.3.1 Německo – 1864

Lidé z vesnic se začali stěhovat za prací a lepším životem do měst industrializované Evropy. Často byli v tíživé životní situaci, a tak jim města poskytovala pozemky, na kterých by si mohli pěstovat jídlo. Tyto zahrady se vyvinuly v komunitní zahrádky, které jsou dodnes typické nejen v Německu. (Credit Suisse, 2015)

3.2.1.3.2 Izrael – 1909

Na začátku 20. století vznikl první kibuc. Jde o utopistické kolektivní uspořádání založené pro snadnější přežití v drsných podmínkách. Základním principem je společné vlastnictví a kolektivní práce. Kibucy se věnovaly hlavně zemědělství, ale postupem času začaly hrát roli i ve vojenských aktivitách a budování státu. Většina kibuců byla po roce 1989 z důvodu ekonomického úpadku privatizována. (Deloitte Česká republika, 2017)

3.2.1.3.3 Spojené státy americké – 1946

Během 2. světové války podporovala americká vláda sdílenou dopravu, aby se ušetřily zdroje potřebné pro válku. Již v roce 1941 začala kancelář ropného koordinátora, kterou založil Roosevelt, kampaň pro úsporu ropy a gumy. Cílem bylo snížit spotřebu o 30 %. Kancelář nabádala řidiče ke sdílení. Tato iniciativa však neměla téměř žádný efekt. Rada pro ropný průmysl ale v roce 1946 tuto kampaň obnovila, tentokrát za větší mediální podpory, např. plakátů. (Credit Suisse, 2015)

3.2.2 Sdílená ekonomika na přelomu tisíciletí

Rozvoj technologií a jejich čím dál lepší dostupnost jsou hlavními důvody návratu ke sdílenému chování. Tato nová éra sdílené ekonomiky je poháněná technologiemi, které rozšiřují komunitu na mnohem větší okruh lidí, než jsou přátelé, sousedi a rodiny, což nám umožňuje angažovat se v něčem, co lze nazvat jako „*sdílení cizinců*“. (Schor, 2014) Trhy poháněné technologiemi dramaticky rozšířily podnikatelské chování založené na sdílení a posunuly hodnoty, kterých si zákazníci v ochotném styku váží, od tradičních firem k podnikatelům působícím na digitálním trhu. (Slee, 2015)

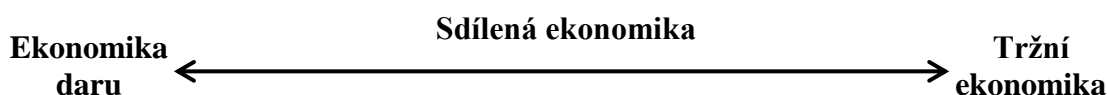
Průkopníkem digitálního peer-to-peer vztahu je internetový obchod Ebay, založený v roce 1995, který úspěšně funguje dodnes. To, co dříve lidé nacházeli v secondhandech a při garážových prodejkách, mohou dnes nalézt v online prostředí Ebaye. Po vstupu Ebaye na čínský trh v roce 2003, založila velmi známá Alibaba Group svůj online aukční portál Taobao, který si zákazníci rychle oblíbili. Dokonce sebral Ebayovi prvenství na trhu a dodnes má největší podíl na čínské e-commerce. Ve stejném roce vznikl i český aukční portál Aukro. Tyto firmy se však soustředí pouze na obchod. Dnešní sdílená ekonomika se zaměřuje spíše na služby. Příjmy pochází ve většině případů z půjčování, ne z prodeje. Půjčit si lze dům, pokoj, sedadlo v autě nebo něčí znalosti a zkušenosti. Sdílená ekonomika také přináší větší míru risku, ale tudíž je k jejímu provedení potřeba větší důvěra. (Botsman & Rogers, 2010) Ebay jako první začalo budovat důvěru v cizí lidi na internetu. Při objednávce z Ebay někdo cizí odešle balíček, to nejhorší, co se může stát, je, že vám nedorazí. Při transakcích přes Airbnb je ale naprosto běžné, že vám v pokoji pro hosty spí člověk, kterého jste nikdy předtím neviděli. Má to tedy mnohem větší sociální dopad. Výše zmíněná peer-to-peer tržiště nejsou ovlivněna vzáleností jednotlivých peerů, vzdálenost pouze mění hodnotu poštovního, ale ve sdílené ekonomice hraje vzdálenost roli zásadní. Je to klíčový faktor pro její efektivnost. (Sundararajan, 2016)

Bližším příbuzným dnešní sdílené ekonomiky je Craigslist (1996), umožňující nabízení jak statků, tak služeb. Craigslist funguje v regionálním měřítku, záleží tedy na vzdálenosti peerů. Problémem Craigslistu je ale nízká míra důvěry, lidé nabízející své služby nejsou žádným způsobem identifikováni ani kontrolováni, stejně tak jako většina nabízených věcí či služeb. Zákazníci nemůžou nabízející hodnotit, neexistuje možnost stížností, a to vše vede k nižší motivaci nabízejících.

K rozvoji sdílené ekonomiky přispělo i založení Wikipedie v roce 2001, došlo k nárůstu ochoty sdílet, vyměňovat informace. V roce 2004 Yoachi Benkler v článku *Sharing Nicely* předpověděl, že „sdílení bude jádrem těch nejpokročilejších ekonomik v mnoha oblastech – v informatice, kultuře, vzdělávání i komunikaci. Tato změna bude způsobena větší dostupností bezplatného softwaru, distribuovaných systémů a sociálních sítí.“ (Benkler, 2004)

3.3 Ekonomické vymezení sdílené ekonomiky

Z ekonomického hlediska lze říci, že se jedná o model mezi ekonomikou daru a tržní ekonomikou. Sdílená ekonomika a její oblasti a formy nabízí obrovskou variabilitu. Nelze ji tedy obecně přesně zařadit. Některé sdílené ekonomiky mají blíže k ekonomice daru, jiné zase ke klasické tržní ekonomice. (Sundararajan, 2016)



Obrázek 1 - Spektru sdílené ekonomiky, zdroj: vlastní, zdroj dat: (Sundararajan, 2016)

Spektrum je široké a hranice mezi sdílenou ekonomikou a ekonomikami na jejich okrajích často splývá. Je proto lepší sdílenou ekonomiku definovat jako hybridní model kombinující prvky socialismu a kapitalismu. Klasický tržní model spočívá v převodu vlastnictví statku mezi dvěma osobami, a to buď za úplatu (peněžní či výměnou za jinou věc), nebo bezúplatně (darováním). Sdílená ekonomika má jiné východisko. Podstatný je pro ni peer-to-peer vztah, který přímo propojuje poptávku s nabídkou. Poptávající a nabízející se spojují skrze zprostředkovatelské digitální platformy. Podmínkou by mělo být, že nedochází ke změně vlastnických práv. Ne u všech firem, které se za sdílenou ekonomiku označují, je to ale pravidlem.

3.3.1 Subjekty a jejich motivace, předmět sdílené ekonomiky

3.3.1.1 Poskytovatel a uživatel

Poskytovatel, též vlastník či nabízející, stojí na straně nabídky. Snaží se prostřednictvím sdílené ekonomiky využít nadbytečnou kapacitu času, prostoru nebo věcí, a to za účelem přivýdělku nebo snížení nákladů. Na druhé straně stojí uživatel, též

spotřebitel nebo poptávající. Ten potřebuje něco, většinou jen krátkodobě, co má poskytovatel v přebytku. Sdílená ekonomika jim umožňuje vzájemně uspokojit potřeby. Poskytovatel se s uživatelem setkávají díky využití digitálních platforem.

Motivací je výhodnost transakcí ve srovnání s tradičním způsobem distribuce a užívání věci. Motivace může být ekonomická, ale i sociální či ekologická. Příkladem ekonomické motivace jsou například ušetřené peníze, sociální motivací je poznání nových lidí nebo zážitek z nevšední formy obchodu, ekologickou motivací může být snížení emisí při využití spolujízdy.

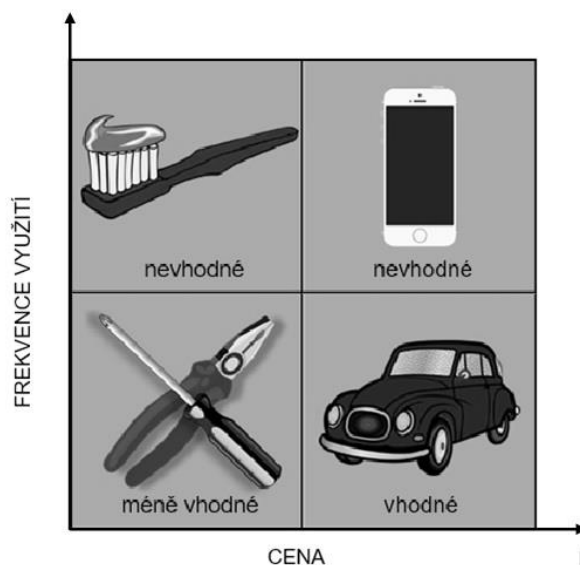
Spotřebitel nemusí investovat do koupě a údržby statku, ale pouze k němu získat přístup za poplatek, a to po dobu, jakou on sám potřebuje. Poskytovatel tak zas může plně využít potenciál takového statku. Příkladem může být nákladná koupě automobilu. Poskytovatel pronajme svůj vůz v době jeho nevyužití za zlomkovou část pořizovací ceny uživateli. Peníze z pronájmu pomůžou poskytovateli pokrýt náklady na pořízení či provoz a zároveň dojde ke zmenšení nevyužití.

3.3.1.2 Zprostředkovatel

Zprostředkující subjekt umožňuje spojení vlastníků se spotřebiteli. Musí disponovat dostatečnou kapacitou nabídek, musí umožňovat rychlou, snadnou a spolehlivou komunikaci subjektů, a to jak před, tak po transakci a také musí být schopen zajistit kontrolu, bezpečnost plateb, pokud přes jeho platformu probíhají, a zamezit nekalému jednání. Toho dosahuje prostřednictvím digitální platformy, ve které se setkává poptávka s nabídkou neznámých subjektů. Jde o dislokovaná centra umožňující okamžité spojení, a to nejčastěji prostřednictvím webových stránek nebo mobilních aplikací. Nejčastější motivací je dosažení zisku – prostřednictvím podílu na zisku poskytovatelů nebo prostřednictvím reklam.

3.3.1.3 Předmět transakcí

Předmětem transakcí sdílené ekonomiky může být jak hmotný, tak nehmotný majetek. Sdílená ekonomika umožňuje zvýšit jejich využití a zároveň výrazně šetřit vzácné zdroje a snížit dopad na životní prostředí (hlavně při sdílené dopravě). Ne vše je ale vhodné pro sdílení. Vhodnosti majetku pro sdílenou ekonomiku se věnuje Lisa Gansky, podle které jsou nejvhodnější drahé a málo využívané statky (viz **Obrázek 2**).



Obrázek 2 – vhodnost statku pro sdílenou ekonomiku, zdroj: vlastní, zdroj dat: (Gansky, 2012)

To, jak svůj majetek využíváme, je velmi individuální věc. Obecně lze ale říci, že nejvhodnější je hmotný majetek s vyšší pořizovací cenou, jako jsou nemovitosti či auta. Co se nehmotných věcí týče, lze sdílet například čas, znalosti, informace nebo finance.

3.3.2 Ekonomické aspekty sdílené ekonomiky

3.3.2.1 Transakční náklady

Hlavním aspektem sdílené ekonomiky jsou technologie, díky kterým jsou transakční náklady minimální.

Náklady za informace korespondují s časem, který zákazník stráví vyhledáváním předmětu koupě a informacemi o něm na trhu. Čím déle času tím stráví, tím větší jsou náklady. Dříve, pokud někdo chtěl pronajmout volný pokoj v domě, nebo část své zemědělské půdy, musel hledat pomocí inzerátů nebo šířit nabídku slovně, což zabralo mnohem více času a oslovilo mnohem méně lidí než digitální nástroje pro nalezení potencionálních kupců.

Náklady za smluvní ceny zahrnují náklady na vyjednání rovnovážné ceny a přípravu smlouvy. Zatímco nákupci menších a levnějších statků spíše přijímají cenu jaká je, ti, co nakupují větší statky nebo velké množství statků spíše o cenách smlouvají, nebo dokonce

o ceně rozhodují, pokud je na trhu velká nabídka. Pokud je na trhu velká nabídka, ale poptávka je konstantní, síla jednotlivce ve vyjednávání se zvyšuje, což může snížit nejen náklady, ale i cenu statku jako takového.

Poslední podsložkou transakčních nákladů jsou *náklady za dohled nad dodržováním vyjednané smlouvy*, tedy náklady na monitorování probíhající transakce a na dohled nad dodržováním smluvních podmínek. V přímých transakcích a při malých objemech jsou tyto náklady nízké. Náklady na dohled jsou tím nižší, čím větší množství informací je stranám poskytnuto před uzavřením smlouvy. Recenze a hodnocení jsou tedy nedocenitelným zdrojem informací pro potenciaální subjekty. (Felländer, Ingram, & Teigland, 2015)

3.3.2.2 Kreativní destrukce

Termín, který zavedl roku 1942 ekonom českého původu Josef Schumpeter, označuje proces, ve kterém vznik nového odvětví nebo nové metody v existujícím odvětví nahradí odvětví nebo proces, který byl zavedený. (Schumpeter, 1976)

Kreativní destrukce je evidentní u snadno srovnatelných odvětví jako prodej kazet a jejich nahrazení DVD a CD, u sdílené ekonomiky je však těžké předpovídat, jaké odvětví či procesy nahradí. Významní hoteliéři či dopravci jsou sice sdílenou ekonomikou nuceni k inovacím, ale zánik těmto klasickým odvětvím ani jejich procesům zatím nehrozí. Starší postupy se spojily s novými technologiemi a vytvořily tak například internet věcí, tedy síť fyzických zařízení, dopravních prostředků a domácích spotřebičů, které mezi sebou dokáží komunikovat. Takové neotřelé systémy vedou k ničení starých postupů, ale ne nutně k zániku starých produktů a služeb.

3.4 Formy sdílené ekonomiky

3.4.1 Z pohledu zisků

Sdílená ekonomika není jen o výměně statků či služeb, ale i o dobrém pocitu. Z pohledu užítka lze definovat tři druhy sdílené ekonomiky (Lessing, 2008):

1. Slabá sdílená ekonomika – z té plyne užitek hlavně pro uživatele samotného.
2. Silná sdílená ekonomika – z té plyne užitek hlavně komunitě, příkladem jsou například dobrovolníci.

3. Hybridní ekonomika – mix komerční a čisté sdílené ekonomiky. (Sdílená ekonomika v dnešním slova smyslu.)

Slabou a silnou sdílenou ekonomiku označuje Lessing za tzv. čisté sdílené ekonomiky, ve kterých jsou hodnoty vytvářeny bez ohledu na peníze. Hybridní ekonomika utváří hodnoty za pomoci peněz, vystupuje v ní komerční subjekt. Komerční subjekt využívá sdílenou ekonomiku k dosažení zisku (Airbnb, Uber apod.). Za hybridní je považována i forma sdílené ekonomiky s komerčním subjektem, který vydělává, aby mohla daná sdílená ekonomika lépe fungovat (princip obecně prospěšné společnosti).

3.4.2 Z pohledu aktérů

3.4.2.1 Peer-to-peer (P2P)

Neboli spotřebitel spotřebiteli, jedinec jedinci. Role digitální platformy je čistě zprostředkovatelská, nijak nezasahuje do podmínek transakce.

3.4.2.2 Customer-to-business-to-customer (C2B2C)

Takový model je charakteristický tím, že digitální platforma nejen zprostředkovává službu mezi poskytovatelem a uživatelem, ale rovněž zasahuje do podmínek zprostředkování, například tím, že nastavuje cenu nebo si bere provizi.

3.4.2.3 Business-to-customer nebo business-to-business (B2C, B2B)

Tato forma není většinou odborníků uznávána jako model sdílené ekonomiky. Jde nejčastěji o odvětví dopravy, kdy firma vlastní dopravní prostředek a nabízí je na komerční bázi spotřebitelům. Příkladem je třeba bikesharingová společnost Ofo, nebo startup DriveNow, který umožňuje půjčit si pomocí aplikace vozy automobilky BMW.

3.5 Vývoj ICT a jeho vliv

Až v 80. letech 20. století došlo k boomu osobních počítačů, internetu a k digitalizaci dat. Předtím byly takové technologie velmi drahé a pro osobní potřebu tak nedostupné. Přední firmy jako IBM, HP nebo Microsoft se proto zaměřovaly především na obchodní společnosti a vládní organizace. Výjimkou byl pouze Apple, který byl od svého začátku zaměřen na jedince. Na přelomu 20. a 21. století nastala změna, technologie byly čím dál tím finančně dostupnější a začaly se masově prodávat. Trend se otočil a technologické

firmy začaly vyrábět technologie určené primárně pro individuální spotřebitele, které pak mohou být na míru upravovány pro byznys a vlády. (Sundararajan, 2016)

Výkonné počítače, chytré telefony, tablety, rychlé širokopásmové internetové připojení, mobilní internet ale i sociální sítě výrazně změnily náš svět a stále se vyvíjí. Spousta z nás žije v „chytrých domácnostech“, které jsou energeticky efektivnější, virtuální asistenti jako Siri nebo Alexa nám pomáhají při každodenních činnostech a produkty jako chytré kávovary nebo chytré osvětlení nám ráno pomáhají vstát z postele. Takzvaný Internet of things (internet věcí) má dopad na celý průmysl. Sdílená ekonomika spoléhá na tzv. big data, která se získávají na základě dat od milionů uživatelů po celém světě. Je ale do budoucna možné protnout Internet of things se sdílenou ekonomikou tak, že by zařízení, na kterých sdílená ekonomika závisí, komunikovala přímo mezi sebou? Některé firmy už nad takovým řešením přemýšlejí. (Ayers, 2017) Příkladem můžou být chytré zámky August Locks, které umožňují hostům přístup bez fyzických klíčů. Hostitel generuje virtuální klíč platný buď jednorázově nebo po dobu pobytu a nemusí se tak fyzicky účastnit při příjezdu či odjezdu hostů a může nabídnout větší časovou flexibilitu check-inu. Díky kameře u vchodových dveří je možnost hosty přivítat přes videohovor nebo jim na dálku odemknout. Hostitel může na svém chytrém zařízení sledovat kdo do domu vchází nebo z něj odchází a zkontrolovat tak například počet hostů. (August Home, 2017) Dalším příkladem může být již zmíněný DriveNow, kdy zákazník pomocí aplikace odemyká a zamyká vůz, cena za použití je vypočítána na základě ujeté vzdálenosti podle GPS a stržena z platební karty. Pozornost vlastníka, v tomto případě automobilky BMW, tak není vůbec potřeba, protože technologie vše obstarají samy. Rozšiřování internetu věcí ale vede k menšímu zapojení lidí do transakcí sdílené ekonomiky. Tomu přispívá rozvoj umělé inteligence. Potřeba zapojení lidského faktoru bude časem u některých věcí zbytečná, což umožní větší flexibilitu a svobodu pro majitele domů či aut a není vyloučeno, že příjmy ze sdílené ekonomiky budou příjmem pasivním. Internet věcí ale není každým vnímán pozitivně. Hlavní obavou je dopad na počty pracovních míst. Auta bez řidiče už jsou ve svém vývoji daleko a několik jich už funguje v normálním provozu.

Sdílená ekonomika se ale stala v druhé dekádě 21. století něčím naprosto běžným a stále více lidem nepříjde zvláštní přespát v cizím bytě nebo si nechat pohlídat mazlíčka

někým cizím u sebe v domě. Toto platí hlavně pro generaci tzv. mileniálů (též nazývanou jako generace Y), tedy pro ty, kteří jsou narozeni v rozmezí let 1982-2004. (Howe & Strauss, 2000) Mileniálové preferují zážitky před prostou spotřebou statků, což je postoj, který nahrává vývoji sdílené ekonomiky. Tato generace je také zvyklá mít při sobě chytrá zařízení a denně s nimi pracovat a tím otevírá dveře dalšímu vývoji internetu věcí.

Za zmínku stojí i vznik Bitcoinu a podobných měn, které usnadňují prodej digitálního majetku. Další věcí, která může mít dopad nejen na sdílenou ekonomiku, je rozvoj a rozšíření dronů. Technologie dronů umožňuje rychlejší dodání zboží na krátké vzdálenosti a snížení nákladů na dopravu mezi peery.

Toto století dalo vzniknout i 3D tiskárnám. I ty mají pro budoucnost možná větší význam, než si zatím dovedeme představit. Je možné, že díky 3D tiskárnám se budou méně prodávat hmotné statky a ještě vzroste počet peer-to-peer transakcí a interakcí. Zákazník si koupí design a věc si následně vyrobí pomocí tiskárny doma. (Sundararajan, 2016)

3.6 Dopady sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika představuje odklon od konzumerismu a hyperspotřeby, a tak má své příznivce i odpůrce. Dopady sdílené ekonomiky s sebou nesou i několik nezodpovězených otázek, protože je těžké předpovědět, jak se kvůli sdílené ekonomice například změní trh práce, když se zároveň mění kvůli automatizaci a robotizaci.

3.6.1 Sociální

Sdílená ekonomika podporuje pospolitost společnosti. Nutí uživatele k důvěře k online prostředí a online profilům a obecné důvěře mezi lidmi. Například Couchsurfing kombinuje tyto sociální požadavky dokonale. Umožňuje lidem navazovat kontakty po celém světě prostřednictvím online prostředí. Lidé nechávají cizince přespávat ve svých domovech, věnují jim volný čas a vyměňují si zkušenosti. (Botsman & Rogers, 2010) (Stephany, 2015)

3.6.2 Ekologické

Sdílená ekonomika se snaží minimalizovat nevyužití zdrojů. Díky spolujízdě se ušetří finance, ale i ropa, vzácný přírodní zdroj. Zároveň se při spolujízdě zmenšuje počet aut v provozu, čímž se produkuje méně CO₂. Dalším příkladem je například šetření

dřeva, vody nebo zemního plynu. Pokud si například místo 20 lidí koupí žebřík jen jeden a zbylých 19 lidí si ho od něj půjčí, ušetří se nejen množství přírodních vzácných zdrojů při výrobě, ale zároveň se sníží i množství odpadu z obalového materiálu. (Kolektiv autorů, 2013)

3.6.3 Ekonomické

Sdílená ekonomika a digitalizace zvyšují cenovou konkurenci a tlačí ceny dolů a tím snižují inflaci. Nižší ceny zároveň zvyšují kupní sílu obyvatelstva. Ceny se u SE pohybují těsně nad marginálními, což představuje hrozby pro klasické firmy. Některé hledají způsoby, jak se do sdílené ekonomiky zapojit a přizpůsobit se tak současnému trendu na trhu, jiní s ní ale bojují a hledají způsoby, jak jí konkurovat. Firmy povolávají právníky a vznikají požadavky po výrazných legislativních úpravách. Sdílená ekonomika přináší změny i na trhu práce, v produktivitě práce či v nerovnoměrnosti platů. Sdílená ekonomika a digitalizace možná brzy změní i způsob, kterým se měří index spotřebitelských cen a HDP. Sdílená ekonomika totiž zahrnuje i služby, které jsou zdarma, a i když je jejich přidaná hodnota nepopíratelná, je jen těžko vyčíslitelná. (Felländer, et al., 2015)

3.6.4 Legislativní

S ekonomickými změnami souvisí i změny legislativní. Klasické tržně orientované firmy volají po potřebných regulacích sdílené ekonomiky jako takové, po regulaci podnikání, zaměstnání, zdanění, ale i ochrany spotřebitele. Dalšími oblastmi, ke kterým se v budoucnu možná bude vztahovat více zákonů, jsou například bezpečnost dat nebo intelektuální vlastnictví. (Felländer, et al., 2015)

3.7 Sdílená ekonomika v České republice

Sdílená ekonomika se rychle rozšířila po celém světě a Česká republika není výjimkou. Na český trh vstoupilo mnoho zahraničních společností, které se do sdílené ekonomiky řadí, jako například Airbnb nebo Uber. Na trhu však nalezneme i čím dál více českých zástupců.

I když se odhadem sdílená ekonomika podílí na HDP pouze z necelé poloviny desetin procenta, její potenciál je mnohem vyšší. (Deloitte Česká republika, 2017),

Na českém trhu se sdílená ekonomika setkává s početnými legislativními problémy. Ty nejvýrazněji zasahují do činnosti společnosti Uber. V současné době funguje Uber pouze v Praze, krátkou dobu ale fungoval i v Brně, kde mu byla předběžným opatřením krajského soudu činnost opakovaně zakázána. Vrchní soud v Olomouci ale opatření po odvolání Uberu vždy zrušil. Uber zatím své fungování v Brně ale neobnovil.

Proti Uberu se v Praze konají opakované protesty řidičů taxi služeb.

Uber se s legislativními problémy setkává nejen v České republice, ale i mnoha jiných státech Evropy. Podobně jsou na tom ale i ostatní oblasti sdílené ekonomiky. Pronajímatele Airbnb neodvádí tzv. městské daně nebo nedaní své příjmy ze sdílené ekonomiky. Legislativní změny se kvůli sdílené ekonomice intenzivně řeší po celém světě.

Vláda ČR, Magistrát města Prahy ale i jiné instituce si nechávají vypracovávat rozsáhlé studie, ve kterých se snaží rozlišit mezi tzv. šedou ekonomikou a ekonomikou sdílení.

3.8 Oblasti sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika pronikla do mnoha odvětví našeho života. Mnoho služeb vzniká, bojuje o uživatele, zápasí s předsudky či úřady a opět zaniká. Mnoho se jich ale úspěšně rozvíjí. Úspěch závisí nejen na nadšení, odhodlání a dobrém nápadu, ale i na společenské sebereflexi a změně myšlení v oblasti spotřeby. Oblastí, ve kterých lze sdílenou ekonomiku pozorovat, je stále víc. Tato kapitola představí nejznámější oblasti a jejich zástupce, kteří působí na českém trhu.

3.8.1 Ubytování a pracovní prostory

V oblasti ubytovacích služeb nabízí své služby celá řada subjektů. Na trhu kromě tradičních poskytovatelů ubytovacích služeb (hotely, penziony, kempy) a platforem čistě zprostředkující jejich nabídku (Trivago, Booking), nalezneme i platformy, které zprostředkovávají nabídku krátkodobého ubytování od jednotlivců. Systém sdíleného ubytování spočívá v tom, že hostitel (ne však nutně vlastník nemovitosti), nabídne tuto nemovitost nebo její část hostům ke krátkodobému užívání, a to buď za úhradu nebo zdarma.

Druhou oblastí je sdílení pracovních (nebo výukových) prostor. Může se jednat o celé objekty, které nejsou vlastníkem využity, o části takových objektů, či dokonce jen části místností (stůl ve společných kancelářích).

3.8.1.1 Airbnb

Airbnb je dnes gigantem sdílené ekonomiky, vzešel ale z poměrně skromného nápadu. V roce 2007 se kamarádi a bývalí spolužáci Brian Chesky and Joe Gebbia přestěhovali do San Franciska. Neměli ale peníze na nájem, a tak přišli s nápadem, že nafouknou matraci v obýváku, kterou pronajmou. Cílem bylo vydělat pouze pár dolarů, které by pomohly s pokrytím nájmu. K nápadu se o rok později přidal Nathan Blecharczyk jako technický ředitel a založili firmu, kterou pojmenovali AirBed & Breakfast. Založili webovou stránku, která nabízela krátkodobé ubytování a v srpnu 2008 při konferenci průmyslového designu, kdy návštěvníci měli problém sehnat ubytování v hotelu, přivítali první hosty. V roce 2009 byl název zkrácen na známé Airbnb a nabídka se rozšířila o různé druhy bydlení od iglů přes apartmány až po hrady.

Airbnb postupně expandovalo a na začátku roku 2018 mělo po celém světě již 20 poboček, 200 milionů uživatelů, přes 4 miliony nabídek ubytování v 65 tisících měst ve 191 zemích světa.

V České republice je 10 400 hostitelů, z toho 7 000 v Praze, ročně se u nás přes Airbnb ubytuje 908 000 hostů, průměrně na 3,3 noci. Množství Čechů, kteří se za stejné časové období¹ ubytovali v zahraničí přes Airbnb bylo 373 000. (Airbnb, 2017)

3.8.1.2 Couchsurfing

Couchsurfing začal v roce 2004 jako malý projekt z vášně k cestování. Zakladatelé Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan a Leonardo Bassani da Silveira poslali email skupině studentů na Islandu a zrodila se myšlenka, že lidé kdekoliv na světě by možná rádi sdíleli své domovy s cizinci, nebo jak autoři říkají *s přáteli, které ještě nepotkali*. Uživatelé Couchsurfingu sdílí nejen své domovy, ale i životy. Poznají tak lépe

¹ Za sledované období od 1.9.2016 do 1.9.2017.

různé kultury a vybudují si vzájemný respekt. S Couchsurfingem cestujete, a přitom se všude cítíte jako místní, poznáváte tak svět způsobem, jaký se penězi koupit nedá. V mnoha městech je komunita uživatelů tak velká, že pořádají různé události jako společné večere, výlety nebo jazykové kurzy. Couchsurfing má přes 14 milionu uživatelů ve více jak 200 000 měst po celém světě. Ubytování přes Couchsurfing je zdarma, ale hosté většinou přivezou něco typického ze své země. Hosté s hostitelem často tráví čas povídáním si o zážitcích z cest a jiných tématech, je zde očekávána větší míra sociální interakce.

Počet uživatelů z České republiky je téměř 155 tisíc².

3.8.1.3 Flatio

Český zástupce sdílené ekonomiky v oblasti ubytovacích služeb, zabývající se střednědobým pronájmem v délce 1 až 6 měsíců, což není atraktivní oblast ani pro realitní kanceláře, ani pro služby typu Airbnb. Střednědobé pronájmy jsou velmi žádané studenty na studijních pobytech, zaměstnanci firem na delších pracovních cestách či dočasných relokací nebo pro ty, kteří hledají bydlení po dobu rekonstrukce vlastního bytu. Nápad okolo Flatio vznikl v srpnu 2015, o dva měsíce později se Flatio dohodlo s investiční firmou Enern a v lednu 2016 spustilo své webové stránky s nabídkou ubytování ve 4 jazykových mutacích (češtině, slovenštině, ruštině, angličtině) v Brně a Praze. Postupně se rozšířilo do Vídně, Bratislavy, Ostravy, Berlína, Varšavy, Krakova a Budapešti. Byty, které jsou na Flatio k dispozici jsou plně vybavené. Zájemce nemusí nikam jezdit ani nikomu telefonovat. Díky virtuální prohlídce si byt může prohlédnout z pohodlí domova. Flatio ručí za reálný popis i fotky bytů. Pokud by se realita lišila, Flatio vám zaplatí hotel a najde nové bydlení.

3.8.2 Doprava

Oblast dopravy je pro sdílenou ekonomiku oblastí s velkým potenciálem.auta jsou poměrně drahá, rychle se opotřebovávají a zároveň je málo využíváme. V průměru slouží vlastníkům jen 10 % dne. (Frenken, Meelen, Arets, & van de Glind, 2015) Po zbytek času

² Couchsurfing.com, 9.2.2018

pouze ztrácí svou hodnotu. Nevyužití také spočívá ve volných sedadlech v jedoucích autech. Sdílením auta mezi vícero uživateli lze plýtvání tímto zdrojem výrazně snížit. Zároveň i skupiny s nižším příjmem mohou díky sdílení získat přístup k dopravnímu prostředku, který si třeba nemohou dovolit vlastnit.

Oblast dopravy pak lze dále dělit na půjčování vozů, spolujízdu, přepravní služby a ostatní.

3.8.2.1 Uber

Firma založena Garrettem Campem a Travisem Kalanickem v roce 2009. V květnu 2010 byla spuštěna beta verze, oficiální pak až v roce 2011 v San Franciscu. Původně aplikace

nabízela uživatelům pouze pronájem luxusního auta s řidičem, jehož cena byla zhruba o polovinu vyšší jak klasické taxi. (McAlone, 2016) V červenci 2012 společnost představila UberX, službu, která umožňovala lidem jezdit pro Uber se svými vlastními auty. Tato služba se rychle rozšířila a na začátku roku 2013 fungovala již ve 35 městech. V roce 2014 se pak přidala služba UberPOOL. Ta spojuje žadatele o svezení po celé délce trasy, kterou řidič jede, kteří mají možnost sdílet jedno auto a podělit se o náklady na cestu.

V roce 2015 se nechal Uber slyšet, že by eventuálně chtěl používat samořízená auta. Najal proto experty na robotiku a v roce 2016 začal autonomní auta zkoušet v provozu. Zkušební provoz byl poměrně úspěšný, Kalifornie ale odmítla registraci takových aut, a tak se projekt přesunul do Arizony. V listopadu 2017 společnost oznámila plánovaný nákup 24 tisíc autonomních aut značky Volvo, která by chtěla v roce 2019 až 2021 uvést do provozu.

Popularita Uberu dala vzniknout i projektům, které nesouvisí přímo s dopravou osob. V roce 2014 spustila společnost UberEATS, tedy online službu pro objednání a rozvoz jídla, fungující na velmi podobném principu jako české DámeJídlo. UberEATS funguje ve více jak 60 městech Evropy. Týdeník Euro oznámil, že služba vstoupí na český, přesněji řečeno na pražský trh, na přelomu jara a léta roku 2018. (Hergesell, 2018)

Uber sice má webové stránky, ty ale slouží především pro poskytnutí informací řidičům a zákazníkům, ne k objednání vozu. Zákazníci objednávají řidiče přes aplikaci a mají možnost sledovat polohu svého řidiče na mapě. Při objednání je jim hned zobrazena a vypočítána přibližná cena. Uber se opírá o nejmodernější technologie. Řidiči Uberu musí vlastnit chytré telefony s GPS a mobilním internetem. Auta nemají klasické taxometry a cena je vypočítávána dle ujeté vzdálenosti přes GPS.

Společnost Uber v České republice funguje momentálně pouze v Praze, a to již od roku 2014.

V Praze spolupracuje s iniciativou BEETHOVEN, což je program pro neslyšící a nedoslýchavé, který jim pomáhá s integrací do

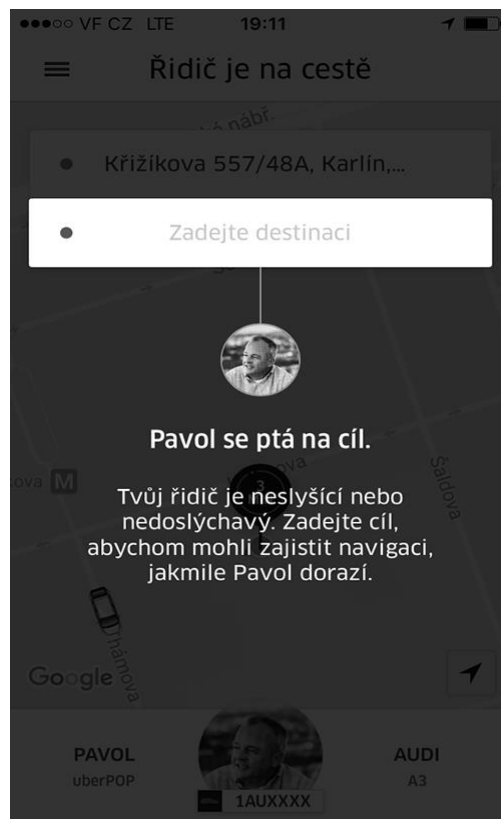
společnosti a pracovními příležitostmi. V Praze tak pro Uber jezdí několik desítek sluchově postižených řidičů.

3.8.2.2 HoppyGo, SmileCar

Dva české start-upy HoppyGo a SmileCar vstoupily na trh shodně v březnu 2017. Oba se zabývají sdílením aut. První jmenovaný, HoppyGo, je pod záštitou ŠKODA AUTO DigiLab a úzce spolupracuje s dopravcem RegioJet, druhý jmenovaný, SmileCar, je pod záštitou dopravce LEO Express.

Cílem obou je snížit nevyužití automobilů. Vlastníci aut nabídnou svá auta k pronájmu za cenu, kterou si sami určí. Firmy k nim připočítají pojištění a takovou cenu pak promítnou do nabídky. Zobrazené ceny jsou tedy u obou konečné a auta jsou dobře pojištěna pro případ nějaké nehody nebo zpronevěry automobilu.

Na rozdíl od SmileCar je u HoppyGo možné vybrat a půjčit si auto pouze přes aplikaci. Dalším rozdílem je i omezení počtu ujetých kilometrů denně. HoppyGo umožňuje



Obrázek 3 - Screenshot aplikace Uber. Zákazník je upozorněn, že ho vyzvedne sluchově postižený řidič. zdroj: uber.com

ujet 300 km za jeden výpůjční den, za každý kilometr nad rámec se doplácí 4 Kč. U SmileCar je limit 200 km, doplatek pak ale činí o korunu méně, tedy 3 Kč za kilometr.

3.8.3 Finance

Příkladem jsou tzv. crowdfundingy, kdy se na úvěr jednomu dlužníkovi (nebo na potřebné finance nějakého projektu) složí několik investorů. Každý zpravidla půjčuje malou částku, čímž je riziko rozloženo. Crowdfundingové platformy většinou pouze zprostředkovávají finanční toky mezi investory a dlužníky, nejsou tedy většinou poskytovateli úvěrů.

Finanční platformy můžeme rozdělit na dvě skupiny, a to P2P půjčky a crowdfundingy. U P2P půjček jde o klasický vztah dlužníka a věřitele. Věřitelem však není bankovní instituce, ale jedinec. V případě crowdfundingu se poté jedná spíše o financování projektů (zajímavých vynálezů, vydání alba, finance pro sportovce atd.). K vrácení peněz poté většinou nedochází, investor je odměněn podle výše příspěvku jinak, většinou věcmi souvisejícími s podpořeným projektem.

3.8.3.1 HitHit, Startovač

HitHit a Startovač jsou příklady českých crowdfundingových platforem. Obě umožňují hromadně financovat projekty. Obě existují pět let a obě za sebou mají několik stovek úspěšných projektů.

Uživatelé žádající o finance mají na HitHitu pro vybrání částky limit 45 dní, na Startovači je dobu možné nastavit na 15, 30 nebo 60 dní. Za svůj příspěvek lidé dostanou nějakou odměnu, ty bývají často personalizované. Pokud projekt nevybere stanovené množství financí, prostředky se příspěvatelům vrátí.

Platformu HitHit využila v roce 2017 například i Pirátská strana, která zde vybírala peníze na svou kampaň pro volby do Poslanecké sněmovny.

Startovač se může pyšnit úspěšným projektem Trabantem napříč Tichomořím, ve kterém se vybralo přes 2,8 milionu korun, což je 562 % původně požadované částky.

3.8.3.2 Zonky

Služba Zonky nabízí peer-to-peer online půjčky ve výši 20 až 500 tisíc Kč s úrokem od 3,99 %. Hlavně díky rozsáhlé marketingové kampani se v oblasti P2P půjček dostala na přední příčku našeho trhu.

Zonky patří do skupiny PPF podnikatele Petra Kellnera, kterému patří třeba i Home Credit nebo Air Bank. Na českém trhu soupeří s firmami Bankerat a Benefi. Ty se ale soustředí spíš na ty, kterým banky už půjčit nechtějí a přizpůsobují tomu i úrokové sazby, které jsou více než 20 %.

Zonky vznikla v roce 2015 a od té doby poskytla úvěry ve výši přes 2 miliardy korun. Přes Zonky si půjčilo již přes 14 000 lidí, kterým finance poskytlo více než 16 000 investorů.³

3.8.4 Služby, pracovní síla

Vysoká míra flexibility pracovní doby, přizpůsobení výše příjmů dle potřeb nebo navýšení příjmů nad rámec hlavního pracovního poměru – to jsou jen některé důvody, proč dochází k nárůstu tzv. oblasti *digitálního freelancingu*. Propojení pomocí platformy jak na lokálním, tak globálním měřítku a různé typy úkolů od hlídání mazlíčků, navržení loga, překlady až po vyzvednutí dětí ze školky. Lidé mají možnost využít své znalosti, schopnosti a volný čas. Výhodou takto poskytovaných služeb bývá časová flexibilita. A to jak pro nabízejícího, tak poptávajícího. Člověk nabízející své služby si sám přizpůsobí pracovní dobu. Vzhledem k tomu, že často pracují mimo svou klasickou pracovní dobu, jsou dostupné služby i v době, kdy běžně dostupné nejsou. Poptávající tak může sehnat třeba instalátora ve večerních hodinách, bez toho, aniž by připlácel za pohotovost.

3.8.4.1 TaskRabbit

Když Leah Busque neměla jednoho dne v roce 2008 čas koupit svému psovi granule, zrodil se nápad, založený na myšlence, že sousedé by si měli pomáhat. V roce 2009 díky Facebookovému fundingovému nástroji pro podnikatelské nápady fbFund vybrala téměř

³ K 20. 2. 2018

2 miliony dolarů a najala prvního zaměstnance, softwarového inženýra Briana Leonarda. V roce 2010 byla služba spuštěna v San Franciscu. O rok později se díky financování několika investorů rozšířila do dalších měst Spojených států a dále rostla. V roce 2013 byla spuštěna verze TaskRabbit Business, která firmám umožňovala najmout uživatele TaskRabbitu pro krátkodobé pokrytí nedostatku pracovních sil.

Uživatelé nabízí pomoc převážně s domácími pracemi jako je údržba zahrady, domu nebo úklid. TaskRabbit funguje v desítkách městech v USA a britském Londýně. V září 2017 byl TaskRabbit odkoupen společností IKEA. (Swisher & Schleifer, 2017)

3.8.4.2 Stovkomat

Portál, který vznikl v roce 2014, nabízí tzv. mikroslužby, což jsou práce, za které si prodávající účtuje malou odměnu. Na Stovkomatu jsou mikroslužby od 150 Kč výš.

Prodejci nabízejí své služby v několika odvětvích. Jedná se ale pouze o služby, které lze vykonat online, tedy bez toho, aby se kupující a nabízející museli osobně setkat. Nejčastěji se jedná o grafické návrhy, online marketing nebo překlady a copywriting.

3.8.4.3 Doginni

Doginni je česká firma založená v roce 2014, jejíž hlavní činností je hlídání psů. Majitelé zadají svou adresu a portál jim vyfiltruje náhradní „páníčky“ v okolí. Každý má svůj profil, na kterém se majitel dozví o zkušenostech, časových možnostech, cenách a také si může přečíst hodnocení ostatních klientů. Ať už jde o jednorázové venčení, pravidelné venčení nebo vícedenní pobyt, majitelé zde takové služby najdou. Při vícedenních pobytech si hlídači berou psy k sobě domů. V databázi má nyní přes 700 hlídačů.⁴

3.8.5 Vzdělání

P2P vzdělávací kurzy, které jsou buď bezplatné nebo za dobrovolný příspěvek. Cílem je rozšíření přístupu ke vzdělávání.

⁴ K 1. 3. 2018

3.8.5.1 Khan Academy

Khan Academy je nezisková vzdělávací organizace založená v roce 2006 s cílem založení sady online nástrojů pro podporu výuky studentů. Organizace produkuje krátká videa na YouTube a jejich webové stránky nabízí doplňková cvičení a materiály. Hlavním jazykem je angličtina, ale webové stránky nabízí překlad do 5 světových jazyků a videa na YouTube mají dobrovolníky tvořeny titulky v různých jazycích. Veškeré materiály jsou zdarma, a tak financování pochází od společností. V roce 2010 dostala Khan Academy dar ve výši 2 miliony dolarů od společnosti Google na tvorbu nových kurzů a na jejich překlad do více jazyků, v roce 2015 pak společnost AT&T darovala 2,25 milionu dolarů na vývoj mobilní aplikace.

Ani tato organizace se však nevyhnula kritice. Zakladatel Salman Khan je často kritizován za to, že nemá pedagogické vzdělání a že forma, kterou Khan Academy prezentuje data, je neefektivní. Khan ale hodnotu organizace brání tím, že nikdy nezamýšlel, že by Khan Academy měla nahrazovat tradiční školní výuku. (Westervelt, 2016)

3.8.6 Půjčovny věcí dlouhodobé spotřeby

Poslední skupinou jsou tzv. půjčovny věcí. Jde v nich hlavně o statky dlouhodobé spotřeby, které jsou původcem více než 20 % emisí CO₂. Většina takových statků je využívána méně než 10 % jejich života. (Například vrtačka je v průměru využívána jen 13 minut času za celou dobu její životnosti.) Půjčovny věcí se snaží snížit nejen nevyužitou kapacitu takových statků a tím i dopad na životní prostředí.

3.8.6.1 Peerby

Peerby je malá společnost z Nizozemska, která věří v „my“ místo „já“. Peerby nabízí alternativu ke spotřebě poháněné kulturou, kterou označují jako *kulturu vyhazování*. Peerby spojuje lidi na základě směrovacího čísla. Je to tedy služba s lokálním rozsahem. Lidé mohou přes Peerby nabídnout v podstatě cokoliv. Skleničky, židle, nářadí, kufr, stan nebo přenosný gril jsou jen zlomek nabídky.

Peerby má oficiálně pouze holandskou, anglickou a německou jazykovou verzi, uživatelé ale nejsou nijak limitováni, a tudíž jde o celosvětovou komunitu.

3.8.6.2 SharyGo

Jde v podstatě o českou obdobu Peerby, která byla založena v říjnu 2017. Registrovaní uživatelé si půjčují věci, které potřebují, ale koupě je nevýhodná, od lidí, kteří tyto věci mají doma ladem. SharyGo poskytuje prostor pro inzerci. Rozhodnutí o výpůjčce uskuteční inzerent a poptávají na základě vzájemné komunikace. SharyGo vygeneruje smlouvu o výpůjčce (a případné záloze), která je v souladu s občanským zákoníkem ČR.

3.9 Přehled vybraných zástupců sdílené ekonomiky

Zástupců na poli sdílené ekonomiky je opravdu mnoho. V přílohách práce naleznete tabulku, které obsahuje nejznámější zahraniční a české zástupce. Seznam však není vyčerpávající, jde spíše o vybrané příklady. Tabulka obsahuje i oblasti, které v předcházející kapitole nebyly představeny, ať už kvůli neexistenci českého zástupce (oblast jídla) nebo spornému zařazení do sdílené ekonomiky (prodej, výměna věcí). (viz kapitola 9 Přílohy)

4 Vlastní práce

4.1 Metodologie empirické části

4.1.1 Přípravná fáze

Na základě teoretické části byl proveden výzkum ohledně povědomí o sdílené ekonomice v České republice (zda Češi vědí, co je sdílená ekonomika, jestli znají zahraniční i tuzemské zástupce), o využívání sdílené ekonomiky (zda a do jaké míry využívají Češi sdílenou ekonomiku a zda jí využívají spíše při cestách do zahraničí, nebo i po republice) a také zkušenosti se sdílenou ekonomikou a názory na ni (jestli ji vnímají pozitivně, negativně, jaké mají názory na legislativní spory ohledně sdílené ekonomiky, konkrétně pak firmy Uber).

Pro provedení výzkumu byla zvolena explorativní metoda (Hale & Napier, 2013), a to vzhledem k tomu, že oblast sdílené ekonomiky je poměrně nová a nebylo jí ve výzkumech zatím věnováno moc pozornosti. Před sestavením dotazníku bylo stanoveno několik výzkumných otázek, vycházejících ze stereotypů (například že starší lidé méně používají nové technologie a nemají tak velké povědomí o sdílené ekonomice), nebo z poznatků z teoretické části (například legislativní problémy sdílené ekonomiky, motivace k využívání).

Výzkumné otázky jsou:

1. zda respondenti znají pojem sdílená ekonomika, jak se znalost liší podle různých demografických skupin,
2. jaké jsou hlavní motivace k využívání sdílené ekonomiky,
3. jaké jsou trendy v názorech na diskutované problémy sdílené ekonomiky, konkrétně pak názor na protesty proti Uberu vedené pražskými taxikáři,
4. zda Češi znají a využívají zástupce sdílené ekonomiky a zda jsou zahraniční zástupci (Airbnb, Couchsurfing a Uber) známější než tuzemští a sociální sítě jsou hlavním prostředkem rozšiřování zákaznické základny.

Dotazníkové šetření lze snadno vytvořit a šířit velkému počtu potenciálních respondentů, kteří mohou vyplňovat i prostřednictvím chytrých zařízení. Nevýhodou je pak menší kontrola nad respondenty, nad tím, kdo dotazník skutečně vyplnil, nebo zda ho někdo nevyplnil opakovaně, což však není příliš pravděpodobné. Vyšší počet respondentů však tyto nevýhody může kompenzovat, neboť platí, že „čím větší vzorek, tím menší pravděpodobnost chyby“ (Hale & Napier, 2013). Předem byl stanoven požadovaný minimální počet alespoň dvoust respondentů.

Dotazník byl sestaven podle doporučení Chromého, že dotazník by neměl trvat déle jak 30 minut a měl by vypadat profesionálně. Grafická profesionalita dotazníků může mít vliv na poctivost respondentů při vyplňování a také návratnost dotazníků. (Chromý, 2014)

Pro sestavení dotazníku byly zvoleny Google Forms. Je to jednoduchý a bezplatný nástroj pro vytváření online dotazníků. Google Forms jako jedna z mála platforem pro dotazníky nabízí přeskokování sekcí otázek na základě předchozí odpovědi. Vzhled dotazníků je ale pevně naprogramován, a kromě volby barevného schématu pro celý dotazník se nedá nijak upravovat. Nedal se ani nastavit pevně daný jazyk dotazníku, což způsobilo, že některým se zobrazovaly automatické prvky jako tlačítko „Další“, „Zpět“, „Jiné:“, nebo „Odeslat“ v angličtině.

Před distribucí dotazníku byl proveden předvýzkum, jehož cílem bylo identifikovat problémy spojené s dotazníkem. (Chromý, 2014) Předvýzkum byl proveden na 8 lidech. Respondenti byli požádáni, aby si při vyplňování všímali nejasných nebo chybných formulací a případných jazykových chyb a poskytli potřebný feedback.

Dotazník byl rozdělen na několik sekcí, které se zobrazovaly postupně, tak, aby následující sady otázek nebyly viditelné a nemohly tak ovlivnit předcházející odpovědi.

Jako první byla otázka, zda respondent ví, co je sdílená ekonomika. Pokud byla odpověď negativní, dotazník pokračoval až na závěrečnou sadu informativních a demografických otázek. Ti, co odpověděli, že ví, co termín sdílená ekonomika znamená, nebo termín slyšeli, ale neví, co si pod ním představit, se přesunuli na další část dotazníku, kde byla pro jistotu sdílená ekonomika stručně vysvětlena.

První část dotazníku se soustředí na znalosti, užívání a zkušenosti s konkrétními zástupci sdílené ekonomiky. V této části se nacházelo několik přeskoků sekcí otázek na

základě odpovědí, kdy například při negativní odpovědi u otázky, zda jste někdy využili danou službu, byl přeskok na další službu, zatímco uživatelé, kteří odpověděli kladně, odpovídali na sadu otázek detailněji se zabývajících danou službou.

Druhá část dotazníku se potom zaměřuje na obecné názory na sdílenou ekonomiku a hlavní motivace pro používání.

Na konec dotazníku byla zařazena sekce s demografickými otázkami. Po této části byl respondentům poskytnutý prostor pro závěrečné doplnění otázek nebo myšlenek, poděkováno za jejich čas a uvedený odkaz na dotazník pro jeho případné šíření a prostor pro poskytnutí emailové adresy v případě, že mají zájem o výsledky.

Dotazník je přiložen.

4.1.2 Populace a sběr dat

Dotazník byl určen primárně uživatelům sociálních sítí a potenciálním uživatelům sdílené ekonomiky. Byl sdílen do skupin na sociální síti FB, které se zabývají sdílenou ekonomikou nebo cestováním. FB skupiny (a počet jejich členů k polovině února 2018), ve kterých byl dotazník sdílen, jsou následující: Cestování, spolucestování, cestovatelská seznamka (103 tis. členů), Spolujízda Praha – Vrchlabí (Krkonosy) (3,9 tis. členů), Dovolená společně – sdílej zážitky z cest (5,5 tis. členů), Sdílená ekonomika (1,2 tis. členů). K odkazu na dotazník byla vždy připojena žádost o sdílení do okruhu osob, kterých by se sdílená ekonomika mohla nějak týkat. Vzhledem k otevřené distribuci tak nelze vypočítat návratnost dotazníků, ani přesně vymezit okruh respondentů.

4.1.3 Zpracování dat

Celkem dotazník vyplnilo 227 respondentů, cíl minimálního počtu vyplňujících byl tedy splněn.

V odpovědích byly provedeny jen nutné změny, pokud například někdo využil pole „Jiné“, do kterého však uvedl opisem jen jednu z nabízených možností, byla tato odpověď přiřazena odpovídající možnosti.

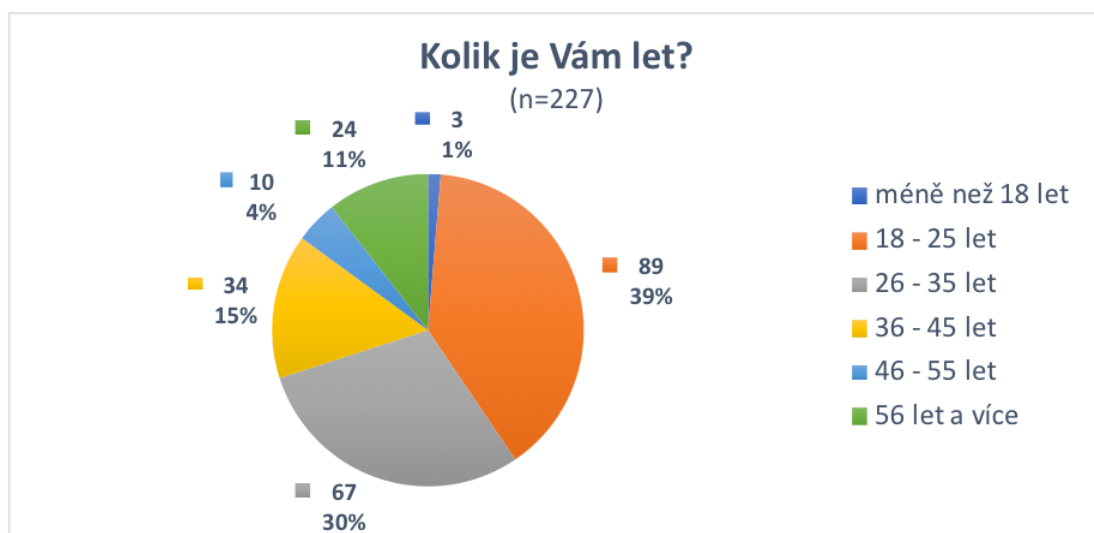
U prezentovaných otevřených odpovědí je uvedeno vždy číslo respondenta (R1–R227), např. R148. Odpovědi jsou jazykově upraveny a převedeny do neutrálního mužského tvaru, tzn. že nelze poznat, zda se jedná o muže či ženu.

V grafech je označeno, kolik respondentů na danou otázku odpovědělo, a to písmenem *n*. U otázek, kde bylo možné zvolit více možností, je kromě počtu respondentů *n* uveden i celkový počet odpovědí *o*.

4.2 Výsledky dotazníkového šetření

4.2.1 Demografické otázky

Z celkového počtu 227 respondentů bylo 83 (36,6 %) mužů a 144 (63,4 %) žen. Věkové rozložení vzorku je následující:



Graf 1 - věkové složení respondentů

Nejvíce respondentů je ve věku 18–25 let (39 %), následuje kategorie 26–35 let (30 %). Jedná se o tzv. mladé a střední dospělé, kteří by měli být cílovou kategorií sdílené ekonomiky.

Populační vzorek byl v několika aspektech poměrně vyrovnaný. Co se týče vzdělání, největší zastoupení měla skupina středoškolsky vzdělaných s maturitou (43,9 %) a vysokoškolsky vzdělaných (37,9 %), ostatní kategorie byly zastoupeny zřídka (<10 %).

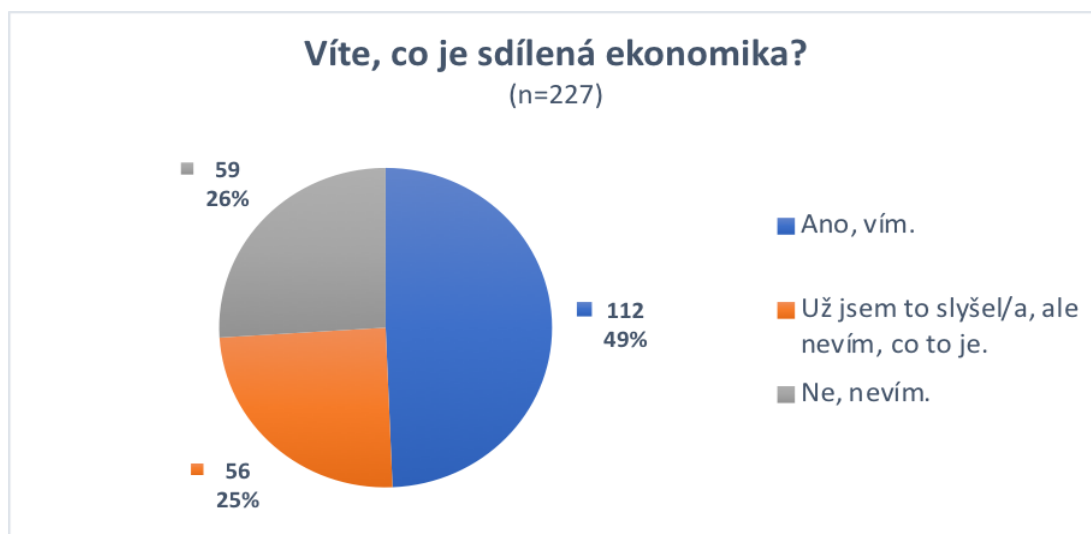
Největší vyrovnanost v našem vzorku lze nalézt v čistých příjmech domácností, ve kterých respondenti žijí. Největší zastoupení měla kategorie 25–40 tis. Kč (30,5 %), následuje

40-80 tis. Kč (29,2 %) a kategorie do 25 tis. Kč (24,3 %). Okrajové kategorie pod 25 tis. a nad 80 tis. Kč jsou zastoupeny o poznání méně (7,5 respektive 8,4 %).

Vzhledem k tomu, že většina zástupců sdílené ekonomiky představuje a nabízí své služby jen v angličtině i přesto, že je jejich rozsah globální, byla zjišťována jazyková vybavenost respondentů. Téměř polovina respondentů (44,9 %) nemá žádné problémy s porozuměním a komunikací v angličtině. Třetina respondentů se anglicky dorozumí s občasnými problémy (30,8 %). Zbytek respondentů anglicky uměl pouze základy (17,6 %) nebo vůbec (6,6 %).

4.2.2 Znalost sdílené ekonomiky

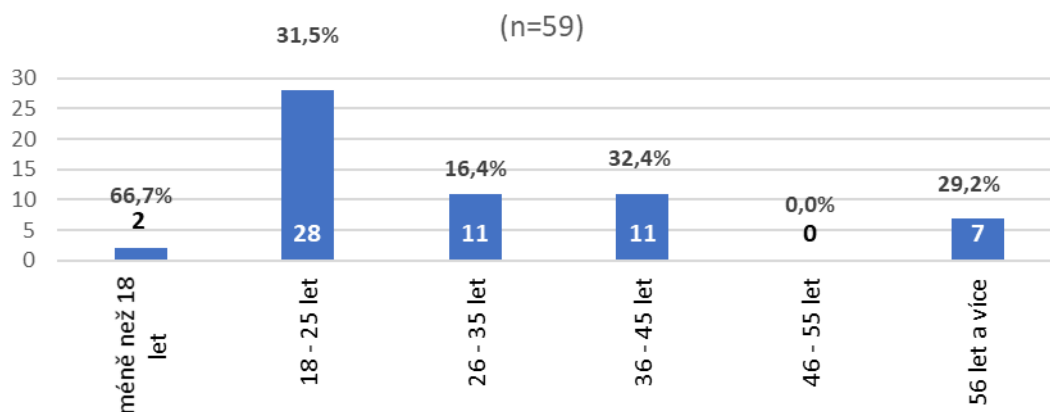
Úvodní otázkou dotazníku bylo, zda respondenti ví, co je to sdílená ekonomika, nebo zda tento termín už někdy slyšeli.



Graf 2 - Víte, co je sdílená ekonomika?

112 respondentů, tedy 49 %, termín zná a ví, co znamená. Čtvrtina, tedy 56 respondentů, pojem sdílená ekonomika již slyšela, ale nevěděla, co přesně znamená. 26 % respondentů nevědělo, co je sdílená ekonomika a ani tento termín neslyšelo. Věkové složení respondentů, které pojem sdílená ekonomika vůbec neznali, lze pozorovat v následujícím grafu.

Věkové složení - neznám pojem sdílená ekonomika



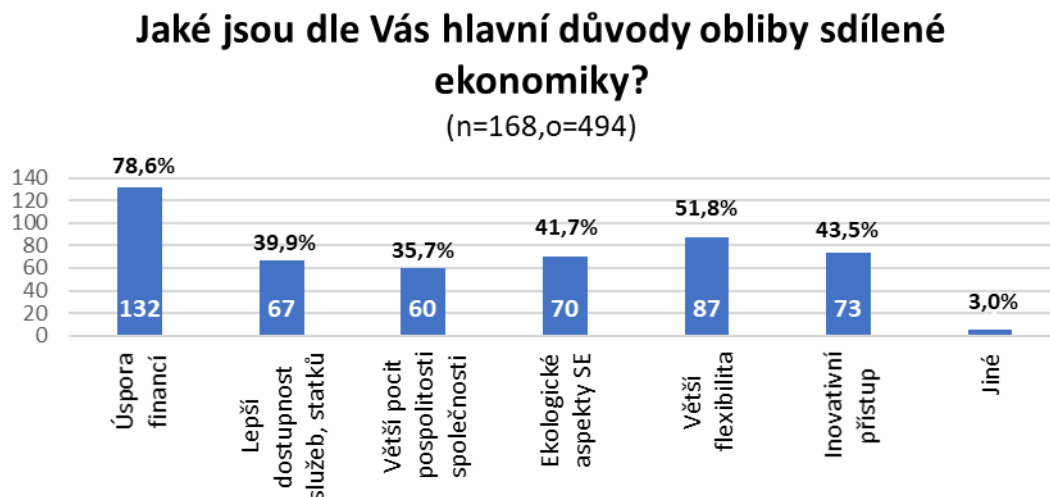
Graf 3 - věkové složení (Neznám pojem sdílená ekonomika)

Největší podíl lidí, kteří sdílenou ekonomiku neznají, lze pozorovat u mladších 18 let. Tato skupina je však v tomto populačním vzorku zastoupena pouze malým počtem respondentů. Že neví, co sdílená ekonomika je, odpověděli 2 ze 3, tedy (66,7 %). Vysoké podíly neznalosti sdílené ekonomiky lze pozorovat u kategorie 36–45 let, kde sdílenou ekonomiku neznala třetina zástupců (11 z 34 respondentů, tedy 32,4 %) a u kategorie 18–25 let (28 z 89 respondentů, tedy 31,5 %). Nejmenší neznalost sdílené ekonomiky je u 46–55letých respondentů, kde z 10 respondentů všichni věděli, co je sdílená ekonomika (0 z 10 respondentů, tedy 0,0 %) a u kategorie 26–35 let, kde sdílenou ekonomiku neznalo 11 z 67 respondentů (16,4 %).

Zajímavé je srovnání neznalosti sdílené ekonomiky mezi muži a ženami. U obou pohlaví bylo procento téměř shodné. Z žen neznalo sdílenou ekonomiku 38 ze 144 respondentů (26,4 %), u mužů pak 21 z 83 respondentů (25,3 %).

Co se vzdělání a sdílené ekonomiky týče, je zajímavé, že čím vyšší vzdělání, tím menší neznalost sdílené ekonomiky. Nejmenší neznalost sdílené ekonomiky byla u vysokoškoláků (12/86, 14 %), dále pak u respondentů s vyšším odborným vzděláním (3/12, 25 %), s maturitou (31/99, 31,3 %), středoškolským vzděláním bez maturity (7/21, 33,3 %) a se základním vzděláním (6/9, 66,7 %).

4.2.3 Názory na sdílenou ekonomiku



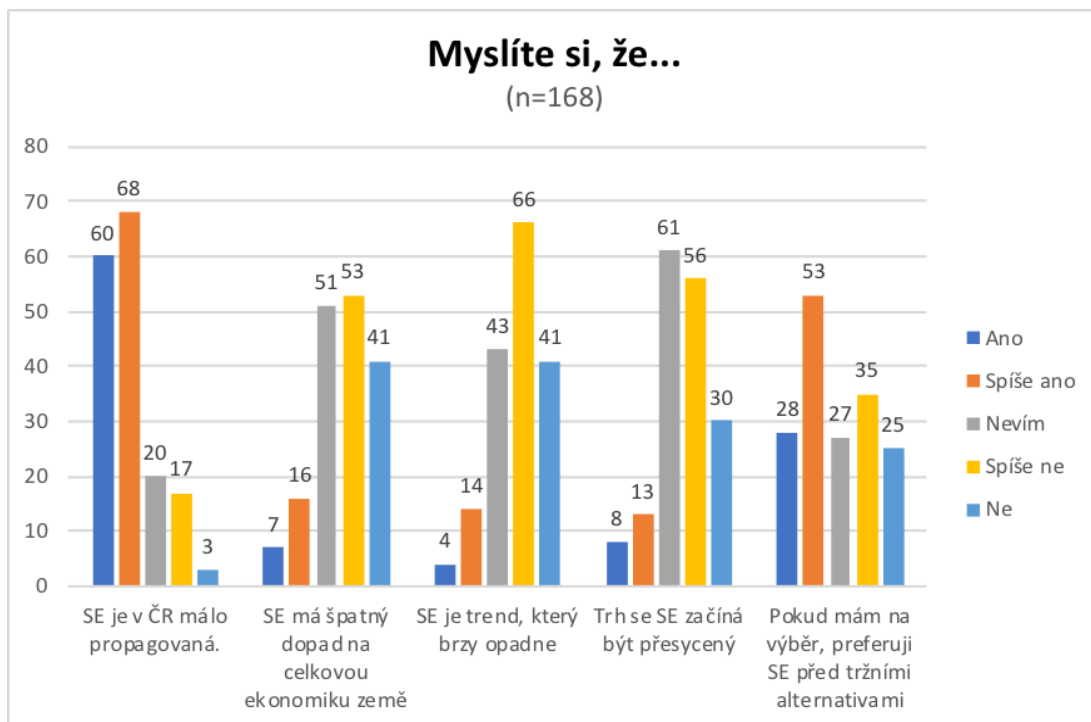
Graf 4 - Důvody obliby sdílené ekonomiky

Respondenti jako hlavní důvod obliby sdílené ekonomiky uváděli úsporu financí. Tento důvod označilo 132 respondentů (78,6 %). Jako druhý nejvýznamnější důvod uváděli respondenti větší flexibilitu (87 respondentů, 51,8 %). Dále oceňovali inovativní přístup (43,5 %) a ekologické aspekty sdílené ekonomiky (41,7 %).

V komentářích se ke smyslu sdílené ekonomiky vrátil jeden respondent:

Sdílená ekonomika je budoucnost a podle mě nezáleží na tom, kolik na službě vydělám, ale kolik lidí oslovím a ovlivním pozitivně jejich životy. Musí to směřovat k postupné změně materialistického přístupu. Ve chvíli, kdy je velké množství věcí, služeb atd. snadno dostupných skrze sdílenou ekonomiku, toho k životu vlastnit příliš nepotřebujeme. (R126)

Další otázky směřovaly k často diskutovaným tématům ve spojení se sdílenou ekonomikou, jako je dopad na ekonomiku země, zaměstnanost, trh, legislativu nebo propagaci.



Graf 5 - Názory na různé otázky ohledně sdílené ekonomiky v ČR (míra souhlasu)

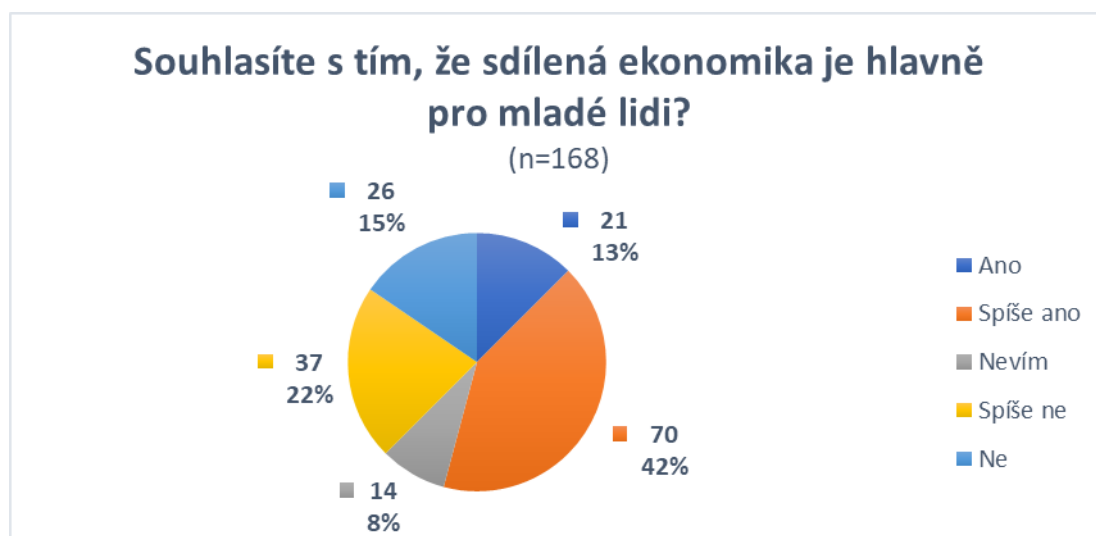
Největší souhlas vyjádřili respondenti s tvrzením, že sdílená ekonomika je v ČR málo propagovaná. S tímto tvrzením souhlasilo (nebo spíše souhlasilo) 128 respondentů (76,2 %). Na základě dotazníku se ukázala jako nejznámější ze všech zmíněných zástupců firma Uber, kterou zná 91,7 % respondentů, následovaly firmy Airbnb se 79,8 %, Zonky se 78 % a Let.go s 66,7 % respondenty. Lze se domnívat, že to má souvislost s prezentací jednotlivých firem v médiích. Zatímco Let.go i Zonky investují do televizní reklamy, Airbnb a Uber jsou zase často zmiňovanými zástupci v televizních reportážích o sdílené ekonomice.

Z odpovědí respondentů dále vyplývá, že většina si nemyslí, že by sdílená ekonomika byla pouze momentálním trendem, nebo že by byl trh se sdílenou ekonomikou přesycený.

Respondenti si nemyslí, že by sdílená ekonomika měla špatný dopad na celkovou ekonomiku země. Někteří sice obecně s tímto tvrzením souhlasí, v některých oblastech (převážně u ubytovacích služeb), však vyjádřili své pochybnosti. (Viz kapitola 4.2.5.1)

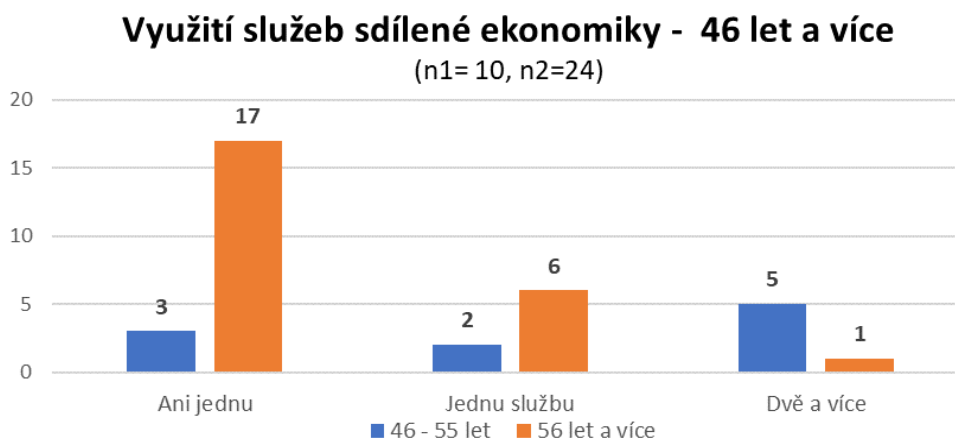
Největší rozdíly mezi názory respondentů byly u otázky, zda vyhledávají služby patřící do sdílené ekonomiky a dávají jim přednost před „klasickými“ verzemi. Tedy zda

raději využijí např. Airbnb nebo Couchsurfing než klasické hotely, hostely, kempy apod. Nejčastější odpovědí bylo spíše ano, ostatní odpovědi byly velmi vyrovnané.



Graf 6 - Je sdílená ekonomika hlavně pro mladé lidi?

Více než polovina respondentů si myslí, že sdílená ekonomika je hlavně pro mladé lidi. Co se týče znalosti sdílené ekonomiky, byly na tom skupiny nad 36 let poměrně dobře, a to včetně skupiny nad 56 let, kde sdílenou ekonomiku neznalo necelých 30 % respondentů. Což je méně než ve věkové kategorii 18–25 let. Skupina 46–55 let byla dokonce nejlepší (100 % respondentů znalo pojem sdílená ekonomika). V následujícím grafu je zobrazeno využívání služeb sdílené ekonomiky zástupci věkové kategorie 46–55 let (n=10) a kategorie 56 let a více (n=24).



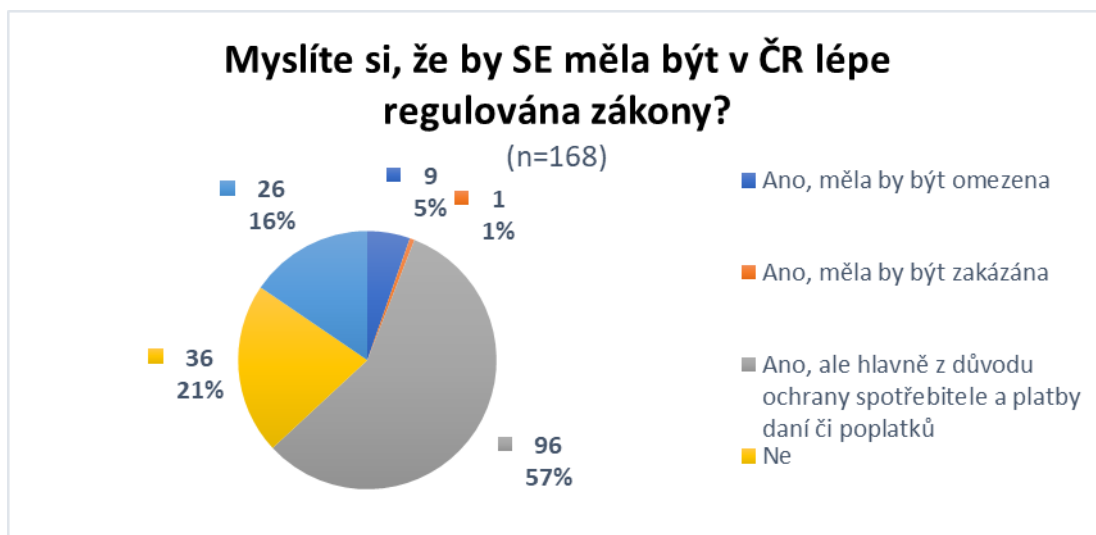
Graf 7 - Využití sdílené ekonomiky (46 let a více)

U věkové kategorie 46–55 let využilo v minulosti 50 % dotázaných dvě a více v dotazníku zastoupených služeb sdílené ekonomiky⁵. 20 % dotázaných využilo jednu ze zastoupených služeb a 30 % nevyužilo žádnou z prezentovaných firem.

U respondentů nad 56 let v minulosti využilo nebo pravidelně využívá více zástupců jen jeden respondent (4,2 %). Jednu službu využívá 6 respondentů (25 %). Nejčastěji ale zástupci této věkové kategorie žádnou službu sdílené ekonomiky nevyužili (70,8 %).

4.2.4 Sdílená ekonomika a její legislativní úprava

Dotazník se zaměřoval i na v současné době velmi diskutované téma, jakým je legislativní úprava sdílené ekonomiky v České republice. Jedná se ale o celosvětově velmi diskutované téma. Někteří bojují za úplný zákaz, někteří za výrazná omezení. Nejčastěji proti sdílené ekonomice ale zaznívají slova, že nabízející se vyhýbají placení různých daní a poplatků, které se váží k obdobným činnostem na poli tržní ekonomiky, jako jsou například turistické taxy u ubytovacích služeb nebo přiznání příjmů kvůli při odvodu daní.

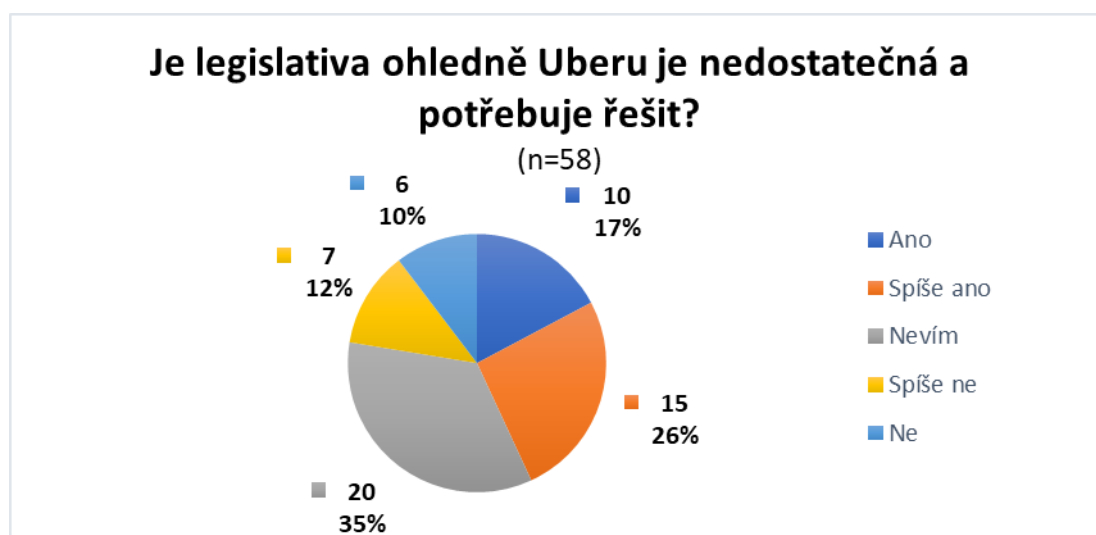


Graf 8 - Měla by být SE v ČR lépe regulována zákony?

⁵ Airbnb, CouchSurfing, HomeAway, Flatio, Moje Chaty, Uber, Liftago, Taxify, Lyft, BlaBlaCar, SmileCar, HoppyCar, Car4way, Uniqway, CareDriver, Tandem.net, Khan Academy, Coursera, Udemy, Seduo, Nostis, Stovkomat, Doginni, Robeeto, Super Soused, TaskRabbit, Peerby, SharyGo, Knihovna věcí, Půjčím.to, Let.go, Fler, Kickstarted, GoFundMe, IndieGoGo, Startovač, HitHit, Zonky

Respondenti byli dotázáni, zda si myslí, že je legislativní úprava sdílené ekonomiky v České republice dostatečná. Jako legislativně dostatečně ošetřenou shledává sdílenou ekonomiku 21 % respondentů a 16 % neví. Jeden respondent (<1 %) by byl pro úplné zakázání sdílené ekonomiky a 5 % by sdílenou ekonomiku legislativně omezilo. Nejčastější odpovědí bylo, že sdílená ekonomika by měla být lépe regulována zákony, ale hlavně z důvodu ochrany spotřebitele a odvodu poplatků a daní. Tuto možnost označilo 57 % respondentů.

Na stejnou otázku byl zaměřen dotaz i v sekci dopravy, konkrétně společnosti Uber, která je v současné době celosvětově pod tlakem taxi služeb a jiných dopravních společností.



Graf 9 - Je legislativa ohledně Uberu nedostatečná?

Z grafu výše je patrné, že respondenti měli poměrně rozdílné názory na legislativu ohledně společnosti Uber. V současné době funguje v České republice Uber pouze v Praze. Pražští taxikáři pořádají opakované protestní akce. V době tvorby dotazníku se konala první a respondentům byla nabídnuta možnost se k protestním akcím vyjádřit – zda respondenti zaznamenali tento spor, jaký vliv měl (potažmo má) tento spor na vnímání Uberu a zda Uber znali již před touto kauzou. Z 57 respondentů (současných či minulých uživatelů Uberu) ji dva respondenti nezaznamenali nebo nijak nesledovali. Kauzou se cítil být ovlivněn ve prospěch taxikářů pouze jeden respondent, který uvedl:

Rozhodně ovlivnil. Díky kauze jsem si uvědomil, že přes Uber taxikáři lidi, kteří nemají licenci a mají mnohem mírnější pravidla než skuteční taxikáři. Od té doby jsem Uber nepoužil. (R212)

Většina respondentů uvedla, že kauzu zaznamenala, Uber znali ještě před ní a jejich pohled na Uber se nijak k horšímu nezměnil. Respondenti často vyjadřovali náklonnost na stranu Uberu:

V Praze jsem vždy jel pouze Uberem, jelikož člověk má přehled o ceně a vzhledem k negativnímu dojmu pražských taxikářů ani nechci jet běžným taxi. [...] (R26)

Vzhledem k negativním zkušenostem s klasickou taxislužbou (svým a známých, kteří přijeli do Prahy jako turisté z ciziny) jsem ve sporu sympatizoval s Uberem. (R210)

Někteří pak měli pocit, že protesty si pražské taxislužby akorát ubližují:

Předtím jsem to neřešil, teď bych taxíkem nejel, radši bych si vzal Uber. (R197)

Agresivní vystupování klasických taxikářů v onom sporu jim jediné škodí. (R150)

Chování taxikářů mi přijde šílené a zbytečné. (R39)

Díky (sporu) jsem se o Uberu dozvěděl a začal ho využívat. (R 227)

4.2.5 Odvětví sdílené ekonomiky v ČR

4.2.5.1 Ubytování

V následující tabulce je zobrazeno, jaký počet a kolik procent respondentů z celkového počtu 168 lidí, zná a využívá jednotlivé zástupce.

	Znám		Využívám	
Airbnb	134	79,8 %	61	36,3 %
Couchsurfing	79	47,0 %	18	10,7 %
HomeAway	24	14,3 %	3	1,8 %
Flatio	11	6,5 %	0	0,0 %
Moje Chaty	12	7,1 %	5	3,0 %
Žádnou	25	14,9 %	102	60,7 %

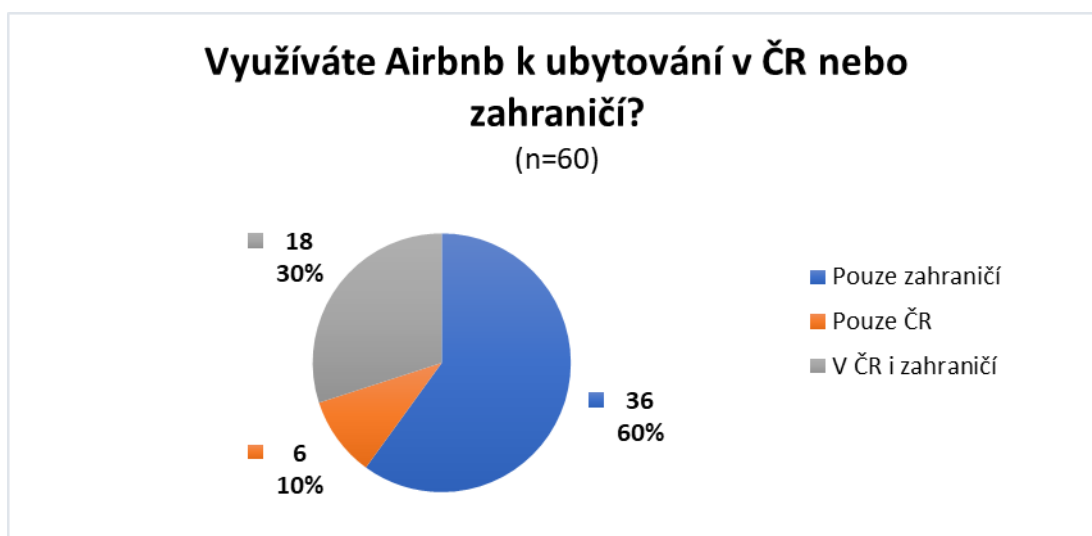
Tabulka 1 - Které z těchto služeb znáte a využíváte? (Ubytování)

Nejznámějším zástupcem bylo Airbnb, které znalo 79,8 % respondentů. S velkým odstupem následoval Couchsurfing, který znalo 47 %. Nejméně respondentů pak znalo

Flatio (6,5%). Co se týče využívání, opět se nejlépe umístilo Airbnb, které využila více než třetina respondentů (36,3 %) a Couchsurfing (10,7 %).

Z 61 uživatelů Airbnb ho 51 využívá pouze jako host (83 %), 9 respondentů (15 %) pak využívá Airbnb nejen jako host, ale i hostitel (pronajímatel). Jeden respondent pouze nabízí ubytování, jako host ho ale nevyužívá. Ve vzorku je tedy 10 hostitelů. Polovina z nich (50 %) nabízí ubytování v českém městě s více než 30 tis. obyvateli, 4 hostitelé (40 %) nabízí ubytování v městech s méně než 30 tis. obyvateli a jeden respondent nabízí ubytování v zahraničí.

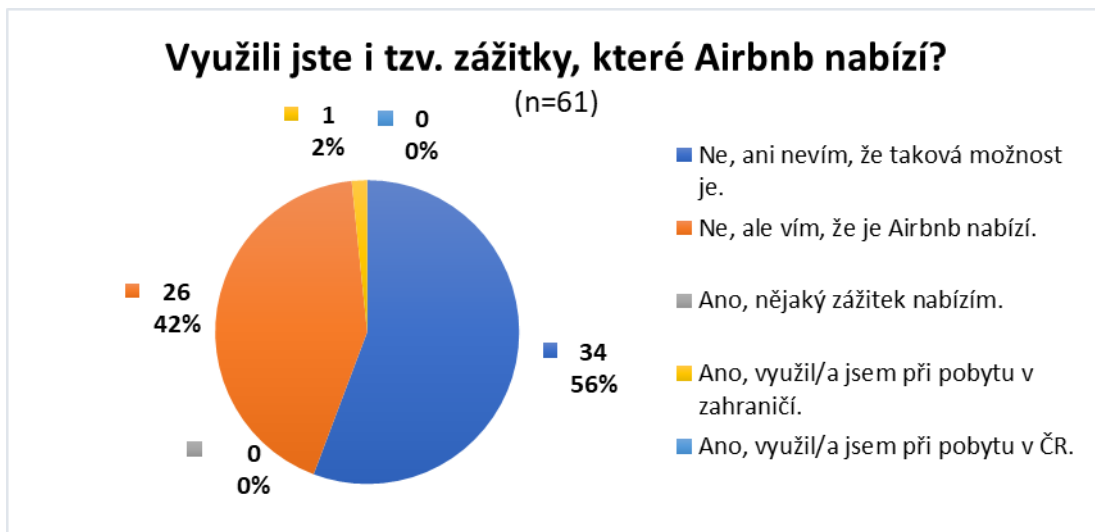
Hostitelé měli odhadnout, kolik jejich hostů je z České republiky. Průměrem šlo pouze o 27 % hostů. K této otázce se váže následující graf, který ukazuje, že většina (60 %) Čechů využívá Airbnb pouze v zahraničí. Tendence využívání Airbnb hosty nalezneme v následujícím grafu:



Graf 10 - Využíváte Airbnb v ČR nebo v zahraničí?

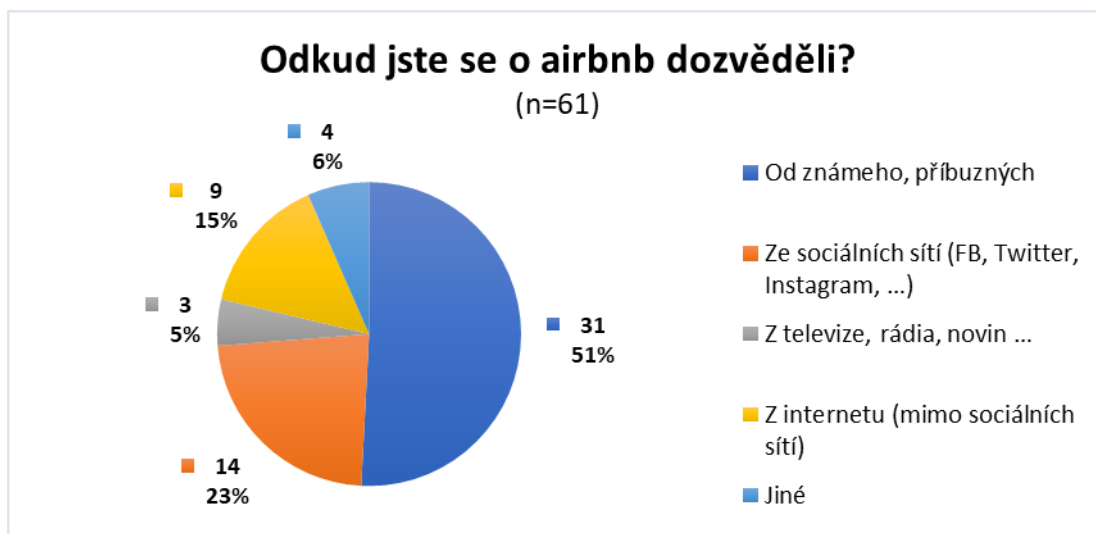
Airbnb kromě ubytování nabízí i tzv. zážitky, které se nijak neváží k nabídce ubytování, může je tedy využívat i ten, co přes Airbnb nehledá ubytování ani ho nenabízí.

Mezi nejčastěji nabízené zážitky patří nabídka výletů, zajímavých prohlídek po městě, kulinářské zážitky a kurzy. Jak se však ukázalo, více než polovina dotázaných (56 %) ani neví, že Airbnb tuto možnost nabízí.



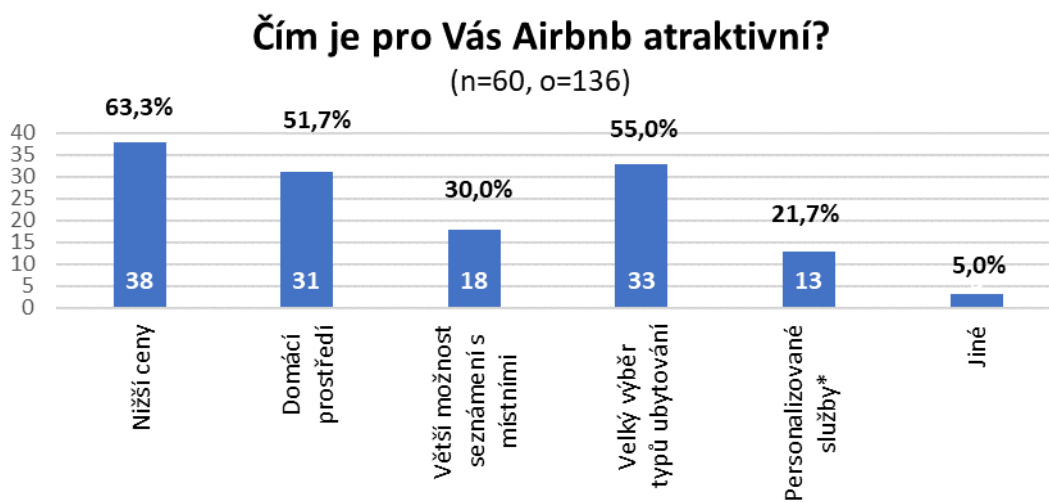
Graf 11 - Využíváte i Airbnb zážitky?

Airbnb zážitky nijak výrazně nepropaguje. V aplikaci a na webu jsou zážitky trochu schované. Webová verze Airbnb vítá návštěvníky nápisem „Rezervuj si unikátní domovy a zážitky kdekoliv na světě.“ nad vyhledávacím políčkem, ale uživatel musí rolovat aplikaci nebo stránkou, aby se mu zobrazila nabídka vybraných zážitků včetně fotografií uspořádaných do dlaždic. Airbnb občas zážitky zmíní na svých sociálních sítích. Ty však nejsou uzpůsobené českému publiku. Přesto, že populační vzorek byl na tom s angličtinou poměrně dobře (anglicky vůbec neumělo pouze 6,6 % respondentů), nebyly sociální sítě hlavním zdrojem informací o Airbnb. Uživatelů, co se o Airbnb dozvěděli ze sociálních sítí, byla necelá čtvrtina (23 %). Nejčastější způsob získání zákazníků byl slovní, doporučením od známého, kamarádů nebo příbuzných (51 %). Tento způsob převládal u hostů i hostitelů. Z 10 hostitelů se takto o Airbnb dozvěděla polovina (50 %), ze sociálních sítí pak 2 (20 %).



Graf 12 - Odkud jste se o Airbnb dozvěděli?

Co se týče důvodů využívání Airbnb, hosté nejčastěji shledávali atraktivitu Airbnb v nižších cenách (63,3 % respondentů), ve velkém výběru typů ubytování (55 %) nebo v domácím prostředí v porovnání s klasickými ubytovacími službami (51,7 %).



Graf 13 - Čím je pro Vás Airbnb atraktivní?

Na konci oddílu o Airbnb měli respondenti možnost vyjádřit se k čemukoliv ohledně Airbnb. Několik respondentů popsalo své zkušenosti s ubytováním přes Airbnb:

Vždy jsem měl krásné čisté ubytování za rozumnou cenu. (R4)

Hostitel nás zavezl první den do centra města a cestou popisoval, co kde je a vyprávěl nám i o historii země. (R29)

Další respondenti ale poukázali i na stinné stránky Airbnb:

Obávám se, že Airbnb způsobuje zvyšování nájmů ve velkých městech a tím komplikuje situaci domácím, kteří nemůžou najít pronájem buď vůbec, nebo najdou jen velmi předražený. (R15)

Dle mého názoru má Airbnb jednoznačně záporný vliv na ceny nemovitostí např. v Praze a také v současnosti velmi omezuje nabídku nemovitostí v hlavním městě. [...] (R166)

Otázky v dotazníku směřovaly i ke službě Couchsurfing, ze 168 respondentů jich tuto službu využilo 18 (1 jako hostitel, 11 jako host a 6 si vyzkoušeli roli hosta i hostitele).

Stejně jako u Airbnb se většina uživatelů (14 respondentů, 78 %) dozvěděla o CS od známého, přátel či příbuzných. Druhým nejčastějším způsobem byly sociální sítě (3 respondenti, 17 %).

Hlavním důvodem, proč respondenti využívají CS při hledání krátkodobého ubytování, bylo poznání místních a jejich života (52,9 %) a úspora financí (47,1 %).

Co se týče motivace k hostitelství, ze kterého neplyne žádný příjem, jako hlavní respondenti uvedli seznámení s lidmi. Tuto možnost označili všichni respondenti tohoto úseku otázek. Dalšími významnými důvody k hostitelství označili respondenti poznávání jiných kultur a dobrý pocit například z toho, že cestovatel ušetřil peníze za ubytování. (Obě možnosti shodně 85,7 %.)

Uživatelé CS vyhledávají tento způsob ubytování převážně pouze v zahraničí (15 respondentů, 88 %). Zbýlých 12 % poté využívá CS pouze v ČR.

Hostitelé odhadli poměr Čechů a cizinců, které již v minulosti ubytovali. Průměrem se počet Čechů pohybuje na necelých 3 %.

Respondenti měli možnost podělit se o své zkušenosti nebo názory, někteří respondenti se rozepsali o negativním dopadu popularizace CS:

Kvůli různým travel hacks (doporučením pro cestovatele) a cestovatelským blogům začíná být CS plný cestovatelů, kteří ho vnímají jen jako službu pro ubytování zdarma. Pro

mě jako člověka z Prahy je tak nesmírně otravné otevřeně nabízet hostování lidí – neustále mě bombardují generické zprávy o tom, jak někdo přijede do Prahy, vlastně mě moc nechce vidět, jen bydlet zadarmo. [...] Na CS jsem zejména proto, že mi to jako cestovateli dává možnost přijít do kontaktu s místními i jinak než jako "turista", popovídat si o jejich zemi, poznat jejich každodenní život a vymanit se z takových těch služeb pro turisty. Totéž se snažím zprostředkovat i lidem, co hostím. (R53)

[CS] se stává prostředím, ve kterém se mladí lidé snaží sehnat ubytování zdarma, když vyráží za zábavou do jiného města a cestovatelé se zájmem o osobní setkávání a sdílení zkušeností se v tom trochu ztrácí. [...] (R47)

Další z respondentů zmínil a ocenil i jiné funkce CS, konkrétně možnost se s ostatními uživateli seznámit a sejít, nebo se zúčastnit nějaké akce, které komunita CS pořádá:

CS nepoužívám jenom na ubytování, je to nejlepší způsob, jak poznat nové lidi, pokud se člověk někam přistěhuje. (R43)

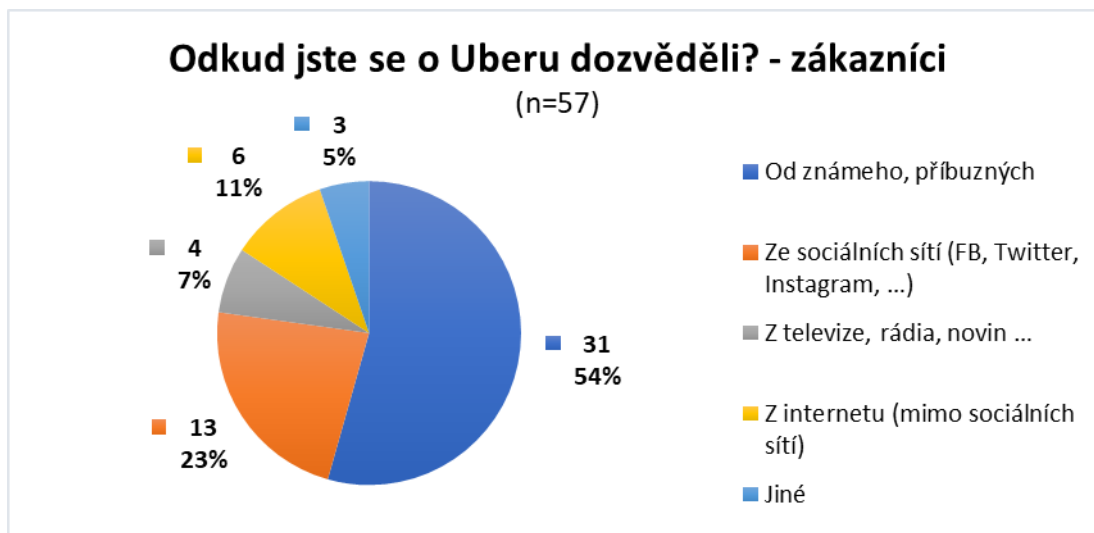
4.2.5.2 Doprava

Další velmi viditelnou oblastí, do které sdílená ekonomika pronikla, je doprava.

	Znám		Využívám	
Uber	154	91,7 %	58	34,5 %
Liftago	109	64,9 %	40	23,8 %
Taxify	55	32,7 %	14	8,3 %
Lyft	12	7,1 %	4	2,4 %
BlaBlaCar	92	54,8 %	38	22,6 %
SmileCar	17	10,1 %	2	1,2 %
HoppyCar	12	7,1 %	2	1,2 %
Car4way	19	11,3 %	0	0 %
Uniqway	2	1,2 %	0	0 %
CareDriver	4	2,4 %	1	0,5 %
Žádnou	10	5,6 %	98	58,3 %

Tabulka 2 - Které z těchto společností znáte a využíváte? (Doprava)

Nejznámějším zástupcem je Uber, o kterém slyšelo 91,7 % respondentů, což je nejvíc nejen v oblasti dopravy, ale celého dotazníku. Uber využilo 34,5 % respondentů.



Graf 14 - Odkud jste se o Uberu dozvěděli?

Stejně jako u přechozích zástupců, i o Uberu se respondenti nejčastěji dozvěděli od známých, přátel či příbuzných (54 %).

Z 58 respondentů, kteří se označili za uživatele Uberu, bylo 57 zákazníků a 1 řidič, který byl z následujících otázek vyřazen. Uber zákazníci volí jako způsob přepravy pouze po Praze (47 %) nebo v Praze i zahraničních městech, kde služby funguje (44 %). Výhradně v zahraničí využívá Uber 9 % respondentů.

Společnost Uber v mnoha destinacích provozuje i UberEATS, službu, která se zabývá rozvozem jídla ze smluvních restaurací. V současné době se mluví o vstupu na český, potažmo pražský trh. (Hergesell, 2018) Službu UberEATS by uvítalo 35 % respondentů, 21 % dotazovaných si zavedení služby na český trh nepřeje.

K čemu UberEATS, když máme podobné služby, které jsou zavedené, jako je například DámeJídlo? (R60)

4.2.5.3 Finance

Finanční sektor sdílené ekonomiky nabízí v podstatě dva druhy služeb. Prvním jsou P2P půjčky, které v tabulce zastupuje pouze Zonky, druhým pak darování peněz na různé projekty (tzv. crowdfunding).

	Znám		Využil/a	
Kickstarter	61	36,3 %	16	9,5 %
GoFundMe	24	14,3 %	3	1,8 %
IndieGogo	20	11,9 %	5	3,0 %
Startovač	65	38,7 %	10	6,0 %
HitHit	63	37,5 %	25	14,9 %
Zonky	131	78,0 %	9	5,4 %
Žádnou	18	10,7 %	128	76,2 %

Tabulka 3 - Kterou z těchto společností znáte? (Finance)

Finance jsou jedinou oblastí (z těch, které byly obsaženy v dotazníku), ve které čeští zástupci předčili zahraniční. Nejznámějším zástupcem se stalo Zonky, věnující se P2P půjčkám, které znalo 78 % dotázaných. Následují Startovač s 38,7 % a HitHit s 37,5 %. Těsně za nimi se umístil první ze zahraničních zástupců – Kickstarter, který znalo 36,3 % respondentů. Zonky i přes to, že je mezi respondenty nejznámější, bylo, co se využívání týče, překonáno všemi třemi výše jmenovanými platformami, které se zabývají crowdfundingem. Přes crowdfundingové platformy podpořilo nějaký projekt 42 ze 168 respondentů (25 %).

4.2.5.4 Vzdělání

Sdílení vědomostí je jedna z nejstarších forem moderní sdílené ekonomiky. Za průkopníka sdílení vědomostí prostřednictvím internetu a moderních technologií se dá považovat YouTube, nebo spíš určití uživatelé na YouTube, kteří skrz něj sdílejí své vědomosti s ostatními. Téměř 90 % respondentů na YouTube už někdy hledala nějaký návod.

Když si vybavím, jak obtížné bývalo kdysi najít osobu znající méně běžný postup, nebo příručku, v které by byl postup uveden, tak myslím, že internet, konkrétně YouTube, je revoluční skok v přístupu k dovednostem a znalostem lidstva. Zdaleka nejde jen o moderní dovednosti. Znáám několik manuálně pracujících osob ve věku i přes 50 let, kteří na internetu hledají instruktážní videa, které se váží k jejich oboru (zednictví, truhlářství, kovářství) a úspěšně je aplikují, i když jim nízká znalost cizího jazyka a ostych z jeho aktivního používání brání komunikovat s autory a sdílet své postřehy. (R47)

Platformy, které působí na poli „sdílení vědomostí“, jsou často pod záštitou univerzit a jiných vzdělávacích institucí, jiné jsou zas založeny z prostého nadšení a spoléhají spíše na recipocitu jednotlivých uživatelů.

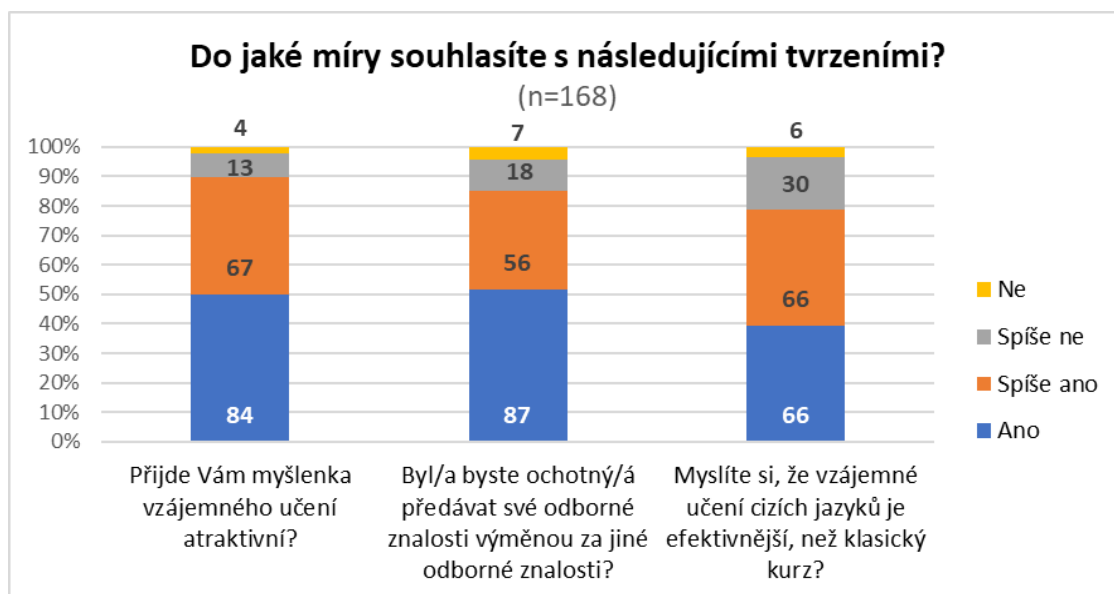
	Znám		Využil/a	
Tandem.net	7	4,2 %	2	1,2 %
Khan Academy	17	10,1 %	7	4,2 %
Coursera	20	11,9 %	13	7,7 %
Udemy	6	3,6 %	2	1,2 %
Seduo	42	25,0 %	11	6,5 %
Nostis	1	0,6 %	0	0,0 %
Žádnou	104	61,9 %	140	83,3 %

Tabulka 4 - Kterou z těchto společností znáte a kterou jste využili? (vzdělání)

Respondenti nejčastěji znali českou platformu Seduo (25 %), následovaly Coursera (11,9 %) a Khan Academy (10,1 %). Nejvyužívanější je však Coursera, kterou využilo 7,7 % respondentů.

Na spoustě vzdělávacích platforem je výstupem certifikát. Velmi časté je, že kurz sám o sobě je zdarma a po jeho absolvování je uživateli nabídnuta možnost si za určitý finanční obnos koupit certifikát. Tento scénář je častý hlavně u zahraničních platforem, kde vzdělávání zajišťují univerzity. Respondenti měli odlišný názor na otázku, zda by si certifikát získaný online uvedli do svého životopisu. Přesně polovina (84 respondentů) byla pro ano nebo spíše ano, zatímco druhá polovina označila spíše ne či ne.

Z následujícího grafu vyplývá, že respondentům nejen že přijde myšlenka vzájemného učení atraktivní, ale jsou i ochotni se do takového procesu vzdělávání sami zapojit.



Graf 15 - Názory na sdílené vzdělávání (míra souhlasu)

Pozitivní postoj k této oblasti sdílené ekonomiky přetrvával i v diskuzi:

Homeschooling (domácí vzdělávání) a *unschooling* (metoda, při které si vzdělávány sám určuje, co se kdy naučí) *vidím jako cestu a budoucnost.* (R14)

Aleluja - 21. století, pojďme toho využít! (R155)

Khan Academy je skvělá a má nemalý podíl na mém titulu, bez toho bych matematiku asi nikdy neudělal. (R60)

4.2.5.5 Služby/věci

Poměrně široká oblast sdílené ekonomiky, ve které lze najít například platformy, přes které lze lidem v okolí půjčit něco, co potřebují (například židle, vrtačku, stolní hru apod.), nebo za úplatu poskytnout svůj volný čas a pomoci někomu sestavit nábytek nebo mu vyvenčit psa či vytvořit grafický návrh loga. Možnosti jsou v podstatě neomezené.

	Znám		Využil/a	
Stovkomat	8	4,8 %	2	1,2 %
Doginni	5	3,0 %	1	0,6 %
Robeto	6	3,6 %	0	0,0 %
Super Soused	11	6,5 %	1	0,6 %

TaskRabbit	6	3,6 %	0	0,0 %
Peerby	1	0,6 %	0	0,0 %
SharyGo	5	3,0 %	1	0,6 %
Knihovna věcí	17	10,1 %	2	1,2 %
Půjčím.to	11	6,5 %	0	0,0 %
Let.go	112	66,7 %	47	28,0 %
Fler	70	41,7 %	44	26,2 %
Žádnou	40	23,8 %	95	56,5 %

Tabulka 5 - Které z těchto společností znáte a využíváte?

Největší povědomí ale respondenti měli o platformách, které nabízejí výměnu/prodej věcí, jako je třeba Let.go, které znalo 66,7 % respondentů, nebo Fler, online tržiště pro vlastnoruční výrobky uživatelů, které znalo 41,7 % dotazovaných.

4.3 ICT – Airbnb, Couchsurfing a Uber

Moderní informační a komunikační technologie jsou základním pilířem dnešní sdílené ekonomiky. Díky ICT má sdílená ekonomika takový dosah. Jen málokterý zástupce nespolehá na chytrá mobilní zařízení a své propracované aplikace.

	Web	Sjednání služeb přes web	Aplikace (platformy)	Jazyk webu/aplikace
Airbnb	www.airbnb.cz	Ano	Android, iOS	český
Couchsurfing	www.couchsurfing.com	Ano	Android, iOS	anglický
Uber	www.uber.com	Ano, ale pouze mobilní – m.uber.com	Android, iOS, Windows phone – zákazník, pro řidiče pouze Android, iOS	český

Tabulka 6 - ICT pro poskytování služeb

Kromě Uberu nabízejí všichni zástupci aplikace pro chytré telefony s operačními systémy Android a iOS. Uber má aplikaci pro zákazníky a aplikaci pro řidiče rozdílnou. Zákazníkům je navíc k dispozici aplikace pro Windows phone. U ostatních zástupců jsou aplikace pro nabízející a poptávající totožné.

Respondenti odpovídali, zda využívají více webové stránky nebo aplikace. Uživatelé Airbnb preferují webovou stránku (38 respondentů, 62 %) před aplikací (12 respondentů, 20 %). Ostatní pak uvedli, že oboje využívají stejně (11 respondentů, 18 %).

Všichni uživatelé Couchsurfingu využívají pouze web (18 respondentů, 100 %).

Uber nabízí objednání služby výhradně přes mobilní aplikaci. Je však možné objednat jízdu i z mobilní verze webové stránky, která je přístupná i z desktopových či přenosných počítačů. O této možnosti ale moc uživatelů neví.

Sociální sítě jsou hlavním nejen marketingovým nástrojem, ale i prostorem, kde je nabízena podpora uživatelům. Sociální sítě využívá 219 respondentů (96,4 %), 159 respondentů (70 %) pak využívá více než jednu sociální platformu.

	Blog	Facebook	Twitter	Instagram	Ostatní – vše anglicky
Airbnb	Ano – mezinárodní anglická verze	Ano – britská lokalizace	Ano – účty pro vybrané země působnosti, ne však pro ČR	Ano – mezinárodní anglická verze	Snapchat, Google+, YouTube, LinkedIn, Flickr, Vimeo, Pinterest
Couchsurfing	Ano – mezinárodní anglická verze	Ano – mezinárodní anglická verze	Ano – mezinárodní anglická verze	Ano – mezinárodní neověřený účet	Google+, YouTube, LinkedIn
Uber	Ano – verze pro ČR	Ano – česká lokalizace	Ano – neověřený český účet, mezinárodní anglická podpora	Ano – oficiální účet pro ČR	Snapchat, Google+, YouTube, LinkedIn, Vimeo, Pinterest

Tabulka 7 - Sociální sítě a jejich přizpůsobení českému trhu

Uber má jako jediný lokalizované hlavní sociální sítě pro Českou republiku. Airbnb přesměrovává české uživatele na sociální sítě určené uživatelům z Velké Británie, v některých případech je pak účet na sociální síti mezinárodní. Couchsurfing má pouze mezinárodní verze sociálních sítí, určené všem uživatelům. Na svých webových stránkách však dává možnost stát se (zakladatelem) a správcem tzv. podúctu, který by byl určen dané zemi. V České republice se této úlohy ale nikdo zatím nechopil.

K sociálním sítím se velmi často váže podpora uživatelů. Ani jeden z výše jmenovaných zástupců nemá telefonickou podporu a uživatelé jsou tak odkázáni na podporu přes sociální sítě, aplikace nebo e-mail. Tento způsob uživatelské podpory přijde některým respondentům nedostatečný, konkrétně u Airbnb:

[...při] *technických potížích s verifikací se navíc ukázalo, že [Airbnb] technická podpora je nulová a informace těžko dohledatelné.* (R43)

Podpora pro ČR je tragická. Některé státy mají alespoň podporu přes sociální sítě, v ČR jsme odkázáni na formulář na webu. (R225)

4.4 Ekonomická komparace

Původním záměrem bylo udělat analýzu ekonomických výsledků. Společnosti působící v České republice jsou ze zákona povinné založit každoročně účetní závěrky do sbírky listin. Ta je veřejná a každý má právo do ní nahlédnout. Zástupci sdílené ekonomiky jsou ale převážně soukromé společnosti, které tento zákon velmi často porušují a riskují tak finanční sankce uložené rejstříkovým soudem. Tyto sankce však pro spoustu společností mají menší hodnotu než informace, které by takové listiny mohly přinést konkurenci.

V následujících tabulkách lze nalézt alespoň provize jednotlivých společností. Couchsurfing je platforma pro ubytování zdarma, nemá tedy žádné provize a byla nahrazena společností HomeAway, která nabídne lepší porovnání.

4.4.1 Airbnb vs. HomeAway

		Hostitelé	Hosté
AIRBNB	Ubytování	5–15 % z ceny rezervace dle délky rezervace, typu ubytování a jiných faktorů.	3 % z ceny rezervace (bez daní a poplatků).
	Zážitky	20 % z ceny zážitku, kterou hostitel nastaví. (Zážitky spojené s neziskovými organizacemi osvobozeny.)	-----
HOME AWAY	Ubytování	499 \$ (10 285 Kč*) ročně za možnost inzerovat ubytování.	6–12 % z ceny rezervace dle délky rezervace, typu ubytování a jiných faktorů.

*Dle kurzu platného k 10. 3. 2018

Tabulka 8 - Provize Airbnb vs. HomeAway

Porovnání tržeb při pronájmu bytu 3+1 v centru Prahy za 2 000 Kč/noc, při obsazenosti 255 dní v roce (cca 70 %) s pronájmem garsoniéry za 700 Kč/noc s obsazeností 90 dní v roce (cca 25 %). Průměrná délka pobytu je 5 dní.

Cena za úklid většího bytu je 500 Kč, menšího pak 300 Kč po každém pobytu. Měsíční náklady na energie a služby vč. internetu činí u většího bytu 5 000 Kč, u menšího 3 000 Kč. Náklady jsou rozpočítány pouze na dny pobytu hostů. Pronajímatelé jsou vlastníky bytu. Jako provizi Airbnb počítejme střední hodnotu 10 %.

	Roční tržby		Provize		Úklid		Náklady		Celkem tržby*	
	3+1	1kk	3+1	1kk	3+1	1kk	3+1	1kk	3+1	1kk
Airbnb	510 000	63 000	51 000	6 300	25 500	5 400	41 918	8 877	391 582	42 423
HomeAway	510 000	63 000	10 285	10 285	25 500	5 400	41 918	8 877	432 297	38 438

*Před zdaněním a bez odvodu poplatků.

Tabulka 9 - Porovnání tržeb Airbnb a HomeAway při různých velikostech a obsazenosti bytu

Je ale potřeba brát v potaz fakt, že HomeAway není v České republice tak rozšířený jako Airbnb a že případné náklady mohou být větší, záleží, jestli byt při neobsazenosti přes jednu z platforem obývá například majitel. Pokud by byt sloužil pouze k pronájmu přes tyto služby, byly by náklady v plné výši (u většího 60 000 Kč, u menšího 36 000 Kč).

4.4.2 Taxify vs. Uber

	Řidiči	Zákazníci
TAXIFY	15 % z každé uskutečněné jízdy.	----
UBER*	25 % z každé uskutečněné jízdy	----

Tabulka 10 - Provize Uber vs. Taxify

*Uber na svých stránkách ani v zveřejněných podmínkách neuvádí provizi – ta se zobrazí až po registraci řidiče a vozidla a schválení všech dokumentů (živnostenský list, řidičský průkaz, technický průkaz aj.). Údaj pochází ze studie zadané Úřadem vlády České republiky. (Krajčík, et al., 2017)

4.4.3 HoppyCar vs. SmileCar

	Majitel vozu	Zákazník
HOPPYGO	----	Přibližně 35 %
SMILECAR	35 % z ceny pronájmu vozidla	----

Tabulka 11 - Provize HoppyGo vs. SmileCar

Zákazníkovi se zobrazuje cena za pronájem již s připočítanou provizí. Majitelé vozů pronajímající přes HoppyGo musí ale s touto provizí počítat, protože nastavená cena pronájmu se zákazníkům zobrazí vyšší o provizi. Majitel například nastaví pronájem vozu 1000 Kč, zájemci se ale zobrazí cena 1350 Kč. U SmileCar je to naopak, majitel nastavuje cenu pronájmu, která je pro zájemce konečná a provize je stržena z nastavené ceny. Pokud tedy nastaví pronájem vozu 1000 Kč, reálný výdělek je 650 Kč.

5 Výsledky

V této části budou představeny nejdůležitější výsledky průzkumu a analýz.

Z výsledků dotazníkového šetření vyplývá, že čtvrtina Čechů neví, co je sdílená ekonomika a ani jim tento termín nic neříká. Věk respondentů nemá velký vliv na znalost sdílené ekonomiky, na její využití ale ano.

Jako nejvýznamnější zástupci vyplývají z průzkumu zahraniční Airbnb a Uber, třetím nejznámějším zástupcem, a zároveň prvním českým, pak firma Zonky. Airbnb i Uber využívá okolo třetiny Čechů. Firma Zonky je sice známá, ale využívá ji jen zanedbatelná část respondentů. Největší dopad na rozšiřování základny potenciačních zákazníků nemají možná překvapivě sociální sítě, ale předávka zkušeností a informací mezi přáteli nebo rodinou. Nejrozšířenější oblastí sdílené ekonomiky jsou doprava a ubytování, o kterých mají respondenti nejvyšší míru povědomí i je nejvíce využívají. Ubytovací služby patřící do sdílené ekonomiky vyhledávají respondenti převážně v zahraničí. Dopravu pak vyhledávají jak v ČR, tak zahraničí.

Respondenti mají pocit, že sdílená ekonomika je v České republice málo propagována. Hlavním důvodem úspěchu sdílené ekonomiky je dle dotazovaných úspora financí, větší flexibilita a inovativní přístup. Úspora financí byla zároveň hlavní motivací k využívání sdílené ekonomiky.

Respondenti věří, že legislativa ohledně sdílené ekonomiky je nedostatečná, hlavně z důvodu ochrany spotřebitele a odvodu daní a poplatků. Spory kolem legislativy mezi taxi službami a Uberem vnímá většina respondentů. Mnoho z nich se ale staví na stranu Uberu, a naopak si myslí, že těmito spory a protesty se taxikáři poškozují.

Jako nevýhodu sdílené ekonomiky lze považovat nutnost znalosti anglického jazyka. Mnoho zástupců totiž nemá českou lokalizaci. Někteří spoléhají na celosvětovou znalost nějakého z hlavních světových jazyků (angličtina, španělština, němčina) a nenabízí jiné jazykové mutace nebo podporu. Podpora zahraničních zástupců sdílené ekonomiky v ČR je dle respondentů nedostatečná. Z hlavních zástupců je na tom nejlépe, co se přizpůsobení českému trhu a zákazníkovi týče, Uber, který nabízí sociální sítě lokalizované české veřejnosti a respondenti oceňují rychlou podporu. Vzhledem k zákaznické spokojenosti by

bylo vhodné, kdyby společnosti působící na českém trhu měly k dispozici telefonickou podporu v českém jazyce, nebo alespoň sociální síť lokalizované pro českou republiku, přes které by se dalo komunikovat s česky hovořícími zaměstnanci podpory.

Z ekonomického hlediska jsou si jednotliví zástupci velmi podobní. Někteří mají velmi podobnou cenovou politiku a systém provizí. Doporučit nějakého z porovnávaných zástupců obecně nelze, protože záleží na rozsahu, v jakém se chce jedinec do sdílené ekonomiky zapojit, viz **Tabulka 9 - Porovnání tržeb Airbnb a HomeAway při různých velikostech a obsazenosti bytu**. Zároveň je nutné brát v potaz popularitu jednotlivých služeb, kdy například u porovnání mezi Uberem a Taxify je rozdílná provize, řidiči Uberu ale mají více zakázek, protože je po nich větší poptávka.

6 Diskuze

V průběhu vypracování práce se objevilo několik sporných momentů nebo pochybností, ke kterým bych se jako autorka práce ráda vrátila.

Hned u první otázky výzkumu, zda respondenti někdy slyšeli o sdílené ekonomice, byli respondenti v případě negativní odpovědi odkázáni na konec dotazníku s demografickými otázkami. Zpětně bych takové respondenty nechala pokračovat v dotazníku, poskytlo by mi to tak cenná data o tom, kolik respondentů zná nějaké zástupce sdílené ekonomiky, ale nedovede je zařadit pod termín sdílená ekonomika.

V průběhu dotazníku měli respondenti možnost se průběžně vyjadřovat nejen k tématu sdílené ekonomiky, ale i k připomínkám ohledně dotazníku.

Mezi nejčastější připomínky patřilo to, že v otázkách na znalost či využití v určité oblasti chybí nějaký zástupce, jako například v oblasti vzdělávání *edX* (R165) nebo *Naučme se* (R44) nebo *První klubová pojišťovna* (R44) v oblasti financí. V rámci rozsahu práce však nebylo možné zahrnout všechny zástupce v každé kategorii, ale vždy jen pár vybraných.

V zadání práce je uvedeno, že v práci budou prezentovány oblasti, do kterých lze sdílenou ekonomiku dělit, jako jsou sociální sítě, bydlení, doprava a další. Zařazení sociálních sítí do sdílené ekonomiky je ale velmi sporné, a i když většinu obsahu vytváří uživatelé, jsou sociální sítě považovány spíše za jeden z prostředků sdílené ekonomiky, než za samostatný příklad a v teoretické ani praktické části proto nejsou zmíněny jako samostatná oblast.

V zadání dále bylo uvedeno, že na nejznámějších zástupcích sdílené ekonomiky proběhne komparace ekonomických výsledků. Pro komparaci výsledků však nebyl nalezen dostatečný počet oficiálních informací, protože Airbnb ani Uber nezveřejňují ekonomické výsledky v České republice. Ekonomická komparace byla proto nahrazena párovým porovnáním provizí společností, které si jsou svým předmětem činnosti podobné.

7 Závěr

Tématem předkládané bakalářské práce byla sdílená ekonomika v České republice. Jednalo se o teoreticko-empirickou práci, jejímž cílem bylo identifikovat nejvýznamnější zástupce sdílené ekonomiky na českém trhu a vzájemně je porovnat. Cílem práce nebylo detailně popsat veškeré oblasti sdílené ekonomiky ani všechny její zástupce. Vzhledem k poměrně malému vzorku respondentů nelze následující závěry označit za obecně platné a vzhledem k obsáhlosti tématu sdílené ekonomiky nelze informace v této práci označit za kompletní.

Teoretická část se zabývala definicí, historií, ekonomikou a oblastmi sdílené ekonomiky. V kapitole o historii byli uvedeni předchůdci sdílené ekonomiky, tedy ekonomické směry sdílející podstatu nebo její část se sdílenou ekonomikou a konkrétní historické příklady sdílené ekonomiky. Dále se práce ve své teoretické části zabývá zařazením sdílené ekonomiky z ekonomického hlediska, ekonomickými aspekty, subjekty, předměty transakcí a formami sdílené ekonomiky. V dalších kapitolách se věnuje vývoji informačních a komunikačních technologií a jeho vlivu na změny na trhu nebo dopadům sdílené ekonomiky a otázkám ohledně sdílené ekonomiky na českém trhu. V druhé části teoretické práce jsou představeny oblasti sdílené ekonomiky – ubytování a pronájem prostor, doprava, finance, služby, vzdělávání a půjčovny věcí dlouhodobé spotřeby.

Praktická část hledala nejvýznamnější zástupce na českém trhu, podle znalosti a využití respondenty. Z vybraného vzorku populace neznalo pojem sdílená ekonomika 25 % dotázaných. Věk nehrál roli v neznalosti pojmu, měl však roli ve využívání sdílené ekonomiky.

Nejznámějšími zástupci byli Uber, kterého neznala pouze necelá desetina respondentů, následovalo Airbnb a Zonky. Obecně se ale dá říct, že zahraniční zástupci jsou známější, než čeští.

Airbnb i Uber získávají většinu zákazníků předáváním zkušeností a doporučení od známých či přátel potenciálních zákazníků. Tento způsob překonal i sociální sítě, které by měly být hlavním marketingovým nástrojem zástupců sdílené ekonomiky. Podle

účastníků dotazníkového šetření je sdílená ekonomika je v ČR málo propagovaná. K tomu se může vázat i fakt, že někteří zástupci nemají přizpůsobené webové stránky, aplikace a sociální sítě českému trhu a nenabízí českou mutaci.

Ze zkoumaných zahraničních zástupců je pro český trh nejlépe uzpůsobena firma Uber, která jako jediná nabízí několik sociálních sítí v češtině. Uživatelé sledávají uživatelskou a technickou podporu jako nedostatečnou. Často jsou odkázáni pouze na webový formulář a mají pocit, že neví, na koho se v případných náhlých problémech obrátit.

Platformy, které mají podobné předměty činnosti, nabízí velmi podobné podmínky pro uživatele. Výše provizí se liší pouze minimálně, pokud vůbec. Doporučení jedné z platforem záleží na různých aspektech, jako je například rozsah zařazení do sdílené ekonomiky, časová flexibilita nebo lokalita.

Uživatelé sdílené ekonomiky vnímají otázky, které kolem sdílené ekonomiky jsou. Sledují legislativní pře Uberu a taxi služeb, a i když většina stojí na straně Uberu, mají pocit, že legislativa ohledně Uberu a celé sdílené ekonomiky je nedostatečná a potřebuje řešit, a to hlavně kvůli výběru daní a příslušných poplatků, které běžně plynou z takových činností a ochraně spotřebitele.

Podnikatelé i státy volají po legislativních úpravách, protože sdílená ekonomika s sebou přinesla výrazné změny trhu. Legislativa sdílené ekonomiky je každodenním tématem a bude zajímavé sledovat, kam se posune nejen v právním ohledu.

7.1 Doporučení dalšího výzkumu

Vzhledem k obsáhlému zadání této práce se nešlo věnovat každému tématu podrobně. V průběhu výzkumu se narazilo na zajímavé problematiky, jako je ochrana osobních údajů. Dva respondenti se setkali s potřebou nahrát kopii osobního dokladu do aplikace jednoho ze zástupců, a když se chtěli legitimovat osobně, nebylo to možné, protože většina zástupců nemá v České republice fyzickou kancelář. Bylo by zajímavé se podívat blíže na legislativu nebo obecně na možné překážky rozmachu sdílené ekonomiky. Dalším zajímavým tématem by mohla být budoucnost sdílené ekonomiky vzhledem k rozmachu autonomních aut a internetu věcí.

8 Seznam použitých zdrojů

8.1 Knižní zdroje

- Belk, Russel. 2014.** You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*. Srpen 2014, stránky 1595-1600.
- Botsman, Rachel a Rogers, Roo. 2010.** *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York : HarperCollins Publishers, 2010. str. 304. ISBN 978-0-06-204645-1.
- Credit Suisse. 2015.** Cooperation - Sharing in times of scarcity. *Global Investor 2.15*. Zurich : Investment Strategy & Research , Listopad 2015. stránky 8-11.
- Felländer, Anna, Ingram, Claire a Teigland, Robin. 2015.** *The Sharing Economy: Embracing Change with Caution*. Stockholm : Entreprenörskapsforum, 2015. str. 70. ISBN: 978-91-89301-75-7.
- Felson, Marcus a Spaeth, Joe L. 1978.** Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach. *American Behavioral Scientist*. 1. Březen 1978, Sv. 21, 4, stránky 614 - 624.
- Gansky, Lisa. 2012.** *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*. 2. vydání. New York : Portfolio Penguin, 2012. str. 256. ISBN 978-1591844303.
- Goudin, Pierre. 2016.** *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*. [Výzkum] Brusel : European Added Value Unit, European Parliamentary Research Service, 2016. ISBN 978-92-823-8586-9.
- Graeber, David. 2012.** *Dluh, Prvních 5000 let*. [překl.] Lenka Beranová. Brno : BizBooks, 2012. stránky 119-130. ISBN 978-80-265-0044-5.
- Hale, Sandra a Napier, Jemina. 2013.** *Research Methods in Interpreting*. 1. London : Bloomsbury, 2013. ISBN: 978-1441168511.
- Howe, Neil a Strauss, William. 2000.** *Millenials Rising: The Next Great Generation*. New York : Vintage Books, 2000. stránky 4-30. ISBN: 0-375-70719-0.
- Hyde, Lewis. 1983.** *The Gift*. New York : Random House, 1983. ISBN: 0-394-71519-5.
- Cheal, David J. 1988.** *The Gift Economy*. Londýn : Routledge, 1988. stránky 5-19. ISBN: 9781317401322.
- Chromý, Jan. 2014.** *Práce s empirickými daty: příručka pro studenty Bc. studia ČJL*. 1. Praha : Nakladatelství Karolinum, 2014. ISBN: 978-8024628011.
- Huckle, Steve, a další. 2016.** *Internet of Things, Blockchain and Shared Economy Applications*. Brighton : Elsevier, 2016, Procedia Computer Science, Sv. 98, stránky 461-466. ISSN: 1877-0509.
- Kolektiv autorů. 2013.** *Ekonomika sdílení: Nejen pro knihovny a knihovníky. Brožura*. Brno : Sharebrary, KISK FF Masarykova univerzita, 2013. str. 26.
- Krajčík, V., Veber, J. a Ključnikov, A. a kol. 2017.** *Analýza dopravních služeb v sektoru sdílené ekonomiky a na jejím pomezí*. Praha : VŠPP, 2017.
- Lessing, Lawrence. 2008.** *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York : Penguin Press, 2008. ISBN: 978-1-59420-172-1.
- Malinowski, Bronislaw. 1922.** *Argonauts of the western Pacific*. Londýn : Routledge & Kegan Paul, 1922. ISBN: 978-0415267168.
- Mauss, Marcel. 1999.** *Esej o daru*. Praha : SLON, 1999. ISBN: 80-85850-77-X.

- Pollard, Elizabeth, Rosenberg, Clifford a Tignor, Robert. 2015.** *Worlds Together, Worlds Apart: A history of the World.*: W. W. Norton & Company, 2015. ISBN: 9780393250930 .
- Ries, Eric. 2011.** *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses.* London : Penguin Books Ltd., 2011. ISBN: 978-0307887894.
- Benkler, Yochai. 2004.** *Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production.* 2, 2004, The Yale Law Journal, Sv. 114, stránky 273-358.
- Schumpeter, Joseph Alois. 1976.** *Capitalism, socialism and democracy.* 3. London, New York : Routhledge, 1976. stránky 81-87. ISBN 978-0415107624.
- Slee, Tom. 2015.** *What's Yours Is Mine: Against the Sharing Economy.* New York, London : OR Books, 2015. str. 212. ISBN: 978-1682190227.
- Stephany, Alex. 2015.** *The Business of Sharing: Making It in the New Sharing Economy.* místo neznámé : Springer, 2015. str. 226. ISBN: 9781137376183.
- Sundararajan, Arun. 2016.** *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism.* Cambridge : The MIT Press, 2016. str. 256. ISBN: 9780262034579.

8.2 Internetové zdroje

- Airbnb. 2017.** The Airbnb Community in the Czech Republic. [Online] Zář 2017. [Citace: 8. Leden 2018.] <https://2sqy5r1jf93u30kwzc1smfqt-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/10/Czech-Republic-EIS-Sept-2017.pdf>.
- August Home. 2017.** August Smart Locks. [Online] 2017. [Citace: 15. Leden 2018.] august.com.
- Ayers, Ryan. 2017.** How Internet of Things will change the Sharing Economy. *Big Data Made Simple.* [Online] Crayon Data, 3. Červenec 2017. [Citace: 28. Prosinec 2017.] <http://bigdata-madesimple.com/how-internet-of-things-will-change-the-sharing-economy/>.
- Deloitte Česká republika. 2017.** Sdílená ekonomika: Bohatství bez vlastnictví. *Delloite.* [Online] 2017. [Citace: 25. Listopad 2017.] <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/deloitte-analytics/Sdilená-ekonomika.pdf>.
- European Commission. 2016.** Information Society. [Online] 2016. [Citace: 28. prosinec 2017.] <https://ec.europa.eu/jrc/en/science-area/information-society>.
- Frenken, Koen, a další. 2015.** Smarter regulation for the sharing economy. *The Guardian.* [Online] 20. Květen 2015. [Citace: 25. Listopad 2017.] <https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulation-for-the-sharing-economy>.
- Hergesell, Ondřej. 2018.** Uber začne v Praze rozvážer jídlo. *Euro.cz.* [Online] 7. Únor 2018. [Citace: 10. Únor 2018.] <https://www.euro.cz/praha/uber-zacne-v-praze-rozvazet-jidlo-1392798>.
- Internet World Stats. 2018.** World Internet User Statistics. *Internet World Stats.* [Online] Miniwatts Marketing Group, 2018. [Citace: 13. Leden 2018.] <http://www.internetworldstats.com>.
- Mafovská, Benita. 2016.** What is the sharing economy? *The people who share.* [Online] 1. Zář 2016. [Citace: 29. Leden 2018.] www.thepeoplewhoshare.com.

McAlone, Nathan. 2016. This is how Uber used to look when it first started out — and how it's changed over time. *Business Insider*. [Online] 10. Únor 2016. [Citace: 20. Leden 2018.] <http://www.businessinsider.com/ubers-design-history-2010-2016-2016-2>.

Owyang, Jeremiah. 2014. Sharing is the New Buying: How to Win in the Collaborative Economy. *SlideShare*. [Online] 2. Březen 2014. [Citace: 8. Leden 2018.] https://www.slideshare.net/jeremiah_owyang/sharingnewbuying.

Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR. 2017. Analýza sdílené ekonomiky a digitálních platform. *Vláda ČR*. [Online] červen 2017. [Citace: 2. leden 2018.] https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha_4_Material_Analyza.pdf.

Schor, Juliet. 2014. Debating the Sharing Economy. *Great Transition Initiative*. [Online] Říjen 2014. [Citace: 6. Únor 2018.] <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.

Statista. 2018. Number of smartphone users worldwide 2014-2020. [Online] 2018. [Citace: 14. Leden 2018.] <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>.

Swisher, Kara a Schleifer, Theodore. 2017. Ikea has bought TaskRabbit. *recode*. [Online] 28. Zář 2017. <https://www.recode.net/2017/9/28/16377528/ikea-acquisition-taskrabbit-shopping-home-contract-labor>.

Westervelt, Eric. 2016. 'A Bit Of A Montessori 2.0': Khan Academy Opens A Lab School. *National Public Radio*. [Online] Leden 2016. [Citace: 5. Únor 2018.] <https://www.npr.org/sections/ed/2016/01/05/461506508/sal-khan-on-learning-coding-and-why-virtual-ed-is-not-enough>.

8.2.1 Ostatní zdroje

Zákon č. 304/2013 Sb., o veřejných rejstřících právnických a fyzických osob. *Zákony pro lidi.cz*. [Online] <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2013-304#p2-1>.

8.2.1.1 Ostatní internetové zdroje

oficiální webové stránky zmíněných zástupců (www.airbnb.com, www.uber.com, www.couchsurfing.com a další)

www.cruchbase.com

www.slovník.seznam.cz

cs.bab.la

en.oxforddictionaries.com

prirucka.ujc.cas.cz

www.alexacom

www.pdf-to-image.com

8.2.2 Použitý software

Google Forms, Google Docs

Microsoft Office

9 Přílohy

	Název	Původ	Rok	V ČR?	Předmět činnosti
Ubytování	Airbnb	USA	2008	✓	Nabídka krátkodobého ubytování. Nabídka zážitků (průvodce po městě, kurz vaření...)
	HomeAway	USA	2005	✓	Nabídka krátkodobého ubytování.
	HouseSit Match	GBR	2013	✓*	Nabídka ubytování zdarma výměnou za postarání se o nemovitost a případná zvířata majitele.
	Flatio	CZE	2016	✓	Nabídka střednědobého ubytování.
	MojeChaty	CZE	2008	✓	Nabídka krátkodobého ubytování – pouze celé nemovitosti (chaty a chalupy).
Pracovní prostory	PivotDesk	USA	2012	✗	Pronájem kancelářských a výukových prostor – soukromé prostory ale i coworking.
	DesksNear. Me	USA	2012	✓*	Pronájem kancelářských a výukových prostor – soukromé prostory ale i coworking.
	WeWork	USA	2010	✗	Pronájem kancelářských a výukových prostor – soukromé prostory ale i coworking.
Doprava	Uber	USA	2009	✓	Dopravní společnost nabízející on-demand spolujízdu.
	Lyft	USA	2012	✗	Dopravní společnost nabízející on-demand spolujízdu.
	Zipcar	USA	2000	✗	Nabídka sdílených aut k pronájmu – bezpobočková půjčovna, auta rozmístěna různě po městě.
	Getaround	USA	2009	✗	Půjčování soukromě vlastněných aut v době jejich nevyužívání.
	Taxify	EST	2013	✓	Dopravní společnost nabízející on-demand spolujízdu.
	BlaBlaCar	FRA	2006	✓	Spolujízda fungující na principu zaplnění volných míst v autě.
	DriveNow	DEU	2011	✗	Startup automobilky BMW – podobný princip jako Zipcar.
	HoppyGo	CZE	2017	✓	Půjčování soukromě vlastněných aut v době jejich nevyužívání.
	SmileCar	CZE	2017	✓	Půjčování soukromě vlastněných aut v době jejich nevyužívání.

Finance	Kickstarter	USA	2009	✓*	Crowdfunding pro různé účely – sport, hudba, výroba, publikování...
	Indiegogo	USA	2008	✓*	Crowdfunding pro různé účely – sport, hudba, výroba, publikování...
	Lending Club	USA	2007	✗	P2P půjčky peněz.
	GoFundMe	USA	2008	✓*	Crowdfunding pro dobročinné účely - vzdělání, nemocní lidé, pozůstalí, zvířata...
	Zonky	CZE	2015	✓	P2P půjčky peněz.
	Startovač	CZE	2011	✓	Crowdfunding pro různé účely – sport, hudba, výroba, publikování...
	HitHit	CZE	2002	✓	Crowdfunding pro různé účely – sport, hudba, výroba, publikování...
Pojišťovnictví	PRVNÍ KLUBOVÁ pojišťovna	CZE	2015	✓	Nabídka neživotního občanského pojištění - pojištění vozů, majetku, cest a úrazu.
Služby	TaskRabbit	USA	2008	✗	Nabídka služeb lidmi v okolí – instalatéri, pomoc se stěhováním, sestavením nábytku, práce na zahradě...
	Fiverr	ISR	2010	✓*	Nabídka freelancingových prací – překlady, programování, grafický design, online marketing...
	Doginni	CZE	2014	✓	Hlídaní a venčení mazlíčků.
	Robeeto	CZE	2016	✓	Nabídka různých služeb – úklid, fotografování, hlídání, doučování.
	Stovkomat	CZE	2012	✓	Nabídka freelancingových prací – překlady, programování, grafický design, online marketing...
	LidskáSíla	CZE	2015	✓	Nabídka "Dam k ruce" - úklid, žehlení, šití ...
	Rover	USA	2011	✗	Hlídaní a venčení mazlíčků.

Vzdělávání	Khan Academy	USA	2006	✓	Vzdělávání zdarma za pomoci videí a online materiálů.
	Coursera	USA	2012	✓*	Studium (krátké kurzy i celé semestry) pod záštitou univerzit po celém světě – zdarma i placené.
	Udemy	USA	2010	✓*	Online kurzy pro osobní i kariérní rozvoj – placené.
	edX	USA	2012	✓*	Studium (krátké kurzy i celé semestry) pod záštitou univerzit a vzdělávacích institucí – zdarma, platí se pouze za případný certifikát.
	Seduo	CZE	2015	✓	Online kurzy na různá témata – placené i zdarma.
	Nostis	CZE	2016	✓	Neplacené kurzy o právu pod záštitou Univerzity Palackého, Univerzity Karlovy a Masarykovy univerzity.
Půjčovny věcí	Peerby	NLD	2011	✓*	Půjčování věcí mezi lidmi v okolí.
	Sharygo	CZE	2015	✓	Půjčování věcí mezi lidmi v okolí.
	Knihovna věcí	CZE (pův. USA)	2017	✓	Fyzická knihovna v centru Prahy, ve které je možné si na týden půjčit různé věci.
	Půjčím.to	CZE	2015	✓	Půjčování věcí od soukromých zapůjčovatelů i profesionálních půjčoven.
Jídlo	Feastly	USA	2011	✗	Platforma spojující profesionální i amatérské kuchaře se strávníky, kteří mají zájem o nevšední stravovací zážitky a seznámení s ostatními lidmi.
	EatWith	USA	2013	✓*	Podobné Feastly, ale s celosvětovou působností. Navíc možnost i kurzů vaření.
	UberEATS	USA	2014	✗	Rozvozová služba firmy Uber.
Výměna a prodej	Vinted	LTU	2008	✓	Výměna, prodej nebo darování oblečení, doplňků a kosmetiky.
	Let.go	USA	2015	✓	Výměna, prodej nebo darování různých věcí, většinou mezi lidmi v okolí.
	Fler	CZE	2008	✓	Portál umožňující prodej vlastních výrobků.
	Etsy	USA	2005	✓*	Portál umožňující prodej vlastních výrobků.

Tabulka 12 - Zástupci sdílené ekonomiky a jejich působnost na českém trhu, zdroj: vlastní, zdroj dat: webové stránky jednotlivých služeb

Sdílená ekonomika v ČR

Dobry den,

Jsem studentkou 3. ročníku oboru Provoz a ekonomika na České zemědělské univerzitě v Praze. V současné době píši bakalářskou práci na téma Sdílená ekonomika v České republice. Prosim, věnujte 5 - 10 minut svého času vyplnění tohoto dotazníku. Veškeré odpovědi jsou anonymní a budou využity jako podklad praktické části mé bakalářské práce. Děkuji!

1. Víte, co je to sdílená ekonomika? *

Mark only one oval.

- Ano, vim.
- Už jsem to slyšela, ale nevím, co to je.
- Ne, nevím. *Skip to question 81.*

Sdílená ekonomika

Princípem sdílené ekonomiky je myšlenka, že mít přístup k věci je lepší než ji vlastit, protože je to levnější a ekologičtější. Velké množství věcí, které vlastíme, využíváme pouze občas a sdílená ekonomika se snaží toto nevyužití minimalizovat. Mezi nejčastější odvětví sdílené ekonomiky patří ubytování (např. pronájem nevyužitých chat, bytů a pokojů) nebo doprava (spolujízda). Hlavním prostředkem sdílené ekonomiky jsou moderní technologie. Obchodní vztah se dá charakterizovat jako P2P (Peer-to-peer - tedy rovný rovnému). Zjednodušené řečeno je to určitá transakce mezi jednotlivci zprostředkovaná přes platformu třetí strany.

Ubytování

2. Které z těchto společností znáte? *

Tick all that apply.

- Airbnb
- CouchSurfing
- HomeAway
- Flatio
- Moje Chaty
- Žádnou

3. Které z těchto společností jste někdy využili? *

Tick all that apply.

- HomeAway
- Flatio
- Moje Chaty
- Žádnou

4. Využili jste někdy Airbnb? *

Mark only one oval.

- Ano, jako hostitel/ pronajímatel. *Skip to question 5.*
- Ano, jako host. *Skip to question 19.*
- Ano, jako hostitel i host. *Skip to question 11.*
- Ne *Skip to question 25.*

Hostitel Airbnb

5. Odkud jste se o Airbnb dozvěděli? *

Pokud jste se o Airbnb dozvěděli odjinud, vyplňte to prosím do kolonky "Other".

Mark only one oval.

- Ze sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, ...)
- Z televize, rádia, novin
- Od známého, příbuzných
- Z internetu (kromě sociálních sítí)
- Other: _____

6. Nabízíte ubytování v ČR? *

Mark only one oval.

- Ano, ve větším městě (30 000 obyvatel a více)
- Ano, v menším městě nebo vesnici (pod 30 000 obyvatel)
- Ne, nabízím ubytování v zahraničí
- Nabízím ubytování v ČR i zahraničí

7. Používáte spíše webovou verzi nebo aplikaci Airbnb? *

Mark only one oval.

- Web
- Aplikace
- Oboje používám stejně

8. Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? *

Mark only one oval per row.

	Souhlasím	Spiše souhlasím	Nevím	Spiše nesouhlasím	Nesouhlasím
Jsem spokojen/a se vzhledem i funkcími webu/aplikace Airbnb.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Většina hostů je bezproblémová.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hosté ke mně jezdí opakovaně.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám pocit, že v případě nějakého problému se mohu obrátit na Airbnb.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ráda se se svými hosty seznámím a věnuji jim svůj volný čas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ubytování a odjezd hostů si zajišťuji především sám/sama.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Legislativa ohledně Airbnb je nejasná a měla by se ještě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Využili jste i tzv. zážitky, které Airbnb nabízí? *

Mark only one oval.

- Ano, nabízím nějaký zážitek.
- Ne, ani nevím, že taková možnost na Airbnb je
- Ne, ale vím, že je Airbnb nabízí

10. Kolik Vašich hostů je z ČR? *

Mark only one oval.



Skip to question 24.

Hostitel i host Airbnb

(Otázky 11 – 15 shodně s otázkami 5 – 9)

16. Využíváte Airbnb k ubytování v ČR nebo zahraničí? *

(Jako host)

Mark only one oval.

- Airbnb používám pouze při cestách do zahraničí
- Airbnb používám pouze při cestách po ČR
- Airbnb využívám při domácích i zahraničních pobytech

17. Využili jste i tzv. zážitky, které Airbnb nabízí? *

Tick all that apply.

- Ano, nabízím nějaký zážitek
- Ano, využil/a jsem zážitky při pobytu v zahraničí
- Ano, využil/a jsem zážitky při pobytu v ČR
- Ne, ani nevím, že taková možnost na Airbnb je
- Ne, ale vím, že je Airbnb nabízí

18. Čím je pro Vás Airbnb atraktivní z pohledu hosta? *

Pokud Vás napadají jiné důvody, proč je Airbnb atraktivní, vyplňte to prosím do kolonky "Other". Tick all that apply.

- Nižší ceny
- Domáci prostředí, lepší vybavenost
- Větší možnost seznámení se s místními
- Velký výběr typů ubytování (od domů ve stromě a skromných chatič k luxusním domům)
- Personalizované služby (hostitel se mi více věnuje, poskytne lepší informace než hotel)
- Other: _____

Skip to question 24.

Host Airbnb

19. Odkud jste se o Airbnb dozvěděli? *

Pokud jste se o Airbnb dozvěděli odjinud, vyplňte to prosím do kolonky "Other". Mark only one oval.

- Ze sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, ...)
- Z televize, rádia, novin
- Od známého, příbuzných
- Z internetu (kromě sociálních sítí)
- Other: _____

20. Používáte spíše webovou verzi nebo aplikaci Airbnb? *

Mark only one oval.

- Web
- Aplikace
- Oboje používám stejně

21. Využíváte Airbnb k ubytování v ČR nebo zahraničí? *

Mark only one oval.

- Airbnb používám pouze při cestách do zahraničí
- Airbnb používám pouze při cestách po ČR
- Airbnb využívám při domácích i zahraničních pobytech

22. Využili jste i tzv. zážitky, které Airbnb nabízí? *

Tick all that apply.

- Ano, využívala jsem při pobytu v zahraničí
- Ano, využívala jsem při pobytu v ČR
- Ne, ani nevím, že je Airbnb nabízí
- Ne, ale vím, že je Airbnb nabízí

23. Čím je pro Vás Airbnb atraktivní? *

Pokud Vás napadají jiné důvody, proč je Airbnb atraktivní, vyplňte to prosím do kolonky "Other".
Tick all that apply.

- Nižší ceny
- Domáci prostředí, lepší vybavenost
- Větší možnosti seznámení se s místními
- Velký výběr typů ubytování (od domu ve stromě a skromných pokojů k luxusním domům)
- Personalizované služby (hostitel se mi více věnuje, poskytlne lepší informace než hotel)
- Other: _____

Skip to question 24.

Airbnb

Zde mi můžete napsat doplňující informace k odpovědím, sdělit, co Vám na Airbnb vadí, jestli ke službě máte nějaké připomínky, nebo se podělit o nějaký negativní či pozitivní zážitek. Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále.

Skip to question 25.

Ubytování

25. Využili jste někdy Couchsurfing? *

Mark only one oval.

- Ano, jako hostitel Skip to question 26.
- Ano, jako host Skip to question 39.
- Ano, jako host i hostitel Skip to question 31.
- Ne Skip to question 45

Hostitel CS

26. Odkud jste se o Couchsurfingu dozvěděli? *

Pokud jste se o CS dozvěděli odjinud, vyplňte to prosím do kolonky "Other".
Mark only one oval.

- Ze sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, ...)
- Z televize, rádia, novin
- Od známého, příbuzných
- Z internetu (kromě sociálních sítí)
- Other: _____

27. Používáte spíše webovou verzi nebo aplikaci Couchsurfingu? *

Mark only one oval.

- Web
- Aplikaci
- Oboje používám stejně

28. Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? *

Mark only one oval per row.

	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím
Jsem spokojen/a se vzhledem i funkcími webu/aplikace	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Couchsurfing. Většina hostů je bezproblémová.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mám pocit, že v případě nějakého problému se mám na koho obrátit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ráda se se svými hosty seznámím a věnuji jim svůj volný čas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Někteří hosté ke mně jezdí opakovaně.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

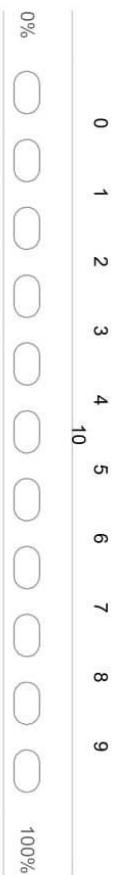
29. Jaká je Vaše motivace být hostitelem? *

Pokud máte nějaké jiné či další motivace být hostitelem, vyplňte to prosím do kolonky "Other".
Tick all that apply.

- Seznámení se s novými lidmi
- Poznání jiných kultur, životních stylů
- Změna denní rutiny
- Dobry pocit (např. z toho, že host ušetřil za hotel)
- Other: _____

30. Kolik Vašich hostů je z ČR? *

Mark only one oval.



Skip to question 44.

Hostitel i host CS

(Otázky 31 – 35 jsou shodné s otázkami 26 – 30)

36. Jaký je hlavní důvod, proč využíváte Couchsurfing jako host? *

37. Využíváte Couchsurfing při cestách do zahraničí i při cestách po ČR? *

Mark only one oval.

- CS používám pouze při cestách do zahraničí
- CS používám pouze při cestách po ČR
- CS využívám při domácích i zahraničních pobytech

38. Máte nějakou nepřijemnou zkušenost z pohledu hosta? *

Budu ráda, pokud mi v případě kladné odpovědi napíšete v následující sekci jakou/jaké.
Mark only one oval.

- Ano, několik.
- Ano, jednu
- Nemám

Skip to question 44.

Host CS

39. Odkud jste se o Couchsurfingu dozvěděli? *

Pokud jste se o CS dozvěděli odjinud, vyplňte to prosím do kolonky "Other".
Mark only one oval.

- Ze sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, ...)
- Z televize, rádia, novin
- Od známého, příbuzných
- Z internetu (kromě sociálních sítí)
- Other: _____

40. Používáte spíše webovou verzi nebo aplikaci Couchsurfingu? *

Mark only one oval.

- Web
- Aplikaci
- Oboje používám stejně

41. Jaký je hlavní důvod, proč využíváte Couchsurfing? *

42. Využíváte Couchsurfing při cestách do zahraničí i při cestách po ČR? *

Mark only one oval.

- CS používám pouze při cestách do zahraničí
- CS používám pouze při cestách po ČR
- CS využívám při domácích i zahraničních pobytech

43. Máte nějakou nepřijemnou zkušenost z pohledu hosta? *

Budu ráda, pokud mi v případě kladné odpovědi napíšete v následující sekci jakou/jaké.
Mark only one oval.

- Ano, několik.
- Ano, jednu
- Nemám

Skip to question 44.

Couchsurfing

Zde mi můžete napsat doplňující informace k odpovědím, sdělit, co Vám na Couchsurfingu vadí, jestli ke službě máte nějaké připomínky, nebo se podělit o nějaký negativní či pozitivní zážitek. Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále.

44. Couchsurfing - Připomínky, doplnění odpovědí, zážitky atd

Skip to question 45.

Doprava

45. Které z těchto společností znáte? *

Tick all that apply.

- Uber
- Lyftago
- Taxify
- Lyft
- BlablaCar (drive Jizdomat)
- BlablaCar
- HoppyCar
- Car4away
- Uniqway
- CareDriver
- Žádnou

46. Které z těchto společností jste někdy využili? *

Tick all that apply.

- Lyftago
- Taxify
- Lyft
- BlablaCar (drive Jizdomat)
- SmileCar
- HoppyCar
- Car4away
- Uniqway
- CareDriver
- Žádnou

47. Využili jste někdy aplikaci Uber? *

Mark only one oval.

- Ano, jsem řidičem pro Uber
- Ano, Uber využívám pro svou přepravu. *Skip to question 55.*
- Ne *Skip to question 64.*

Skip to question 63.

Zákazník Uber

55. Odkud jste se o Uberu dozvěděli? *

Pokud jste se o Uberu dozvěděli odjinud, vyplňte to prosím do kolonky "Other".
Mark only one oval.

- Ze sociálních sítí (Facebook, Twitter, Instagram, ...)
- Z televize, rádia, novin
- Od známého, příbuzných
- Z internetu (kromě sociálních sítí)
- Other: _____

56. Jak jste spokojeni s funkcí aplikace Uber? Je něco, co Vám v ní chybí, nebo naopak přijde zbytečné? *

57. * Mark only one oval per row.

	Souhlasím	Spíše souhlasím	Nevím	Spíše nesouhlasím	Nesouhlasím
Legislativa ohledně Uberu je nedostatečná a potřebuje řešit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Řidiči Uberu na mě působí profesionálním dojmem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S Uberem nemám žádnou negativní zkušenost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

58. Jak často využíváte Uber? *

Mark only one oval.

- Téměř každý den
- Alespoň jednou týdně
- 1-3x měsíčně
- Méně často

59. Jak často využíváte následující služby? *

Mark only one oval per row.

	Velmi často	Často	Občas	Zřídka	Nikdy
Uber	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lyftago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taxify	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klasická Taxi služba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

60. Zaznamenal/a jste spor pražských taxikářů s Uberem? Ovlivnil tento spor nějak Váš pohled na Uber? Znal/a jste Uber před touto kauzou

61. Využíváte Uber pouze v ČR, nebo službu vyhledáváte i v zahraničí? *

Mark only one oval.

- Uber využívám pouze v ČR
- Uber využívám jak v ČR, tak v zahraničí
- Uber využívám pouze pokud jsem v zahraničí

62. **Uvítala byste zavedení UberEATS v ČR? ***

Pres aplikaci UberEATS objednáte jídlo v restauraci, řidič Uberu ho vyzvedne a doveze na zadanou adresu. Polohu řidiče s jídlem je možné sledovat po celou dobu, platba probíhá za pomoci stejné aplikace. (<https://www.ubereats.com/vienna/>)
Mark only one oval.

- Ano
 Ne
 Nevím

Skip to question 63.

Uber

Zde mi můžete napsat doplňující informace k odpovědím, sdělit, co Vám na Uberu vadí, jestli ke službě máte nějaké připomínky, nebo se podělit o nějaký negativní či pozitivní zážitek. Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále.

63. **Uber - Připomínky, doplnění odpovědi, zážitky, atd.**

Vzdělávání

64. **Které z těchto společností znáte?**

Trick all that apply.

- Tandem.net (Language Exchange App)
 Khan Academy
 Coursera
 Udemy
 Seduo
 Nostis
 Žádnou

65. **Které z těchto společností jste někdy využili? ***

Trick all that apply.

- Tandem.net (Language Exchange App)
 Khan Academy
 Coursera
 Udemy
 Seduo
 Nostis
 Žádnou

66.

Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? *

Mark only one oval per row.

	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Přijde Vám myšlenka vzájemného učení atraktivní?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Byla byste ochotný/á předávat své odborné znalosti výměnou za jiné odborné znalosti?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Myslíte si, že vzájemné učení cizích jazyků je efektivnější, než klasický kurz?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pokud byste absolvoval/a online kurz, jehož výstupem by byl certifikát, uvedla byste si ho do svého životopisu?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

67. **Využíváte YouTube k nalezení návodů (tutoriálů)? ***

Do kolonky "Other" máte možnost vyplnit případně jinou odpověď.
Mark only one oval.

- Ano, často
 Ano, párkrát už jsem něco hledala
 Ne, nikdy mě to nenapadlo
 Ne, dávám přednost jiným zdrojům
 Other: _____

68. **Vzdělávání - Připomínky, doplnění odpovědi, zážitky, atd.**

Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále

Služby, půjčovny věcí

69. **Které z těchto společností znáte? ***

Trick all that apply.

- Stovkomat
 Doginni
 Robeeto
 Super Soused
 TaskRabbit
 Peerby
 SharyGo
 Knihovna věcí (Library of Things)
 Půjčím (.to)
 Let.go
 Fler
 Žádnou

70. **Které z těchto společností jste již v minulosti využili? ***

Tick all that apply.

- Stovkomat
- Dogini
- Robeeto
- Super Soused
- TaskRabbit
- Peerby
- SharvGo
- Knihovna věcí (Library of Things)
- Půjčim!to
- Let.go
- Fler
- Žádnou

71. **Líbí se Vám myšlenka půjčoven věcí? ***

Půjčovny věci umožňují půjčit si za poplatek nějakou z dostupných věcí - např. vrtačku, deskovou hru, sportovní náčiní, šicí stroj. Vypůjčení doba je zpravidla týden a ceny se liší podle pořizovací cen věcí, ale odpovídají cca 10-20% pořizovací ceny. (Náhledy cen např. na <https://loa.mylum.com/library/inventov/browse>)

Mark only one oval.

- Ano, je to dobrý nápad.
- Ano, ale je to drahé.
- Ne, raději si věci koupím.
- Ne, raději si věci zkusím sehnat od známých.
- Other: _____

72. **Služby, půjčovny - Připomínky, doplnění odpovědí, zážitky, atd.**

Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále.

Skip to question 73.

Finance

73. **Které z těchto společností znáte? ***

Tick all that apply.

- Kickstarter
- GoFundMe
- Indiegogo
- Startovač
- HitHit
- Zonky
- Žádnou

74. **Kterou z těchto společností jste někdy využili? ***

Tick all that apply.

- Kickstarter
- GoFundMe
- Indiegogo
- Startovač
- HitHit
- Zonky
- Žádnou

75. **Je Vám myšlenka půjčení si peněz od lidí milejší, než půjčka od bankovní instituce? ***

Mark only one oval.

- Ano
- Ne
- Nevím

76. **Podporili jste někdy finančně nějaký vynález, nápad, člověka, vydání knihy/CD/filmu apod.? ***

Mark only one oval.

- Ano, přes jednu z výše jmenovaných platform.
- Ano.
- Ne

77. **Finance - Připomínky, doplnění odpovědí, zážitky, atd.**

Pokud žádné nemáte, pokračujte prosím dále.

Názory na sdílenou ekonomiku

78. **Jaké jsou dle Vás hlavní důvody obliby sdílené ekonomiky? ***

Pokud Vás napadají i jiné důvody, napište je prosím do kolonky "Other".

Tick all that apply.

- Úspora financí
- Lepší dostupnost služeb, statku
- Větší pocit pospolitosti společnosti
- Ekologické aspekty sdílené ekonomiky
- Větší flexibilita
- Inovativní přístup
- Other: _____

79. Do jaké míry souhlasíte s následujícími tvrzeními? *

Mark only one oval per row.

	Ano	Spiše ano	Nevím	Spiše ne	Ne
Sdilená ekonomika je v ČR málo propagována	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sdilená ekonomika má špatný dopad na celkovou ekonomiku země	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sdilená ekonomika je trend, který brzy opadne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sdilená ekonomika pomáhá řešit otázky nezaměstnanosti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sdilená ekonomika je hlavně pro mladé lidi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trh se sdílenou ekonomikou začíná být přesytený	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pokud mám na výběr, preferuji sdílenou ekonomiku před tržní (Raději Airbnb než hotel, Uber než taxi, pronájem než koupi sekáčky...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

80. Myslíte si, že sdílená ekonomika v ČR by měla být lépe regulována zákony? *

- Ano, měla by být zakázána
- Ano, měla by být omezena
- Ano, ale hlavně z důvodu ochrany spotřebitele a platby daní či poplatků
- Ne
- Nevím

Informace

Toto je poslední sekce dotazníku.

81. Vlastníte chytrý telefon? Jaký má operační systém? *

Pokud vlastíte více telefonů a mají rozdílné operační systémy, řiďte se prosím podle toho, který využíváte nejvíce.
Mark only one oval.

- iOS Android
- Windows Phone
- Jiný
- Chytrý telefon nevlastním
- Nevím, co je chytrý telefon

82. Využíváte nějaké sociální sítě? (Facebook, Twitter, Instagram, Tumblr, Google+, Snapchat, ...)*

Využíváním je myšlena aktivita na dané síti alespoň 1x týdně.
Mark only one oval.

- Ano, několik
- Ano, pouze jednu
- Jsem registrovaný/á, ale nevyužívám je.
- Ne

83.

Umlíte anglicky? *

Mark only one oval.

- Ano, bez problémů se dorozumím
- Ano, dorozumím se, ale občas mám problémy
- Ano, ale jen základy
- Ne, anglicky neumím

84.

Jsem: *

Mark only one oval.

- Žena
- Muž

85. Kolik je vám let? *

Mark only one oval.

- méně než 18
- 18 - 25 let
- 26 - 35 let
- 36 - 45 let
- 46 - 55 let
- 56 - 65 let
- 65 let a více

86. Jaký je čistý příjem Vaší domácnosti? *

Příjem je zjišťován kvůli otázce rozdílu ve využívání sdílené ekonomiky v souvislosti s příjmem.
Mark only one oval.

- méně než 25 000 Kč
- 25 000 - 39 999 Kč
- 40 000 - 79 999 Kč
- 80 000 Kč a více

87.

Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? *

Mark only one oval.

- Základní
- Středoškolské
- Středoškolské s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

Konec dotazníku.

Pokud chcete doplnit nějakou odpověď, přidat nějakou zkušenost či postřeh, budu ráda. Pokud ne, pokračujte prosím dále.

88.

Děkují za vyplnění dotazníku.

Pokud byste chtěli být seznámeni s výsledky dotazníkového šetření, zanechte mi na sebe, prosím, emailovou adresu. Pokud ne, klikněte na tlačítko "Submit". Budu ráda, pokud můj dotazník dáte k vyplnění někomu jinému. Odkaz pro sdílení je: <https://goo.gl/forms/kqquwLTx5799351B3>

89