

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Sdílená ekonomika

Sharing economy

Jakub Kavina

Plzeň 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Sdílená ekonomika“

vypracoval samostatně pod odborným dohledem vedoucí bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

Plzeň, dne 1. 5. 2021

v. r. *Jakub Kavina*

Poděkování

Nejprve bych rád poděkoval své vedoucí bakalářské práce Ing. Vendule Tesařové, Ph.D. za odborné vedení, za pomoc a cenné rady při zpracování této práce a Ing. Pavle Říhové, Ph.D. za konzultaci ohledně mé praktické části. Poděkování dále patří mé přítelkyni Alici za podporu a dodání motivace a rodičům Andree a Michalovi, bez jejichž pomoci by nebylo možné moji práci dokončit. A jako poslední bych velmi rád poděkoval všem respondentům, kteří věnovali svůj čas a poskytli data k mé bakalářské práci.

Obsah

Úvod	7
1 Sdílená ekonomika	9
1.1 Definice sdílené ekonomiky	9
1.2 Historie	10
1.3 USA vs. Evropa	12
1.3.1 USA	12
1.3.2 Evropa	13
1.4 Pojem peer to peer	15
2 Modely sdílené ekonomiky	16
2.1 Ubytovací služby	16
2.1.1 Airbnb	16
2.1.2 Couchsurfing	18
2.1.3 Cohousing	19
2.2 Dopravní služby	20
2.2.1 Uber	20
2.2.2 Bolt, Liftago	22
2.2.3 BlaBlaCar	22
2.3 Sdílená kola, sdílené koloběžky	23
2.3.1 Rekola	23
2.3.2 Lime, Bolt, Be Rider	25
2.4 Finanční služby	25
2.4.1 Crowdfunding	25
2.4.2 Crowdsourcing	27
2.4.3 Peer to peer lending	27

2.4.4	Zonky.cz.....	28
2.5	Další služby sdílené ekonomiky	29
2.5.1	Knihobudky	29
2.5.2	Rostlinná štafeta	30
2.5.3	Potravinové banky	30
3	Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky	31
3.1	Výhody	31
3.2	Nevýhody.....	32
4	Pojmy generace X, Y, Z	36
4.1	Generace X	36
4.2	Generace Y	36
4.3	Generace Z.....	37
5	Praktická část	38
5.1	Cíle.....	38
5.2	Metodika výzkumu	38
5.3	Vyhodnocení dat dotazníkového šetření.....	42
6	Oslovení nejméně zainteresované generace	48
	Závěr.....	52
	Seznam použitých zdrojů.....	54
	Seznam tabulek.....	60
	Seznam obrázků	61
	Seznam použitých zkratk a značek	62
	Seznam příloh	63
	Přílohy	
	Abstrakt	
	Abstract	

Úvod

Sdílení je známo již z časů našich předků, kdy výměna či půjčování vlastních statků bylo zcela běžnou záležitostí. V dnešní době k návratu sdílení napomohl rozvoj moderních technologií, internetu, elektronických zařízení a digitalizace. Nejedná se tedy jen o osobní sdílení, ale o globální sdílení napříč všemi jedinci.

Obsahem mé bakalářské práce bude seznámení čtenářů s novodobým fenoménem zvaným sdílená ekonomika, jenž se rapidně rozrůstá do různorodých sfér právě pomocí rozvoje novodobých technologií. Popsán bude počátek moderní sdílené ekonomiky aneb návrat k využívání sdílených služeb, její postupný vývoj a následná expanze z USA do Evropy, jelikož rozdíly, které byly zaznamenány ve sdílené ekonomice na těchto dvou kontinentech, shledávám za velmi potřebné zmínit, neboť se regulace, vývoj a popularita velmi liší. Zde se také nabídne otázka, zda je sdílení, popř. výměna či vypůjčení, stále podstatou sdílené ekonomiky či se postupně transformuje a tento význam ztrácí.

Budou představeny nejvyužívanější i ty méně známé modely sdílené ekonomiky. Tato část započne u ubytovacích služeb, kterým dominuje platforma Airbnb, která zároveň zpopularizovala tento nový fenomén. Následuje kapitola přepravních sdílených služeb, u kterých stojí na první příčce nejznámější služba Uber. Zde bude věnována pozornost regulacím, k nimž v nedávné době došlo a jak ovlivnily stávající alternativní přepravní služby. Toto téma je mi velmi blízké, vzhledem k tomu, že jsem v jedné z alternativních přepravních taxislužeb, konkrétně ve společnosti Bolt, zaměstnán na administrativní pozici v oblasti provozních záležitostí. Domnívám se, že studování této problematiky mi napomůže získat informace z dosud neprozkoumaných oblastí a zároveň otevře nové obzory. V další části modelů budou představeny sdílené služby z finanční sféry a ostatní moderní služby týkající se statků jako rostliny, knihy či potraviny.

Na základě toho, že se sdílená ekonomika stále vyvíjí a je zkoumán její dopad jak na celkový trh, tak i ekologii a sociologii, budou v poslední teoretické části formulovány nevýhody a hrozby sdílené ekonomiky, které byly doposud zaznamenány a zároveň vymezím i značné přínosy a pozitiva sdílené ekonomiky. Pokusím se zaměřit na různé statistiky a předpovědi, které vypovídají o následném růstu a vývoji.

A jak je to vlastně s popularitou sdílené ekonomiky napříč věkovými kategoriemi? Cílem mé bakalářské práce je zhodnotit využití sdílené ekonomiky napříč jednotlivými generacemi a následně doporučit, jak oslovit nejméně zainteresovanou generaci. V souvislosti s tímto cílem se praktická část bude nejprve zabývat generacemi X, Y, Z napříč roky 1965–2012, kde budou popsány charakteristické rysy z oblasti profesního, finančního, rodinného vyžití a postoji k moderním technologiím a bude zkoumáno, jak se od sebe liší. Na základě vyhodnocených dat ze získaného dotazníkového šetření a provedených výpočtů bude stanovena a následně potvrzena či vyvrácena hypotéza, zda je sdílená ekonomika závislá na věku uživatelů. V případě potvrzení této hypotézy bude dalším postupem odhalení nejméně zainteresované generace a následně vyhodnocení způsobů, jak ji nejlépe zaujmout. V této problematice bude také zodpovězena otázka, z jakých důvodů je vlastně důležité tuto generaci oslovit a jaké přínosy by začlenění těchto jedinců mohlo přinést. Následně bude navrženo a doporučeno, jakými taktikami tohoto cíle dosáhnout.

Vzhledem k tomu, že se jedná o problematiku novodobou, není zcela podložena akademickými výzkumy či odbornou literaturou. Z tohoto důvodu bude čerpáno především z děl lektorů a analytiků, kteří tento moderní fenomén představují či kritizují, dále z internetových zdrojů modelů sdílené ekonomiky, přednášek na toto téma, publikací v tisku či z doposud stanovených regulací a novel ČR.

1 Sdílená ekonomika

1.1 Definice sdílené ekonomiky

Pojem sdílená ekonomika byl již definován mnoha autory, ovšem díky rychlému rozvoji se definice stále transformuje. Dalo by se tedy podotknout, že přesná definice tohoto pojmu doposud není stanovena. Při studování tohoto tématu bylo na sdílenou ekonomiku užito v anglickém jazyce mnoho výrazů – sharing economy, gig economy, collaborative economy, přičemž v českém jazyce byl nejčastěji shledávaný pojem „sdílená ekonomika“. Dle překladů a zjištěných informací lze jednoduše vlastními slovy říci, že se jedná o využívání (krátkodobý pronájem, výměnu či sdílení) služeb a statků, které daný jedinec přímo nevlastní, skrze internetové platformy, na nichž se střetává nabídka s poptávkou. Jde tedy o upřednostnění vypůjčení před vlastněním.

Mgr. Marek Benda, český politik, uvedl: „Pod souslovím sdílená ekonomika je zpravidla chápáno poskytování a najímání si služeb, případně užívání statků prostřednictvím digitálních platforem, které redukuje transakční náklady a zvyšují užítelnost daných statků, mnohdy jinak určených pouze k osobnímu užití.“ (Benda, 2016, s. 8). Po shrnutí této definice, lze tvrdit, že pomocí sdílené ekonomiky dochází také k znovuvyužití nepotřebných statků. Nemusí se jednat pouze o materiální statky, nýbrž i o nehmotné služby. Mark Levine v roce 2009 zveřejnil publikaci v novinovém deníku New York Times, kde je uváděno, že vzhledem k omezeným zdrojům, které jsou na Zemi k dispozici, je dalším krokem k ochraně a zachování přírody místo kupování statků, právě jejich sdílení. (Levine, 2009)

Sdílení se v posledních letech tak enormně rozrostlo, až by se dalo hovořit o sdílené ekonomice jako kultuře „What’s Mine Is Yours“ (dosl. překlad „Co je mé, je i tvé“). Tento název nese průlomové dílo Rachel Botsman, které bylo kriticky uznávané a předpovědělo vzrůst sdílené ekonomiky. Rachel Botsman je světově proslulá „trust expert“ (dosl. překlad „expert na důvěru“), autorka, lektorka na Oxfordské univerzitě a řečnice. (Botsman, n. d.) V tomto díle popisuje fakt, že každý den lidé využívají tradiční sdílení, směny, půjčování, obchodování, pronájem, obdarování a výměnu prostřednictvím nových technologií. Sdílená ekonomika či jinak také kolaborativní spotřeba, umožňuje lidem uvědomit si výhody přístupu k produktům a službám oproti

vlastnictví a zároveň šetřit peníze, prostor a čas. Sociální sítě a moderní technologie umožňují vytvářet inovativní systémy založené na sdíleném využití jako je sdílení kol, automobilů či ubytování. (Botsman & Rogers, 2010)

Ve sdílené ekonomice je také potřeba zmínit dvě účastníci se strany – nabídku a poptávku. Nabídku tvoří jedinec, který poskytuje určitý statek či službu. Na druhé straně leží poptávka, tedy jedinec, který užívá nabízené. Nyní existuje neomezený trh pro efektivní výměnu mezi výrobcem a spotřebitelem, prodejcem a kupujícím, věřitelem a dlužníkem, ba dokonce i například mezi sousedy. Online burzy napodobují úzké vazby, které se jednou vytvořily přímými výměnami mezi občany v menších městech a na vesnicích, ale v mnohem větším a neomezeném měřítku. „Spolupráce“ (z angl. „collaboration“) se stala moderním heslem ekonomů, filozofů, obchodních analytiků, pozorovatelů trendů, marketingových pracovníků či podnikatelů. (Botsman & Rogers, 2010)

1.2 Historie

Určit počátek sdílené ekonomiky není zdaleka tak jednoduché, jak se může na první pohled zdát. Tento koncept vznikl již před mnoha lety v dávné historii, avšak nejprve se jednalo o tzv. spoluspotřebitelství, které se původně využívalo z důvodů nízké intenzity výroby zboží. Z tohoto důvodu se sdílení stalo nepostradatelným, jelikož spotřebitelé měli přístup k prostředkům, které by si jinak nebyli schopni z finanční stránky dovolit, nebo by se naopak dlouhodobé vlastnictví mohlo stát nadbytečným z důvodu dalšího nevyužití. Dále vzájemné sdílení podpořila skutečnost, že lidé tvořili menší komunity, a tudíž mezi nimi panovala větší jistota z hlediska důvěry.

Postupem času s rostoucí životní úrovní, vytvářením větších měst a zvětšující se výrobou upadala potřeba sdílení do pozadí. Lidé upřednostňovali vlastnit. Dalo by se tak říci, že sdílení se stalo ojedinělou činností a díky většímu počtu obyvatel nabývalo anonymní charakter. Ten následně způsobil nárůst nedůvěry ve společnosti, který se stal jedním z důvodů potlačení konceptu sdílení. (Deloitte, 2017)

K znovuoobnovení a rozkvětu konceptu sdílení došlo až počátkem 21. století a bylo nově označeno mnoha pojmy, ze kterých byl nejčastěji užíván „sdílená ekonomika“. Této skutečnosti napomohl především rozvoj digitálních moderních technologií a také

rapidní vývoj internetu, o kterém lze mluvit jako o jedné z nejvíce se transformující a rozvíjející technologii, přičemž se od roku 2000 do roku 2016 počet uživatelů ze 413 milionů zosminásobil. (Roser, Ritchie, & Ortiz-Ospina, 2015) Velkým převratem se také stalo předvedení prvního dotykového mobilního zařízení od společnosti Apple roku 2007 s názvem iPhone. Byl prezentován v Kalifornii zakladatelem společnosti Steveem Jobsem, jehož nový „smartphone“ v následujících letech sklídl enormní úspěch. O rok později společnost Apple uvedla na trh online obchod s aplikacemi zvaný AppStore, díky němuž byl umožněn vývoj aplikací, skrze které mohly následně platformy sdílené ekonomiky začít fungovat. Uživatelé tak získali snadné a dostupné připojení z jakéhokoliv místa na světě, které přispělo k pohodlí využívání služeb. (Stone, 2019, s. 14–38)

Beze sporu lze konstatovat, že k rozvoji sdílené ekonomiky napomohlo také stále častěji diskutované téma ohledně udržitelnosti a ekologie. Lidé si díky zvyšující se informovanosti začali uvědomovat nadbytečnou výrobu, a tudíž se přiklánějí k daleko častějšímu sdílení produktů a služeb, přičemž se snaží nevyužívaným statkům přinést další využití a tím zefektivnit jejich účel.

Sdílení znovu započalo v odvětví přepravních a ubytovacích služeb. Jednou z prvních platforem formující sdílenou ekonomiku se stala služba Couchsurfing, která svou činnost odstartovala začátkem roku 2004. Netrvalo však dlouho a pod tento koncept ekonomiky se začaly řadit i další společnosti. Mezi hlavní průlomové společnosti patří Airbnb či Uber, které svou hodnotu během 2 let ztrojnásobily až zčtyřnásobily, a tím dostaly sdílenou ekonomiku do popředí. Největší růst zažila sdílená ekonomika mezi lety 2013 až 2016. (Basselier, Langenus, & Walravens, 2018)

Postupem času se tento koncept stále více rozšiřoval. Dnes mezi modely sdílené ekonomiky lze nalézt také například sdílení knih, rostlin či potravin. Mimo jiné sem také patří sektor financí, kde stojí za zmínku česká služba Zonky.cz.

Mezi ekonomy je očekáván značný nárůst sdílené ekonomiky, avšak v dnešní době se stává velmi diskutabilním, co mezi sdílenou ekonomiku patří či ne. Mnoho společností začalo využívat benefitů sdílené ekonomiky, aniž by se mezi ně řadily. Rachel Botsman v jednom z rozhovorů uvedla, že model sdílené ekonomiky je stále častěji chybně užíván ve spojitosti s různými obchodními modely, ve kterých se spojuje nabídka s poptávkou, ale sdílení zde není dominantním konceptem. (Botsman, 2015)

Předpokládaný růst sdílené ekonomiky od roku 2014 do roku 2025 je odhadován z 15 miliard amerických dolarů (USD) na 335 miliard USD. Tento fakt opět nasvědčuje tomu, že se společnost znovu přiklání ke sdílení namísto vlastnictví, a tím se přechází do světa sdílené ekonomiky rychleji než kdy jindy. (Tabcum Jr., 2019)

1.3 USA vs. Evropa

V této kapitole budou probrány rozdíly mezi vývojem sdílené ekonomiky ve Spojených státech amerických a napříč Evropou.

1.3.1 USA

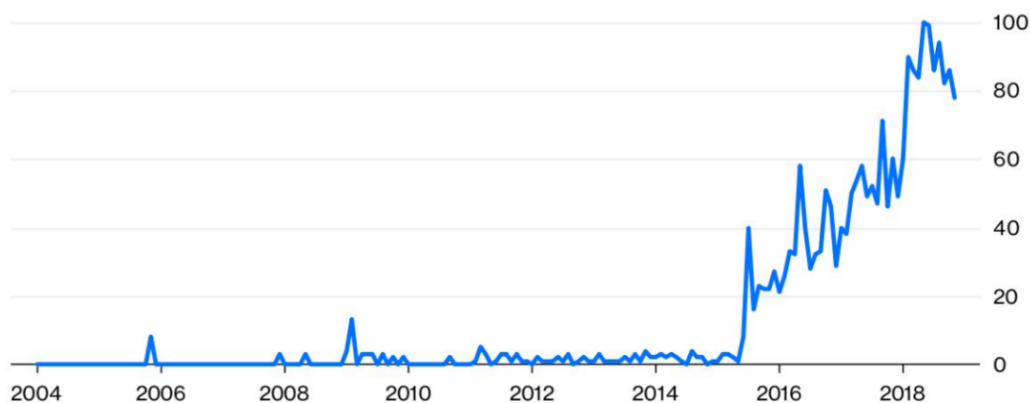
Za kolébku sdílené ekonomiky lze označit USA, jelikož právě zde zhruba před 20 lety započal vznik prvních novodobých platforem sdílení založených na moderních technologiích. Je nutné si uvědomit, že lidé v USA reagují na trh podstatně rozdílněji oproti Evropě. Nejspíš právě toto byl jeden z důvodů, proč se první sdílené služby objevily právě zde. Zatímco má USA tendenci k novinkám na trhu zaujímat pragmatický a adaptivní přístup, v Evropě se stále více vyžaduje tyto změny a nové modely ekonomiky přizpůsobovat evropským standardům a právním regulacím. Na základě rozvoje sdílené ekonomiky v USA bylo v roce 2016 vydáno dílo s názvem „Platform Revolution“ (dosl. překlad „Revoluce platforem“), jež bylo napsáno třemi z nejvyhledávanějších odborníků na platformové podnikání. Autoři tohoto díla byli fascinováni digitální transformací a na základě toho ji začali propojovat s platformami modelu sdílené ekonomiky. Jedná se tak o velmi vlivné dílo, které lze nazvat jako průvodce sdílenou ekonomikou. Tvrdí, že přináší výhody pro společnost, podniky či organizace. Díky tomuto dílu o digitálních platformách sdílené ekonomiky, které bylo jako první založené na faktech a statistikách, se pojem nového modelu ekonomiky dostalo do podvědomí velmi široké veřejnosti a dalo by se tak hovořit o velmi prudkém vzrůstu poptávky. (Cocolabs, 2019)

Na grafu níže si lze povšimnout vzestupu vyhledávání sdílené ekonomiky napříč internetovým vyhledávačem Google od roku 2004 do roku 2018 a dále. Z grafu je očividné, že zájem vůči sdílené ekonomice byl nejvyšší v roce 2018.

Obr. 1: Vzestup zájmu sdílené ekonomiky 2004–2018 dle Google Trends

The Rise (and Fall?) of the Gig Economy

U.S. search interest in the term "gig economy," with 100 = peak interest



Zdroj: Google Trends (2018), zpracováno BloombergQuint

Následně v roce 2017 počet uživatelů sdílené ekonomiky vzrostl na 57 milionů a o tři roky déle, v roce 2020, dosáhl počtu nad 80 milionů. Mimo jiné se také uvádí, že sdílená ekonomika tvoří v USA spolu s Evropou 20 až 30 % pracovních sil. Všechna tato čísla jasně dokazují, že americký trh se s konceptem sdílené ekonomiky adaptoval, a navíc se dle předpovědí očekává do budoucna stále větší nárůst uživatelů. (Manyika a kol., 2016)

1.3.2 Evropa

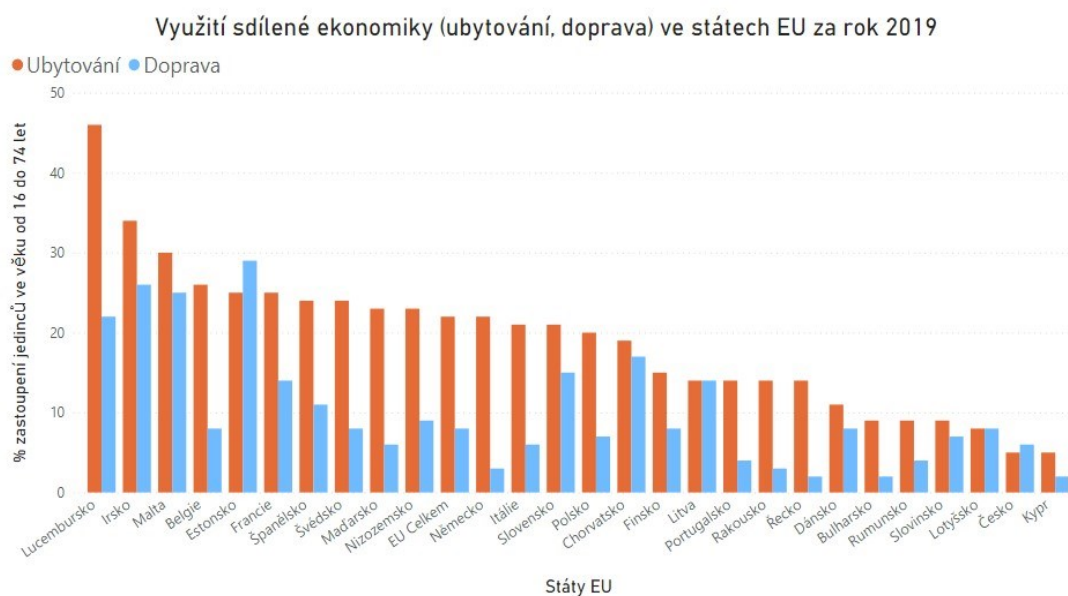
Sdílená ekonomika doposud nedosáhla v Evropě tak silného rozsahu, ovšem je zcela očividné, že v průběhu let nabyla velmi výrazného růstu a nyní již získává v některých odvětvích významné podíly na trhu. Tento nárůst je zaznamenán od roku 2013, přičemž jeho následné zrychlení se datuje od roku 2015. V tomto roce byl hrubý příjem v Evropské unii (EU) ze sdílené ekonomiky a platform, které pod tento nový model spadají, odhadován na 28 miliard eur (EUR). V roce 2015 také započalo na základě významných investic velkých platform značné rozšiřování a expanze sdílené ekonomiky, za účelem rozšířit ji do celé Evropy. Nyní někteří odborníci odhadují, že by sdílená ekonomika mohla do hospodářství EU přidat 160–572 miliard EUR. (European Commission, 2016)

Jak již bylo výše zmíněno, přijetí tržních změn v Evropě, na rozdíl od USA, daleko více podléhá otázce právní a zákonné. Tuto skutečnost si také Evropská komise, nadnárodní

orgán Evropské unie, správně uvědomovala, a proto roku 2016 vydala Evropskou agendu pro ekonomiku sdílení. Ta obsahovala pokyny, které měly vést k podpoře a zvýšení důvěry ve sdílenou ekonomiku. Dále uvádí, že se jedná o nové obchodní modely, které s sebou přinášejí příležitost tvorby nových pracovních míst a s tím i spojený ekonomický růst, samozřejmě za podmínky zodpovědného přístupu k jejich vývoji. (Evropská komise, 2016)

Z grafu níže si lze povšimnout, že mezi státy, které nejvíce využívají služby sdílené ekonomiky, patří Lucembursko, následované Irskem a Maltou. Také stojí za povšimnutí fakt, že ve většině zemí převládá využívání ubytovacích služeb nad službami přepravními. Opačný trend lze zaznamenat v Estonsku. Pro odpověď na otázku, proč tomu tak je, není potřeba zacházet daleko. Právě v Estonsku vznikla jedna z platforem pro přepravu osob, Bolt, která je v současnosti jednou z největších v celé Evropě. Dále se této společnosti věnuje kapitola dopravních služeb.

Obr. 2: Využití sdílené ekonomiky v EU



Zdroj: Eurostat.eu (2021), zpracováno autorem

Druhou nejméně zaujatou zemí Evropy v rámci sdílené ekonomiky je Česká republika. Jedním z důvodů může být nedostatečnost v rámci právní úpravy těchto platforem, která zde v rámci dopravních služeb byla až do roku 2020, kdy došlo k novele zákona č. 111/1994 Sb. o silniční dopravě (tomuto tématu se dále věnuje kapitola dopravních služeb). (Ministerstvo dopravy, 2020) Za další důvod nízké zainteresovanosti v České

republice lze označit skutečnost, že sdílená ekonomika je zde relativně nový pojem a lidé si ještě zcela nezvykli na digitalizaci platform umožňující využití těchto služeb. Dále lze také diskutovat, zda slabé využívání ubytovacích služeb není ovlivněno nízkou důvěrou mezi lidmi zapříčiněnou předchozím vládním režimem.

Z obecného hlediska lze ale říci, že zájem spotřebitelů je skutečně silný. Tento fakt potvrzuje i průzkum veřejného mínění Eurobarometr, při kterém bylo zjištěno, že 52 % občanů EU má povědomí o službách sdílené ekonomiky a nejméně 17 % již tyto služby nejméně jednou využilo. (European Commission, 2016)

1.4 Pojem peer to peer

Pojem „peer to peer“ neboli P2P, z angličtiny lze také přeložit jako „rovný k rovnému“, vychází původně z oboru informačních technologií, kde pojem označoval přímou komunikaci mezi jednotlivými klienty bez využití serveru. Tento výraz se později začal užívat i v dalších odvětvích pro vyjádření vztahů mezi klienty, kteří jednají bez prostředníka. Nejčastěji se lze s tímto termínem setkat v sektoru finančních služeb, kde vyjadřuje situaci poskytnutí finančních prostředků mezi uživateli bez využití finančních institucí. Na tomto principu započalo fungování sdílené ekonomiky, které doposud využívá například česká služba Zonky.cz, ubytovací služba Airbnb či přepravní služba Uber, jimiž se budou zabývat následující kapitoly. Stále početnější využití tohoto principu lze připisovat rychlému vývoji moderních technologií a celkové digitalizaci. (Wirtz, Fung-So, Mody, Liu, & Chun, 2019)

2 Modely sdílené ekonomiky

2.1 Ubytovací služby

Jedním z hlavních modelů sdílené ekonomiky jsou ubytovací služby. Do popředí tohoto odvětví se mimo jiné dostaly především dvě platformy, a to Airbnb a Couchsurfing. Ačkoliv Airbnb dnes již nelze zcela považovat za právoplatnou sdílenou ekonomiku, je bezpochybné, že způsobila převrat v oblasti ubytování po celém světě a lze tak zakladatele této platformy považovat za inovátory v oblasti ubytovacích služeb a spolubydlení.

2.1.1 Airbnb

Dle Briana Cheskyho, spoluzakladatele ubytovací služby Airbnb, „Každý startup začíná jako vedlejší projekt, který není pro nikoho hlavní prioritou.“ (Stone, 2019, s. 13) I toto byla situace jedné z neznámějších ubytovacích služeb. Prvotním záměrem Airbnb, nejprve AirBed & Breakfast (z angl. „nafukovací matrace a snídaně“), bylo zajistit jednodušší splacení nájemného. Následně se tento nápad transformoval do projektu na sdílení vlastního bydlení a o pár let později se stal jednou z nejvyužívanějších ubytovacích peer to peer služeb. (Stone, 2019, s. 13)

Nejprve shledávám potřebným zmínit, že dnes již v některých případech ubytování skrze platformu Airbnb nelze hovořit o sdílené ekonomice, jelikož pronajímaný byt či apartmán majitel vlastní výhradně za účelem pronájmu, nikoliv vlastního bydlení. Tento fenomén se stává v dnešní době daleko více populárním, a tak zazdívá původní záměr tohoto projektu. Mimo jiné lze na této platformě nalézt také hotely či jiná hromadná ubytování, tudíž již není možné hovořit o sdílené ekonomice či spolusdílení. Z tohoto důvodu je označení služby Airbnb za sdílenou ekonomiku z mnoha hledisek diskutabilní. Z hlediska rozvoje sdílené ekonomiky hraje Airbnb ovšem velkou roli, jakožto prvotní průlomový model sdílené ekonomiky v oblasti ubytovacích služeb.

Prvním hostem se stal na podzim roku 2007 Ind Amol Surve. Jelikož byly v americkém San Franciscu v tu chvíli všechny hotely a penziony obsazené či příliš finančně nákladné, pronajal si nafukovací matraci u svých hostitelů Briana Cheskyho a Joe Gebbia. Po příjezdu do apartmánu, kde měl zaplacené místo na spaní, dostal také uvítací

balíček se všemi potřebnými věcmi, jako například mapu města či heslo na Wi-Fi. Takto započal nový projekt AirBed & Breakfast. Byl prezentován na mnoha konferencích, ovšem v době, kdy začínala ekonomická krize, nezaměstnanost rostla a investoři byli nejistí, se tento projekt velmi těžko propagoval. (Stone, 2019, s. 14–15)

Prvním investorem se stala v roce 2009 společnost Y Combinator, která se zaměřuje na finanční podporu začínajících projektů neboli start-upů. Postupně Chesky s Gebbiou zjišťovali chyby v realizaci jejich nápadu. Jedním z nich byla neznalost hostitelů, kteří se do sdílení svých domácností zapojili. Dále se jim nedařilo získat dostatečně širokou nabídku ubytování, jelikož potenciální hostitelé byli skeptičtí vůči cizím lidem ve vlastním bytě. (Stone, 2019, s. 29, 78–79)

Zakladatelé zkoušeli mnoho různých taktik, jak dostat Airbnb do podvědomí. Nástrojem na propagaci se stala tehdejší konkurenční firma Craigslist, stránka, na které mohli hostitelé inzerovat pronájem a sdílení svých bytů. Zakladatelé využili reklamy, pomocí níž mohli hostitelé zvýšit své tržby tím, že své inzeráty na Craigslistu zároveň vyvěsí také na Airbnb. Díky tomuto tahu, programátorským zlepšením, rozvoji sociálních sítí, elektroniky a mobilních aplikací se na podzim 2010 Airbnb začalo prudce rozvíjet, jejich tržby strmě stoupaly a v roce 2011 došlo k mezinárodní expanzi. (Stone, 2019, s. 84–85)

Dnes na portále Airbnb není pouze nabídka sdílených bytů, domů či místností. Hostitelé každý den nabízejí unikátní pobyty, ale také jedinečné zážitky, které hostům umožňují prožít svůj pobyt autentičtější způsobem. Může se jednat o fotografování, průvodce, workshopy či výrobu lokálních specialit, účast na místních tradicích nebo také adrenalinová dobrodružství. Pokud potenciální hostitel zážitků vlastní například farmu, sad, chová domácí zvířata, včely nebo je manuálně či jinak zručný, má možnost se zaregistrovat a předávat tak dál zážitky ostatním zájemcům. Nachází se zde také sekce „Pro firmy“, která se specializuje na výběr vhodných míst na pracovní teambuildingy či prostory na konference a jednání. Nově také lze hovořit o Airbnb Plus poskytující zážitky v oblasti designového ubytování či Airbnb Luxury, kde se může jedinec ubytovat v luxusních vilách, apartmánech atd. (Airbnb, 2021)

Na oficiálních stránkách Airbnb.com lze vyčíst, že se k datu 30. září 2020 nabízí 90 000 chat, 40 000 farem, 24 000 drobných domů, 5600 lodí, 3500 hradů, 2800 jurt, 2600 stromových domů, 1600 soukromých ostrovů, 300 majáků a 140 iglů. Nabídka se

rozrostla na 4 miliony hostitelů, kteří již přivítali více než 800 milionů hostů v téměř každé zemi po celém světě (aktuálně více než 220 zemí). Jak data ukazují, průměrný roční příjem na jednoho hostitele se pohybuje okolo 7 900 USD. Od počátků Airbnb hostitelé vydělali celkem 110 miliard USD. (Airbnb, 2021)

Každá nabídka na Airbnb je klasifikována jako jeden ze tří typů ubytování. Jedním z nich je „sdílená místnost“, což odpovídá původnímu záměru „AirBed & Breakfast“ zakladatelů společnosti, kde mělo docházet k propojování kultur, poznávání nových přátel, sdílení zážitků. Dále je možné pronajmout „soukromý pokoj“ v nemovitosti, přičemž je vlastník přítomen, ale není podmínkou se setkat, jelikož každý pobývá ve své části bytu. Posledním typem je „celý dům či apartmán“, což znamená, že v průběhu pobytu hosta, není hostitel v domě přítomen. (Slee, 2015, s. 82) V těchto případech se jedná spíše o již zmiňované využívání nemovitosti pouze k účelu pronájmu, nikoliv vlastnímu žití, a tudíž i k potlačení pravé podstaty sdílené ekonomiky.

2.1.2 Couchsurfing

Jako druhého zástupce ubytovacích služeb lze zmínit společnost Couchsurfing, jakožto protipól výše zmiňované ubytovací platformy Airbnb. Couchsurfing, doslovný překlad „surfování po gauči“, je online služba, jež zprostředkovává téměř bezplatná sdílená ubytování. Couchsurfing byl spuštěn v roce 2004 jako malý vášnivý projekt zakladatelů Casey Fentona, Daniela Hoffera, Sebastiana Le Tuana a Leonarda Bassani da Silveira. Nebyl představován jako trh s ubytováním, ba naopak. (Stone, 2019, s. 66–69) Fenton věřil, že „kdyby mezi hostitelem a hostem vznikl obchodní vztah, narušilo by to čistotu celého zážitku“. (Stone, 2019, s. 68) Jeho podstatou je opravdové sdílení bez profitu. Couchsurfing není ze strany poskytovatelů ani uživatelů zpoplatněna. Mezi jedinou výjimku patří placené verifikační ověřování uživatelů, které bylo po dlouhou dobu jediným zdrojem příjmu. V roce 2020, kvůli celosvětové pandemii, byl také zaveden registrační poplatek 2,39 USD. (Couchsurfing, 2020) Tento krok mnoho uživatelů pobouřil, a tak byl po krátké době opět zrušen.

Cílem Couchsurfingu a jeho hostitelů je sdílení jejich životů s ostatními cestovateli, s kterými se setkávají a propojování různorodých kultur. Uživatelé Couchsurfingu užívají motto pro označení cizinců využívající jejich domácnosti „friends you haven't met yet“ aneb v překladu „přátelé, jež si doposud nepoznal“. (Couchsurfing, 2021)

Službu Couchsurfing využívá více než 14 milionu uživatelů ve více než 200 000 městech. Oproti Airbnb, kde se stává daleko populárnějším krátkodobé pronajímání bytu či jiného ubytování, které hostitel nevyužívá pro vlastní potřeby, Couchsurfing je určený výhradně pro sdílení společné domácnosti a ubytování není podloženo finančním ohodnocením. (Couchsurfing, 2021) Z tohoto důvodu doposud zůstává Couchsurfing hlavním představitelem skutečné sdílené ekonomiky.

2.1.3 Cohousing

U platformy Cohousing jde o moderní novodobý styl žití a sdílení nejen domácností, ale také sousedství. Tento projekt je zaměřen na prohlubování mezilidských vztahů mezi sousedy a spolubydlícími. Jak říká jejich webová stránka: „Jedná se o vědomě budované sousedské společenství.“ (Cohousing, 2011a) Odkazuje na situaci, která byla běžná na maloměstech či vesnicích, kde se každý občan znal, věděli o sobě navzájem, kriminalita zde byla nízká, panovala mezi lidmi důvěra a rádi si kdykoliv vypomohli. Tato výpomoc může být pro občany velkým přínosem při efektivnějším využívání času, pro silnější pocit bezpečí a při situacích, kdy v určité chvíli nemůže jedinec fungovat sám jako například hlídání dětí, venčení psa či pomoc s rozbitým příslušenstvím. (Cohousing, 2011a) Celý projekt vznikl již téměř před 50 lety v Dánsku, dále se přesunul do USA a současně expanduje do celého světa jako fenomén moderního spolubydlení. (Cohousing, 2013)

Existují dva typy vzniku Cohousingu: myšlenku započnou vědomě sami obyvatelé, kteří se chtějí podílet na mírumilovnějším a přátelském prostředí mezi sousedy či ji v dnešní době již od prvních idejí plánují developéři velkých bytových projektů. (Cohousing, 2011b) Prostory Cohousingu jsou zároveň rozděleny dle soukromí na soukromé bytové jednotky, polosoukromé terasy, lodžie, balkóny a sdílené prostory jako náměstí, hřiště či veřejná stravovací a volnočasová zařízení. Toto rozdělení je velmi klíčové z jedné strany právě pro zajištění soukromí obyvatel, avšak zároveň i pro poskytnutí sdílených prostor k budování mezilidských vztahů a důvěry. (Cohousing, 2011c)

K roku 2017 nebylo doposud známo, že by v České republice existoval nebo byl dokončen klasický typ Cohousingu, jak je znám ze zahraničí. (Cohousing, 2011d)

2.2 Dopravní služby

Druhým z nejobsáhlejších modelů sdílené ekonomiky je odvětví dopravy, konkrétně sdílených jízd a automobilů. Tento model se v průběhu let dostal na první příčky nejužívanějších odvětví sdílené ekonomiky a díky médiím do podvědomí velmi široké společnosti. Zatímco dominující platformou v oblasti ubytování se stalo Airbnb, z hlediska přepravy je jí společnost Uber.

2.2.1 Uber

Uber je, dnes již mnohým známá, dopravní platforma na propojování cestujících a řidičů skrze mobilní aplikaci. Tento projekt započal téměř před 12 lety na základě nedostatku taxislužeb a taxikářů v americkém San Francisku. Od samého počátku je zařazení Uberu do sdílené ekonomiky velmi diskutabilní. Mnoho jedinců odmítá platformu Uber za sdílenou ekonomiku označit, ovšem i přesto se najde množství zastánců, kteří ji za sdílenou ekonomiku považují. (Slee, 2015)

Mnohé se také změnilo v roce 2020 z důvodu nového zákona o silniční dopravě č. 115/2020 Sb.. Na základě tohoto zákona již nelze o platformě Uber (a jiné, např. Bolt) hovořit jako o službách sdílené ekonomiky zajišťujících spolujízdu. Oficiálně se stávají tím, za co se samy označují, tedy „alternativní taxislužbou“ fungující skrze mobilní aplikaci. Pomocí té si lze objednat odvoz s informací o finální ceně jízdy ještě před jejím uskutečněním. Vzhledem k novému zákonu již neplatí, že se řidičem smí stát kdokoliv. Řidiči již musí splňovat stejné podmínky jako tradiční řidiči taxislužeb, tedy vlastnit průkaz řidiče taxislužby, mít živnostenské oprávnění a v neposlední řadě mít vozidlo označené evidenční nálepkou jako vozidlo taxi. Vzhledem k tomu, že sama aplikace vypočítává cenu jízdy, není potřeba vlastnit taxametr. Stejně tak střešní svítidla či testy z místopisu byly rovněž zrušeny. Ačkoliv byl tento spor ohledně alternativních taxislužeb v řešení po několik let, nyní již v podstatě neexistuje rozdíl mezi řidiči Uberu a tradičními taxi řidiči. Bez rozdílu na platformu musí všichni řidiči splňovat stejné požadavky. (Ministerstvo dopravy, 2020)

Ovšem jelikož se jedná o jednu z největších a nejpopulárnějších platforem, která se stala mnohým dalším modelem, lze konstatovat, že se jedná o průkopníka v oblasti sdílené ekonomiky v dopravě, a tudíž je bez pochyb, že musí být v této práci zmíněna.

Platforma Uber má prvnopočátek v polovině roku 2008, kdy společnost eBay odkoupila internetový vyhledávač StumbleUpon od kanadského podnikatele a zakladatele společnosti Uber Garreta Campa. Právě díky tomuto se nynější zakladatel Uberu dostal mezi vyšší vrstvu společnosti a poznal tak tehdejší kvalitu taxislužeb v San Francisku. Tehdy zde jezdilo okolo 1500 řidičů taxi a tento počet byl regulován přímo městem pomocí odznaků taxislužby, bez kterých se tato služba vykonávat nesměla. Město tuto regulaci využívalo k udržení dostatečného množství zakázek pro řidiče, nicméně v případě registrace jako případný řidič bylo běžné, že se na takový odznak čekalo mnohdy i několik let. Z důvodu nedostatku řidičů bylo běžné, že se potenciální cestující, který si objednal taxi po telefonu, odvozu často ani nedočkal, jelikož řidič raději přijal zakázku od zákazníka přímo z ulice. Všechny tyto okolnosti vedly ke vzniku ideji o přepravní službě, kde by cestující mohl sledovat objednaný odvoz na mapě ve svém chytrém telefonu. Zároveň zakladatelé využili faktu, že tehdy vznikaly první modely mobilních telefonů, na nichž bylo možné rozpoznání pohybu pomocí nově vloženého akcelerometru, který začal fungovat jako taxametr na výpočet konečné částky z ujetých kilometrů či minut. Další vlivnou výhodou této aplikace byla možnost uložení platební karty a zanikala tím potřeba nosit u sebe hotovost. (Stone, 2019, s. 33–38)

Netrvalo dlouho a Garret Camp si na základě této myšlenky v listopadu 2008 zaregistroval firmu s názvem UberCab, předchůdce Uberu. Tímto započala tvorba plnohodnotné aplikace, kde si zákazník mohl jednoduše objednat jízdu pomocí jednoho tlačítka. Avšak zprvu objednání jízdy nebylo zdaleka tak jednoduché, uživatelé odesílali cílovou adresu pomocí SMS na ústřednu, která vyhledala nejbližší vozidlo. Postupem času vznikaly další prototypy finální verze, všechny však obsahovaly spousty chyb a nesrovnalostí. Až začátkem léta roku 2010 se objevila konečná podoba této aplikace. (Stone, 2019, s. 39–45)

K průlomu začalo postupně docházet až půlroku poté. Campův prvotní plán byla koupě vozů, které by fungovaly na základě této aplikace. Později se ovšem, po nátlaku druhého zakladatele Trávise Kalanicka, rozhodl tuto aplikaci nabízet již stávajícím vlastníkům a řidičům automobilů. Znamenalo to tedy, že společnost automobily nevlastnila a zároveň ani nezaměstnávala řidiče. Díky tomuto postupně docházelo k obecné koordinaci všech taxislužeb. (Stone, 2019, s. 43)

Dnes je Uber nejrozšířenější celosvětovou přepravní společností s téměř 4 miliony řidičů a 91 miliony uživatelů. Zároveň bylo již uskutečněno přes 10 miliard jízd (14 milionů jízd denně) po více než 63 zemích celého světa. (Uber, 2021)

2.2.2 Bolt, Liftago

Stejně jako společnost Uber, tak i služby Bolt či Liftago fungují na stejném principu. Z důvodu nového zákona musí i řidiči těchto platforem splňovat stejné podmínky jako tradiční taxi řidiči. Obě služby fungují skrze mobilní aplikaci, kterou si uživatel nainstaluje na svůj chytrý telefon.

Co se týče společnosti Bolt, dříve Taxify, jedná se o estonskou firmu, založenou v Tallinnu Markusem Villigem roku 2013. Smysl založení firmy je velmi prostý, Markus měl v plánu propojit všechny taxislužby v Tallinnu do jedné a poskytnout zákazníkům přehlednost při objednání odvozu. Služba přišla do ČR v roce 2016. (Bolt, 2021)

Obdobně tak v roce 2013 vznikla česká přepravní služba Liftago, která dnes stejně tak jako předchozí přepravní služby funguje na principu alternativní taxislužby skrze mobilní aplikaci. Mimo jiné také jako jediná nabízí kurýrní služby. Poslední novotou bylo zavedení rozvozu nákupů do domácností klientů. (Liftago, 2021)

2.2.3 BlaBlaCar

U společnosti BlaBlaCar jako u jediné lze dodnes konstatovat, že se jedná o pravou sdílenou ekonomiku v oblasti dopravy. Splňuje počáteční myšlenku spojení cestujících a řidičů, jenž mají při své cestě volná místa v automobilu a mohou je tak nasdílet a svést s sebou další spolujezdce.

Tato platforma je největší celosvětovou komunitou zprostředkovávající spolujízdy. První myšlenka o tomto projektu byla vnuknuta zakladateli Frédéricovi Mazzellovi již v roce 2006 ve Francii, kdy nebylo možné se z univerzity dostat domů klasickým způsobem, tedy vlakem, jelikož byly všechny spoje již vyprodané a svůj vlastní automobil neměl k dispozici. Ovšem jak je známo, volných míst v automobilu bývá okolo pěti a velké množství řidičů cestuje v mnoha případech samo, popřípadě jen s pár spolujezdci, tudíž málokdy jsou zabraná všechna sedadla, která jsou k dispozici. V tuto chvíli dostal Mazzella inspiraci oslovit jednoho z těchto řidičů, cestujících samotných

a nabídnout mu, že za spolujízdu uhradí část jeho nákladů na cestu. Tímto započal projekt nového způsobu ekologické dopravy založeného na sdílení a vzájemné důvěře lidí nazývaný BlaBlaCar. Do České republiky a na Slovensku se tento projekt dostal na začátku roku 2016. (BlaBlaCar, 2021a)

Lze taktéž hovořit o propojování společnosti a kultur. Tato služba je zároveň založena na komfortním a bezpečném prostředí, kdy zaregistrovaní uživatelé vlastní své profily, ve kterých je možné najít historii jízd a hodnocení s nimi spojené. Do svého profilu je zároveň možné uvést, jakou míru komunikace cestující preferuje od menší „Bla“ po rozvinutější „Bla Bla Bla“. Z tohoto důvodu se také projekt nazývá BlaBlaCar. (BlaBlaCar, 2021b)

Dle uvedených dat na jejich webové stránce se počet členů pohybuje okolo 45 milionů v až 22 zemích světa. Dle statistik řidiči využívající spolujízdy skrze platformu BlaBlaCar ušetří okolo 8 000 milionů Kč. A z hlediska ekologie se jedná dle informací o cca 1 000 000 tun méně emisí CO₂, které jsou uvolňované do atmosféry. (BlaBlaCar, 2021c)

Platforma funguje skrze webové stránky či aplikaci, kde potencionální cestující zadá datum uskutečnění jízdy a odkud kam bude cestovat. Následně má možnost vybrat si z nabídky řidičů nabízející jízdy s uvedenými kritérii. Po zarezervování jízdy cestující dostane k nahlédnutí telefonní číslo řidiče pro případné další informace. Řidiči je spolujízda hrazena po jejím dokončení vždy v hotovostní formě. (BlaBlaCar, 2021d) Shledávám za podstatné také zmínit, že je zakázané, aby řidič ze spolujízdy profitoval. Cestující pouze uhradí část nákladů na dopravu, nikoliv odměnu řidiči navíc. Pokud by takto bylo učiněno, automaticky bude smazán účet daného uživatele. (BlaBlaCar, 2021e)

2.3 Sdílená kola, sdílené koloběžky

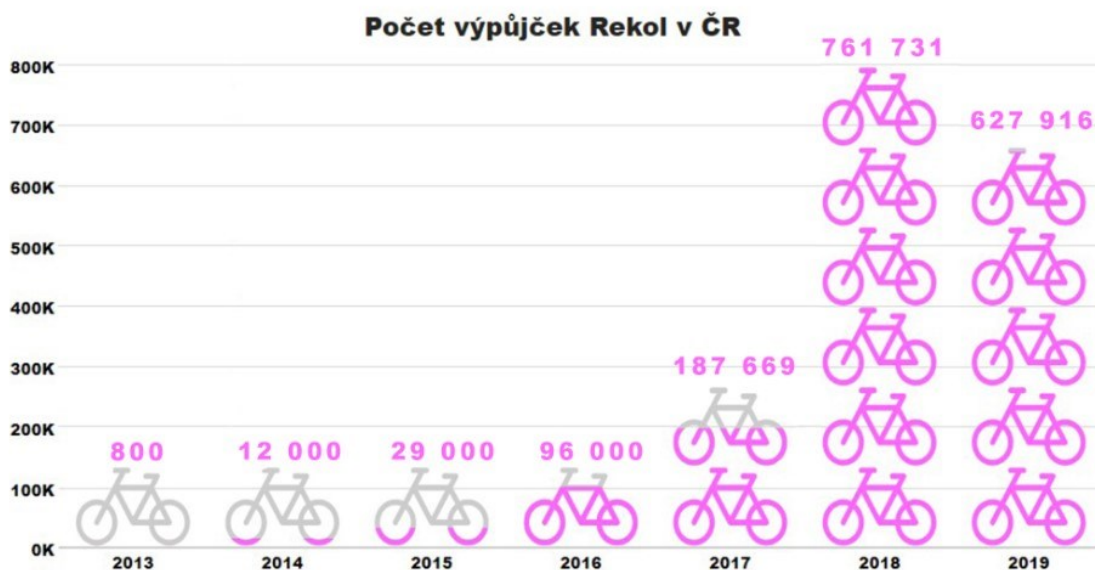
Vedle sdílených jízd a automobilů se v posledních letech rozmohl fenomén sdílené ekonomiky v oblasti mikromobility, a to sdílená kola, koloběžky či nově i skútry.

2.3.1 Rekola

Myšlenka sdílených jízdních kol s názvem Rekola započala v České republice v roce 2013 ve spolupráci s projektem Kola na růžovo, který zinscenovali studenti suchdolské

České zemědělské univerzity (ČZU) na zvelebení Prahy 6. Jednalo se o recyklaci starých jízdních kol občanů této městské části, které prošla servisní údržbou a zároveň byla přemalována na růžovou barvu (odtud název Kola na růžovo). Následně byla rozmístěna do ulic a na veřejná prostranství. Půjčení kol se provádělo bezplatně, ovšem s nárůstem uživatelů postupně docházelo k poškozování a odcizování. Po vzniku projektu Rekola, které fungovalo na bázi půjčování kol skrze SMS a rozšířilo se do celé Prahy, později i do jiných krajských měst, docházelo k rapidnímu nárůstu popularity. Následně došlo k rozšíření projektu o další předměty k vypůjčení, jako například tzv. „rekluzáky“ v zimním období či „rekoloběžky“. V roce 2017 Rekola navázala spolupráci se společností Airbnb, díky níž si uživatelé mohli vybrat projížďku městem s průvodcem. Dále se společnostmi HelloBank, MultiSport a během dalších dvou let se společnostmi MasterCard a RedBull. V roce 2018 Rekola expandovala do dalších evropských měst. Dnes má projekt přes 250 000 uživatelů a funguje skrze mobilní aplikaci. Díky této narůstající poptávce nebylo možné užívat pouze kola repasovaná a recyklovaná, ale docházelo i ke koupi kol nových s vlastním designem. Nyní lze cestovat bezplatně pouze do určité vzdálenosti či najetého času, následně je cestujícímu umožněno platit skrze online platební bránu. V dnešní době společnost Rekola vlastní již šest typů dopravních prostředků, mimo jiné i sportovní kola, elektrokola ve spolupráci s Inogy či paddleboardy určené k vodním sportům. (Rekola, 2021)

Obr. 3: Počet vypůjčených Rekol v ČR dle roku



Zdroj: Akademie městské mobility (2020), zpracováno autorem

2.3.2 Lime, Bolt, Be Rider

Stejně jako společnost Rekola i tyto služby dnes poskytují možnost sdílení či krátkodobého pronájmu koloběžek a kol a společnost Be Rider se zaměřuje na nabídku skútrů. Všechny tyto prostředky fungují na elektrické bázi, tudíž musí být průběžně dobíjena, a proto z hlediska nákladů jsou tyto služby zpoplatněny. Taktéž fungují skrze mobilní aplikace a využívají online bezhotovostní platby. Díky elektrickému pohonu jsou často využívány nejen jako způsob zábavy, ale také jako alternativa přepravy po městě.

2.4 Finanční služby

Se sdílenou ekonomikou se dnes běžně lze setkat také ve finančním odvětví. Do této oblasti spadá především díky tzv. modelům peer to peer lending (dosl. překlad „vzájemné půjčky“), peer to peer pojištění a také crowdfunding či crowdsourcing.

2.4.1 Crowdfunding

Pojem crowdfunding lze rozdělit na dva výrazy „crowd“ a „funding“. V českém překladu se jedná o spojení slov „dav“ a „financování“. Zjednodušeně lze hovořit

o financování projektu či služby širším davem, přičemž kdokoliv může na určité platformě dobrovolně přispět, ať již menší či větší částkou.

Mezi nejrozšířenější české crowdfundingové platformy patří například HitHit, dále Startovač či Donio. V případě zahraničních platform je možné zmínit Kickstarter, Patreon a Indiegogo.

Dle Thomase Lamberta, docenta rotterdamské univerzity a Armina Schwienbachera, Ph.D. lze crowdfunding definovat jako financování projektu nebo podniku skupinou jednotlivců namísto profesionálních stran (jako jsou například banky, investoři rizikového kapitálu nebo andělští investoři). (Schwienbacher & Larralde, 2010)

Paul Belleflamme definuje crowdfunding takto: „Crowdfunding je online shromažďování finančních prostředků, které pomáhají organizacím nebo jednotlivcům, aby převedli své představy do reality.“ (Belleflamme, Lambert, & Schwienbacher, 2012)

Pomocí crowdfundingu lze mimo jiné financovat také politické kampaně. Tuto možnost například využil MUDr. Bc. Marek Hilšer, Ph.D. při kandidatuře na prezidenta ČR v roce 2018. K této skutečnosti využil českou internetovou stránku crowdfundingové společnosti HitHit, pomocí které vybral více než tři sta tisíc korun českých (Kč). Tento příspěvek byl následně využit na tvorbu propagačních materiálů. (Hilšer, 2018)

Jak již bylo výše zmíněno, nejrozšířenější novodobou crowdfundingovou platformou v ČR je portál HitHit, která jednoduše spojuje nabídku s poptávkou v oblasti odměňového crowdfundingu, jehož princip spočívá v odměňování přispěvatelů. Pokud se jedinec rozhodne přispět na určitý projekt, může si za tento čin zároveň vybrat z nabídky odměnu, mající stejnou nebo podobnou hodnotu příspěvku. Odměny jsou dílčími produkty či službami, kterými daný projekt může disponovat. HitHit je prostor pro financování nových myšlenek, kreativních záměrů, vydávání hudebních alb, natáčení filmů, výrobu inovativních nebo designových produktů, vývoj software, mobilních aplikací a podobně. Každý projekt je časově ohraničený. Po 45 dnech se finanční sbírka uzavírá. V případě, že se požadovaná konečná částka nevybere, finance jsou rozeslány zpět svým přispěvatelům. (HitHit, 2021)

Pojem crowdfunding má velice blízko ke konceptu, kterým je crowdsourcing.

2.4.2 Crowdsourcing

První zmínka o slově crowdsourcing se objevila v článku z června 2006, který napsal Jeff Howe pro časopis Wired. Podobně jako je tomu u crowdfundingu i zde lze tento pojem rozdělit na dvě části. Již zmínění „crowd“ neboli „dav“ a „sourcing“, což je možné přeložit jako „zajištění zdrojů/dodávek“. Tudíž bychom mohli prohlásit, že jde o tvorbu produktu, projektu či služby širším davem, přičemž stejně jako u crowdfundingu i zde mohou být autoři příspěvků oceněni. (Howe, 2006)

Dle Kleemanna lze za crowdsourcing označit situaci, kdy firma orientovaná na zisk zadává konkrétní úkoly nezbytné pro výrobu nebo prodej svého produktu široké veřejnosti (davu) formou otevřené výzvy přes internet, přičemž hlavním záměrem je zapojovat jednotlivce, aby přispěli do výrobního procesu firmy buď dobrovolně, nebo za podstatně menší příspěvek, než by firmu skutečně stál. (Kleemann, Voss, & Rieder, 2008, s. 6)

Vývoj nových technologií je jedním z klíčových důvodů vzniku online crowdsourcingu, protože umožňuje komukoli vytvářet obsah, spolupracovat a komunikovat se širokou sítí lidí za účelem provádění určitých podnikových činností. (Kleemann, Voss, & Rieder, 2008, s. 6)

Nejznámější crowdsourcingovou společností působící v ČR je PerfectCrowd. Na svých internetových stránkách píše: „Využíváme inovativní výzkum a spolupráci k přetvoření vzhledu do efektivní strategie.“ (PerfectCrowd, 2021) Spolupracují se společnostmi jako například Plzeňský prazdroj, McDonald's či T-mobile. (PerfectCrowd, 2021)

2.4.3 Peer to peer lending

S rostoucí popularitou online komunit v posledním desetiletí vstoupil na úvěrový trh nový způsob vzniku půjčky: online peer to peer (P2P) půjčky, který přetváří starou myšlenku osobních úvěrů do celosvětového měřítko pomocí internetové sítě. U tohoto typu modelu půjčování není vyžadováno zprostředkování finančními institucemi, nýbrž rozhodovací proces úvěrového vzniku je svěřen do rukou soukromých věřitelů, dlužníků. Webové stránky jako Prosper.com či v ČR Zonky.cz nabízí platformu, kde se mohou tyto dvě strany vzájemně propojit. V rámci těchto platforem dlužníci obecně popisují účel své žádosti o půjčku a poskytují informace o své současné finanční situaci

jako je příjem nebo určitý výpis z banky. Věřitelé pak mají možnost nabídnout půjčku s úrokovou sazbou odvozenou na základě těchto informací. Pro dlužníky se stává online půjčka P2P způsobem, jak získat půjčku bez finanční instituce zapojené do rozhodovacího procesu, zároveň je možné získat lepší podmínky než v tradičním bankovním systému. Pro věřitele lze P2P půjčky považovat za investiční model, kde je investiční riziko spojeno s úvěrovým hodnocením financovaných půjček. Samotné platformy často těží ze zvýšení poplatků za úspěšné realizované transakce. (Bachmann a kol., 2011, s. 3)

2.4.4 Zonky.cz

Jak již bylo výše zmíněno v České republice pro P2P způsob financování se nejčastěji využívá platforma s názvem Zonky.cz.

Zonky.cz je jedinečná P2P služba využívaná v České republice, jež spojuje věřitele s dlužníky bez přímého vlivu finančních institucí. Vzhledem k prudkému růstu moderních technologií se služba rychle rozšířila do podvědomí širší veřejnosti. Služba využívá online platformu, skrze níž lze snadno zajistit půjčky. Zároveň se také jedná o finančně méně nákladnou alternativu. K vyřízení půjčky není zapotřebí žádného ručitele. Výhodou této služby je informovanost. Nehrozí zde existence skrytých poplatků a půjčka může být předčasně bezplatně splacena. Zároveň lze také pomocí Zonky.cz investovat pomocí chytrého telefonu či skrze počítač. Zonky.cz patří do investiční finanční skupiny PPF Group. Dlužníci si již na platformě vypůjčili více než 13 miliard Kč. Celá služba zajišťuje plnou anonymitu veřejnosti. (Zonky.cz, 2021)

Co se týče investičního rizika, se kterým se lze na portále Zonky.cz setkat, je zde rozdělen dle roční úrokové míry, která je zapsána u každé půjčky. Tato míra se zde pohybuje od 2,99 % ročně (p.a.) do 19,99 % p.a., přičemž 2,99 % je zde označeno jako minimální riziko, na druhé straně 19,99 % vyjadřuje riziko nejvyšší. (Zonky.cz, 2021)

Každý potenciální dlužník, tj. jedinec, který si žádá o půjčku, prochází komplexním ověřením spolehlivosti, aby mohl být úvěrový proces co nejbezpečnější. Nejprve se zde jedinec setká s dvojitým ověřením totožnosti pomocí náležitých dokladů (občanský průkaz, cestovní pas apod.). Dalším krokem je verifikace zaměstnání, kde se ověřuje zaměstnavatel, zdroj příjmů či pracovní reference. Jako třetí krok se propočítává ekonomický model dlužníka, tedy propočet, který identifikuje vliv půjčky na finanční

situaci jedince. Poté přichází ověření v Nebankovním registru klientských informací (NRKI), který zároveň umožňuje ověření pomocí Bankovního registru klientských informací (BRKI). Oba tyto způsoby poskytují informace o spolehlivosti, platební morálce či případném zadlužení žadatele u jiných společností. Zonky.cz je jediná česká P2P platforma, která vlastní přístup k těmto registrům. Předposlední krok, který platforma uskutečňuje, se nazývá kontrola pro odhalení podvodů. Při tomto ověření využívá společnost postupy různých finančních institucí, a navíc je obohacena o poznatky ze zahraničních P2P platforem. Pro poslední opatření se využívá náhled do registrů například Insolvenční rejstřík (ISIR), Zájmové sdružení právnických osob SOLUS, Administrativní registr ekonomických subjektů (ARES) apod. (Zonky.cz, 2021)

2.5 Další služby sdílené ekonomiky

Mezi další služby sdílené ekonomiky by bylo možné zařadit například KnihoBudky, rostlinné štafety nebo potravinové banky.

2.5.1 KnihoBudky

KnihoBudky slouží k bezplatnému půjčování a výměně knih. Tento projekt vznikl v roce 2013 a jeho účelem je vytváření a umístění miniknihoven na jakákoliv místa přístupné veřejnosti tak, aby si lidé kdykoliv a kdekoliv mohli vzájemně vypůjčovat či vyměňovat knihy. Tyto miniknihovny byly původně vytvářeny z bývalých telefonních budek, později začaly být využívány dokonce starší, již vysloužilé, skříně. Ačkoliv projekt vznikl v roce 2013, vzhledem k několikaměsíční přípravě byla první KnihoBudka slavnostně otevřena až 9. ledna 2014. O měsíc později bylo již umístěno sedm KnihoBudek a v roce 2017 projekt překonal hranici třiceti dokončených KnihoBudek. Podle webu knihobudka.cz je k dnešnímu dni po celé ČR rozmístěno 387 pouličních knihoven. (KnihoBudka, 2021a)

Existuje i způsob, jak tento projekt podpořit. Díky funkci „Adoptuj KnihoBudku“, kterou projekt nabízí, lze financovat tuto přeměnu jedné staré telefonní budky na již zmíněnou KnihoBudku. Pokud se člověk rozhodne tímto způsobem projekt podpořit, je mu umožněno si na jednu stranu KnihoBudky umístit svoji reklamu, aby bylo patrné, kdo konkrétní KnihoBudku financoval. (KnihoBudka, 2021b)

2.5.2 Rostlinná štafeta

Rostlinná štafeta je další z projektů s konceptem sdílené ekonomiky. Autorem tohoto projektu je Ing. Lenka Hrubá, zakladatelka květinářství „Zahrada na niti“. Rostlinnou štafetu poprvé uspořádala v roce 2016, která měla sloužit jako podnět pro setkání co nejvyššího počtu milovníků rostlin a pěstitelství. Účelem této sešlosti bylo, aby si každý, kdo se zúčastní a přijde, odnesl minimálně jednu květinu. Jelikož sama autorka rostlin nabídne vždy mnoho, je umožněno přijít komukoliv, ať už do rostlinné štafety přispěje či nikoliv. Jedinou podmínkou zde je, že přinesená květinu musí vlastnit svou cedulku s příběhem, protože podle autorky jsou rostliny s příběhem mnohem cennější a člověk k nim následně získá zcela jiný vztah. Dnes má rostlinná štafeta již stránku na Facebooku, tudíž lidé, kteří by rádi nějaké své květiny vyměnili i během roku, nemusí čekat na tuto událost, ale mohou se jednoduše spojit skrze tuto skupinu. (Hrubá, 2018)

2.5.3 Potravinové banky

Poslední projekt, který bude v rámci modelů sdílené ekonomiky zmíněn, jsou potravinové banky. První potravinová banka v ČR byla založena roku 1992. Účelem těchto potravinových bank je zdarma obdržet potraviny a následně je rozdělit humanitárním či charitativním organizacím, které je poté poskytnou lidem v nouzi. Tímto způsobem bojují proti plýtvání potravinami. Potravinové banky získávají potraviny od potravinových řetězců, potravinových sbírek, pěstitelů, jednotlivců nebo z evropského programu potravinové a materiální pomoci. Dle webu potravinebanky.cz bylo za rok 2019 společností shromážděno 4 700 tun potravin. Přičemž potravinovou pomoc využilo již přes 100 000 lidí. Potravinové banky fungují po celé Evropě. (Potravinové banky, n. d.)

3 Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky

3.1 Výhody

Jako prioritní výhodou a zároveň i prvotním záměrem je seznamování a interakce s novými skupinami lidí, propojování kultur, budování důvěry napříč společnostmi a dalo by se říci, že v nějakém měřítku také odstraňování xenofobie a diskriminace.

Jak již bylo několikrát konstatováno, sdílená ekonomika funguje na bázi online platform, tudíž je možné podotknout i zvyšování gramotnosti v oblasti techniky a internetu. Zejména jedinci starších generací se pomocí sdílené ekonomiky mohou vzdělávat a tímto si i ulehčit způsob žití. Vzhledem k online užívání je sdílení možné po celém světě. Dříve se směřovalo a půjčovalo pouze v oblasti bydliště a jemu mírně vzdáleném. Dnes je možné propojit se na různých platformách s kýmkoliv a z jakékoliv části světa.

V oblasti ubytovacích služeb lze hovořit o nových zážitcích a dobrodružstvích ve sdílení jedné domácnosti. Jedinec navštíví cizí zemi a při spolusdílení s místním občanem okusí více nežli turista, který se ubytuje na hotelovém zařízení. Tyto výhody samozřejmě existují i pro poskytovatele ubytování a zároveň se pro ně ubytování hosta může stát benefitem v podobě příjvídělku. I pro lokální ekonomiku se ubytování skrze sdílené platformy může stát výhodou, jelikož díky přijatelnějším cenovým nabídkám krátkodobého ubytování je získáván nárůst příjíždějících turistů. (Baker, 2020)

Jak již bylo zmíněno, z důvodu rozšíření moderních technologií se sdílené jízdy objednávají skrze mobilní aplikace či webové stránky. Z toho důvodu lze hovořit o absenci dispečinkových služeb jako je u tradičních taxislužeb. Cestující si tak může objednat jízdu během pár minut pomocí chytrého telefonu a není zapotřebí kamkoliv volat. Nemůže tak nastat situace, kdy by byl dispečink obsazený, cestující se nemohl dovolat, a to by mu znemožnilo uskutečnit jízdu a zároveň by společnost tímto přicházela o potenciální zisk.

Jako jednu z výhod je možné uvést, že na základě novely zákona o silniční dopravě z roku 2020 je nařízeno řidičům, kteří přijímají zakázku skrze aplikaci, neužívat taxametr. (Ministerstvo dopravy, 2020) Dříve si řidiči tradiční taxislužby pomocí taxametru mohli regulovat cenu jízdy sami dle náročnosti či délky trasy, tudíž cestující

neměl k dispozici konečnou částku. Dnes klient zná cenu jízdy předem, tudíž k této situaci docházet nemůže. Cenu stanovuje přímo platforma na základě délky a náročnosti trasy, kapacit, poptávky a dalších aspektů. Cena jízdy se po nástupu již nemůže hýbat, i přesto kdyby se z důvodu ztížené dopravní situace čas dojezdu prodloužil.

Při objednání přepravy přes Uber či Bolt nebo spolujízdy skrze platformu BlaBlaCar jsou poptávajícímu před jízdou vždy sděleny informace o řidiči – jméno, fotografie či počet uskutečněných jízd, zároveň je možné nahlédnout na hodnocení řidiče od předchozích cestujících a také je umožněno zjistit typ vozidla. U dnes již alternativních taxislužeb jako Uber či Bolt si lze zároveň také vybrat z různých kategorií dominující luxusními vozidly.

Novinkou se zároveň stalo sledování pohybu vozidla. Po objednání je skrze aplikaci sděleno, kde se vozidlo nachází a při jízdě víte, jakou trasu řidič pojede či je možné ji přes sociální sítě s kýmkoliv nasdílet. Zároveň je umožněno sledovat čas dojezdu.

Při hovoření o sdílené ekonomice v souvislosti se životním prostředím, bylo již zaznamenáno mnoho rozporuplných názorů. Z hlediska pozitivního dopadu na ekologii dle Rachel Botsman sdílená ekonomika poskytuje významné přínosy díky zvýšení využití statků, tím pádem i snižování odpadu a odstraňování přebytku vytvořeného nadprodukcí a spotřebou. (Botsman & Rogers, 2010, s. 135) Díky sdíleným jízdám jedinci nemají potřebu kupovat nové automobily, tudíž dochází díky spolujízdám i k úbytku uhlíkové stopy. Díky KnihoBudkám či rostlinné štafetě se starší produkty, které daný jedinec neužívá, předává k užítku novému jedinci. Zároveň se díky sdílené ekonomice a potravinovým bankám může předcházet problematice plýtvání potravinami. Se stále zvyšující se poptávkou po nových statcích dochází v tradiční ekonomice k intenzivnějšímu čerpání zdrojů, zatímco s metodou sdílení je omezena výroba nových statků a většina zdrojů je zachována. (Demailly & Novel, 2014) Lze se tedy setkat s mnoha názory, že ekonomika sdílení je udržitelného charakteru a napomůže k dnes velmi řešené problematice – ochraně životního prostředí a celkově naší planety.

3.2 Nevýhody

Mezi nejznámější kritiky sdílené ekonomiky lze zařadit autora Toma Sleeho se svým dílem „What’s Yours Is Mine“. Nese obdobný název jako dílo již zmiňované Rachel

Botsman (What's Mine Is Yours), ovšem obsahem je zpochybnění její teorie a opačný názor na sdílenou ekonomiku. V knize se zabývá narušováním volného trhu a vývojem škod, které sdílená ekonomika za léta způsobila. Vytyčuje především mimo jiné dvě nejvlivnější platformy Airbnb, v odvětví ubytování a Uber, v odvětví dopravy. Tyto dvě společnosti byly založeny téměř ve stejnou dobu, ve stejné oblasti a oběma prudce vzrostla popularita. Ačkoliv dnes již nelze plně hovořit, že se jedná o sdílenou ekonomiku, přinesly svůj obchodní model do celého světa. (Slee, 2015)

V případě ubytovací platformy Airbnb byl sledován její vývoj počtu návštěv zarezervovaných prostřednictvím internetových stránek, kdy před rokem 2013 Airbnb uskutečnilo celkem 4 miliony návštěv, ovšem již koncem téhož roku počet dosáhl 10 milionů. (Slee, 2015, s. 63) Začátkem roku 2015 bylo zaznamenáno 25 milionů návštěvníků a analytička Vicki Stern ze společnosti Barclays odhaduje, že nyní dosahuje 37 milionů přenocování za rok. (Baker M. B., 2015)

Zároveň Airbnb již předstihlo největší hotelový řetězec InterContinental v počtu nabízených pokojů téměř o 300 000. Pro srovnání, celý řetězec InterContinental nabízí kolem 700 000 pokojů, zatímco Airbnb okolo jednoho milionu a neustále roste. (Slee, 2015, s. 63) Tímto velmi narušuje hotelový průmysl, jelikož hotely díky standardům nemohou s cenami flexibilně pohybovat, lidé spíše upřednostňují finančně dostupnější pronájem Airbnb. Převážně jedinci mladší generace preferují dnes spíše dostupnost a již nepotřebují luxus v podobě snídaňových švédských stolů, úklidových služeb či například wellness.

Sdílená ekonomika se dotkla nejen hotelového průmyslu, ale také skupin pronajímatelů a nájemců, družstev a podobně. Vliv takzvaného „efektu Airbnb“ na místní trhy s bydlením přerostl ve významné znepokojení, zejména při pohledu na jeho dopady na bytový fond, ceny a komunity. (Slee, 2015, s. 79–80) V posledních letech se dopad služby Airbnb na místní ekonomiku a nájemní trhy dostal do centra pozornosti. „Efekt Airbnb“ pomalu zvyšuje hodnotu oblasti na úkor původních obyvatel, z nichž mnozí jsou vytlačováni kvůli finančním omezením. Tento jev nejvíce ovlivňuje metropolitní města jako například Amsterdam, Barcelonu, Edinburgh či Los Angeles. Studie o „efektu Airbnb“ zjistily, že nadměrný cestovní ruch usnadněný platformami, jako je Airbnb, negativně ovlivňuje ceny domů a bytů. Stejně ovlivněn je i sektor krátkodobého pronájmu. Výzkum provedený Harvard Business Review napříč USA zjistil, že Airbnb

má nepříznivý dopad na bytový fond, jelikož povzbuzuje pronajímatele, aby přesunuli své nemovitosti z trhu dlouhodobého pronájmu a prodeje do trhu krátkodobého pronájmu. Samostatná americká studie dále zjistila, že 1% nárůst nabídky ubytování Airbnb vede ke zvýšení nájemného o 0,018 % a ke zvýšení cen nemovitostí o 0,026 %. Tato procenta nemusí znít tak děsivě, ovšem při předpokladu dlouhodobého pronájmu či koupě nemovitosti se na ceně odrazí. (Baker, 2020)

Při přesunutí pozornosti na oblast dopravy, z hlediska Uberu a ostatních alternativních taxislužeb je potřeba zmínit, že se nejedná o přímé zaměstnavatele. Řidiči Uberu či Boltu jsou osoby samostatně výdělečně činné či jsou zaměstnání skrze partnerské flotily (tj. společnost, která řidičům poskytuje plný pracovněprávní vztah, nejčastěji pomocí dohody o provedení práce či dohody o pracovní činnosti a tím zastřešuje jejich činnost). Z tohoto důvodu společnosti Uber (popř. Bolt) není odpovědný za to, co se při jízdě stane. (Slee, 2015, s. 162)

Nevýhoda ve spolujízdách tkví také v tom, že klient nemá představu o tom, jaké má majitel vozidla řidičské schopnosti. I v tomto aspektu se někteří stále této platformě brání, z hlediska bezpečnosti.

Dříve byl také Uber označován za parazitickou společnost na místní ekonomice, jelikož řidiči neodváděli daně z prodeje a při spolujízdách šla odměna přímo řidiči. Dnes je o této problematice možné hovořit v souvislosti se společností BlaBlaCar, kde se spolujízda platí vždy na konci uskutečněné jízdy hotovostní platbou přímo řidiči. U tradičních taxikářů jde totiž část peněz taxislužbě, pro kterou pracuje, a ta následně platí daně ve městě působení. Tak se peníze vracejí zpět do lokální ekonomiky. (Slee, 2015, s. 182)

Český politik Marek Benda také uveřejnil v souvislosti se sdílenou ekonomikou: „Zastánci přísných regulací tvrdí, že sdílení statků původně určených pro vlastní potřebu obchází stávající zákonná pravidla, jež jinak musí ostatní podnikatelé dodržovat.“ (Benda, 2016)

Pokud by se spojila sdílená ekonomika v oblasti dopravy s životním prostředím, je možné se bavit o dvou problematikách. Ačkoliv je sdílená ekonomika uváděná také jako ekologická, lze tuto domněnku snadno vyvrátit. Mnoho jedinců v dnešní době upřednostní pohodlí v podobě sdílené jízdy či alternativní taxislužby namísto jízdy

městskou hromadnou dopravou jako tramvaj, metro či trolejbus. Prvotní snahou sdílené ekonomiky v oblasti dopravy bylo snížení uhlíkové stopy, ovšem v těchto případech jde o opačný efekt. Pokud by byly zmíněné například sdílené koloběžky či kola, které zprvu vypadají jako ekologický prostředek, není možné opomenout, že se velké množství sváží automobily se spalovacími motory a zároveň výroba a likvidace stále většího množství z důvodu nízké životnosti těchto prostředků také představuje značnou zátěž na životní prostředí. (Pichrt, Boháč, & Morávek, 2019, s. 17–18)

Jako další nevýhodu shledávám v působení sdílené ekonomiky skrze digitální platformy. V případě snahy o oslovení starších generací, se může stát tato podmínka handicapem. Neužívání „chytrých telefonů“ a ngramotnost v oblasti technologií, internetových platforem a aplikací zcela může znemožnit přístup k jednotlivým odvětvím sdílené ekonomiky. (Pichrt, Boháč, & Morávek, 2019, s. 37–38)

4 Pojmy generace X, Y, Z

4.1 Generace X

V případě vynechání předchozí generace Baby Boomers, nebo také jinak nazývané „poválečné děti“, narozené mezi lety 1945–1965, lze říci, že na trhu práce, se jedná o nejstarší ekonomicky činnou generaci. (Horváthová, Bláha, & Čopíková, 2016, s. 113–134)

Do generace zvané „X“ se zařazují jedinci, kteří se narodili v letech 1965 až 1980. V České republice může být tato generace nazývána také „Husákovy děti“, jakožto děti narozené v 70. letech 20. století za doby éry prezidenta Husáka. Pro tyto jedince je typickým rysem zůstat po celý život na místě, kde se narodili, vyrůstali a studovali. Jsou velmi stálí. Obvykle nemění pracovní pozice a zůstávají v jednom oboru. Mají tedy dlouhodobé zaměstnání, kdy kariérní růst a zvyšování mzdy závisí na počtu odpracovaných let. (Mašlonková, Hubáčková, & Tyburcová, n. d., s. 188)

Vzhledem k době socialismu, kde byla běžná jak společenská, tak finanční nejistota, je pro ně charakteristická moc vlastnit. Většina jedinců klade důraz na finance, daleko více než na svoje zájmy (např. seberozvoj). Peníze pro ně znamenají hodnotu, nikoliv prostředek. Byli vychováni rodiči a učiteli, kteří byli tvrdě ovlivněni komunismem. Jsou tedy také zároveň velmi ambiciózní, podnikaví, oddaní a zodpovědní.

Pro tyto jedince je zároveň velmi složité se přizpůsobovat rychlému růstu moderní doby, novým technologiím a cizím jazykům. Jako první generace začala využívat k práci počítače, nové systémy a mobilní telefony, ovšem vývoj těchto technologií nabral velmi vysokou rychlost, na kterou doposud nebyli zvyklí. Vše se začalo rychlým tempem zjednodušovat, přejímají se postupně anglická názvosloví, nový systém se po krátké době vymění za ještě novější a bohužel jedinci této generace často zůstali na rozvojovém začátku a dnešní technologie jim jsou již vzdálené. (Mašlonková, Hubáčková, & Tyburcová, n. d., s. 188)

4.2 Generace Y

Do této generace spadají lidé narozeni mezi lety 1981 až 1998. Tito jedinci byli narozeni do poměrně klidné doby a jejich smyslem života je převážně zábava a žití

daným momentem. Náhlé a časté změny jsou součástí jejich života, dalo by se tedy říci, že charakteristikou této generace je nestálost.

Důležitou roli pro tyto jedince také hraje seberozvoj a sebevzdělávání. V zaměstnání jim jde převážně o to, aby se na daném místě cítili dobře, viděli smysl v práci, kterou odvádějí a zároveň měli na pracovišti přátelskou atmosféru a milý kolektiv. Jak již bylo zmíněno, peníze považují spíše jako prostředek. Na rozdíl od předchozí „upracované“ generace, kde lidé žili, aby pracovali, tito jedinci pracují, aby žili. Velmi jim záleží na osobním životě, rodině a zájmech.

Zásadní rozdíl v generaci X a Y je vnímání moderních technologií. Zde se jedinci daleko lépe adaptují než generace X. Sociální sítě, moderní systémy, nová elektronická zařízení jim nejsou cizí. Používání je samozřejmostí, sledují vývoj a vyvíjí se spolu s technologiemi. Mají rádi jakýkoliv nový podnět a možnost příučení se. (Mašlonková, Hubáčková, & Tyburcová, n. d., s. 188)

4.3 Generace Z

Tento termín se používá pro děti narozené na konci 90. let, na přelomu roku 2000. Tato generace může být také nazývána „digital natives“ či „net generation“. Tyto názvy vychází z faktu, že jedinci byli narozeni do největšího rozkvětu moderních technologií, které je provázejí od narození po celý život. (Mašlonková, Hubáčková, & Tyburcová, n. d., s. 189)

5 Praktická část

V teoretické části byl vysvětlen pojem sdílená ekonomika, dále byly představeny nejznámější modely sdílené ekonomiky a s tím i platformy, jež tyto modely zastupují. Praktická část této práce se bude věnovat třetí zásadě, kterou je zhodnocení využití sdílené ekonomiky jednotlivými generacemi. Za účelem naplnění tohoto cíle byl sestaven dotazník a následně provedeno dotazníkové šetření. Získaná data budou nadále využita k statistickým výpočtům a ověření hypotéz. Ty by s určitou odchylkou měly vyhodnotit, zda je využití služeb sdílené ekonomiky závislé na věku uživatelů. V případě potvrzení této hypotézy lze na základě dat z dotazníkového šetření vyhodnotit zaujatost jednotlivými generacemi. Na základě těchto výpočtů a vyhodnocení bude koncipována čtvrtá a zároveň poslední zásada této práce, která nese název „Oslovení nejméně zainteresované generace“.

5.1 Cíle

Jak již bylo výše zmíněno, výzkumným úkolem této bakalářské práce je analyzovat využití sdílené ekonomiky napříč generacemi, a získat tak podklady pro oslovení nejméně zainteresované generace. Vzhledem k tomuto záměru je potřeba si nejprve ověřit, zda existuje závislost mezi využitím sdílených služeb a věkem uživatelů.

5.2 Metodika výzkumu

Na základě výše zmíněného výzkumného úkolu byla sestavena následující hypotéza, která bude buďto zamítnuta či nikoliv.

Hypotéza: Využití platform sdílené ekonomiky respondenty je závislé na jejich věkové kategorii

Data pro ověření statistických hypotéz byla získávána pomocí dotazníkového šetření mezi rodinnými příslušníky, dále mezi lidmi na sociálních sítích, přesněji na sociální síti Facebook ve skupině zvané „Plzeňáci“, kde se pohybují zástupci všech věkových kategorií. Tato skutečnost umožňuje si respondenty roztrždit do tří kategorií podle generací – generace X (narozena 1965–1980), generace Y (narozena 1981–1998), generace Z (narozena 1999–2012). (Mašlonková, Hubáčková, & Tyburcová, n. d., s. 188–189) Následně po opatření dat byla provedena explorační analýza dat.

Explorační analýza dat má za úkol zajistit kvalitní výsledná data. Aby jich bylo dosaženo, je potřeba provést určitá opatření. Mezi tyto opatření patří mimo jiné vymezení extrémních a chybějících hodnot a také ověření normality dat. Vzhledem k charakteru dotazníku lze výskyt extrémních či chybějících dat vyloučit. Co se týče normality dat, vzhledem k binomickému rozdělení dat a následnému aproximování normálním rozdělením díky většímu výběru, zde ověření není třeba vykonat. (Janurová, 2013)

Pro ověření výše uvedené hypotézy bude využit test nezávislosti v kontingenční tabulce χ^2 , jinak ho lze také označit jako Pearsonův chí-kvadrát test. Jedná se o nejpoužívanější test nezávislosti v kontingenčních tabulkách. Nulová hypotéza zde tvrdí nezávislost daných jevů neboli, že pravděpodobnost výskytu náhodného jevu A není ovlivněno výskytem náhodného jevu B. Jako u všech statistických testů je i zde nutné ověřit, zda sebraná data splňují předpoklady pro jeho použití:

1. Jednotlivé prvky kontingenční tabulky jsou nezávislé, každý člen výběrového souboru je unikátní pro jednotlivé buňky tabulky.
2. Nejméně 80 % buněk v kontingenční tabulce musí splňovat teoretickou četnost vyšší než 5. Dále je potřeba aby 100 % teoretických četností je vyšších než 2. (Institut biostatistiky a analýz LF MU, n. d.)

Nyní budou provedeny výpočty, které poslouží k ověření stanovených hypotéz, tyto hypotézy jsou:

H0: Mezi využitím platformem sdílené ekonomiky respondenty a jejich věkem neexistuje závislost

H1: Mezi využitím platformem sdílené ekonomiky respondenty a jejich věkem existuje závislost

Nejprve bude na základě dat z dotazníkového šetření sestavena tabulka, která bude vyjadřovat využívání či nevyužívání sdílených služeb v závislosti na jednotlivých generacích.

Tab. 1: Četnost využití platformem sdílené ekonomiky napříč generacemi

	Generace X	Generace Y	Generace Z	Σ
Využívají	6	23	28	57
Nevyužívají	25	9	20	54
Σ	31	32	48	111

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Dalším krokem ověřování hypotézy bude sestavení tabulky, v níž budou vypočítány teoretické četnosti jednotlivých odpovědí, díky kterým lze ověřit, zda data splňují výše uvedené podmínky pro tento statistický Pearsonův chí-kvadrát test. Výpočet jednotlivých teoretických četností je možné provést pomocí následujícího vztahu:

$$n'_{ij} = \frac{\sum n_i \times \sum m_j}{n} \quad (1)$$

kde: n_i ... hodnota v i-tém řádku

m_j ... hodnota v j-tém sloupci

n ... celkový počet hodnot v kontingenční tabulce

Tab. 2: Teoretická četnost využití platformem sdílené ekonomiky napříč generacemi

	Generace X	Generace Y	Generace Z	Σ
Využívají	15,92	16,43	24,65	57
Nevyužívají	15,08	15,57	23,35	54
Σ	31	32	48	111

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

Na základě vypočítaných dat ve výše uvedené tabulce je zřejmé, že byly splněny podmínky pro využití tohoto testu, tj. maximálně 20 % teoretických četností může být nižší než 5 a zároveň žádná nesmí být menší než 2. (Institut biostatistiky a analýz LF MU, n. d.)

V následujícím kroku budou uvedeny hodnoty testové statistiky do tabulky, které byly vypočítány na základě následujícího vztahu:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(n_{ij} - n'_{ij})^2}{n'_{ij}} \quad (2)$$

kde: n_{ij} ... četnost výskytu
 n'_{ij} ... teoretická četnost výskytu
 s ... počet sloupců v kontingenční tabulce
 r ... počet řádků v kontingenční tabulce

Tab. 3: Hodnoty testové statistiky

	Generace X	Generace Y	Generace Z	Σ
Využívají	6,181306533	2,627200243	0,4552738337	9,26378061
Nevyužívají	6,525623342	2,772312139	0,480620985	9,778556466
Σ	12,70692987	5,399512382	0,9358948187	19,04233708

Zdroj: vlastní zpracování, 2021

V tabulce výše lze vidět výsledek testového kritéria χ^2 , který je po zaokrouhlení roven hodnotě 19,04. Ovšem pro potvrzení či vyvrácení stanovené hypotézy je zapotřebí si dále určit počet stupňů volnosti, které lze vypočítat pomocí následujícího vztahu:

$$v = (r - 1) * (s - 1) \quad (3)$$

kde: v ... počet stupňů volnosti

Po dosazení hodnot do výše uvedeného vzorce vyplyne následující výpočet:

$$v = (2 - 1) * (3 - 1)$$

$$v = 2$$

Z výpočtu je patrné, že počet stupňů volnosti je roven 2.

V následujícím kroku je zapotřebí si určit hladinu významnosti, která určuje maximální přípustnou pravděpodobnost pro chybu 1. druhu, jinak řečeno pravděpodobnost, že nulová hypotéza bude neoprávněně zamítnuta. (Institut biostatistiky a analýz LF MU, n. d.)

Pro hladinu významnosti bude použita její obvykle statisticky využívaná hodnota 5 % čili $\alpha = 0,05$. (Neubauer, 2016)

Nyní pomocí stupňů volnosti a hladiny významnosti lze určit kritický obor, pomocí funkce =CHISQ.INV (pravděpodobnost; volnost) v programu Microsoft Excel, která po dosazení příslušných parametrů vrátí hodnotu funkce inverzní k distribuční funkci levostranné pravděpodobnosti rozdělení chí-kvadrát. Software Microsoft Excel vyžaduje za parametr pravděpodobnosti dosazení hodnoty vypočtené ze vztahu $1-\alpha$, po vyplnění hodnot je tedy získána funkce ve tvaru: =CHISQ.INV (0,95;2). (Microsoft, 2021) Kritický obor je tedy tvořen hodnotami vyššími než $\chi^2_{0,95}(2) = 5,991464547$, přičemž (2) označuje počet stupňů volnosti. Vzhledem k tomu, že vypočtené testové kritérium je rovno 19,04, znamená to, že spadá do kritického oboru, a tudíž lze s 95% pravděpodobností nulovou hypotézu zamítnout. Je tedy možné tvrdit, že mezi využitím platformy sdílené ekonomiky respondenty a jejich věkem existuje závislost. (Neubauer, 2016)

Vzhledem k zamítnutí nulové hypotézy je možné pomocí koeficientu kontingence (CC) vypočítat sílu závislosti mezi jednotlivými jevy. (Neubauer, 2016) Pro účel této bakalářské práce není tento výpočet podstatný, jelikož již bylo dosaženo potřebné odpovědi pro následující vyhodnocení. Z tohoto důvodu zde nebude počítán.

Nyní díky výše uvedenému statistickému šetření, které potvrdilo závislost věku na využití platformy sdílené ekonomiky, se lze zaměřit na vyhodnocení oné nejméně zainteresované generace a navrhnout opatření vedoucí ke zvýšení jejich zájmu a využití těchto služeb.

5.3 Vyhodnocení dat dotazníkového šetření

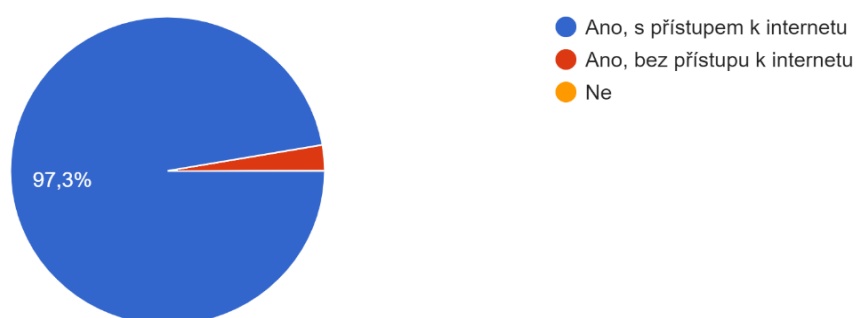
Nejprve budou vyhodnocena data získaná dotazníkovým šetřením, které bylo zaměřeno na kolekci dat sdílené ekonomiky převážně z oblasti klasických i alternativních ubytovacích a dopravních služeb.

Z grafu níže je patrné, že naprostá většina respondentů využívá chytrý mobilní telefon s přístupem k internetu. Tato informace je velice klíčová, jelikož převážná většina platforem dnes funguje na principu mobilních aplikací, a tudíž je mobilní telefon s internetem podmínkou k jejich využívání. Z toho tedy vyplývá, že přístup k těmto aplikacím respondentům nebrání v jejich využití.

Obr. 4: Využití mobilních zařízení mezi respondenty

Využíváte smartphone (chytrý telefon)?

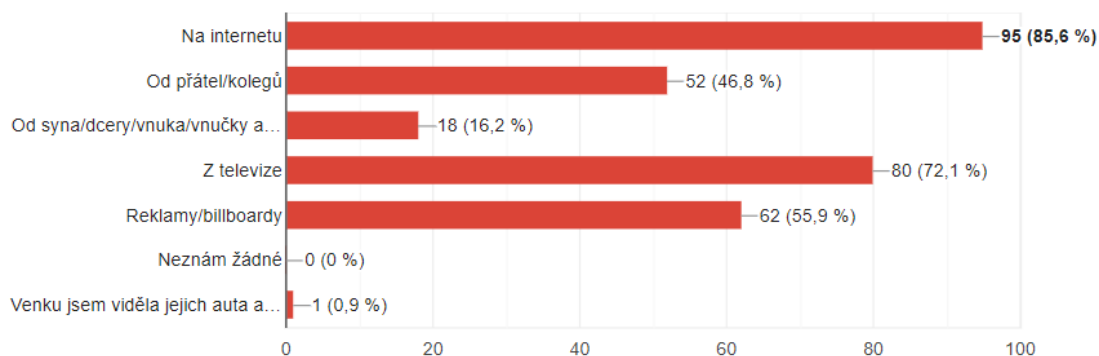
111 odpovědí



Zdroj: vlastní zpracování s využitím Google Forms, 2021

Pokud dojde ke shrnutí dotazníkového šetření, nejčastěji se respondentům dostávají služby sdílené ekonomiky nejvíce do podvědomí z internetových platforem. Jak již bylo více zmíněno, téměř všichni respondenti využívají chytré mobilní telefony s internetem, což této skutečnosti značně napomáhá. Druhým nejčastěji uváděným zdrojem je televizní vysílání. Následují tištěné reklamy a velkoplošné reklamní tabule tzv. billboardy a jako poslední zdroj bylo uvedeno osobní sdílení přátel, kolegů a členů rodiny.

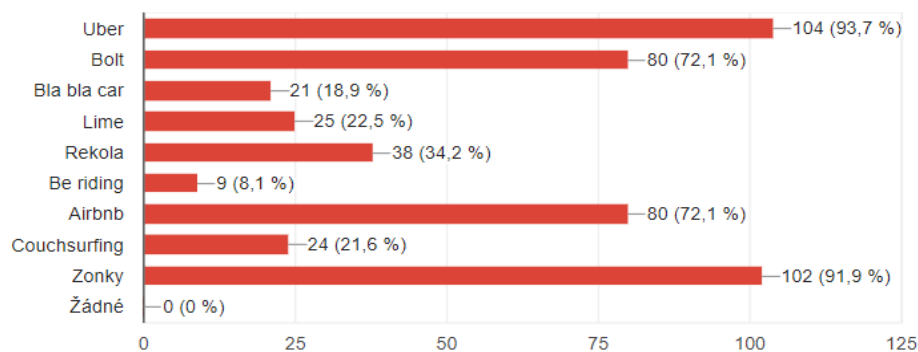
Obr. 5: Nejužívanější zdroje sdílené ekonomiky



Zdroj: vlastní zpracování s využitím Google Forms, 2021

Následující graf vyhodnocuje povědomí respondentů o jednotlivých službách. Na první pohled si lze všimnout, že mezi nejznámější platformu mezi veřejností patří společnost Uber. Tuto skutečnost, kterou potvrdilo až 93,7 % respondentů, lze připisovat celosvětové kauze ohledně soudních sporů s touto společností z důvodu nedostatečné právní úpravy. Druhou nejvíce známou platformou mezi našimi respondenty se stala finanční peer-to-peer služba Zonky.cz. Zde je nutné podotknout, že se jedná o českou společnost s reklamními spoty vysílanými v televizi. Nejspíše právě toto je důvod silného povědomí služby mezi veřejností. Následují dvě platformy Bolt a Airbnb, které označilo stejné procento respondentů, konkrétně 72,1 %. Mezi méně známé služby patří Rekola, Lime koloběžky a ubytovací služba Couchsurfing. Nejméně známé platformy jsou dle dotazníkového šetření sdílené jízdy BlaBlaCar a sdílené skútry Be Rider.

Obr. 6: Povědomí o konkrétních platformách sdílené ekonomiky mezi respondenty



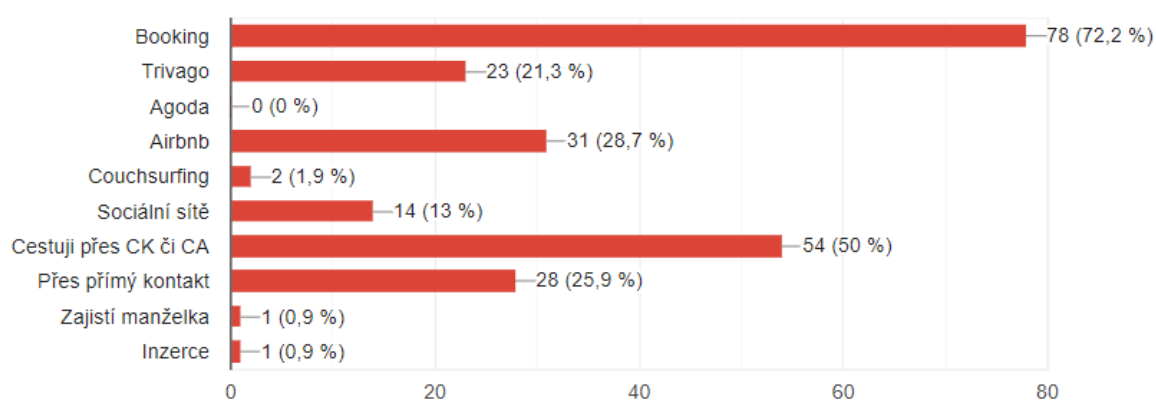
Zdroj: vlastní zpracování s využitím Google Forms, 2021

Dále bude zaměřena pozornost na přepravní služby sdílené ekonomiky. Až 57,7 % respondentů odpovědělo, že sdílenou ekonomiku v přepravním odvětví nikdy nevyužilo. Z druhé poloviny respondentů je zřejmé, že nejčteněji využívaná alternativní taxislužba je Bolt, až po ní Uber. Na posledním místě skončila taxislužba Liftago. Odpovědi ohledně sdílených jízd, kde se nejedná o alternativní taxislužbu, dopadly velmi vyváženě. 58,6 % uvedlo, že jim nečiní problém uskutečnit spolujízdu s cizím člověkem, ovšem opačná strana, kde by respondenti spolujízdu nezrealizovali, byly uváděny následující důvody: strach, nedůvěra, neznalost řídičských kompetencí cizího člověka, bezpečnost, nepravdivost informací o řidiči, nepohodlí. Z těchto dat vyplývá,

že platformy postrádají bezpečnostní informace o řidiči, které by byly uživateli snadno k dispozici či možnost nahlédnutí na recenze daného řidiče či naopak spolujezdce.

Z dat ubytovacích služeb vyšlo najevo, že nejužívanější platformou pro rezervaci ubytování je Booking.cz, kterou uvedlo 72,2 % respondentů. Další nejčastější odpovědí se stalo cestování pomocí cestovní kanceláře či agentury. Airbnb skončilo s 28,7 % odpovědí respondentů na třetím místě nejvyužívanějších rezervačních platform. Naopak nejméně užívané způsoby cestování jsou skrze sociální sítě či přímý kontakt a na poslední příčce skončila platforma sdíleného krátkodobého bydlení Couchsurfing.

Obr. 7: Nejužívanější platformy pro ubytovací služby mezi respondenty



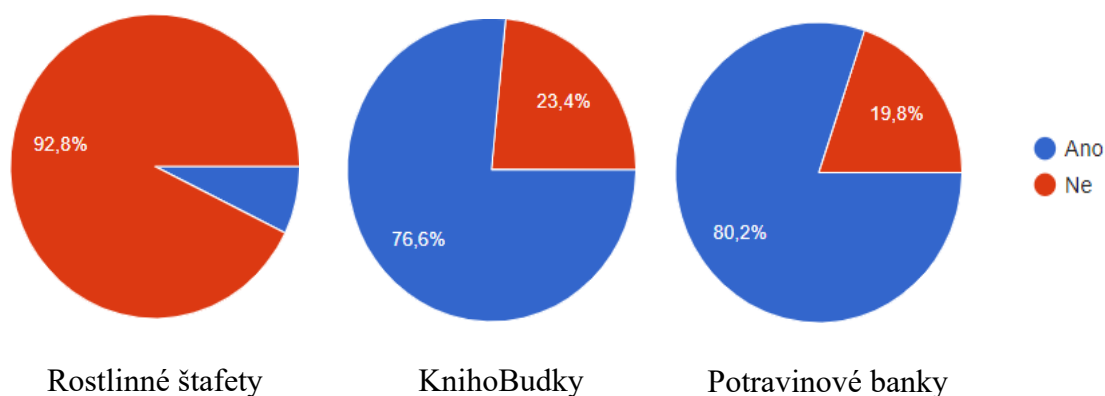
Zdroj: vlastní zpracování s využitím Google Forms, 2021

Byly také zaznamenány preference při cestování, které mohou mít zároveň za následek nízký počet odpovědí u platform sdílené ekonomiky. Respondenti uváděli, že na dovolené nejvíce preferují relaxaci a pohodlí, následně dobrodružství, nové zážitky a zábavu, poté klid a soukromí a na posledním místě rozmanitou nabídku ubytovacích služeb a luxus. I přesto, že mnoho respondentů neužívá sdílenou ekonomiku, konkrétně 70,4 % respondentů odpovídalo negativně, přes 80 % by nedělalo problém být ubytováno v apartmánu, který užívá někdo jiný. 18,9 % respondentů, kteří preferovali hotelový pokoj, uvádělo důvody (od nejčastějšího po nejméně častý) strach z neznámého, nutná samostatnost a absence služeb, nepohodlí, finanční nedůvěra v pronajímatele, nedostatečná znalost cizího jazyka ke komunikaci, obava z nedostatečného úklidu. Opět lze konstatovat, že platformy neposkytují dostatečné množství informací či k nim uživatelé nemají snadný přístup. U mnoho platform je k dispozici pouze anglický jazyk či jazyk daného subjektu s anglickým překladem. Dle mého názoru mnohé také ovlivňuje vizuální podoba platform. U webových stránek

jako Booking nebo u cestovních agentur a kanceláří jsou použity vždy profesionální fotografie ubytovacího zařízení, ovšem u platform sdílené ekonomiky v mnoha případech fotografují vlastníci apartmánu na své mobilní telefony, tím pádem fotografie nabývají horší kvality. I toto může potencionální uživatele odrazovat.

U ostatních modelů sdílené ekonomiky nastal překvapivý fakt, že až 76,6 % respondentů zná Knihobudky a 80,2 % respondentů již slyšelo o potravinových bankách. Rostlinná štafeta vykazala opačný výsledek, a to, že až 92,8 % respondentů se s touto sdílenou službou nesetkali. Vysvětlením může být také to, že je tato služba přítomna pouze v hlavním městě, Praze. Nemusí mít tedy takový dosah, aby oslovila velký počet zájemců.

Obr. 8: Povědomí o dalších modelech sdílené ekonomiky



Zdroj: vlastní zpracování s využitím Google Forms, 2021

Co se týče celkové zaujatosti mezi jednotlivými generacemi, z dotazníkového šetření vyplynulo, že generace Y je zcela jistě nejvíce zainteresovanou skupinou v užívání sdílené ekonomiky. Mezi respondenty jsou využívány jak ubytovací, tak i přepravní služby. Nízké procento respondentů odpovědělo negativně, a to, že ani jednu ze služeb vědomě nevyužívá. Do této skupiny převážně patří jedinci žijící v maloměstech či vesnicích, kde nelze snadno zajistit ke službám sdílené ekonomiky přístup. Konkrétně čtyři respondenti z této kategorie také uvedli, že hovoří pouze jedním jazykem, a to mateřským českým. I toto lze brát jako jeden z důvodů, proč sdílenou ekonomiku nevyužívají, jelikož mnoho z platform je na cizích jazycích závislých. Nicméně počet respondentů nevyužívající sdílené služby z generace Y je velmi zanedbatelný.

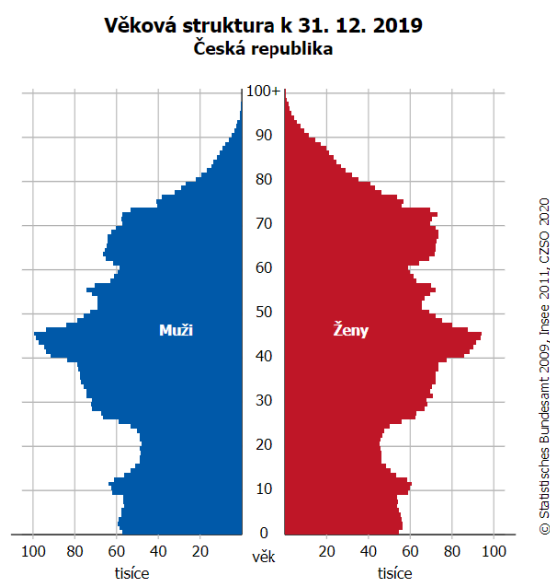
U nejmladší generace Z, takzvané „internetové generace“, byl výsledek ze získaných dat velmi překvapivý, neboť počet respondentů využívajících sdílené služby jen velmi nepatrně převýšil počet respondentů nevyžívajících tyto služby. Tento jev lze přisuzovat skutečnosti, že nejstarší jedinci, kteří dosahují dnes přibližně 22. roku, právě přichází na trh práce. Zatímco druhá polovina generace Z, a zároveň i našich respondentů, je nezletilých. Díky tomuto faktu byla v dotazníkovém šetření generace Z rozdělena do dvou částí, a to 15–18 let a 19–22 let. Respondenti pod 18 let odpovídali na dotazníkové šetření s tím, že sdílené služby vědomě nevyžívají, přičemž ale každý z nich uvedl minimálně jednu službu, kterou již zná. Domnívám se, že je tento fakt zapříčiněn tím, že mnoho jedinců z této kategorie nemá k dispozici finanční prostředky k využívání sdílených služeb. Dalo by se tak také říci, že kdyby toto šetření bylo provedeno za následujících cca 5 let, již by se nejednalo o vyvážená data, ale o převahu dat, kdy by respondenti služby sdílené ekonomiky využívali. Tento předpoklad přisuzuji tomu, že mladá generace se velmi snadno a se zájmem integruje mezi moderní technologie, proto není pochyb, že by se mezi touto generací postupně zájem o sdílenou ekonomiku nezvyšoval.

Nejméně zainteresovanou skupinou se stala generace X. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že přes 89 % respondentů sdílené služby nikdy nevyužilo. Zbýlých 21 % již sdílenou ekonomiku alespoň jednou vyzkoušelo v podobě přepravní či ubytovací služby. Tato kategorie obsahuje respondenty žijící ve velkoměstech, tudíž ke sdílené ekonomice mají snazší přístup. I přesto je část s respondenty nevyžívajícími sdílené služby značně vyšší. Na základě těchto dat se pokusím navrhnout postup, jak nejlépe generaci X oslovit a dostat tak sdílenou ekonomiku do podvědomí co nejvíce jedincům.

6 Oslovení nejméně zainteresované generace

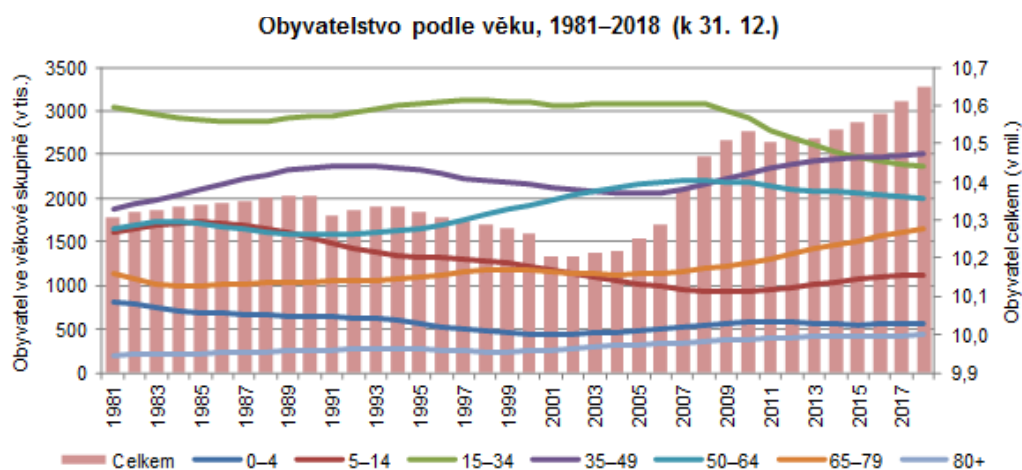
Nejprve je podstatné zmínit, proč je důležité nejméně zainteresovanou generaci oslovit. Za nejdůležitější důvod sledávám četnost této generace. Dle Českého statistického úřadu a výzkumů z roku 2018 a 2019 je právě tato skupina obyvatel nejpočetnější v ČR. Zároveň generace X obsahuje téměř 40 % ekonomicky aktivního obyvatelstva ČR. Pohybují se mezi 40. a 55. rokem. (Český statistický úřad, 2019) Povětšinou stojí na vrcholu své profesní kariéry a mají tak zároveň značné působení na rozhodování domácnosti, a tak i společnosti. Na základě těchto dat by při zaujmutí této skupiny sdílenou ekonomiku čekal značný rozkvět.

Obr. 9: Věková struktura obyvatelstva v ČR



Zdroj: Český statistický úřad (2019)

Obr. 10: Obyvatelstvo v ČR podle věku



Zdroj: Český statistický úřad (2021)

Dle mého názoru by rozšíření sdílené ekonomiky mezi starší generace také přineslo značný sociální význam při propojování kultur a odstranění xenofobie, která je zapříčiněna multimediální masáží např. o migrování z blízkého východu či globálním terorismu apod. Generace X, která měla při dospívání značně omezenou informovanost, dostupnost vycestování a učení cizích jazyků, by si tak tímto mohla značně rozšířit své obzory. Dále lze hovořit také o zvyšování digitální gramotnosti, která se v dnešní době stává velmi žádanou a pomocnou silou při běžném životě.

Zbývá tak odpovědět na otázku, jak tuto generaci nejlépe a efektivně oslovit. Dle výzkumu Michala Charváta, významného IT analytika, zatímco mladší generace Y a Z tráví nejvíce času na internetu a sociálních sítích, Generace X nejvíce ze všech věkových skupin sledují televizní vysílání a zároveň nejvíce preferují české televizní programy. Dále je také nejpočetnější skupinou, která stále pravidelně čte noviny či poslouchá rádio. (Charvát, 2016) Zároveň část generace X, narozená blíže k roku 1980, užívá sociální síť Facebook na denní bázi. Stojí tedy za pomyšlení, jaké zdroje využít k rozšíření sdílené ekonomiky. Na základě svých zkušeností z mého okolí mohu tvrdit, že velmi navštěvovanou stránkou této generace je vzhledem k jednoduchosti a přehlednosti portál Seznam.cz, který disponuje také e-mailovou komunikací, u které se domnívám, že je u druhé poloviny generace X, narozené blíže k roku 1965, častěji využívána namísto sociálních sítí.

Ať je již řeč o oslovení pomocí e-mailové platformy či sociální sítě, u této generace je vysoce žádaný video marketing. Vizuální e-maily, zprávy či příspěvky upoutají pozornost a následně mohou být sdíleny, ať již prostřednictvím e-mailové komunikace či skrze sociální síť. V případě volby propagace skrze sociální sítě, je podstatné zaměřit se na to, kdy generace X moderní technologie používá. Dle výzkumů jedinci této generace konzumují obsah internetu nejčastěji mezi osmou hodinou večerní a půlnocí. (Zemanová, 2018) Nejefektivnější by tedy bylo reklamu směřovat na tyto hodiny.

Velmi důležitý je také „jazyk“ propagace. Klíčovou záležitostí se může stát jednoduchost, přehlednost a srozumitelnost. Z dotazníkového šetření vyplynulo, že mnoho respondentů z této generace hovoří pouze jedním, mateřským, jazykem. Je důležité zaměřit se na odstranění novodobých anglických výrazů, kterým by tato věková skupina nemusela rozumět a nahradit je českými slovy a souslovími. Velmi potřebná je také snadná orientace na stránkách či v aplikacích. Jelikož se generace X, na rozdíl od

mladších generací, do digitálního světa nenarodila a stále se postupně učí, stává se nezbytným, aby při otevření aplikace přesně viděli, o čem určitá služba je a věděli, kam při určitém požadavku kliknout.

Dále se lze zaměřit na finanční stránku. Generace X je vzhledem k předchozímu režimu, kde vládla stálá nejistota, velmi spořivá a nedůvěřivá. Tahem na odbourání nedůvěry mohou být tzv. věrnostní programy pro zákazníky a zároveň je důležité zajistit kvalitní zákaznický servis, který v případě potřeby vždy nabídne podporu, odpoví na dotazy či vyřeší závady a problémy. Také bych navrhl výrazně viditelný blok s recenzemi od ostatních uživatelů, kde bude psáno jméno a věk hodnotitele. Pozitivní recenze mají silný význam na šíření dané služby. Platformy se také mohou pyšnit na svých webových stránkách různými certifikáty bezpečnosti, které napomůžou k odbourání nedůvěry. Dále také generace X velmi pozitivně reaguje na různé slevové akce a kódy, které služba nabídne a zaručí tak, že se uživatelé budou stále vracet. Potencionální uživatele této generace by také mohl zaujmout fakt, že služby sdílené ekonomiky mohou být finančně úspornější než klasická ekonomika.

Pokud budou shrnuty dohromady všechny tyto podmínky, lze navrhnout první formu oslovení generace X. Mohlo by se jednat o vizuální kampaň zaměřenou primárně do televizního vysílání, následně s odkazem na webové stránky. Jednalo by se o souhrn sdělení již existujících uživatelů dané sdílené služby, která by uváděla výpovědi o tom, jak daná služba funguje, jak se stalo užívání přínosné a v čem se díky ní vzdělali. Každé video by bylo od jedince napříč generacemi. Může být praktikována jak na ubytovací sdílené služby, tak na služby přepravní a jiné. Pokud by byla tato marketingová metoda aplikována na ubytovací sdílenou ekonomiku, může se jednat o výpověď jedince z generace X, který se díky sdílenému apartmánu či pokoji po odstěhování svých dětí naučil nový cizí jazyk nebo například gastronomii z jiných koutů světa. Několika vteřinový spot v televizní reklamě by následně odkazoval na určitou webovou stránku. Tímto způsobem mohou být videa sdílena i e-mailovou komunikací, facebookovými příspěvky či na rádiových frekvencích.

Zároveň je také zapotřebí zmínit, že valná většina generace X jsou již rodiči vysokoškolských či středoškolských dětí. Mívají velmi silné rodinné hodnoty. Pro spokojenost své rodiny by udělali téměř cokoli. V této návaznosti vzešlo

z dotazníkového šetření, že přes 55 % respondentů z generace X se nejčastěji dozvídají o sdílené ekonomice od svých vnoučat či dětí.

Z tohoto hlediska lze navrhnout kampaň propojující mladší a starší generaci či „Jak lépe porozumět mladší generaci“ kampaň. Jednalo by se o vpravení sdílené ekonomiky do podvědomí starším generacím prostřednictvím jejich potomků. Zároveň by se tato kampaň dala propojit s vytvářením nových vzpomínek a zážitků. Například sdílením fotografie dcery či syna, vnučky či vnuka s rodičem nebo prarodičem využívající sdílené kolo, sdílenou jízdu či krátkodobé hoštění pomocí platformy Couchsurfing. Po vylosování fotografie uživatel vyhraje hmotnou či nehmotnou cenu od dané služby.

V dnešní době je velmi vážené téma také již zmíněná ekologie a udržitelnost. Další kampaní se lze zaměřit na podporu životního prostředí prostřednictvím sdílené ekonomiky, např.: „Nech doma auto, půjč si Rekolo.“ Tyto reklamy tak mohou být použity na různých webových stránkách a prohlížečích jako například již zmiňovaná Seznam.cz.

Kampaní na toto téma by mohl být nespočet, ovšem nejdůležitějším krokem, jak již bylo zmíněno na začátku, je zajištění přístupnosti starším generacím. Vše se vytváří pro generace mladší, vše se zjednodušuje, ovšem preference dvacetiletého jedince a čtyřicetiletého jedince jsou značně rozdílné. V oblasti propagace a marketingu je důležité brát zřetel na všechny věkové kategorie, přizpůsobovat tak obsah a snažit se zaujmout nejen generaci Y a Z.

Závěr

Obsahem mé bakalářské práce bylo osvětlení fenoménu sdílená ekonomika, kde na základě nastudovaných dat byla vymezena definice a průřez historií. Na tuto kapitolu navazovalo porovnání vývoje v USA a Evropě, kde jsem dospěl k názoru, že se od sebe tyto dva kontinenty ohledně sdílení v mnohém liší nejen v oblasti regulací, ale také vnímáním novodobých trendů a přizpůsobování. Zároveň bylo zjištěno, že ČR se nachází na spodní příčce mezi státy EU v oblasti využívání sdílené ekonomiky, načež první místa obsahují Lucembursko, Irsko a Malta.

V neposlední řadě jsou popsány jednotlivé modely, přičemž dominující jsou dopravní a bytovací služby s hlavními zástupci Airbnb a Uber. Vzhledem k stálému vývoji sdílené ekonomiky bylo také řečeno, že právě u těchto platforem se již vytrácí pravá podstata sdílení a lidé nabízejí tyto služby převážně za účelem zisku. Popsány byly také další služby sdílení v oblasti financí i statků jako jsou rostliny, knihy a potraviny.

V předposlední kapitole teoretické části byly vytyčeny výhody a nevýhody sdílené ekonomiky. Zde jsem došel k názoru, že vždy je snazší udělení kritiky než chvály. Zdrojů na přínosy sdílené ekonomiky existuje velmi malé množství, tudíž lze vycházet převážně z názorů jedinců, popř. i z menšího množství statistik na toto téma. I přesto, že nevýhody svým obsahem převyšují výhody, je třeba zmínit, že většina těchto nevýhod plyne z neúplné právní regulace většiny platforem sdílené ekonomiky. Pokud by se na tuto problematiku dívalo s větším odstupem, stále koncept sdílené ekonomiky shledávám přínosným a věřím, že v budoucnu zažije rychlejší růst a dostane se do podvědomí široké veřejnosti.

Na závěr teoretické části byly vymezeny pojmy generace X, Y a Z, které se následně vztahovaly k části praktické.

Hlavním cílem mé bakalářské práce bylo zhodnotit využití sdílené ekonomiky napříč generacemi a doporučit, jak oslovit nejméně zainteresovanou generaci. Vzhledem k tomuto účelu byla nejprve sestavena hypotéza na základě, které bylo zhodnoceno, zda využití platforem sdílené ekonomiky závisí na věku respondentů. Pro vyhodnocení této hypotézy byly využity statistické výpočty, které byly naplněny daty z dotazníkového šetření vytvořeného pro účel této bakalářské práce.

Dotazníkové šetření bylo v digitální podobě naplněno daty získanými prostřednictvím sociální sítě Facebook. Vzhledem k nutnosti získání dat od generace X, byl dále šířen a vyplňován osobně pomocí fyzické verze. Celkem se podařilo sesbírat 111 odpovědí. Dotazníkové šetření obsahovalo souhrn otázek, kterými bylo dosaženo stanoveného cíle, tudíž nebyl zapotřebí žádný dodatečný výzkum.

Na základě statistických výpočtů byla potvrzena stanovená hypotéza, ze které vyplynulo, že využití služeb sdílené ekonomiky závisí na věku respondentů. Vzhledem k tomuto výroku byla dále vyhodnocena data z již zmíněného dotazníkového šetření, ze kterého vyplynulo, že za nejméně zainteresovanou skupinu lze označit generaci X, tudíž jedince narozené mezi lety 1965–1980.

Díky datům z dotazníkového šetření byly získány informace o nejčastěji využívaných informačních zdrojích, preferencích při vybírání ubytovacích zařízení či nejčastěji uvedených obavách ze sdílených jízd. V návaznosti na tato získaná data bylo doporučeno zlepšení jednotlivých prvků platform sdílené ekonomiky související s reklamou pro oslovení generace X. Následně byly navrženy dva možné způsoby kampaní. První kampaň by cílila na video marketing a oslovení generace skrze vlastní zkušenosti a zážitky. Publikovaná by byla v televizním vysílání, jelikož ze získaných dat vyplynulo, že se jedná v této generaci o nejvyužívanější moderní technologii v rámci informovanosti, tudíž by tato forma propagace mohla mít mezi generací X široké pokrytí. Dále stojí za zmínku, že nejčastějším informačním zdrojem této generace byla označena rodina, nejčastěji potomci. Na této skutečnosti byla postavena druhá kampaň, která míří na silné rodinné vazby této skupiny, tudíž na propojení mladší a starší generace.

V návaznosti na uvedené výhody se domnívám, že v případě intenzivnějšího využívání platform sdílení touto generací by následoval enormní nárůst sdílené ekonomiky, který by mohl zapříčinit navýšení digitální gramotnosti, postupné omezení jazykové bariéry či odbourání xenofobie mezi občany. Na závěr lze říci, že vzhledem k početnosti nejméně zainteresované generace X, má smysl tuto generaci oslovovat a snažit se tak přimět ji k využívání sdílené ekonomiky.

Seznam použitých zdrojů

- Airbnb (2021). *About Us*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://news.airbnb.com/about-us/>
- Airbnb (2021). *Airbnb*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.airbnb.cz/>
- Bachmann, A., Becker, A., Buerckner, D., Hilker, M., Kock, F., Lehmann, M., Tiburtius, P., Funk, B. (2011). *Online Peer-to-Peer Lending*. Dostupné 1.5.2021 z https://www.researchgate.net/publication/236735575_Online_Peer-to-Peer_Lending--A_Literature
- Baker, G. (2020). *The Airbnb Effect On Housing And Rent*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.forbes.com/sites/garybarker/2020/02/21/the-airbnb-effect-on-housing-and-rent/?sh=7231325e2226>
- Baker, M. B. (2015). *Barclays: Airbnb Usage To Surpass Hotel Cos., But Not For Business Travel*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.businesstravelnews.com/Hotel-News/Barclays-Airbnb-Usage-To-Surpass-Hotel-Cos-But-Not-For-Business-Travel>
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2012). *Crowdfunding: Tapping the Right Crowd*. doi:10.2139/ssrn.1578175
- Basselier, R., Langenus, G., & Walravens, L. (2018). *The Rise of the Sharing Economy*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://www.nbb.be/doc/ts/publications/economicreview/2018/ecoreviii2018_h3.pdf
- Benda, M. (2016). Finanční a ekonomické informace. *Dokumentační bulletin Ministerstva financí* (s. 8). Dostupné 1. 5. 2021 z https://www.mfcr.cz/assets/cs/media/Bulletin-knihovny-MF_2016-c-06_Financni-a-ekonomicke-informace-62016.pdf
- BlaBlaCar (2021). *Co děláme*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://blog.blablacar.cz/about-us/co-delame>
- BlaBlaCar (2021). *Co není povoleno?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://support.blablacar.com/hc/cs/articles/360015676279-Co-nen%C3%AD-povoleno->

- BlaBlaCar (2021). *Jak to funguje*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://support.blablacar.com/hc/cs/articles/360015367779-Jak-to-funguje>
- BlaBlaCar (2021). *Náš příběh*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://blog.blablacar.cz/about-us/nas-pribeh>
- BlaBlaCar (2021). *O nás*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://blog.blablacar.cz/about-us>
- Bolt (2021). *Bolt*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://bolt.eu/cs/>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's Mine Is Yours*. New York, USA: Harper Collins Publisher.
- Botsman, R. (2015). *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption—And What Isn't?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
- Botsman, R. (n. d.). *About*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://rachelbotsman.com/about/>
- Cocolabs (2019). *Platform capitalism: How the US and Europe are addressing the issue of regulation*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cocolabs.com/en/blog/platform-capitalism-how-the-us-and-europe-are-addressing-the-issue-of-regulation/>
- Cohousing (2011). *Co je Cohousing?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cohousing.cz/co-je-cohousing/>
- Cohousing (2011). *Cohousing v ČR*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cohousing.cz/cohousing-v-cr/>
- Cohousing (2011). *Jak vypadá?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cohousing.cz/jak-vypada-/>
- Cohousing (2011). *Jak vzniká?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cohousing.cz/jak-vznika-/>
- Cohousing (2013). *Praktická ukázka fungování cohousingu dle knihy Charlese Durretta*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.cohousing.cz/news/prakticka-ukazka-fungovani-cohousingu/>
- Couchsurfing (2021). *About Us*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://about.couchsurfing.com/about/about-us/>

- Couchsurfing (2020). *Couchsurfing needs your help*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://blog.couchsurfing.com/couchsurfing-needs-your-help/>
- Český statistický úřad (2019). *Věková struktura k 31. 12. 2019*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.czso.cz/staticke/animgraf/cz/index.html?lang=cz>
- Český statistický úřad. (2021). *Aktuální populační vývoj v kostce*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.czso.cz/csu/czso/aktualni-populacni-vyvoj-v-kostce>
- Deloitte (2017). *Sdílená ekonomika, Bohatství bez vlastnictví*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/deloitte-analytics/Sdilena-ekonomika.pdf>
- Demailly, D., & Novel, A.-S. (2014). *The sharing economy: Make it sustainable*. Dostupné 1. 5. 2021 https://www.iddri.org/sites/default/files/import/publications/st0314_dd-asn_sharing-economy.pdf
- European Commission (2016). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://ec.europa.eu/transparency/regd/re/rep/1/2016/EN/1-2016-356-EN-F1-1.PDF>
- Eurostat (2020). *Are you part of the collaborative economy?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20200205-1>
- Evropská komise (2016). *Evropská agenda pro ekonomiku sdílení*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/IP_16_2001
- Fox, J. (2018). *There Are Two Gig Economies*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.bloombergquint.com/view/freelance-economy-is-both-old-and-young-big-and-small>
- Hilšer, M. (2018). *Marek Hilšer do Senátu*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.hithit.com/cs/project/5030/marek-hilser-do-senatu>
- HitHit (2021). *Co je Hithit*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>
- Horváthová, P., Bláha, J., & Čopíková, A. (2016). *Řízení lidských zdrojů - Nové trendy*. Praha: Management Press.

- Howe, J. (2006). *The Rise of Crowdsourcing*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>
- Hrubá, L. (2018). *Co to je Rostlinná štafeta?* Dostupné 1. 5. 2021 z <https://zahradananti.blogspot.com/2018/05/co-to-je-rostlinna-stafeta.html>
- Charvát, M. (2016). *NMI16 Michal Charvát – Mediální degenerace XYZ*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.slideshare.net/nminspiration/nmi16-michal-charvt-mediln-degenerace-xyz-od-sai-hemaly-k-teri-blitzen>
- Institut biostatistiky a analýz LF MU (n. d.). *Testování nezávislosti (Pearsonův chí-kvadrát test)*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://portal.matematickabiologie.cz/index.php?pg=aplikovana-analyza-klinickyh-a-biologickyh-dat--analyza-a-management-dat-pro-zdravotnicke-obory--testovani-hypotez-o-kvalitativnich-promennych--analyza-kontingencnich-tabulek--testovani-nezavislosti-pea>
- Janurová, K. (2013). *Cvičení*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://homel.vsb.cz/~jan939/STA/cviceni/07_Exploratorni_analyza.pdf
- Kleemann, F., Voss, G., & Rieder, K. (2008). *Un(der)Paid Innovators: The Commercial Utilization of Consumer Work through Crowdsourcing*. doi:10.17877/DE290R-12790
- Knihobudka (2021). *Knihobudka*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.knihobudka.cz/>
- Knihobudka (2021). *O Projektu*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.knihobudka.cz/#o-projektu>
- Levine, M. (5. 5 2009). Share my ride. *The New York Times Magazine*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.nytimes.com/2009/03/08/magazine/08Zipcar-t.html>
- Liftago (2021). *Aktuality*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.liftago.cz/aktuality/>
- Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., & Mahajan, D. (2016). *Independent work: Choice, necessity, and the gig economy*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/independent-work-choice-necessity-and-the-gig-economy?fbclid=IwAR0l-xzyC5CH92INWqQfC_5316oxuwQH9D6bSmM4ImS2HNFV6zHe14KW0VE#

Mašlonková, D., Hubáčková, R., & Tyburcová, T. (n. d.). Lidé generace X, Y a Z. V *Personalistika*. Praha: Orange Academy.

Microsoft (2021). *CHISQ.INV (funkce)*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://support.microsoft.com/cs-cz/office/chisq-inv-funkce-400db556-62b3-472d-80b3-254723e7092f?fbclid=IwAR0Ure5RBkWLOZZ8G10H4xkpGsIBfa1QqC8Z0boLeNkdrGaNr5rcusSYqbl>

Ministerstvo dopravy (2020). *Shrnutí změn v taxislužbě k 1. červenci 2020*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.mdcz.cz/Dokumenty/Verejna-doprava/Taxisluzba/Shrnuti-zmen-v-taxisluzbe-k-1-cervenci-2020>

Neubauer, J. (2016). *Výuka*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://k101.unob.cz/~neubauer/pdf/chi2test_nezavislosti.pdf

PerfectCrowd (2021). *PerfectCrowd*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.perfectcrowd.cz/>

Pichrt, J., Boháč, R., & Morávek, J. (2019). *Sdílená ekonomika tři roka poté - závěry a perspektivy*. Praha: Wolters Kluwer ČR.

Potravinové banky (n. d.). *O nás*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://potravinovebanky.cz/o-nas/>

Rekola. (2020). *Rekola v 10 českých městech i v zahraničí*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.akademiamobility.cz/aktuality/1121/rekola-v-10-ceskych-mestech-i-v-zahranici>

Rekola (2021). *Příběh Rekol*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.rekola.cz/pribeh-rekol>

Roser, M., Ritchie, H., & Ortiz-Ospina, E. (2015). *Internet*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://ourworldindata.org/internet>

Schwienbacher, A., & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures*. doi:10.2139/ssrn.1699183

Slee, T. (2015). *What's Yours Is Mine*. New York and London: OR Books.

Stone, B. (2019). *Uber a Airbnb mění svět*. (J. Pondělíček, Překl.) Praha, Česká republika: GRADA Publishing a.s.

Tabcum Jr., S. (2019). *The Sharing Economy Is Still Growing, And Businesses Should Také Note*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.forbes.com/sites/forbeslacouncil/2019/03/04/the-sharing-economy-is-still-growing-and-businesses-should-take-note/?sh=39c385614c33>

Uber. (2021). *Informace o firmě*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.uber.com/cs-CZ/newsroom/o-firme/>

Wirtz, J., Fung-So, K.-K., Mody, M. A., Liu, S., & Chun, H. (2019). *Platforms in the peer-to-peer*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JOSM-11-2018-0369/full/html>

Zemanová, M. (2018). *Infografika: Jak oslovit zákazníky napříč generacemi*. Dostupné 1. 5. 2021 z https://www.focus-age.cz/m-journal/aktuality/infografika--jak-oslovit-zakazniky-napric-generacemi__s288x13135.html

Zonky.cz (2021). *Časté dotazy, když si chcete půjčit*. Dostupné 1. 5. 2021 z <https://zonky.cz/otazky-a-odpovedi>

Seznam tabulek

Tab. 1: Četnost využití platforem sdílené ekonomiky napříč generacemi	400
Tab. 2: Teoretická četnost využití platforem sdílené ekonomiky napříč generacemi...	400
Tab. 3: Hodnoty testové statistiky	411

Seznam obrázků

Obr. 1: Vzestup zájmu sdílené ekonomiky 2004–2018 dle Google Trends	133
Obr. 2: Využití sdílené ekonomiky v EU	14
Obr. 3: Počet vypůjčených Rekol v ČR dle roku	25
Obr. 4: Využití mobilních zařízení mezi respondenty	43
Obr. 5: Nejužívanější zdroje sdílené ekonomiky mezi respondenty	43
Obr. 6: Povědomí o konkrétních platformách sdílené ekonomiky mezi respondenty	44
Obr. 7: Nejužívanější platformy pro ubytovací služby mezi respondenty	45
Obr. 8: Povědomí o dalších modelech sdílené ekonomiky mezi respondenty	46
Obr. 9: Věková struktura obyvatelstva v ČR.....	48
Obr. 10: Obyvatelstvo v ČR podle věku.....	48

Seznam použitých zkratk a značek

ARES: Administrativní registr ekonomických subjektů

BRKI: Bankovní registr klientských informací

CC: Koeficient kontingence

ČZU: Česká zemědělská univerzita

EU: Evropská Unie

EUR: Euro

ISIR: Insolvenční rejstřík

Kč: Korun českých

NRKI: Nebankovní registr klientských informací

p.a.: ročně

P2P: Peer to peer

USD: Americký dolar

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Dotazník – Sdílená ekonomika

1. Jste:
 - a. Žena
 - b. Muž
2. Vaše věkové rozmezí:
 - a. 15-18
 - b. 19-22
 - c. 23-39
 - d. 40-56
3. Žijete či nejvíce pobýváte v:
 - a. Krajské město (velkoměsto)
 - b. Maloměsto
 - c. Vesnice
4. Kolika jazyky se dorozumíte?
 - a. jedním (mateřský jazyk)
 - b. 2–3
 - c. 4 a více
5. Jakými?
 - a. Čeština
 - b. Angličtina
 - c. Němčina
 - d. Ruština
 - e. Španělština
 - f. Jiné:
6. Využíváte smartphone (chytrý telefon)?
 - a. Ano, s přístupem k internetu
 - b. Ano, bez přístupu k internetu
 - c. Ne
7. Pokud jste odpověděli ne, jmenujte důvod:

- a. Složité na pochopení
 - b. Zbytečné, ztráta času
 - c. Drahé, nemám tarif s internetem
 - d. Vlastním pouze počítač
 - e. Mnoho reklam
 - f. Jiné:
8. O kolika z níže uvedených firmách jste již slyšeli?
- a. Uber
 - b. Bolt
 - c. Bla Bla Car
 - d. Lime
 - e. Rekola
 - f. Be riding
 - g. Airbnb
 - h. Couchsurfing
 - i. Zonky
 - j. Žádné
9. Kde?
- a. Na internetu
 - b. Od přátel/kolegů
 - c. Od syna/dcery/vnuka/vnučky apod.
 - d. Z televize
 - e. Reklamy/billboardy
 - f. Neznám žádné
 - g. Jiné:

Dopravní služby

10. Jakým způsobem nejčastěji cestujete?
- a. Autem
 - b. MHD
 - c. Taxi
 - d. Pěšky
 - e. Jiné:

11. Využili jste již některou z alternativních taxislužeb?

- a. Uber
- b. Bolt
- c. Liftago
- d. Ne

12. Byli jste se službou spokojeni?

- a. Ano
- b. Spíše ano
- c. Ne
- d. Spíše ne

13. Pokud by byla příležitost, uskutečnili byste spolujízdu s cizím člověkem?
(nejedná se o taxislužbu)

- a. Ano
- b. Ne

14. Pokud ne, proč?

- a. Otevřená odpověď

Ubytovací služby

15. Kolikrát do roka cestujete (i po ČR)?

- a. Méně než jednou do roka
- b. Jednou ročně
- c. 2x – 3x do roka
- d. 4x – 5x do roka
- e. Vícekrát
- f. Necestuji (přeskočte na otázku 21)

16. Co nejvíce preferujete na dovolené?

- a. Luxus
- b. Rozmanitá nabídka ubytovacích služeb
- c. Relax, pohodlí
- d. Dobrodružství, nové zážitky
- e. Zábavu
- f. Klid, soukromí
- g. Jiné:

17. Jaké využíváte rezervační portály či platformy pro zajištění ubytování?
- Booking
 - Trivago
 - Agoda
 - Airbnb
 - Couchsurfing
 - Sociální sítě
 - Cestuji přes CK či CA
 - Přes přímý kontakt
 - Jiné:
18. Byli jste již ubytováni skrze platformu Airbnb či Couchsurfing?
- Ano
 - Ne
19. Pokud ano, vyhovovalo Vám toto ubytování?
- Ano
 - Spíše ano
 - Ne
 - Spíše ne
20. Podělili jste se o svůj zážitek s ostatními?
- Ano
 - Ne
21. Zvolili byste raději hotelový pokoj či pronajímáný apartmán?
- Hotel
 - Apartmán
 - Dle situace, nemám preferenci
22. Situace: Jedete na dovolenou a všechny hotely/penziony jsou již obsazené. Zbývá si pronajmout apartmán v centru města, jenž patří studentce, která na prázdniny odjela pryč, a tudíž byt pronajímá. Vadilo by Vám přebývat v apartmánu či byste si vybrali nový termín v hotelu?
- Apartmán
 - Nový termín
23. Pokud jste odpověděli „Nový termín“, z jakého důvodu byste nechtěli přebývat v tomto apartmánu?

- a. Strach z neznámého
- b. Obava z nedostatečného úklidu
- c. Nepohodlí
- d. Nutná samostatnosť, absence služeb
- e. Finanční nedůvěra v pronajímatele
- f. Nedostatečná znalost cizího jazyka ke komunikaci
- g. Jiné:

Další modely sdílené ekonomiky

24. Setkali jste se někdy s pojmem "rostlinná štafeta"?

- a. Ano
- b. Ne

25. Znáte Knihobudky?

- a. Ano
- b. Ne

26. Slyšeli jste již o potravinových bankách?

- a. Ano
- b. Ne

Abstrakt

Kavina, J. (2021). *Sdílená ekonomika* (Bakalářská práce), Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česko.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, fenomén, peer to peer, ubytování, Airbnb, doprava, Uber, platformy, generace

Bakalářská práce se zabývá novodobým fenoménem s názvem sdílená ekonomika. Soustředí se na vymezení a definici tohoto pojmu a následně zkoumá vývoj a expanzi sdílené ekonomiky. Snaží se poukázat na to, že se hlavní myšlenka sdílené ekonomiky začíná lišit od prvotní podstaty. Popisuje jednotlivé modely sdílené ekonomiky napříč různorodými oblastmi. Vytýčuje její výhody a nevýhody. Cílem této práce je dosáhnout zjištění, zda je sdílená ekonomika závislá na věku uživatelů, přičemž určí nejméně zainteresovanou věkovou kategorii, generaci. Následně vymezí, proč je důležité tuto skupinu oslovit a jakými způsoby tohoto cíle dosáhnout.

Abstract

Kavina, J. (2021). *Sdílená ekonomika* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of Economics, Czech Republic.

Key words: sharing economy, phenomenon, peer to peer, accommodation, Airbnb, transport, Uber, platforms, generations

The bachelor thesis deals with a modern phenomenon called sharing economy. It focuses on the definition of this concept and then examines its development and expansion. It tries to point out that the main idea of a sharing economy is beginning to differ from its original intention. It describes individual models of the sharing economy across varied areas. It describes its advantages and disadvantages. The main purpose of this work is to determine whether the sharing economy depends on the age of users and then reveal the least interested generation. Then it defines why it is important to raise the awareness of the sharing economy and how to achieve this goal.