

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na
podnikatelské prostředí**

**Sharing economy – trends, specifics, impact on
business environment**

Simona Kapounová

Plzeň 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na podnikatelské prostředí“

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

Plzeň dne 22. 4. 2023

v. r. *Simona Kapounová*

Zásady pro vypracování práce

1. Charakterizujte pojem sdílená ekonomika.
2. Popište oblasti sdílené ekonomiky a jejich specifika.
3. Pomocí vhodně zvolené metody analyzujte využívání vybrané služby sdílené ekonomiky.
4. Zhodnoťte šetření a navrhněte doporučení ve zkoumané oblasti.

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Veronice Zemanové za cenné rady a důležité připomínky při vedení mé práce. Také bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za jejich obrovskou podporu při psaní bakalářské práce a během celého studia.

Obsah

| | |
|--|-----------|
| Úvod | 6 |
| 1 Sdílená ekonomika | 7 |
| 1.1 Vymezení pojmu sdílená ekonomika | 7 |
| 1.2 Crowdfunding..... | 9 |
| 1.3 Crowdfunding | 10 |
| 1.4 Vývoj sdílené ekonomiky | 11 |
| 1.5 Subjekty sdílené ekonomiky | 12 |
| 1.5.1 Poskytovatel..... | 12 |
| 1.5.2 Uživatel..... | 12 |
| 1.5.3 Zprostředkovatel | 12 |
| 1.6 Modely sdílené ekonomiky | 13 |
| 1.6.1 P2P..... | 13 |
| 1.6.2 B2C | 13 |
| 1.6.3 B2B | 13 |
| 1.7 Výhody sdílené ekonomiky..... | 14 |
| 1.8 Nevýhody sdílené ekonomiky..... | 15 |
| 1.9 Regulace sdílené ekonomiky..... | 16 |
| 1.10 Generace a sdílení..... | 18 |
| 1.10.1 Generace X | 18 |
| 1.10.2 Generace Y | 18 |
| 1.10.3 Generace Z..... | 19 |
| 2 Oblasti sdílené ekonomiky | 20 |
| 2.1 Ubytování..... | 20 |
| 2.2 Sdílení dopravních prostředků, spolujízda..... | 22 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 2.3 | Finanční služby | 23 |
| 2.4 | Pracovní síla | 24 |
| 2.5 | Sdílení věcí..... | 26 |
| 2.6 | Streamovací služby | 27 |
| 2.7 | Cloudové služby..... | 27 |
| 3 | Praktická část..... | 29 |
| 3.1 | Dotazníkové šetření..... | 29 |
| 3.2 | Cíl práce a metodika výzkumu..... | 29 |
| 3.3 | Vyhodnocení dotazníkového šetření | 29 |
| 3.3.1 | Demografické otázky | 29 |
| 3.3.2 | Povědomí o službách sdílené ekonomiky | 32 |
| 3.3.3 | Využívání služeb sdíleného ubytování | 34 |
| 3.4 | Shrnutí dotazníkového šetření..... | 49 |
| 3.5 | Návrh doporučení pro oblast sdíleného ubytování..... | 51 |
| | Závěr | 55 |
| | Seznam použitých zdrojů | 56 |
| | Seznam tabulek | 61 |
| | Seznam obrázků..... | 62 |
| | Seznam zkratk | 63 |
| | Seznam příloh..... | 64 |
| | Přílohy | |
| | Abstrakt | |
| | Abstract | |

Úvod

Sdílení provází lidstvo již od nepaměti. Avšak s nástupem digitálních technologií se jeho možnosti výrazně změnilo. Ke sdílení již nedochází pouze v malých komunitách, ale dochází k němu celosvětově. Začaly vznikat nové platformy, které propojují poskytovatele ochotné sdílet svá nevyužitá aktiva s těmi, kdo tato aktiva vyhledávají. Tyto platformy působí v celé řadě odvětví, ať už se jedná o sdílení automobilů, sdílení ubytovacích prostorů, finanční sektor nebo dokonce i odvětví zábavy.

Sdílená ekonomika narušila tradiční odvětví a umožnila lidem získat nový příjem. Zároveň také vytvořila nové možnosti pro spotřebitele, pro které jsou tato aktiva cenově přístupnější. Sdílená ekonomika se odklání od vlastnění a zaměřuje se především na přístup k těmto statkům a službám. Její hlavní myšlenkou je uspokojení potřeb s ohledem na ekologickou udržitelnost a cenovou dostupnost. Zároveň ale vyvolává obavy, co se týče bezpečnosti, regulací, dopadů na stávající odvětví a pracovní místa.

Hlavním cílem této práce je zjistit, proč lidé využívají služby sdíleného ubytování či naopak preferují klasické hotelové služby, a na základě toho navrhnout vhodná doporučení pro tuto oblast. Dílčím cílem je charakterizovat pojem sdílená ekonomika a vymezit oblasti, ve kterých působí.

Práce bude rozdělena do tří hlavních kapitol. První kapitola má charakterizovat pojem sdílená ekonomika, nastínit její vývoj a následně se zaměřit na subjekty a modely této ekonomiky. Dále bude pojednávat o jejích pozitivních a negativních dopadech. Na závěr první kapitoly budou také vysvětleny rozdíly mezi generacemi X, Y a Z a jak má jejich spotřební chování vliv na rozvoj sdílené ekonomiky. Druhá kapitola bude pojednávat o konkrétních oblastech sdílené ekonomiky a vyzdvihne nejznámější společnosti působící v těchto odvětvích. Popsána bude oblast sdílení dopravních prostředků, ubytování, finanční sektor, sdílení pracovní síly, sdílení věcí a na závěr oblast streamovacích a cloudových služeb. Třetí a poslední kapitola je vymezena pro praktickou část práce a pomocí vhodných metod bude analyzovat využívání služeb sdíleného ubytování. Po provedené analýze budou doporučena opatření pro tuto oblast. V rámci této analýzy bude také zkoumána závislost mezi pohlavím a využíváním služeb sdíleného ubytování.

1 Sdílená ekonomika

Existuje mnoho pojmů pro sdílenou ekonomiku, avšak dosud nedošlo ke konsensu a přijetí všeobecné definice. Zároveň mnoho autorů používá i jiné pojmy, než je “sdílená ekonomika”, a je tak obtížné ji jednoznačně charakterizovat. Alternativními pojmy pro sdílenou ekonomiku jsou například přístupová ekonomika, cirkulační ekonomika nebo také ekonomika hejna much (Veber et al., 2016).

1.1 Vymezení pojmu sdílená ekonomika

Jedná se o ekonomický model, kde se pomocí technologických platform setkávají poskytovatelé aktiv se spotřebiteli, kteří mají zájem tato aktiva dočasně využít. Pro některé uživatele totiž může být výhodnější si tato aktiva pouze pronajmout, než je vlastnit. Proto, aby tedy tento systém fungoval, musí být na straně nabídky statky a služby, které jsou v přebytku nebo mají větší kapacitu, než je vlastník schopen využít. Stejně tak na straně poptávky musí být spotřebitel, který tato aktiva poptává (Veber et al., 2016).

Sdílená ekonomika, též nazývána jako spoluspotřebitelství, je sdílení založené na P2P modelu. Jedná se o možnost a ochotu jednotlivců pronajímat nebo naopak půjčovat statky. Důležitým aspektem sdílené ekonomiky je upřednostnění přístupu k aktivům oproti jejich vlastnění. Sdílí se prakticky cokoli, od bytů a aut až po náradí, hračky či oblečení. V minulosti se tyto statky sdílely pomocí inzerátů v novinách nebo skrze ústní komunikaci. S příchodem internetu se ale z velké části přešlo na sdílení přes digitální platformy (Tucci, 2018).

Důvodem pro využití služeb sdílené ekonomiky je pro spotřebitele například levnější cena zboží. V rámci sdílení se totiž jedná převážně o pronájem, který je levnější než vlastnictví. Z tohoto důvodu se k určitým statkům dostanou i lidé, kteří by si je jinak nemohli z finančních důvodů dovolit. Naopak pro poskytovatele je sdílená ekonomika přínosná možnost finančního obohacení. Pro subjekty nabízející služby typu Uber nebo TaskRabbit může být výhodou také možnost nastavit si vlastní pracovní dobu. (Deloitte, 2017).

Jednou z nejznámějších osobností sdílené ekonomiky je Rachel Botsman. Ta sdílenou ekonomiku definuje jako ekonomický systém, který je založený na nedostatečném

využívání statků a služeb. Ty jsou poskytovány zdarma nebo za určitý poplatek (Botsman, 2015).

Odvětví, ve kterých je možné se setkat se sdílenou ekonomikou jsou především ubytovací služby (Airbnb), sdílená doprava (Uber), odvětví zábavy (Spotify), sdílení spotřebního a maloobchodního zboží (Peerby), finanční (Zonky), energetický sektor (Solar share) a lidské zdroje (TaskRabbit) (PwC, 2015).

Společnost, která je orientována na sdílenou ekonomiku je možno rozeznat podle následujících pěti klíčových kritérií:

- Podstatou podnikání je snaha uvolnit hodnotu málo či zcela nevyužitých aktiv.
- Společnost by měla mít jasné poslání a dávat důraz na transparentnost, lidskost a autentičnost, jelikož jsou základem krátkodobého a dlouhodobého strategického rozhodování.
- Subjekty na straně nabídky by měla společnost oceňovat a respektovat a snažit se o zlepšení jejich života z hlediska ekonomického a sociálního.
- Subjekty na straně poptávky by měly mít užitek z možnosti využívat služby a zboží efektivněji, což znamená, že místo vlastnictví platí za přístup k těmto službám a statkům.
- Distribuované trhy nebo decentralizované sítě, které vytváří pocit sounáležitosti, kolektivní odpovědnosti a vzájemného prospěchu, by měly být základem podnikání (Botsman, 2015).

Vedle sdílené ekonomiky, taktéž zvané “sharing economy” existují další pojmy jako jsou “collaborative consumption” nebo “on-demand services”. Pojem “collaborative consumption” zahrnuje půjčování, sdílení a pronájem, který byl možný teprve až s příchodem internetu. Jedná se například o eBay, který funguje na způsob internetové aukce. Oproti tomu “on-demand services” jsou internetové platformy, které přímo propojují potřeby zákazníka a nabídku poskytovatele. Dochází zde k okamžitému doručení nabízených a poptávaných služeb či statků (Botsman, 2015).

Další označení pro sdílenou ekonomiku, které někteří jedinci považují za výstižnější, je tzv. přístupová ekonomika (access economy). Přístupová z toho důvodu, že v obchodním modelu sdílené ekonomiky jde převážně o placený přístup k daným aktivům, nejedná se tedy o jejich vlastnění. To, že se nejedná zcela o sdílení odůvodňují tím, že sdílení probíhá především v malých uzavřených komunitách (mezi rodinnými příslušníky) a ne v rámci

výměny mezi dvěma stranami, které se nikdy neviděly (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

Dále existují pojmy jako je “ekonomika hejna much”, která se snaží oslabit velké společnosti. Následně také “cirkulační ekonomika”, která klade důraz na ekologičnost. V neposlední řadě je možné se setkat s “peer economy”, “pooling ekonomy” či “gig economy” (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

1.2 Crowdfunding

Dalším pojmem vedle sdílené ekonomiky je crowdfunding. Ten ve své podstatě představuje sdílení práce pomocí digitálních technologií, kdy zaměstnanci k výkonu práce potřebují pouze připojení k internetu a telefon či počítač. Tito potencionální poskytovatelé pracovní síly mohou být z jiného kontinentu a většinou tak nedochází k osobnímu setkání zaměstnavatele se svými zaměstnanci. Ne vždy jde pouze o fyzické osoby, které tento způsob práce nabízí. Najdou se i hospodářské subjekty na národní nebo mezinárodní úrovni, které poskytují práci s minimem zaměstnanců nebo dokonce i bez nich. Nemusí proto vynakládat tolik nákladů na pracovníky, čímž následně zvyšují svoje zisky (Pichrt et al., 2019).

Crowdfunding bývá označován také jako crowdsourcing, který vznikl spojením crowd (dav) a outsourcing (zajištění zdrojů externě). Jedná se o spojení práce, informací a názorů určité skupiny lidí pomocí sociálních sítí a mobilních aplikací. Příkladem takové aplikace může být Waze, kde se řidiči informují navzájem ohledně situace na silnici (např. ohledně dopravních nehod) a mají tak k dispozici aktuální data (Hargrave, 2022).

Crowdfunding využívají převážně firmy, kterým šetří náklady a čas. Zároveň jim umožňuje získat do týmu lidi s různými schopnostmi či nápady. Společnost může využít crowdfunding například při tvorbě webových stránek nebo vytvoření nového designu. Princip tkví v tom, že se firma pomocí sociálních sítí ptá spotřebitelů na jejich názor a získá tak širokou škálu názorů od různých kulturních a socioekonomických skupin (Hargrave, 2022).

Důvody pro crowdfunding mohou být různé. Motivací může být peněžní obohacení, nové zážitky, zkušenosti či možnost nahlédnout do nové problematiky. Platformy zprostředkující crowdfunding jsou AppJobber, Workhub, CloudCrowd a mnoho dalších (Crowdworker.com, 2023).

Práce přes digitální technologie se začala uplatňovat především kvůli pandemii Covidu-19, kdy byla potřeba zamezit fyzickému kontaktu mezi zaměstnanci. Většina organizací proto přešla na práci z domova (Vencovská, 2020).

1.3 Crowdfunding

Crowdfunding, v překladu kolektivní financování, je získávání finančních prostředků k realizaci podnikání od investorů. Každý, kdo má zájem o představený podnikatelský záměr, na něj může přispět. Příkladem těchto investorů jsou přátelé, rodina nebo jednotliví investoři. Tyto finanční prostředky jsou nejčastěji shromažďovány prostřednictvím internetových platform (CEMI, 2022).

Internetové platformy zaměřené na crowdfundingové služby tedy slouží jako zprostředkovatel propojující investory se začínajícími podnikateli. Na těchto platformách si lidé, kteří přišli s nějakým novým nápadem a hledají k němu investory, vytváří příspěvky, ve kterých mohou více přiblížit svůj záměr. Příspěvky obsahují informace o částce potřebné k realizaci projektu, fotky, videa a další důležité informace o průběhu projektu (Chovanculiak, 2020).

Crowdfunding lze rozdělit na dva druhy. Takzvaný dárcovský a investiční crowdfunding. V rámci dárcovského (odměnového) crowdfundingu investoři peníze darují a nečekají nic na oplátku. Je využíván především v případě charitativních či neziskových organizací (CEMI, 2022). V některém případě si ale investoři mohou vybrat odměnu ve formě služeb či statků (Donio, n.d.). V případě investičního crowdfundingu dostávají investoři podíly ve firmě a stávají se tak vlastníky nebo akcionáři. Oproti dárcovskému crowdfundingu tak mají možnost získat zpět své vložené finanční prostředky (Cashbot, 2021).

Využívání crowdfundingových služeb s sebou přináší výhodu v podobě zvýšení povědomí o společnosti a slouží tak jako forma reklamy. Stejně tak s sebou přináší ale i nevýhody, kterými jsou časté podvody (CEMI, 2022).

Nejznámější platformou pro crowdfunding je Kickstarter. V České republice je to platforma HitHit, na které se v roce 2017 vybralo přes 37 milionů na přibližně 250 projektů (Česko v datech, 2018).

1.4 Vývoj sdílené ekonomiky

Sdílení provází lidstvo od nepaměti. I tak sdílení většinou působí dojmem průkopnického konceptu, který je aktuální pro moderní dobu. Ve skutečnosti jde ale o historický nástroj používaný především ke zvýšení produktivity v ekonomice. Sdílení podpořily především menší komunity, pod kterými si je možné představit vesnice o pár obyvatelích. V těchto komunitách oproti velkým (města) nedocházelo k anonymitě a spotřebitel tak měl větší důvěru v poskytovatele. Ten měl zase větší ochotu svá aktiva sdílet. Postupem času začala růst produktivita a sdílení už nebylo tak nutné jako dříve. S nástupem průmyslové revoluce se většina populace začala shlukovat do velkých měst. Vznikly tak větší komunity, které mají spíše krátkodobý a jednorázový charakter. To způsobilo anonymizační efekt a snižovalo důvěru komunity. Sdílení proto začalo upadat (Deloitte, 2017).

O největší nárůst sdílené ekonomiky se zasloužily především digitální technologie. S jejich nástupem se za sdílenou ekonomiku už nepovažuje pouze model P2P, ale označují se jím i online stránky s možností přihodit určitou částku na zboží či službu. Fungují tedy na způsob online aukční síně. Jednou z takových platform je eBay, který vznikl v roce 1995 jako úplně první platforma na způsob sdílené ekonomiky (Keycafe, 2019). Vedle platformy eBay vznikla ještě ten samý rok platforma Craigslist, která se zaměřuje na inzertní služby a fóra, a o šest let později platforma Wikipedie pro sdílení a editování informací (Valentová, 2018).

Ekonomický růst odsunul sdílenou ekonomiku na druhou kolej. Recese v letech 2008 a 2009, která způsobila pokles zaměstnanosti, a nástup digitálních technologií vytvořila vhodné podmínky pro její opětovný rozkvět. Během recese totiž nebylo zboží dostupné pro všechny a sdílení tak bylo vhodným nástrojem pro zvládnutí této ekonomické krize. Spotřebitelé se dostali k aktivům, která by si jinak nemohli dovolit. Poskytovatelům se naopak naskytl možnost přivýdělku. Dnes sdílení ulehčuje promyšlený recenzní systém, který zmírňuje anonymitu ve velkých komunitách a zároveň zvyšuje důvěru. Potenciální uživatel si tak může dostatečně ověřit, od koho si aktiva půjčuje. Poskytovatel je zároveň prověřen platformou, na které chce nabízet svoje aktiva (Deloitte, 2017).

1.5 Subjekty sdílené ekonomiky

V rámci sdílené ekonomiky existují tři druhy aktérů, kteří mezi sebou sdílejí služby a statky. Jsou jimi poskytovatel, uživatel a zprostředkovatel služby.

1.5.1 Poskytovatel

Na straně nabídky se nachází tzv. poskytovatel, který vlastní aktiva. Ta, ať už se jedná o majetek, služby či případně i dovednosti, pronajímá za účelem zisku. Poskytovatelem může být soukromá osoba, která tato aktiva sdílí nepravidelně nebo osoba, pro kterou je tento způsob poskytování majetku a služeb hlavní pracovní náplní (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

1.5.2 Uživatel

Osoba, která stojí na straně druhé, a tato aktiva vyhledává za účelem spotřeby, se nazývá uživatel. Ten za jejich krátkodobý či dlouhodobý přístup platí určitý poplatek (Veber, et al., 2016). Jelikož ale v případě sdílené ekonomiky uživatel nezapadá do definice spotřebitele, kterou je možno nalézt v občanském zákoníku, je vhodnější použít tzv. pojem kvazispotřebitel. Ten je chráněn zákonem. Nelze totiž vztah dvou (většinou) nepodnikajících osob považovat za plnohodnotný vztah mezi podnikatelem a spotřebitelem. Naopak by se mělo uvažovat o právní ochraně obou těchto stran kvůli informační asymetrii, která často vyplývá z nemožnosti osobního setkání obou subjektů (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

1.5.3 Zprostředkovatel

Důležitým subjektem vystupující ve sdílené ekonomice je zprostředkovatel, s jehož pomocí dochází k propojení uživatele s poskytovatelem, a tedy ke střetnutí nabídky s poptávkou. Aby se dalo hovořit o tzv. zprostředkovatelském subjektu, musí splňovat následující podmínky. Zprostředkovatel musí:

- neustále vyhledávat nabídky a mít jejich dostatečně velkou kapacitu,
- zabezpečit jednoduše přístupnou a časově nenáročnou komunikaci mezi poskytovatelem a uživatelem,
- mít plnou kontrolu nad kontraktem, aby zajistil férový obchod (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

1.6 Modely sdílené ekonomiky

Sdílenou ekonomiku lze podle vztahu mezi uživatelem, poskytovatelem a zprostředkovatelem rozdělit do tří modelů, jimiž jsou P2P, B2C a B2B modely.

1.6.1 P2P

Pojem peer-to-peer neboli person-to-person vznikl v informatice, kde tyto peer-to-peer sítě slouží k přímému sdílení dat bez prostředníka. S tímto pojmem je možné se setkat hlavně u finančních produktů, jako jsou půjčky, ve kterých nefiguruje banka. Lidé si půjčují pouze mezi sebou. V dnešní době (2022) vzniká alternativa k těmto půjčkám kombinující úlohu bank a sdílené ekonomiky. Mezi poskytovatele a žadatele o úvěr totiž vstupuje zprostředkovatel, který oba propojuje skrze softwarovou platformu (Veber et al., 2016).

Jedná se o decentralizovaný model, ve kterém existuje přímý vztah mezi jedinci nabízejícími a poptávajícími určité produkty a služby. Poskytovatel tedy přímo interaguje s potenciálním uživatelem. Jelikož do této transakce nezasahuje třetí strana, je zde pro kupujícího riziko nedoručení zakoupeného produktu nebo jeho špatná kvalita. Na druhou stranu rizikem pro poskytovatele může být neobdržení platby od kupujícího (Investopedia, 2021).

1.6.2 B2C

V případě B2C neboli business-to-customer modelu, je poskytovatelem služby firma. Ta své služby nabízí zákazníkům přes vlastní platformu. Využívání B2C modelu pro firmu znamená vytváření nových zdrojů příjmů. Není proto divu, že počet tradičních společností používajících tento model k dodání svých produktů celosvětově roste (PwC, 2015). Příkladem mohou být cloudové služby, kdy společnost poskytuje hardware a software za určitý poplatek. Uživatel tak dostává přístup k technologiím, které jsou finančně nad jeho možnosti (Deloitte, 2017).

1.6.3 B2B

Model business-to-business zobrazuje vztah mezi dvěma společnostmi, které mezi sebou sdílejí určité statky a služby. Oproti P2P a B2C modelu zaměřenému na spotřebitele, se zde sdílejí aktiva, ke kterým by se společnosti neměly jinak možnost dostat nebo by si je nemohly dovolit. Sdílení zdrojů napříč společnostmi je levnější a efektivnější a také

poskytuje firmám větší flexibilitu v případě, kdy musí rychle reagovat na změny trhu (Slagen, 2014). Příkladem mohou být kancelářské prostory. V minulosti si musela společnost pronajmout celou kancelář na dlouhé období, pořídit nábytek a platit ostatní služby. V dnešní době (2022) jí ale stačí pronajmout si pouze jeden stůl v tzv. co-workingových prostorách, ve kterých mají přístup ke spoustě zařízení. Další výhodou je, že si tento prostor mohou pronajmout pouze krátkodobě (Brooks, 2022).

Jelikož se sdílení odehrává převážně v online prostředí, vznikají zde určitá rizika, a to převážně z důvodu, že sdílení probíhá mezi stranami, které se nikdy nesetkaly. Je proto důležité, aby platformy, přes které sdílení probíhá, kontrolovaly a ověřovaly prodávající, kteří zde své produkty a služby nabízejí. Největší riziko pro kupujícího i poskytovatele v dnešní době představují kybernetické hrozby (HDI global, 2022).

1.7 Výhody sdílené ekonomiky

Makroekonomická úroveň

Z pohledu makroekonomické úrovně je výhodou sdílené ekonomiky především nový model propojující nabídku s poptávkou. Pro spotřebitele představuje určitou výhodu především jednoduchost a dostupnost nabízených statků a služeb. Díky digitálním technologiím se totiž potenciální spotřebitel dostane k aktuálním nabídkám z pohodlí domova. Informační platformy jsou také velkou výhodou i pro stranu nabízející. Poskyvatelé statků a služeb díky nim mohou oslovit daleko více potenciálních zákazníků (Veber, et al., 2016).

Sdílení, jak už bylo zmíněno výše, probíhá především přes moderní komunikační technologie. Díky tomu nedochází k tak velké informační asymetrii a obě strany tak mají dostatek kvalitních informací potřebných k transakčnímu rozhodnutí (Veber, et al., 2016).

Sdílená ekonomika dále přispívá především k efektivnímu využívání omezených zdrojů. Od konce osmdesátých let dvacátého století vyvstaly myšlenky o snaze lépe využívat materiálové a energetické zdroje a začaly se tak hledat způsoby, jak prodloužit životnost výrobků. Následně i snaha využívat materiál k jejich výrobě tak, aby je bylo možné při opotřebení jednoduše vyměnit a samozřejmě i snadno recyklovat. Sdílená ekonomika v tomto ohledu přináší nový pohled na věc, a to právě přes poskytování nedostatečně využívaných produktů dalším spotřebitelům. Tento model předpokládá růst spotřeby například pomocí uspokojení více potřeb bez nutnosti větší produkce (Veber, et al., 2016).

Scholzová (2020) dále vyzdvihuje fakt, že sdílení dopravních prostředků a následné omezení silničního provozu má pozitivní dopad na životní prostředí. Jako další uvádí například sdílení jídla mezi sousedy, které přispívá ke snížení plýtvání potravinami (Scholzová, 2020).

Sdílená ekonomika vytváří nová pracovní místa a zvyšuje tak zaměstnanost (Veber, et al, 2016). Přispěla k rozvoji nestandardnímu druhu zaměstnání, tzv. “on-demand” (Domènech, 2018). Jak už bylo zmíněno v první kapitole o sdílené ekonomice.

Sdílení online snižuje transakční náklady a snadno propojuje nabídku práce s její poptávkou. Tento druh zaměstnání můžeme dále rozdělit do dvou skupin, tzv. “gig employment” a “cloud working”. Gig employment, v překladu “gig” znamená slang pro časově ohraničenou a krátkodobou práci, využívají jednotlivci pro objevení potenciálních zákazníků těchto nabízených služeb. Dále zmíněný “cloud working” je zaměřen převážně na firmy, které skrze něj vyhledávají služby, a to v podobě programování, překladu, administrativní práce či účetnictví. Jedná se ve výsledku o outsourcing (Domènech, 2018).

Zaměstnání v rámci sdílené ekonomiky je velmi flexibilní, co se týče místa a času. Jednotlivci si mohou zvolit které dny a kolik hodin chtějí pracovat. Sdílená ekonomika tak otevírá dveře pro lidi, kteří by kvůli problémům s mobilitou či jiným omezením pracovat nemohli (Domènech, 2018).

Mikroekonomická úroveň

Pozitivním vlivem sdílené ekonomiky na mikroúrovni jsou nové zkušenosti a zážitky pro subjekty provádějící transakce. Je zde snaha o rovnocenný vztah mezi poskytovatelem a spotřebitelem. Na straně nabízejících si jednotlivci mohou zkusit velkou škálu pracovních pozic, a to například v odvětví dopravních a finančních služeb, ať už jde o taxislužbu, dovoz jídla nebo půjčování peněz. V rámci čehož si mají možnost přivydělat a zároveň si sami zvolit pracovní dobu (Veber, et al., 2016).

1.8 Nevýhody sdílené ekonomiky

Makroekonomická úroveň

Za nevýhodu sdílené ekonomiky můžeme považovat fakt, že je velkou konkurencí pro tradiční společnosti, kterým přebírá zákazníky. Největší kritikou této ekonomiky je to, že majitelé sdílených statků a služeb řádně nezdaňují své zisky a obcházejí regulace

podnikání. Není u nich na rozdíl od klasických společností kladen důraz na podmínky pro podnikání, kterými je potřebná kvalifikace nebo dodržování hygienických předpisů. Výsledkem jsou nespravedlivé podmínky v konkurenčním prostředí (Veber, et al., 2016).

Jako největší nevýhodu mohou poskytovatelé aktiv vnímat fakt, že nejsou bráni jako zaměstnanci. Z tohoto důvodu se na ně nevztahují určité výhody jako jsou prémie, odstavné nebo zdravotní pojištění (Flexi office, 2018).

Další nevýhodou je ztráta daňových příjmů do státního rozpočtu, a to právě z důvodu, že ve sdílené ekonomice nenajdeme něco jako jsou obchodní smlouvy nebo zaměstnanecké vztahy. Transakce mezi účastníky sdílené ekonomiky jsou realizovány převážně online a jsou uskutečňovány po celém světě. Státy by si proto měly nastavit, jak sdílenou ekonomiku regulovat a zdaňovat (Flexi office, 2018).

Mikroekonomická úroveň

Novodobá sdílená ekonomika už se neodehrává v menších komunitách, jako tomu bylo dříve, ale ve velkých skupinách s určitou anonymitou. Je tedy povětšinou zaměřena na dva subjekty, které se neznají. To s sebou přináší určitá rizika v případě bezpečnosti, kvality služeb a statků či hygienických standardů. Jelikož není potřeba mít určitou kvalifikaci, může spotřebitel narazit na zboží, které neodpovídá uvedenému popisu nebo kvalitě. Na druhou stranu mohou díky recenznímu systému sdílet svoji zkušenost s ostatními potenciálními zákazníky a snížit tím počet těchto neseriózních poskytovatelů (Veber, et al., 2016).

1.9 Regulace sdílené ekonomiky

Služby poskytované v rámci sdílené ekonomiky přinášejí jejím uživatelům spoustu výhod. V mnoha případech se ale jedná o šedou ekonomiku, jelikož poskytovatelé těchto služeb z velké většiny nenahlašují své příjmy za tyto činnosti a následně ani neodvádějí daně. Dle analýzy, prováděné vládou, se alespoň 80 % těchto poskytovatelů odklání od původní myšlenky sdílené ekonomiky a spadá převážně do podnikatelské činnosti. Regulace v tomto směru není jednoduchá a není možné uspokojit všechny strany. Regulace by měla mít nastavenou hranici (časovou nebo obratovou), která by rozlišovala, jestli se jedná o přivýdělek či o podnikatelskou aktivitu (Kotlaba & Kolaříková, 2017).

Podle Sundararajana (2016) činí regulace svět bezpečnějším a jistějším. Obecně je regulace nástrojem k dosažení cílů sociální a hospodářské politiky. Jinými slovy,

regulace jsou právní a administrativní mechanismy k usnadnění hospodářské činnosti. Tyto mechanismy jsou důležité, jelikož tržní postupy často přinášejí neefektivní, nespravedlivé a neadekvátní výsledky. Regulace jsou proto vytvářeny, aby zamezily selhání trhu. Pokud například nějaká společnost monopolizuje trh, což vede ke zvyšování cen, které poškozují spotřebitele, může to regulace napravit tím, že podpoří novou konkurenci a diverzifikaci trhu. Další běžnou motivací pro regulaci je ochrana spotřebitele před škodlivými podnikatelskými aktivitami (Sundararajan, 2016).

V roce 2022 byl v České republice připraven návrh regulace online platform pro sdílené ubytování. Dle ministra pro místní rozvoj, Ivana Bartoše, se sdílené ubytování odklonilo od původní myšlenky sdílené ekonomiky, kdy majitelé sdílejí ubytovací prostory, které aktuálně nepotřebují. Podle něj se ve většině případů jedná o podnikání v oblasti ubytování a je tedy třeba, aby byly tyto platformy řádně regulovány. Zároveň je nutné zajistit, aby všichni tito podnikatelé měli rovné podmínky (Pirátská strana, 2022).

Sdílená ekonomika je moderním trendem, který ale nesmí zasahovat do práv obyvatel a podkopávat trh s ubytováním. Zároveň je velmi náročné pro dozorové orgány získávat od platform informací o těchto typech poskytovatelů. Tyto informace jsou ale esenciální pro zjištění, jestli jsou dodržována pravidla podnikání, placení daní či poplatků, hygieny a jiných předpisů. Právě to se snaží ministerstvo pro místní rozvoj návrhem změnit. Jasně rozlišit mezi profesionálními a příležitostnými poskytovateli ubytování a jednoznačně identifikovat i větší odpovědnost vlastníka pronajímané nemovitosti je to, co by měl tento návrh zajistit. Cílem této právní úpravy je zajistit, aby majitelé pronajatých nemovitostí měli přímou odpovědnost za dodržování povinností spojených s ubytováním, jestliže je neplní poskytovatel ubytovacích služeb. Tím by se uživatelé těchto služeb a jejich chování dostali pod kontrolu vlastníka nemovitosti i poskytovatele ubytování. Navrhovaná právní novela se ještě může změnit, protože ještě neprošla procesem veřejného projednávání. Ministerstvo pro místní rozvoj stále shromažďuje návrhy a připomínky zúčastněných stran, které budou postupně zapracovány. Základní cíl, kterým je narovnat tržní prostředí a posílit soužití mezi uživateli sdíleného ubytování a rezidenty, však zůstává nezměněn (Pirátská strana, 2022).

1.10 Generace a sdílení

V následujících kapitolách jsou charakterizovány pojmy generace X, Y a Z. Cílem této kapitoly je charakterizovat spotřební chování generací a objasnit, proč se sdílená ekonomika dostává do popředí s příchodem nových generací.

1.10.1 Generace X

Za generaci X se považují všichni narození v letech 1965 až 1980. Jedná se především o děti z neúplných rodin, které byly kvůli pracovnímu zatížení rodičů často samy doma. Tím se staly soběstačnými. Tato generace je zaměřena spíše na materiální hodnoty a potřebu vlastnit. Jako zaměstnanci jsou loajální firmě, pro kterou pracují většinu svého života. Jedná se o nekonfliktní a tvrdě pracující jedince. Na druhou stranu trpí výčitkami vůči svým dětem, na které neměli tolik času (Berg, 2020).

Generace X je také nazývána jako “Husákovy děti”. Oproti starším generacím se neliší, co se týče důrazu na finanční stabilitu a stále si zakládá na rodině. Avšak liší se v tom, že domácnost již finančně nezajišťuje pouze muž, ale i žena. Tito lidé berou svojí práci jako povinnost a nebojí se ani přesčasů. Jde jim o jistoty a bojí se experimentovat (Sítě v hrsti, 2021).

Je tedy jasné, že se jedná převážně o generaci upřednostňující vlastnictví oproti sdílení a zároveň je velmi konzervativní. Z toho lze usuzovat, že její přístup ke sdílené ekonomice je spíše negativní.

1.10.2 Generace Y

Po generaci X, která je spíše konzervativní, přichází v letech 1981 až 1999 nová více flexibilní generace, která se tolik nebojí změn (Berg, 2020). Tato generace, také přezdívána “Mileniálové”, je silně ovlivněna všudypřítomnou globalizací a nástupem nových technologií jako jsou počítače a internet. Na příchod sítí nebo e-mailu si mileniálové rychle zvykli a neměli problém je začlenit do každodenního života (Sítě v hrsti, 2020).

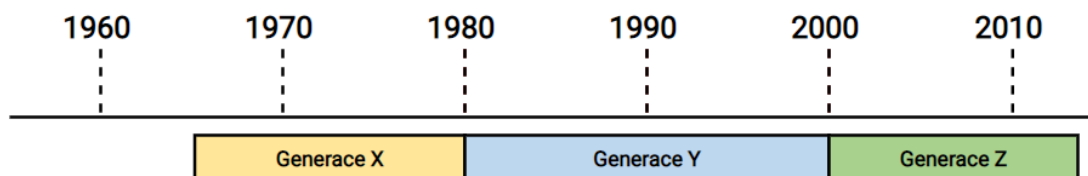
Mileniálové mají na prvním místě osobní svobodu a volný pohyb. Jde jim především o duševní než o materiální stránku života. Oproti předchozí generaci nemají na prvním místě založení rodiny, ale chtějí nejprve cestovat nebo budovat kariéru. Co se týče práce, snaží se najít pozici, která je naplňuje (Sítě v hrsti, 2020).

1.10.3 Generace Z

V letech 2000 až 2013 přichází jedna z nejmladších generací. Jedná se o generaci, která používá v daleko větší míře sociální sítě a digitální technologie než generace předchozí (Berg, 2020). Přezdívá se jí také “Internetová generace”. Tito jedinci vyrůstali v období největšího vzestupu technologií, se kterými umí dobře pracovat. Nejvíce aktivní jsou na sociálních sítích, přes které rádi sdělují své názory ostatním. Mají snahu řešit globální problémy a rychle se přizpůsobují novým věcem. Oproti ostatním generacím mají nejjednodušší přístup k všem možným informacím prostřednictvím informačních technologií (Sítě v hrsti, 2020). Díky internetu se rychle seznamují a mají spoustu přátel z jiných koutů světa. Jsou sebevědomí, nezávislí a většina z nich usiluje o to být podnikatelem (Berg, 2020).

Generace Z je zvyklá pracovat s informačními technologiemi a nedělá jí problém se rychle přizpůsobovat novinkám a trendům. Není proto divu, že se sdílená ekonomika s touto generací dostává opět do popředí.

Obr. 1: Zobrazení generací v čase



Zdroj: Berg, 2020, zpracováno autorkou

2 Oblasti sdílené ekonomiky

V oblastech sdílené ekonomiky se střetávají spotřebitelé, nezávislí pracovníci, poskytovatelé platform a investoři. Spotřebitelům je usnadněn přístup k aktivům pomocí platform, které je propojují s poskytovateli. Tyto platformy zároveň umožňují nezávislým pracovníkům získat finanční obohacení za jimi poskytnuté služby či pronájem aktiv. Platformy naopak získávají určitou provizi za zprostředkování těchto transakcí. V neposlední řadě profitují i investoři z růstu společností pohybujících se v oblastech sdílené ekonomiky (Investago, 2023).

V rámci sdílené ekonomiky se můžeme setkat s mnoha odvětvími sdílení statků a služeb. Mezi nejznámější odvětví, ve kterých je možné se setkat se sdílenou ekonomikou, patří doprava, ubytování, finanční služby nebo sdílení práce. Méně známá odvětví jsou sdílení hudby a videí nebo cloudové služby. V následujících kapitolách jsou popsány oblasti sdílené ekonomiky a jejich nejznámější platformy.

2.1 Ubytování

Jednou z oblastí sdílené ekonomiky je sdílení obytných prostorů. Oproti klasickému nájmu přináší sdílené ubytování atraktivnější zhodnocení nemovitosti pro majitele domů či bytů. Nájemníci naopak profitují z levnější ceny za ubytování oproti hotelu. Nejznámější platformou pro tento typ sdílení je Airbnb. Existuje i neziskové sdílení nemovitostí, jako je například Couchsurfing. V tomto případě poskytují vlastníci bytů pobyt zadarmo, a to většinou kvůli tomu, že ho musí opustit například v rámci služební cesty a hledají někoho, kdo se jim v jejich nepřítomnosti bude starat o nemovitost. V neposlední řadě se setkáváme se sdílením komerčních prostorů, ty poskytují platformy PivotDesk nebo DesksNearMe (Deloitte, 2017).

Důvodem, proč někteří preferují služby nabízené platformou Airbnb oproti klasickým hotelům může být například levnější cena. V rámci hotelu platí každý host stejně, avšak Airbnb nabízí možnost zaplatit méně, pokud ubytování využije více hostů najednou. Mnoho uživatelů využívá sdílené ubytování kvůli novému zážitku. Tento styl ubytování totiž umožní nahlédnout do života jiných kultur. Zároveň se ale ubytované osoby cítí stále jako doma. Sdílené ubytování totiž oproti hotelům nabízí daleko větší soukromí. Naopak pro některé uživatele může být překážkou nutnost založit si profil a následně ho ověřit. Dále zde nejsou žádné ochranné složky (security), jako v hotelech, a proto se zde

ubytování nemusí cítit bezpečně. Zároveň zde ubytovaný nenajde žádnou recepci, na kterou by se mohl obrátit (Blahobyty, 2016).

Další výhodou ubytování v rámci Airbnb je otevírání dveří pomocí kódu. Zájemce o ubytování dostane po zaplacení od pronajímatele kód, kterým se do pokoje či domu dostane a nepotřebuje tak fyzický klíč. Díky tomu není ani potřeba žádného osobního kontaktu, což může být výhodné v rámci pandemie a omezení osobního kontaktu (Airbnb, 2021).

Dalšími společnostmi jsou FlipKey a Outdoorsy. Platforma Flipkey byla založena v roce 2007 a nabízí přes 830 tisíc nemovitostí k pronájmu ve 190 zemích. Nabízí možnost pronajmout si studio, chatu, dům nebo dokonce i soukromý ostrov (FlipKey, 2023). Oproti tomu platforma Outdoorsy je zaměřena na camping a pobyt v přírodě. Propojuje lidi, kteří si chtějí na pár dní vypůjčit karavan s lidmi, kteří je vlastní (Outdoorsy, 2023).

V České republice se nejčastěji setkáváme s Airbnb. Tato myšlenka sdíleného ubytování vznikla v San Franciscu v roce 2007, kdy Brian Chesky a Joe Gebbia neměli jakožto čerství absolventi střední školy na zaplacení nájmu. Napadlo je tedy ubytovat ve svém obývacím pokoji další tři lidi za menší poplatek. Jediným problémem byl nedostatek postelí. Našli ale alternativu, kterou hostům nabídli k přenocování, byly jimi nafukovací matrace, v angličtině “air beds”, ty byly následně i inspirací pro název jejich společnosti “Air bed and breakfast” (McCann, 2015).

V roce 2008 se k nim přidal Nathan Blecharczyk a oficiálně spustili své internetové stránky. Airbnb momentálně působí ve více než 220 zemích. K 31. 3. 2022 bylo nabízeno okolo 6 milionů možností ubytování přibližně ve 100 tisících městech a tuto možnost využilo přes 4 miliony hostů (Airbnb, 2022).

V rámci České republiky podle Deloitte činil v roce 2017 podíl Airbnb na trhu ubytovacích služeb 5,6 %. V roce 2017 bylo v České republice ubytováno 1,020 milionů turistů z přibližně 150 zemí. Okolo 48 % ubytovacích prostorů bylo nabízeno více než 30 dní v roce a 70,6 % pronajímatelů poskytovalo pouze 1 ubytovací jednotku. V Česku si tento poskytovatel mohl vydělat okolo 50 tisíc korun. Počet nabídek sdíleného ubytování ale začal stagnovat se zavedením daňové povinnosti vztahující se na tyto služby (Česko v datech, 2018).

2.2 Sdílení dopravních prostředků, spolujízda

Další nejznámější oblastí sdílené ekonomiky je sdílení dopravních prostředků. V tomto případě se sdílejí motorová vozidla, kola nebo koloběžky. Patří sem ale i spolujízda, kdy se lidé hromadně dopravují jedním vozidlem.

Platforem zprostředkovávajících sdílenou dopravu je poměrně mnoho. Nejznámější z nich je Uber, který působí i v České republice. Dalšími příklady jsou Rekola, BlaBlaCar nebo Taxify. Jak už tomu název napovídá, platforma Rekola slouží k výpůjčce jízdních kol prostřednictvím aplikace. Ostatní zmíněné platformy se zaměřují na spolujízdu nebo sdílení automobilů (Technologická agentura České republiky, 2022).

Společnost Uber vznikla v roce 2009 v San Franciscu a jejími zakladateli jsou Travis Kalanick a Garrett Camp. Uber nabízí služby jako jsou hromadná doprava, půjčování kol a koloběžek, rozvoz jídel či jiného zboží. K 30.12.2022 působí v přibližně 70 zemích a 10 000 městech (Uber, 2022).

S myšlenkou sdílených dopravních prostředků přišel Garrett Camp po opakovaných problémech s taxislužbami. Tyto taxislužby měly totiž většinu času velké zpoždění nebo nepřijely vůbec. Nakonec mu přestaly zvedat telefon, a tak začal Garrett Camp využívat takzvanou cikánskou taxislužbu. Jednalo se o neoznačená vozidla nevyužívající taxametry. Většina obyvatel se jim stranila kvůli obavě o svoji bezpečnost. Garrett Camp ale zjistil, že jsou tyto služby bezpečné. Dále zjistil, že největším problémem těchto služeb byl čas strávený čekáním před hotely. Camp začal postupně sbírat čísla na řidiče těchto cikánských taxislužeb a kdykoliv plánoval jejich služby využít, poslal jim SMS s místem a časem vyzvednutí. Jednoho večera si dokonce i pronajal jedno vozidlo pro sebe a pár přátel. V tu chvíli se zrodil nápad vytvořit službu Uber (Stone, 2019).

Společnost Uber nabízí spoustu produktů. Kromě jízdy na vyžádání se jedná o Uber Eats neboli rozvoz jídel, Uber Freight a Uber Business, které jsou zaměřeny na firmy a jejich dopravu. Uber Freight slouží k dopravě nákladu, kdy si zaměstnavatel přes stejnojmennou aplikaci navolí kam a jaký náklad potřebuje dovézt. Naopak Uber for Business slouží k přepravě osob. Výhodou pro firmy je okamžitá fakturace jízd jejich zaměstnanců. Na oficiálních stránkách Uberu je možnost se během pár okamžiků zaregistrovat jako cestující, ale také jako řidič. Pro cestujícího nabízí možnost zvolení konkrétního typu vozidla, objednání jízdy v jakýkoliv den a čas a porovnání cen, ať už se jedná o pravidelné využívání služby či jednodenní záležitost. Společnost se snaží klást

důraz na bezpečnost, kdy si cestující může kdykoliv přes aplikaci zavolat pomoc a zároveň nastavuje pro své řidiče pravidla, která musí striktně dodržovat. Svým řidičům Uber nabízí flexibilní formu přivýdělnku, jelikož si mohou sami určit vlastní rozvrh a neustálou podporu skrze aplikaci, která slouží zároveň jako navigace a poskytuje řidičům různé tipy. Řidič ale musí nejprve splňovat podmínky, kterými jsou minimální věk 21 let, vlastnění řidičského průkazu, průkazu řidiče taxislužby a vlastního vozidla (Uber, 2022).

Vedle platformy Uber existují ještě alternativy jako je Lyft nebo Ola Cabs. Ty fungují na stejném principu sdílené dopravy (Investago, 2023).

Další službou, spadající pod tuto kapitolu, je sdílení jízdních kol. Zde je možno zařadit českou společnost Rekola, která vznikla v roce 2013. Jejím zakladatelem je Vítek Ježek. Jedná se o půjčování recyklovaných kol skrze mobilní aplikaci. Společnost působí v jedenácti českých městech, a dokonce i v jednom ve Finsku (Rekola, 2023).

Sdílená doprava se ale nevyhla kritice. Dle společnosti Uber a Lyft znamená sdílená doprava snížení počtu aut v soukromém vlastnictví a tím pádem zlepšení městské dopravy. Objevily se však studie, které toto tvrzení zpochybňují a prokazují, že ve městech naopak roste počet automobilových vozidel (Handl, 2019).

2.3 Finanční služby

I ve finančních službách se setkáváme se sdílením, a to především v rámci tzv. crowdfundingu, kdy se více investorů složí na jednu půjčku pro žadatele o úvěr. Tito investoři se obvykle podílejí na vícero půjčkách malými částkami, tím pádem zde pro ně nevzniká velké riziko. Platformy nabízející crowdfunding jsou pouze zprostředkovatelé finančních toků, nikoli poskytovatelé. Těmito platformami jsou Kickstarter, GoFundMe, Indiegogo, v České republice například Zonky (Deloitte, 2017).

Společnost Kickstarter vznikla v roce 2009. Za svůj cíl si společnost zvolila podporování vzniku kreativních projektů. Největší důraz klade na kreativitu, která je podle ní životně důležitá pro společnost. Od existence této společnosti se do sbírky zapojilo přes 22 milionů lidí, kteří vybrali celkem 7 194 342 725 dolarů na podporu 236 361 projektů (Kickstarter, 2023).

Platforma Zonky spadá pod společnost Air Bank, jejímž cílem je pomocí internetové platformy propojit lidi, kteří potřebují půjčit finanční obnos s možnými investory. Jedná se o rychlou možnost půjčky z pohodlí domova (Zonky, 2022).

Investoři nabízející finanční prostředky je nemohou po určitou dobu využívat, a proto se v tomto ohledu nedá hovořit o sdílené ekonomice v pravém slova smyslu. Co se zde však sdílí je riziko mezi těmito investory. V České republice není crowdfunding tolik rozšířený. Jedním z důvodů je zákon o spotřebitelském úvěru, který zavedl pro firmy poskytující tento způsob úvěrů základní kapitál 20 milionů korun a potřebu licence od ČNB. Část platform se tento zákon snažila obejít nabízením služeb pouze firmám, jelikož na ty se zákon nevztahuje. Crowdfundingové společnosti působící na území České republiky jsou především Zonky, Hithit, Fundlift, Crowdrder, Startovač a Nakopni.me (Deloitte, 2017).

2.4 Pracovní síla

Rozvoj digitalizace značně přispěl k nové formě ekonomiky, a to ekonomiky digitálních platform. Digitalizace má vliv i na flexibilitu práce, jelikož se dostává do popředí práce přes internet. Dochází k vzniku nových modelů pracovních vztahů, které stále nejsou právně regulovány. Jedná se především o práci vykonávanou online nebo o příležitostnou činnost fyzických osob, které nelze jednoznačně identifikovat jako zaměstnance ani jako podnikatele. Do popředí se dostávají digitální platformy, prostřednictvím kterých se uskutečňují tyto nové druhy práce (Barancová, 2019).

Předmětem sdílení v rámci pracovních platform nejsou nevyužité statky, ale čas, který je poskytován jednotlivcem. Tento čas je ve většině případů nad rámec jeho výdělečné činnosti. Negativním dopadem pracovních platform je snižování úrovně ochrany pracovněprávních vztahů. Účastníci totiž nepodléhají této ochraně a většinou ani nepřispívají do systému sociálního zabezpečení. Naopak pozitivem platform je vytváření nových pracovních míst s následným zvýšením zaměstnanosti (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017).

Příkladem platform zprostředkovávající sdílení pracovní síly mohou být Freelancer nebo TaskRabbit (Deloitte, 2017). Platforma TaskRabbit byla založena američankou Leah Busque v roce 2008 s názvem RunMyErrand a v roce 2010 ji přejmenovala na TaskRabbit. Nejvíce se využívá v Americe, dále ve Velké Británii, Kanadě, Francii,

Německu, Španělsku, Portugalsku a Itálii. TaskRabbit je zprostředkovatelem sdílení pracovní síly. Propojuje lidi, kteří hledají pomocnou sílu na úklid, hlídání mazlíčka, pomoc se stěhováním nebo opravy s těmi, kteří mají potřebné zkušenosti a nabízejí své schopnosti a služby výměnou za peněžní ohodnocení (TaskRabbit, 2023).

Aby mohl být zájemce tzv. "Tasker" neboli poskytovatelem služeb, musí splňovat minimální věk 18 let, vlastnit bankovní účet, na který mu bude vyplácena platba za poskytnuté služby, souhlasit s kontrolou totožnosti (pro větší bezpečnost platformy), zaplatit registrační poplatek a splňovat ostatní podmínky pro danou zemi, ve které bude práci vykonávat. Po registraci a založení profilu Tasker určí lokalitu, ve které bude své služby nabízet, a časový rozvrh. Poté ho začne platforma nabízet poptávajícím, kteří ho mohou kontaktovat a najmout pro konkrétní službu. (TaskRabbit, 2023).

Další platformou pro sdílení pracovní síly je Fiverr nebo Upwork. Ty, stejně jako platforma TaskRabbit, propojují uživatele s poskytovateli pracovní síly. Těmto poskytovatelům tak umožňují přístup k většímu počtu zákazníků, kteří hledají konkrétní služby, od poradenství po fakturaci, a propojují je s těmito zákazníky na základě konkrétního projektu. To zvyšuje potenciální výdělečnost těchto služeb. Tržby společnosti Fiverr za třetí fiskální čtvrtletí roku 2022 dosahovaly 82,5 milionu dolarů. Oproti předchozímu roku se jedná o nárůst o 11 %. Může to být důsledkem rostoucího počtu aktivních kupujících, který se k 30. září 2022 zvýšil na 4,2 milionu (Investago, 2023).

Platformou pro sdílení pracovní síly v České republice jsou například Hlídačky.cz. Nabízí služby jako jsou hlídání dětí, úklid domácnosti, opatrování mazlíčků nebo péče o seniory. Platforma funguje i na Slovensku. Zájemci o poskytování těchto druhů služeb se jednoduše zaregistrují na oficiálních stránkách a následně čekají na nabídky, za které dostávají zaplacení. Co se týče domácností, které mají o vybrané služby zájem, ty se musí na stránce také zaregistrovat a následně vložit inzerát. Pro domácnosti je zde možnost zakoupení členství za 499 Kč, které jim umožňuje komunikovat s poskytovateli služeb, tzv. hlídačkami, a zároveň dostávají záruku nalezení hlídačky. V roce 2023 bylo na oficiálních stránkách zaregistrováno přesně 174 015 hlídaček a 188 520 domácností (Hlídačky.cz, 2023).

2.5 Sdílení věcí

Asi nejznámější společností, zaměřenou na sdílení spotřebního zboží, je eBay. Dalšími příklady jsou Depop nebo OLX. Tyto platformy jsou založeny na principu propojování kupujících s prodávajícími a jsou tak prostředníky vyměňovaných služeb. U společnosti eBay jsou prodejci účtovány poplatky za používání platform k marketingu a prodeji svých produktů. Jedná se o tzv. provizní model. Tržby této společnosti činily za fiskální rok, který skončil k 30. září 2022, 9,7 miliardy dolarů a jedná se o meziroční pokles o 0,79 %. Tržby eBay za třetí čtvrtletí 2022 dosahovaly 2,4 miliardy dolarů. Oproti předchozímu roku se jedná o 5% pokles. Důvodem poklesu je zvýšení poplatků prodejcům, což mnohé od používání platformy odradilo (Investago, 2023).

V České republice existuje mnoho platform pro sdílení věcí. Jednou z nich je Knihovna věcí, na které je možnost vypůjčit si nebo naopak někomu půjčit širokou škálu statků. V katalogu je možné narazit na sportovní vybavení, všechny druhy náradí, hudebních nástrojů nebo také věci do kuchyně. Platforma svůj katalog neustále rozšiřuje a nabízí okolo 16 kategorií, jako je domácnost, elektronika, stolní hry, vše pro cestování, kempování nebo sport. Knihovna věcí se řídí heslem “sharing is caring” a usiluje o větší otevřenost společnosti vůči ekologickým aktivitám (Knihovna Věcí, 2023).

Zájemce o vypůjčení některé z nabízených věcí se musí na platformě nejprve zaregistrovat. Následně si vybere produkt a provede jeho rezervaci. Poté vyčká na schválení rezervace a po zaplacení zálohy a ceny si vyzvedne produkt na uvedeném místě. Po uplynutí výpůjční doby, která je obvykle stanovena na dobu sedmi dnů, ho vrátí na stejné místo, na kterém si předmět vypůjčil (Knihovna Věcí, 2023).

Další platformou je Půjčím.To, která oproti Knihovně Věcí nabízí větší škálu produktů. Uživatel si zde může vypůjčit auto, karavan, společenské šaty, pracovní oděv, knihy nebo dokonce i stavební a průmyslové stroje. Funguje na podobném principu jako Knihovna Věcí, kde se musí uživatel nejprve zaregistrovat (Půjčím.To, n.d.)

Co se týče bezplatného sdílení věcí, existují v České republice tzv. knihobudky. Ty fungují na principu půjčování a výměny knih. Každý, kdo má doma knihu, kterou již přečetl nebo ji už nadále nepotřebuje, ji může vložit do této knihobudky. Na oplátku si může vybrat knihu, kterou sem donesl někdo jiný. Tento projekt vznikl v roce 2013 ve spolupráci s Telefónica O2 “Think Big” s cílem přetvořit staré pražské telefonní budky

na menší knihovny. V současné době (2023) je více jak 82 knihobudek a přes 387 pouličních knihoven po celém území České republiky (Knihobudka, 2023).

2.6 Streamovací služby

Sdílení je jednou z alternativ pro nákup hudby a filmů, a to jak ve fyzické, tak v digitální podobě. Uživatelé nechtějí tento druh služeb vlastnit, ale chtějí k nim mít neomezený přístup, proto se jedná o sdílenou ekonomiku. Tento přístup jim poskytují platformy, které si za něj účtují měsíční či roční poplatky. Uživatel dostane po zaplacení přístup k mnoha hudebním či filmovým titulům. Dalším příjmem pro streamovací a hudební platformy jsou reklamy. Ty se ve většině případů zobrazují pouze uživatelům, kteří neplatí žádné poplatky za přístup k titulům. Díky tomu mají platformy dostatek peněžních prostředků na nákup vlastnických práv k obsahu, který následně nabízejí. Jednou z úplně prvních platform je YouTube (Deloitte, 2017). YouTube mělo v roce 2021 okolo 50 milionů předplatitelů a za rok 2022 se tento počet zvýšil na 80 milionů. Největší konkurenci mu ale dělají Spotify se 188 miliony a Apple Music s 88 miliony předplatitelů (Duchoslav, 2022).

Dalšími streamovacími platformami pro sdílení hudby jsou Google Music a Amazon Music a pro sdílení filmů a seriálů Netflix, Amazon Prime či Hulu. V roce 2016 byl podíl streamingu na celkových tržbách hudebního trhu USA okolo 51 % a v České republice přibližně 32 % (Deloitte, 2017).

2.7 Cloudové služby

Cloudové služby jsou nejvíce využívané firmami po celém světě. Jedná se o sdílená datová úložiště, které si firmy pronajímají za poplatek. Výhodou těchto služeb je možnost měnit velikost úložiště podle potřeby. Avšak čím větší úložiště, tím větší poplatky musí uživatel zaplatit. Cloudové služby poskytují platformy jako Dropbox, OneDrive nebo Googledisk. Vedle cloudu, který poskytuje pouze ukládání dat na servery, existuje tzv. cloud computing. V rámci cloud computingu jsou přímo poskytovány počítačové technologie nebo programy pomocí internetových serverů. Jedná se o pronájem těchto služeb. Cloud computing lze podle způsobu sdílení rozdělit na čtyři verze. První verzí je public cloud (veřejný či klasický), ten je, jak už název vypovídá, využíván širokou veřejností. Uživatel nemusí vlastnit server neboli datové úložiště, ten vlastní poskytovatel. Jelikož je public cloud veřejný a snaží se o pokrytí potřeb většiny uživatelů, není zde prostor pro specifické

požadavky jednotlivců. Uživatelé se k datům dostávají pomocí internetu. Druhou verzí je private cloud (soukromý cloud), který je poskytován konkrétní organizaci. Jedná se o soukromý cloud, a tudíž zde neprobíhá sdílení mezi ostatními subjekty. Výpočetní infrastruktura je poskytována přímo v organizaci či pomocí internetu. Tento druh cloudu je technologicky složitější, a proto také dražší. Je tedy využíván především většími organizacemi. Třetím cloudem je community cloud (komunitní cloud). Community cloud je sdílen napříč organizacemi, které mají podobné požadavky pro tento cloud. Posledním cloudem je hybridní cloud, který je kombinací předešlých. Využívají ho větší firmy, které pomocí něj ukládají data ve veřejném i soukromém sektoru podle potřeb (Quadronet, 2023).

Důvody pro využívání cloud computingu jsou především levnější náklady za informační technologie. Subjekty nemusí vynakládat náklady za nákup, instalaci a další činnosti spojené se zaváděním technologií. Další výhodou cloud computingu je časová nenáročnost. Organizace může začít využívat potřebné technologie během pár minut. Oproti zavádění vlastní technologie, která může stát organizaci několik měsíců. V neposlední řadě se jedná o velice flexibilní službu, kterou lze v průběhu využívání jakkoliv měnit a upravovat. Ať už se jedná o velikost úložiště či možnost sdílet data s uživateli po celém světě (IBM, 2023)

3 Praktická část

3.1 Dotazníkové šetření

V rámci praktické části byl sestaven dotazník, který zkoumal povědomí o sdílené ekonomice a jejich oblastech. Největší část tohoto dotazníku byla zaměřena na oblast sdíleného ubytování a jeho využívání respondenty. Dotazníkové šetření probíhalo elektronicky od 27. 3. do 6. 4. 2023 a celkem se ho účastnilo 146 osob. Dotazník byl šířen pomocí internetových platforem, aby se ho mohli účastnit respondenti z celé České republiky.

Dotazník se skládá z většiny z uzavřených otázek, ve kterých měl respondent možnost zvolit více než jednu odpověď. U některých otázek byla možnost dopsat odpověď, která se v dotazníku nevyskytovala a respondent ji považoval za důležitou. Otázky byly tvořeny v logické návaznosti, kdy byl respondent odkázán na další část dotazníku podle jeho předchozí odpovědi. Na závěr dotazníku byly umístěny demografické otázky.

3.2 Cíl práce a metodika výzkumu

Hlavním cílem této bakalářské práce je zjistit, jestli lidé využívají sdílené ubytování. Je zde kladen důraz na důvody, proč těchto služeb využívají nebo proč naopak ne. Analýza v této oblasti je prováděna pomocí dotazníkového šetření. To je následně vyhodnoceno a jsou navržena doporučení pro tuto oblast. V rámci práce je také testována hypotéza, zda existuje závislost mezi pohlavím a využíváním služeb sdíleného ubytování.

Jelikož praktická část práce analyzuje službu sdíleného ubytování, byla z tohoto důvodu testována hypotéza zjišťující závislost mezi využíváním této služby a pohlavím. Hypotéza byla testována pomocí Chí-kvadrát testu nezávislosti v kontingenční tabulce.

3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

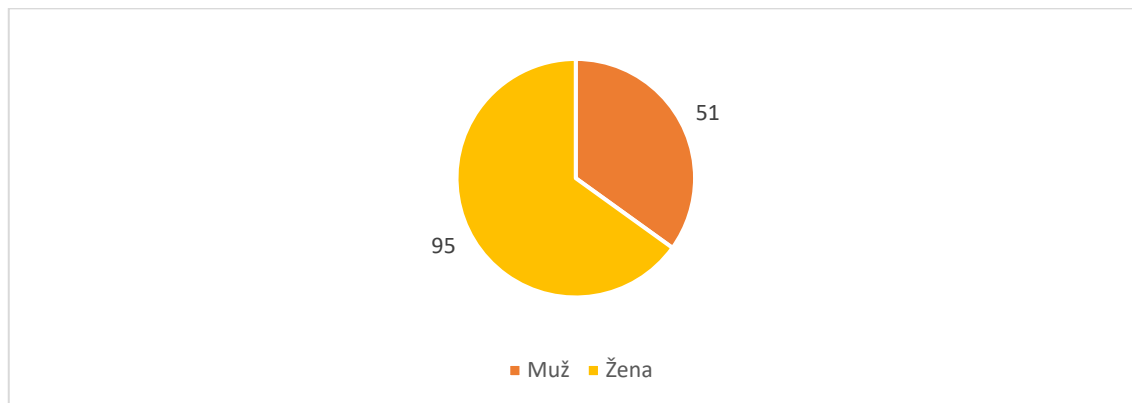
3.3.1 Demografické otázky

V rámci dotazníkového šetření bylo celkem pět demografických otázek, které byly umístěny až na úplný konec dotazníku.

Pohlaví respondentů

Co se týče charakteristiky respondentů, dotazníku se účastnilo celkem 51 mužů a 95 žen. Dvě třetiny dotazníku tedy tvořily ženy.

Obr. 2: Pohlaví respondentů

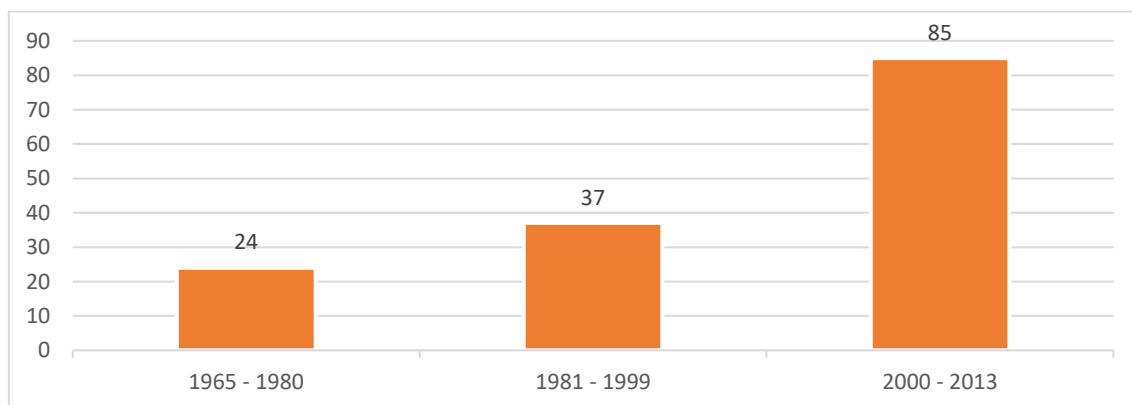


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Věkové rozdělení respondentů

Otázka na věk respondentů byla rozdělena podle generací X (1965–1980), Y (1981–1999) a Z (2000–2013). Dotazníku se účastnilo celkem 24 respondentů z generace X, 37 respondentů z generace Y a nejvíce převažovalo respondentů spadající do generace Z, tedy celkem 85.

Obr. 3: Věkové rozdělení respondentů



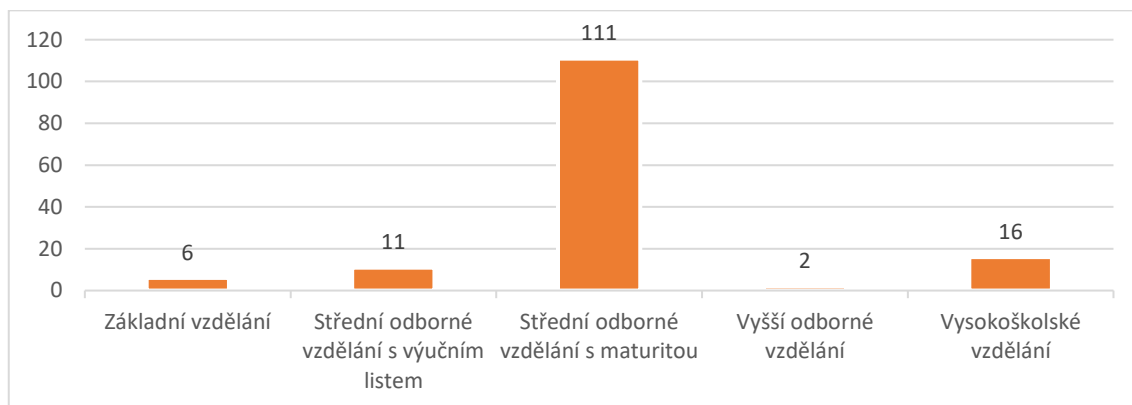
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Vzdělání respondentů

Tato otázka sloužila pro zjištění nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů. Nejvíce v dotazníku převažovali lidé se středním odborným vzděláním s maturitou (76 %). Dále

se ho účastnili respondenti s dokončeným vysokoškolským vzděláním, středním odborným vzděláním s výučním listem a nejméně respondentů má jako nejvyšší dosažené vzdělání základní a vyšší odborné vzdělání.

Obr. 4: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

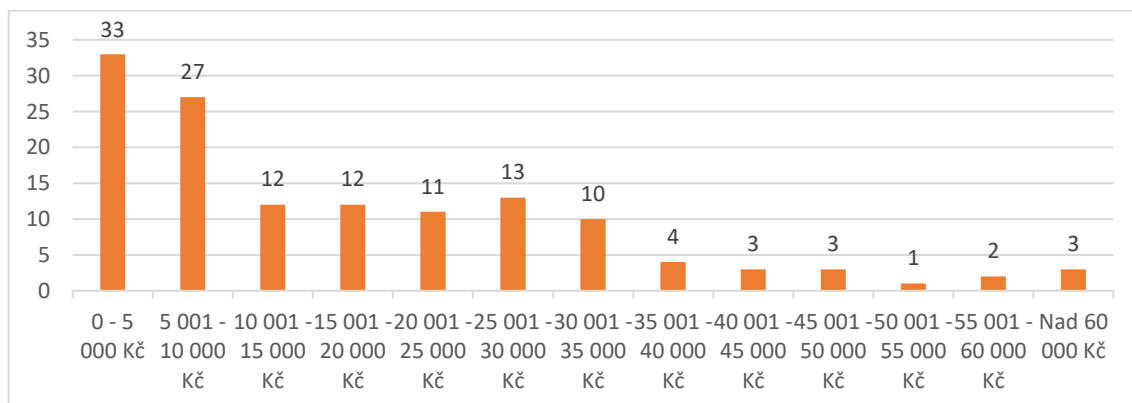


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Čistý měsíční příjem respondentů

Jelikož dotazník vyplnilo nejvíce osob spadajících do generace Z, měla největší zastoupení odpověď s příjmy v rozmezí 0 až 5 000 korun. Další významný počet respondentů uvedl příjmy okolo 5 001 až 10 000 korun. Nejméně respondentů má příjem nad 35 000 korun a tři respondenti dokonce uvedli příjmy vyšší než 60 000 korun.

Obr. 5: Příjem respondentů



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Místo bydliště respondentů

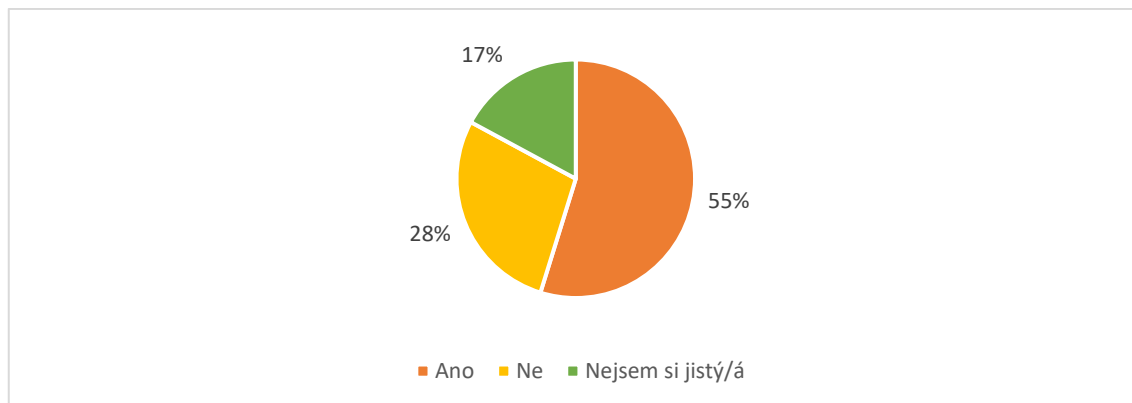
Dotazníku se účastnili respondenti ze všech krajů České republiky. Nejvíce jich bylo ze Středočeského kraje, celkem 24 %, z Plzeňského kraje, celkem 22 %, Jihočeského kraje, celkem 19 % a z kraje Praha, celkem 18 % respondentů.

3.3.2 Povědomí o službách sdílené ekonomiky

Následující otázky jsou zaměřeny na celkové povědomí o sdílené ekonomice a jejich službách.

1. Otázka: Znáte pojem sdílená ekonomika?

Obr. 6: Znalost pojmu sdílená ekonomika

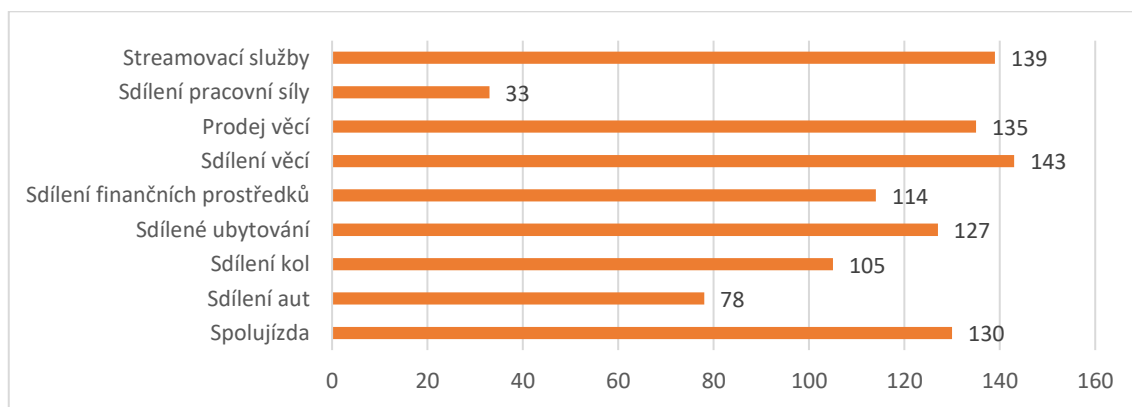


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

První otázka dotazníku byla zaměřena na pojem sdílená ekonomika a jestli respondenti ví, co si pod ním představí. Po této otázce byl pojem sdílená ekonomika všem respondentům vysvětlen. Na otázku, jestli se již respondenti setkali s pojmem sdílená ekonomika, odpověděla více než polovina dotazovaných kladně. Přesně 41 respondentů nevědělo, co tento pojem znamená a 25 respondentů si nebylo jistých.

2. Otázka: O jakých z následujících služeb sdílené ekonomiky jste už slyšeli?

Obr. 7: Povědomí o službách sdílené ekonomiky

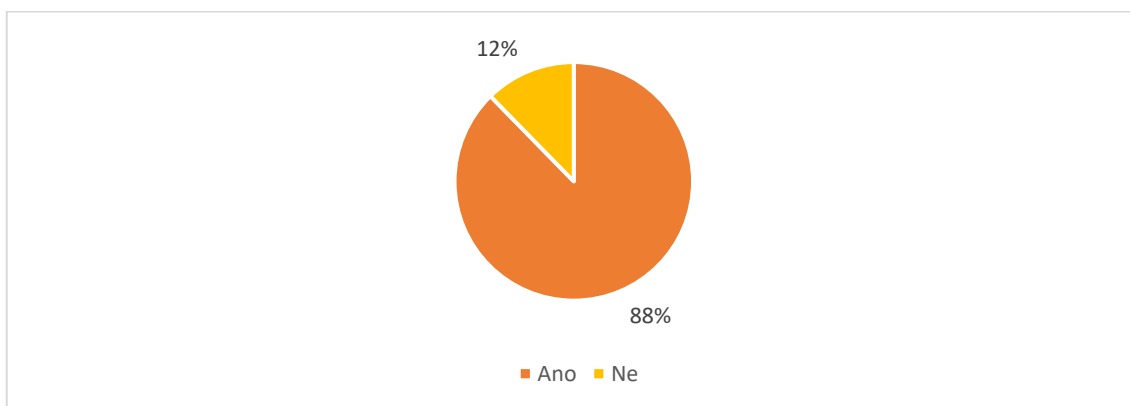


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Druhá otázka již byla zaměřena na konkrétní oblasti sdílené ekonomiky. Respondenti vybírali služby, které znají nebo už je dokonce i někdy využili. Byla zde možnost vybrat z celkem devíti oblastí sdílené ekonomiky, kde u každé z nich byly příklady konkrétních služeb pro větší přiblížení (např. Sdílené ubytování – Airbnb, Couchsurfing). Počet odpovědí nebyl nijak omezen a byla zde možnost také případně dopsat další oblast nebo službu, která zde nebyla uvedena. Tato otázka zároveň sloužila pro větší přiblížení sdílené ekonomiky, jelikož si díky ní dotazovaní uvědomili, že znají služby spadající pod tento pojem. Služby, které dotazovaní znají nejvíce jsou sdílení věcí, streamovací služby, prodej věcí a spolujízda. Nejméně respondentů se někdy setkala se sdílením pracovní síly a sdílením automobilů. Co se týče sdíleného ubytování, s ním se již někdy setkala celkem 87 % všech dotazovaných a pouze jeden respondent uvedl, že se nikdy neseťkal s žádnou z uvedených služeb.

3. Otázka: Využíváte služeb sdílené ekonomiky?

Obr. 8: Využívání služeb sdílené ekonomiky



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Po povědomí o službách sdílené ekonomiky následovala třetí otázka zaměřená na to, jestli respondenti těchto sdílených služeb již někdy využili. Okolo 88 % dotazovaných již někdy využilo služby spadající pod sdílenou ekonomiku. Pouze 12 % uvedlo, že těchto služeb nevyužívá.

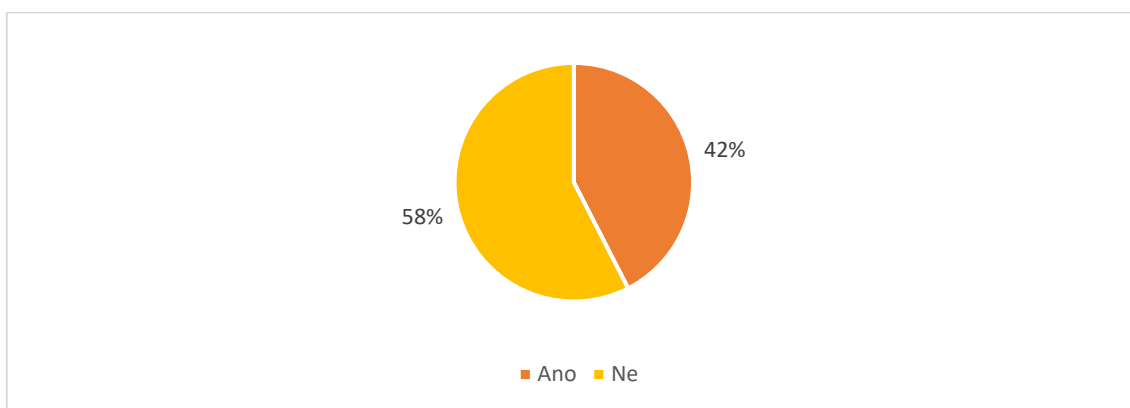
V první otázce znalo pojem sdílená ekonomika přesně 80 dotazovaných. Sdílených služeb ale využívá celkem 128 dotazovaných. Okolo 33 % respondentů tedy využívá sdílených služeb, aniž by se někdy setkala s pojmem sdílená ekonomika.

3.3.3 Využívání služeb sdíleného ubytování

Hlavním cílem dotazníku bylo analyzovat oblast sdíleného ubytování a zjistit, jak tyto služby lidé využívají. Následující otázky jsou proto zaměřeny čistě na zmiňovanou oblast ubytování a zkoumají důvody a motivace pro využití těchto služeb oproti hotelovým službám. Zároveň se zaměřuje na důvody, proč těchto služeb někteří jedinci nevyužívají.

4. Otázka: Využil/a jste někdy sdílené ubytování?

Obr. 9: Využívání sdíleného ubytování



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Poté, co byl respondentům představen pojem sdílená ekonomika a všechny její oblasti, následovala čtvrtá otázka. Tato otázka již byla konkrétně zaměřena na služby sdíleného ubytování a měla zjistit, jaká část respondentů tyto služby již někdy využila. Z grafu vyplývá, že celkem 42 % respondentů už někdy využilo těchto služeb, což je skoro polovina všech dotazovaných. Většina, tedy 58 % respondentů, však těchto služeb nikdy nevyužila.

Respondenti, kteří v této otázce zvolili odpověď, že služby sdíleného ubytování využívají, byli následně odkázáni na další otázky vztahující se ke způsobům a důvodům využívání těchto služeb. Naopak respondenti nevyužívající služeb sdíleného ubytování byli odkázáni na otázky zaměřeny na důvody, proč těchto služeb doposud nevyužili a co by je motivovalo je vyzkoušet.

Tab. 1: Detailní souhrn využití sdíleného ubytování

| Respondenti | Využívání služeb sdíleného ubytování | | | | Celkem |
|---|--------------------------------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| | Ano | | Ne | | |
| | Absolutně | Relativně | Absolutně | Relativně | |
| Pohlaví | | | | | |
| Muž | 23 | 45,1 % | 28 | 54,9 % | 51 |
| Žena | 39 | 41,1 % | 56 | 58,9 % | 95 |
| Generace | | | | | |
| X | 4 | 16,7 % | 20 | 83,3 % | 24 |
| Y | 20 | 54,1 % | 17 | 45,9 % | 37 |
| Z | 34 | 40 % | 51 | 60 % | 85 |
| Vzdělání | | | | | |
| Základní vzdělání | 2 | 33,3 % | 4 | 66,7 % | 6 |
| Střední odborné vzdělání s výučním listem | 2 | 18 % | 9 | 82 % | 11 |
| Střední odborné vzdělání s maturitou | 46 | 41,4 % | 65 | 58,6 % | 111 |
| Vyšší odborné vzdělání | 1 | 50 % | 1 | 50 % | 2 |
| Vysokoškolské vzdělání | 11 | 68,8 % | 5 | 31,2 % | 16 |
| Znalost pojmu sdílená ekonomika | | | | | |
| Ano | 34 | 42,5 % | 46 | 57,5 % | 80 |
| Ne | 15 | 36,6 % | 26 | 63,4 % | 41 |
| Není si jisto | 13 | 52 % | 12 | 48 % | 25 |

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

V rámci dotazníkového šetření bylo zjištěno, že z procentuálního hlediska o něco více využívají sdílené ubytování muži. Autorka práce proto zjišťovala, jestli má pohlaví vliv na využívání těchto služeb. Dále bylo zjištěno, že nejvíce těchto služeb využívá generace Y (54 %) a hned po ní generace Z (40 %). Co se týče nejstarší generace X, z té již někdy vyzkoušelo sdílené ubytování pouze 17 % dotazovaných.

Nejvíce využívají sdílené ubytování lidé s dokončeným vysokoškolským vzděláním (69 %) a naopak nejméně jej využívají lidé se středním odborným vzděláním s výučním listem.

Z těch, co se již někdy setkali s pojmem sdílená ekonomika, využilo sdílené ubytování celkem 43 %. Naopak ti, kteří si nebyli jisti, co si pod tím pojmem představit, využívají sdílené ubytování ve větší míře (52 %).

Chí-kvadrát test nezávislosti v kontingenční tabulce

Pomocí chí-kvadrát testu nezávislosti je možné posoudit, jestli existuje vztah mezi proměnnými. Tento test nezávislosti je založen na porovnání empirických a teoretických četností za pomoci kontingenční tabulky, která obsahuje seříděné prvky dvou kategoriálních znaků. Tyto znaky bývají značeny X a Y (Gangur & Mičudová, n.d.).

Předpoklady pro χ^2 -test (Novovičová, 2006):

- Nejvýše 20 % očekávaných četností je menší než 5.
- Všechny očekávané četnosti musí být větší nebo rovny 1.

Jako první je nutné stanovit nulovou a alternativní hypotézu (Chráska, 2016):

H₀: Znaky X a Y nejsou statisticky závislé.

H₁: Znaky X a Y jsou statisticky závislé.

Rozhodnutí, zda budou tyto hypotézy přijaty či naopak odmítnuty, je prováděno na základě testování nulové hypotézy. Z tohoto důvodu je nutno zjistit tzv. **testové kritérium**, jehož výpočet je následující (Chráska, 2016.):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^s \sum_{j=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad (1)$$

kde:

O_{ij} – pozorovaná četnost

E_{ij} – očekávaná četnost

r – počet řádků

s – počet sloupců

V rámci rozhodnutí o platnosti nulové hypotézy je zpravidla postupováno tak, že se hodnota testového kritéria porovná s tzv. kritickou hodnotou. Tuto kritickou hodnotu je nutno zjistit pro určitou hladinu významnosti a zároveň i pro počet stupňů volnosti (Chráska, 2016).

Vzorec pro výpočet **stupňů volnosti** testové statistiky (Chráska, 2016):

$$v = (r - 1) \cdot (s - 1) \quad (2)$$

kde:

r – počet řádků

s – počet sloupců

Již zmíněná hladina významnosti představuje pravděpodobnost nesprávně zamítnuté nulové hypotézy. Nejčastěji se využívá hladina významnosti 0,05 nebo 0,01.

Jestli nulovou hypotézu zamítnout či nikoliv, se zjišťuje porovnáním testového kritéria a kritické hodnoty (Chráska, 2016):

- Pokud je testové kritérium menší než kritická hodnota, nelze nulovou hypotézu zamítnout
- Pokud je testové kritérium větší než kritická hodnota, nulová hypotéza je zamítnuta.

V rámci praktické části je analyzována služba sdíleného ubytování. Z tohoto důvodu byla testována závislost mezi pohlavím a využívání této služby. Byly stanoveny následující hypotézy:

H0: *Mezi pohlavím a využíváním služeb sdíleného ubytování neexistuje statistická závislost.*

H1: *Mezi pohlavím a využíváním služeb sdíleného ubytování existuje statistická závislost.*

Následně byla vytvořena kontingenční tabulka, která seskupila prvky těchto dvou znaků.

Tab. 2: Empirické četnosti

| Pohlaví | Využívání služeb sdíleného ubytování | |
|---------|--------------------------------------|----|
| | ANO | NE |
| MUŽI | 23 | 28 |
| ŽENY | 39 | 56 |

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Pomocí empirických četností byly následně vypočteny teoretické četnosti.

Tab. 3: Teoretické četnosti

| Pohlaví | Využívání služeb sdíleného ubytování | |
|---------|--------------------------------------|-------------|
| | ANO | NE |
| MUŽI | 21,6575342 | 29,34246575 |
| ŽENY | 40,3424658 | 54,65753425 |

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Obě tabulky obsahující empirické a teoretické četnosti byly navzájem porovnány a pomocí vzorce bylo vypočteno testové kritérium.

Tab. 4: Výpočet testové statistiky

| Pohlaví | Využívání služeb sdíleného ubytování | | |
|----------|--------------------------------------|-------------|----------------|
| | ANO | NE | Σ |
| MUŽI | 0,0832142 | 0,061420002 | 0,144634 |
| ŽENY | 0,04467288 | 0,032972843 | 0,077646 |
| Σ | 0,12788708 | 0,094392845 | 0,22228 |

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Kritická hodnota byla stanovena na hladině významnosti 0,05.

Tab. 5: Testová statistika a kritická hodnota

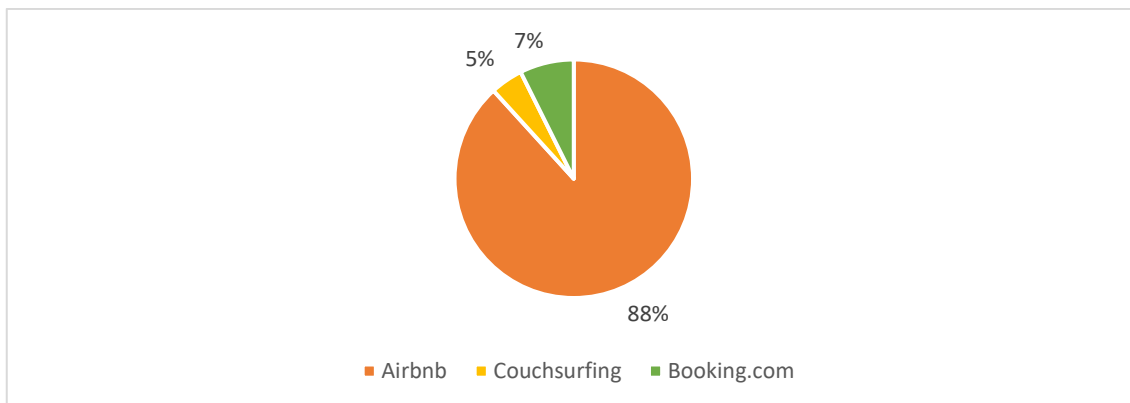
| | |
|-------------------|------------|
| Testové kritérium | 0,22227992 |
| Kritická hodnota | 3,84145882 |

Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Z tabulky č. 4 vyplývá, že hodnota testového kritéria je menší než kritická hodnota, a proto nelze zamítnout nulovou hypotézu. Z toho vyplývá, že mezi pohlavím a využíváním služeb sdíleného ubytování není statistická závislost.

5. Otázka: Jaké platformy pro sdílené ubytování jste již někdy využili?

Obr. 10: Platformy sdíleného ubytování

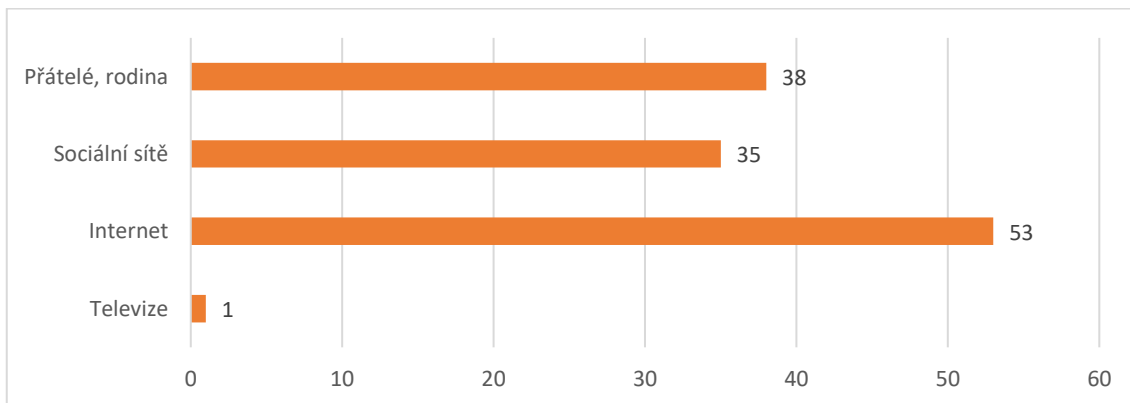


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Další otázka byla zaměřena na uživatele služeb sdíleného ubytování a měla zjistit, jaké platformy pro to nejčastěji využívají. V této otázce mohli respondenti vybrat více možností a zároveň také dopsat další platformy. Celkem 88 % respondentů uvedlo, že využívá platformu Airbnb. 5 % respondentů toto ubytování vyhledává také na platformě Couchsurfing a 7 % respondentů uvedlo platformu Booking.com, která se ale nespécifikuje čistě na sdílené ubytování.

6. Otázka: Jak jste se o sdíleném ubytování dozvěděli?

Obr. 11: Informační kanály



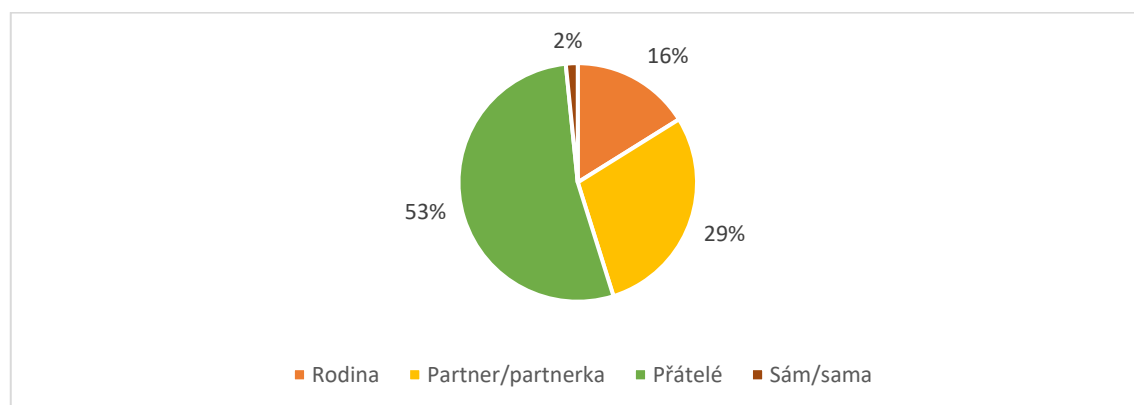
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Další otázka byla také zaměřena pouze pro respondenty, kteří ve čtvrté otázce zvolili, že využívají sdílené ubytování. Otázka má za úkol zjistit, jakým způsobem se dotazovaní o tomto způsobu služeb sdílené ekonomiky dozvěděli. Nejvíce respondentů (85 %) se poprvé dozvědělo o sdíleném ubytování pomocí internetu, a to právě pomocí reklam

nebo platformy Booking.com. Dále skrze přátele a rodinu či sociální sítě a pouze jeden respondent se o sdíleném ubytování dozvěděl pomocí televize. Zavedení televizních reklam by proto mohl být dobrý způsob, jak zvýšit dosah těchto služeb.

7. Otázka: S kým nejčastěji využíváte sdílené ubytování?

Obr. 12: S kým uživatelé sdílejí ubytování

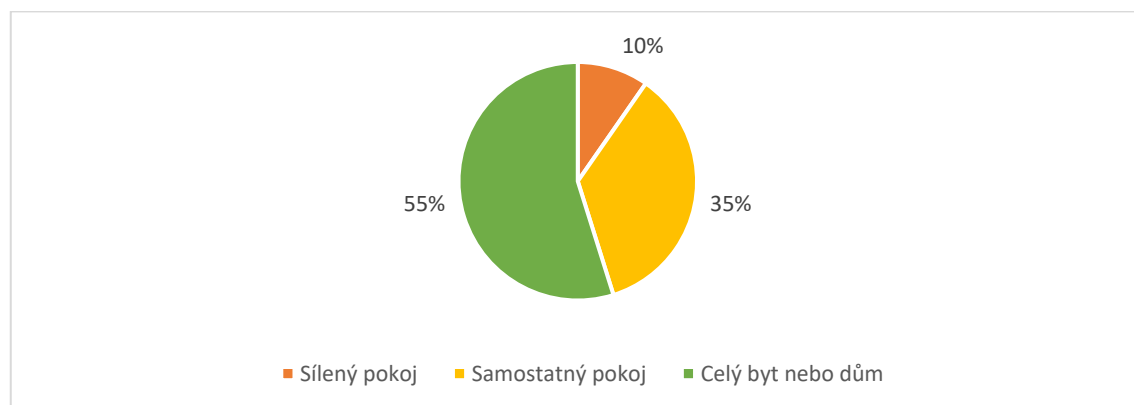


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

V následující otázce respondenti uváděli, s kým nejčastěji využívají služby sdíleného ubytování. Otázka byla opět směřována pouze na uživatele služeb sdíleného ubytování. Každý respondent mohl zvolit právě jednu odpověď. Sdílené ubytování využívá více než polovina uživatelů s přáteli. Dále nejčastěji spolu s partnerem či partnerkou nebo s rodinnými příslušníky. Pouze 1 respondent uvedl, že těchto služeb využívá nejčastěji sám. Skoro všichni respondenti tedy preferují tuto službu využít v přítomnosti dalších osob.

8. Otázka: Jaký typ ubytování si nejčastěji rezervujete?

Obr. 13: Typy ubytování

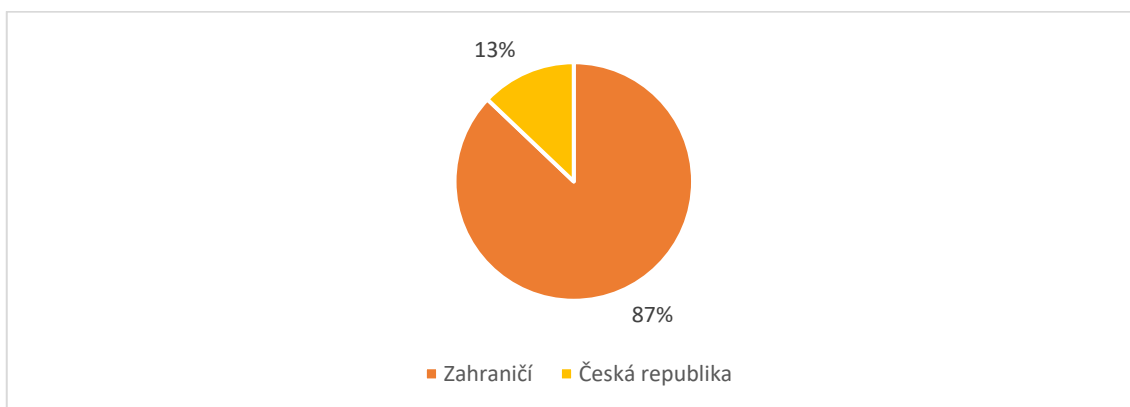


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Další otázka pro respondenty využívající služeb sdíleného ubytování je zaměřena na nejčastější typ ubytovacího prostoru, který vyhledávají. V této otázce opět mohl každý respondent vybrat pouze jednu odpověď. Uživatelé sdíleného ubytování nejvíce preferují pronájem celého bytu nebo domu, celkem tak uvedlo 34 dotazovaných. Dalším nejčastějším druhem ubytovacích prostorů je samostatný pokoj, to uvedlo 22 dotazovaných a nejméně často respondenti uváděli sdílený pokoj, celkem tedy 6 respondentů. Uživatelé sdíleného ubytování tedy nejčastěji preferují větší prostory, které nesdílí s nikým cizím.

9. Otázka: Kde tyto služby nejčastěji využíváte?

Obr. 14: Lokalita sdíleného ubytování

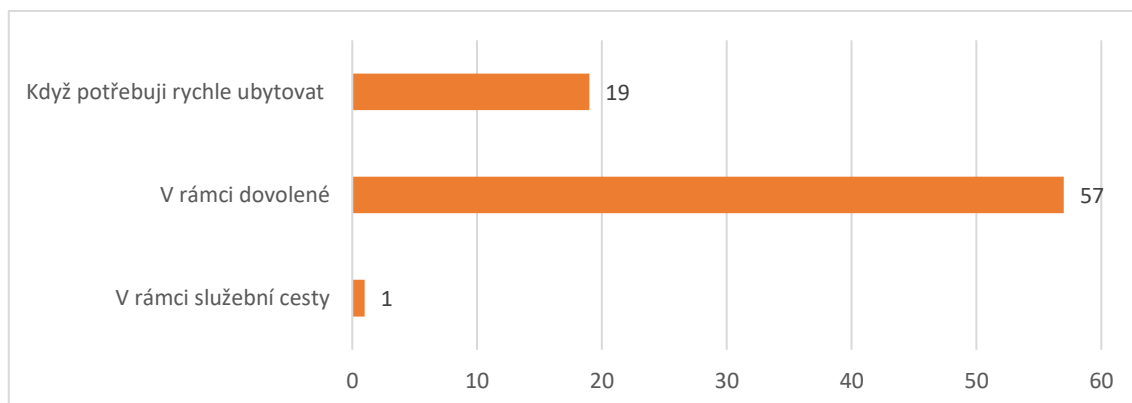


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Následující otázka je zaměřena na to, kde toto ubytování uživatelé nejčastěji využívají. Uživatelé sdílené ubytování nejvíce vyhledávají v zahraničí. Pouze 8 jich využívá sdílené ubytování nejčastěji na území České republiky. To může být způsobeno tím, že většina uživatelů vyhledává tento způsob ubytování v rámci dovolené, což lze posuzovat na základě výsledků otázky č. 10.

10. Otázka: V jakém případě tyto služby vyhledáváte?

Obr. 15: Při jaké příležitosti lidé vyhledávají sdílené ubytování

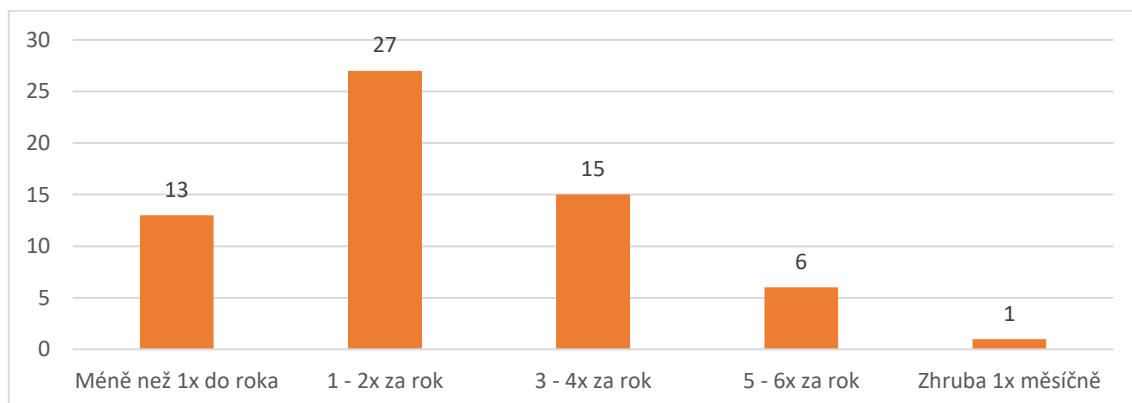


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Následující otázka je zaměřena na důvody využití služeb sdíleného ubytování. Každý respondent mohl uvést více důvodů. Na výběr bylo ze tří možností, jako je využití této služby v rámci dovolené, služební cesty nebo potřeby rychlého ubytování. Sdílené ubytování je nejčastěji vyhledáváno v rámci dovolené. Druhý nejčastější důvod využití nastává ve chvíli, kdy uživatel potřebuje rychle ubytovat a nejméně často se tento druh ubytování využívá v rámci služební cesty.

11. Otázka: Jak často danou službu využíváte?

Obr. 16: Frekvence využití služeb sdíleného ubytování



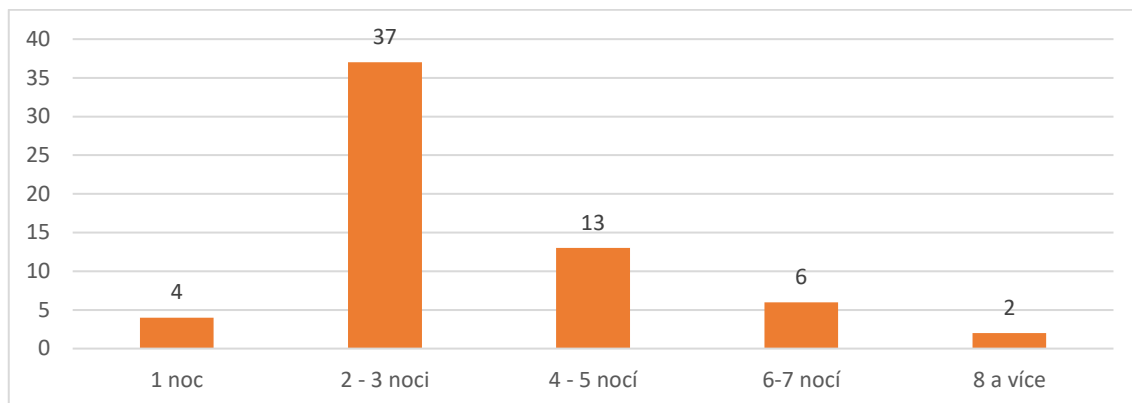
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Další otázka zjišťuje, jak často respondenti vyhledávají služby sdíleného ubytování. Nejvíce tento způsob ubytování vyhledávají dotazovaní jednou až dvakrát do roka, celkem 44 % dotazovaných. To je také převážně kvůli tomu, že ho většina uživatelů vyhledává pouze v rámci dovolené. 24 % uživatelů se ubytuje třikrát až čtyřikrát do roka

a skoro 10 % vyhledává sdílené ubytování pětkrát až šestkrát ročně. Přibližně 21 % respondentů uvedlo, že tyto služby využije méně než jednou za rok a naopak 1 respondent uvedl, že je využívá celoročně. Většina uživatelů tedy vyhledává sdílené ubytování poměrně často.

12. Otázka: Na jak dlouho si nejčastěji rezervujete ubytování?

Obr. 17: Počet nocí

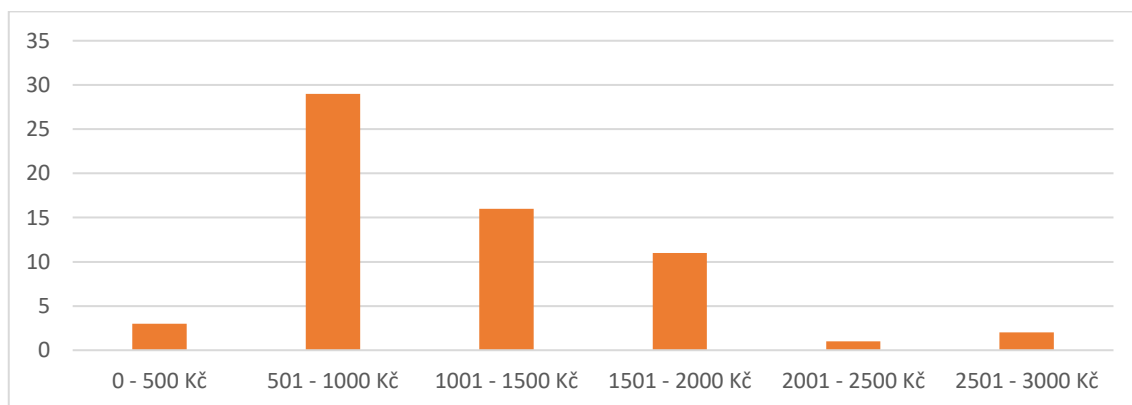


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Po otázce týkající se frekvence využívání sdíleného ubytování následovala otázka zaměřující se na dobu pobytu v těchto ubytovacích zařízeních. Více než polovina respondentů (60 %) se ubytovává zhruba na dvě až tři noci. Druhou nejčastější variantou je čtyři až pět nocí. Tuto odpověď zvolilo 21 % respondentů. Pouze 6 % respondentů uvedlo, že těchto služeb využívá nejčastěji pro ubytování se na jednu noc. Většina uživatelů služeb sdíleného ubytování se tedy ubytovává na delší dobu.

13. Otázka: Kolik Vás průměrně stojí jedna noc?

Obr. 18: Cena za noc



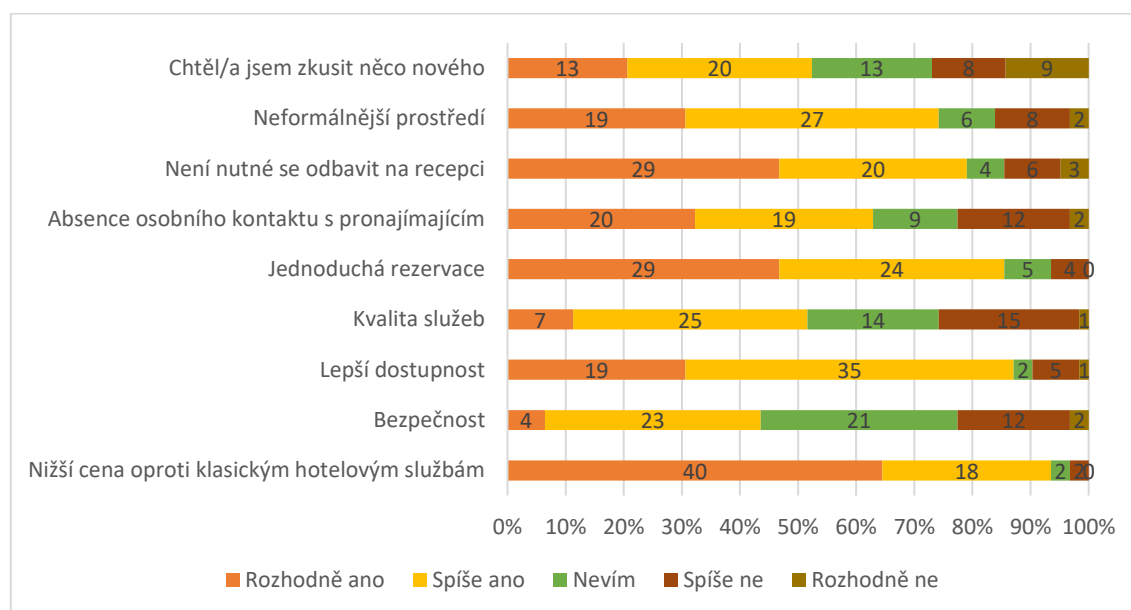
Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Další otázka zjišťovala průměrnou cenu za jednu noc, kterou uživatel zaplatí. Intervaly se pohybovaly od něco málo okolo 500 Kč do maximálně 3 000 Kč. Nejvíce uživatelů uvedlo, že za jednu noc v rámci sdíleného ubytování zaplatí přibližně více než 500, ale méně než 1 000 korun. Toto tvrzení vybralo celkem 29 respondentů, což činí skoro polovinu všech dotazovaných (47 %). Dále uživatelé nejčastěji uváděli cenu nad 1 000 korun do 1 500 korun za jednu noc, celkem 26 % respondentů. Někteří jsou dokonce ochotni zaplatit i více, celkem 23 %. Pouze 5 % respondentů nejčastěji zaplatí částku do 500 korun za jednu noc.

14. Otázka: Uved'te, jak moc Vás následující faktor přesvědčily využít služeb sdíleného ubytování místo klasického ubytování (hotel).

V neposlední řadě byly zkoumány důvody, proč tyto služby využívají či je dokonce preferují oproti klasickým hotelovým službám. Respondent měl u každého tvrzení rozhodnout, do jaké míry s ním souhlasí.

Obr. 19: Důvody využití služeb sdíleného ubytování



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

- **Chtěl/a jsem zkusit něco nového**

S tímto tvrzením rozhodně souhlasilo 13 respondentů a 20 respondentů s ním souhlasilo do jisté míry. 8 respondentů uvedlo, že moc nesouhlasí a pro 8 respondentů to nemělo na rozhodnutí, zda tyto služby využít, vůbec žádný vliv. Celkem s tímto tvrzením tedy do jisté míry souhlasilo okolo 53 % dotazovaných a 26 % naopak ne. Je tedy možné

usuzovat, že zážitek z vyzkoušení nové alternativy ubytování je poměrně častým důvodem tyto služby využít.

- **Nefornálnější prostředí**

S tím, že je tato alternativa pro hotelové služby daleko více nefornální oproti klasickému hotelovému prostředí, souhlasila většina dotazovaných, celkem tedy 74 %. Oproti tomu 16 % respondentů uvedlo, že to pro ně nemělo rozhodný vliv či jim to dokonce nevyhovuje. Jedná se o jeden z hlavních důvodů, proč uživatelé preferují sdílené ubytování oproti hotelu.

- **Není nutné se odbavit na recepci**

Jelikož sdílené ubytování funguje na trošku odlišném způsobu, než je klasický hotel, není zde potřeba hlásit se na recepci a vyzvednout si klíč od pokoje. Uživatel totiž místo klíče dostane skrze aplikaci kód, pomocí něhož se do pokoje či domu dostane. Proces ubytování je proto o něco rychlejší. To vidí většina uživatelů jako velké pozitivum. Celkem 47 % s tímto tvrzením naprosto souhlasí a dalších 32 % z větší míry také. Ostatní respondenti tento fakt vnímají naopak negativně či to na jejich rozhodnutí nemělo žádný vliv. Rychlejší ubytování je další velkou výhodou sdíleného ubytování.

- **Absence osobního kontaktu s pronajímajícím**

Jelikož vše probíhá online pomocí digitálních platforem, odpadá zde nutnost osobního kontaktu mezi pronajímatelem a uživatelem. Pro více než polovinu dotazovaných to je hlavní důvod pro využití těchto služeb na úkor klasických. To může být zapříčiněno tím, že se uživatelé chtějí vyhnout sociální interakci, která může někomu dělat problém. Někteří uživatelé mohou trpět sociální úzkostí a tento způsob je tak pro ně příjemnější, než když se musí ohlásit na recepci hotelu. Také v době pandemií a omezení kontaktu mezi lidmi to může být velkou výhodou. Přibližně 23 % respondentů vnímá absenci osobního kontaktu jako negativní. Někomu může naopak vadit, že neví, jak vypadá majitel pokoje či bytu, ve kterém se chce ubytovat.

- **Jednoduchá rezervace**

Jednoduchost rezervace je třetí nejzásadnější důvod, proč lidé zvolili sdílené ubytování. Celkem 85 % dotazovaných se s tímto tvrzením ztotožňuje. Přibližně 6 % respondentů uvedlo, že to nevnímají jako důvod pro zvolení těchto služeb nebo s tvrzením nesouhlasí. Lze tedy uvažovat, že rezervace nedělá uživatelům problém a je uživatelsky přívětivá.

- **Kvalita služeb**

Kvalita služeb sdíleného ubytování patří mezi kontroverznější tvrzení. Zde se, stejně jako u prvního tvrzení, názory uživatelů z většiny rozcházejí. Polovina dotazovaných je vnímá jako kvalitní a druhá se přiklání spíše k opaku či si není tvrzením úplně jistá.

- **Lepší dostupnost**

Služby sdíleného ubytování jsou pro uživatele lépe dostupné než klasické hotelové služby. S tímto tvrzením souhlasilo celkem 87 % respondentů. Jedná se o druhý nejčastější důvod, proč je uživatelé preferují oproti hotelovým službám.

- **Bezpečnost**

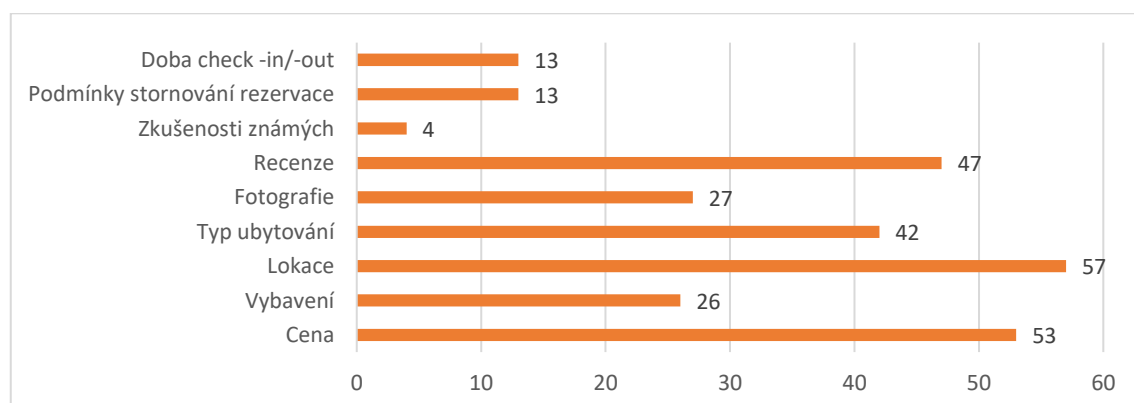
Tvrzení, se kterým souhlasilo nejméně dotazovaných, je bezpečnost. Většina lidí tyto služby vnímá v rámci bezpečnosti negativně. Je to převážně způsobeno tím, že pravidla pro tento druh ubytování nejsou tak přísná jako pro klasický hotel. Příkladem jsou hygienické podmínky a jejich kontroly. Zároveň může ubytování pronajímat prakticky kdokoli. Platformy by se tedy měly nejvíce zaměřit na bezpečnost svých služeb a mít nastavena přísná pravidla pro pronajímatele služeb.

- **Nižší cena oproti klasickým hotelovým službám**

Hlavním důvodem pro využívání sdíleného ubytování oproti hotelovým službám je nižší cena. Sdílená ekonomika je postavena především na nižší ceně oproti klasickým službám, a tak není divu, že s tímto tvrzením souhlasilo přibližně 94 % respondentů.

15. Otázka: Čemu jste věnovali největší pozornost při výběru sdíleného ubytování?

Obr. 20: Detaily ubytování

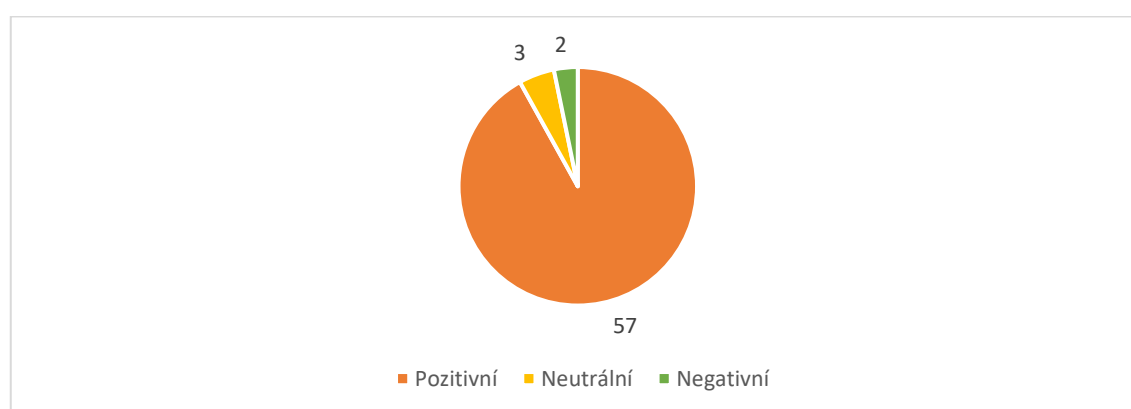


Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Při výběru sdíleného ubytování se jeho potenciální uživatelé nejvíce zaměřují na lokaci a cenu. Jak již respondenti uvedli výše, vyhledávají tento typ ubytování nejčastěji v rámci dovolené. Z tohoto důvodu se proto nejvíce zaměřují na lokalitu. Dalším důležitým faktorem jsou pro ně kladné recenze ostatních uživatelů na internetu a typ ubytování, tedy jestli se jedná o sdílený pokoj, samostatný pokoj nebo celý dům či byt. Nejméně se při výběru zaměřují na zkušenosti známých, podmínky stornování rezervace a dobu check-in a check-out.

16. Otázka: Jakou máte s touto službou zkušenost?

Obr. 21: Zkušenost se službou



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

Poslední otázka pro uživatele sdíleného ubytování je zaměřena na jejich zkušenost s touto službou. Naprostá většina respondentů uvedla, že má se sdíleným ubytováním pozitivní zkušenost (92 %), tři respondenti mají neutrální zkušenost a pouze dva respondenti uvedli, že se sdíleným ubytováním nemají dobrou zkušenost.

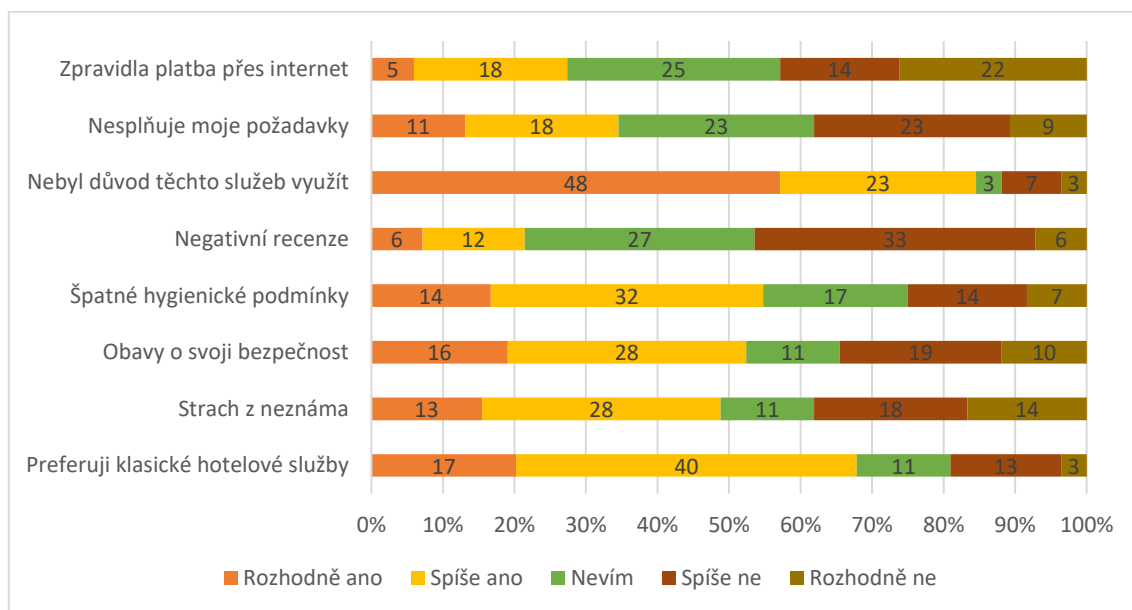
17. Otázka: Proč máte s touto službou negativní zkušenost?

Negativní zkušenosti vyplývají především z nepravosti fotografií v inzerátu, pronajímatel odmítal s uživatelem komunikovat, pokoj nebyl dostatečně uklizen a připraven a dalším důvodem byl také problém najít pronajatý dům či pokoj, jelikož byla špatně nebo nedostatečně popsána jeho lokalita.

18. Otázka: Proč jste nevyužili služeb sdíleného ubytování?

Pokud respondent uvedl, že služeb sdíleného ubytování nevyužívá, byl odkázán na tuto otázku. Otázka má zjistit, proč lidé nevyužívají sdíleného ubytování a proč preferují hotelové služby. U každého důvodu uváděli, jestli s ním souhlasí či nikoli. Otázka slouží jako podnět pro zlepšení pro platformy zaměřené na sdílené ubytování.

Obr. 22: Důvody nevyužití služeb sdíleného ubytování



Zdroj: vlastní zpracování, 2023

- **Zpravidla platba přes internet**

Platba přes internet je v rámci sdíleného ubytování pravidlem. Avšak dle dotazníkového šetření to nemělo na nevyužití ubytovacích služeb zásadní vliv. Skoro polovina dotazovaných uvedla, že s tímto výrokem nesouhlasí a skoro 30 % ho vnímá neutrálně. Kvůli tomuto způsobu platby zvolilo jiný druh ubytovacích služeb pouze 27 % dotazovaných. Lze tedy usuzovat, že platba přes internet není pro většinu lidí problém. Dále to může být zapříčiněno tím, že většina respondentů pochází z generace Z, která nemá s digitálními technologiemi sebemenší problém.

- **Nesplňuje moje požadavky**

S tím, že by sdílené ubytování nesplňovalo požadavky potenciálních uživatelů, většina dotazovaných nesouhlasila nebo neměla názor. Existují tedy závažnější důvody, proč tito respondenti zvolili raději klasické hotelové služby oproti těm sdíleným.

- **Nebyl důvod těchto služeb využít**

Hlavním důvodem pro nevyužití služeb sdíleného ubytování je pro většinu lidí to, že zatím neměli důvod je vyhledat. S tímto výrokem souhlasilo 85 % dotazovaných. Důvodem pro to může být fakt, že dotazovaným vyhovují klasické hotelové služby, a proto nemají důvod vyhledávat jiné alternativy ubytování. Další možností je, že tito lidé nevyužívají žádné ubytovací služby.

- **Negativní recenze**

Recenze sdíleného ubytování jsou dostupné online. Každý uživatel má tak možnost zanechat hodnocení, jak byl se službou spokojen. Dle grafu lze usoudit, že jsou tyto recenze převážně velmi pozitivní. To tedy není důvodem pro jejich nevyužití respondenty. S negativními recenzemi se setkala pouze 21 % ze všech dotazovaných.

- **Špatné hygienické podmínky**

Jedním z hlavních důvodů, proč většina lidí volí raději hotel, je obava ze špatných hygienických podmínek. Jak již bylo zmíněno výše, podmínky pro pronajímatele nejsou tolik přísné a pronajmou byt tak může prakticky kdokoliv. Naopak hotelové služby mají přísná pravidla a pravidelné kontroly. Kvůli tomu dochází k nedůvěře k tomuto druhu ubytování.

- **Obavy o svoji bezpečnost**

Strach o svoji bezpečnost pociťuje něco málo přes polovinu dotazovaných. Jedná se také o jeden z nejčastějších předsudků vůči sdíleným službám. Může na to mít vliv míra anonymizace způsobena digitálními platformami, které služby zprostředkovávají. Dále již zmíněné podmínky a možnost pronajímat ubytování prakticky kýmkoliv.

- **Strach z neznáma**

Necelá polovina dotazovaných souhlasí s tvrzením, že má strach z neznáma, a proto nikdy nevyzkoušela sdílené ubytování. Naopak většina dotazovaných to nevnímá jako problém. Opět to může být způsobeno tím, že převažovali respondenti z generace Z, která ráda zkouší nové věci.

- **Preferují klasické hotelové služby**

Nadpoloviční většina dotazovaných uvedla, že jim stále nejvíce vyhovují klasické hotelové služby. Jedná se o druhý nejčastější důvod nevyužití alternativního ubytování.

3.4 Shrnutí dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření probíhalo od 27. 3. do 6. 4. 2023 a účastnilo se ho celkem 146 osob ze všech krajů České republiky. Skoro dvě třetiny dotazovaných byly ženy středoškolského vzdělání a nejvíce respondentů spadá do generace Y a Z. Dotazník byl rozdělen na tři části. První část byla zaměřena na sdílenou ekonomiku a její služby. Druhá,

nejobsáhlejší část, analyzovala využívání služeb sdíleného ubytování a třetí část, která byla umístěna na úplném konci dotazníku, obsahovala demografické otázky.

S pojmem sdílená ekonomika se již někdy setkala polovina všech dotazovaných. Avšak po vysvětlení pojmu a představení služeb, které pod něj spadají, uvedlo 88 % respondentů, že tyto služby již někdy využilo. Mezi nejznámější oblasti služeb patří sdílení věcí, streamovací služby, prodej věcí a spolujízda. Naopak nejméně známou oblastí je sdílení pracovní síly. S oblastí sdíleného ubytování se již někdy setkalo 87 % všech dotazovaných.

Největší část dotazníku byla zaměřena na služby sdíleného ubytování. Tyto služby využilo celkem 42 % všech dotazovaných, z nichž většina neznala pojem sdílená ekonomika nebo si nebyla jista, co si pod ním představit. O sdíleném ubytování se nejvíce respondentů poprvé setkalo na internetu, a to skrze reklamy či stránku Booking.com. Nejvíce uživatelů navštěvuje ubytovací zařízení v přítomnosti svých přátel a pronajímá si především celý dům či byt. Sdílené ubytování je více využíváno v zahraničí, a to převážně v rámci dovolené. Druhým nejčastějším důvodem vyhledání těchto služeb je v rámci potřeby rychlého ubytování. Uživatelé se ubytovávají v průměru na dvě až tři noci a využívají ho jednou až dvakrát do roka, přičemž platí většinou více než 500 korun za noc. Někteří jsou ochotni zaplatit i více než 1 000 korun. Dle dotazníku je nejvyužívanější platformou nabízející tyto služby Airbnb. Z 62 respondentů, kteří těchto služeb využívají, mělo celkem 92 % z nich se službou pozitivní zkušenost. Ti, kteří měli se službou naopak negativní zkušenost, to odůvodňují tím, že ubytování neodpovídalo fotografiím či nebylo dostatečně připraveno pro hosty.

Mezi hlavní důvody, proč lidé zvolili sdílené ubytování oproti klasickým hotelovým službám je především nižší cena. Tento faktor motivoval 94 % respondentů. Dalším nejzásadnějším faktorem je pro uživatele lepší dostupnost ubytování a fakt, že sdílené ubytování nabízí více neformální prostředí. Uživatel se zde cítí více jako doma, než kdyby byl ubytován v hotelu. Proces ubytování je také daleko rychlejší, jelikož uživatel obdrží pomocí mobilní aplikace kód, pomocí něhož se do pokoje či domu dostane. Díky tomu také odpadá nutnost osobního kontaktu s pronajímatelem, což může být výhodné v rámci různých pandemií a omezení osobního kontaktu osob.

Naopak jako hlavní důvod nevyužití služeb sdíleného ubytování, uváděli respondenti, že těchto služeb zatím nepotřebovali využít. S tímto výrokem souhlasilo

85 % dotazovaných. Většina z nich také nadále preferuje klasické hotelové služby. Respondenti dále vykazovali určité známky nedůvěry ve sdílené ubytování, a to především v podobě obav o svoji bezpečnost či strachu z neznáma. Naopak platbu přes internet, která je v rámci tohoto ubytování pravidlem, nevnímala většina z nich jako výrazný problém. To je zapříčiněno tím, že většina respondentů spadá do generace Z, které nedělají problém digitální technologie. Ti naopak tento způsob platby preferují. Jelikož svůj byt či dům může sdílet skoro každý a nejsou zde tak vysoké nároky jako na majitele hotelů, vyvstává zde i obava ze špatných hygienických podmínek.

3.5 Návrh doporučení pro oblast sdíleného ubytování

V rámci doporučení pro subjekty v oblasti sdíleného ubytování z dotazníku vyplývá, že by se pronajímatelé měli zaměřit na cenu. Cena by měla být vždy nižší oproti konkurenci, jelikož je to jedním z hlavních důvodů, proč uživatelé volí tyto služby. Jelikož se potenciální uživatelé nejvíce zaměřují při výběru ubytování kromě ceny také na recenze, je důležité mít v rámci platformy kvalitní zákaznickou podporu a v případě špatné zkušenosti uživatele s pronajímatelem věc přezkoumat. Někteří uživatelé uvedli, že měli se službou negativní zkušenost, a to kvůli tomu, že ubytování neodpovídalo fotografiím v inzerátu či zde byly špatné hygienické podmínky. V tomto případě by měla platforma na základě této stížnosti pronajímatele prošetřit a stáhnout jeho inzerát na svých stránkách. Dále by se platformy měly zaměřit na důvěryhodnost a bezpečnost ubytování, jelikož je to velmi častým důvodem, proč se spotřebitel raději ubytuje v klasickém hotelu.

Bezpečnost sdíleného ubytování by se mohla vylepšit tím, že by pronajímatelé ubytovacích prostorů vybavili každý svůj byt či dům bezpečnostními dveřmi. Další možností je vybavit nemovitost alarmovým a kamerovým systémem. Avšak kamery by se měly nacházet pouze zvenku této nemovitosti, aby nebylo narušeno soukromí ubytovaných osob. To by se totiž vylučovalo s neformálností prostředí a sdílené ubytování by tak ztratilo výhodu oproti hotelovým službám. Částky za zmíněná vybavení však dosahují několika desítek tisíc korun. Tento způsob zabezpečení proto může být pro spoustu poskytovatelů služeb velmi nákladný a mnoho z nich nebude chtít vynaložit tak velké finanční prostředky. Proto by je měla platforma motivovat například tím, že by každá takto vybavená nemovitost byla přednostně nabízena potenciálním uživatelům a byl by tak zvýšen její dosah.

Co se týče kvality služeb, ta by se dala vylepšit například tím, že by každá platforma pořádala různé workshopy nebo nabízela školení, na kterých by poskytovatelům radila, jak být dobrým hostitelem. Na těchto akcích by je tak mohla motivovat k lepším službám. Poskytovatelé by se tak dozvěděli o nových nápadech a tipech, jak zaujmout potenciální uživatele. Příkladem nadstandardní služby je možno uvést přivítání nového uživatele připraveným jídlem nebo pitím typickým pro danou lokalitu či kulturu. Dále by tato školení měla dávat důraz na hygienické podmínky a upozornit poskytovatele na případné pokuty v rámci jejich nedodržení.

Někteří lidé nevyzkoušeli sdílené ubytování také kvůli strachu z neznáma. Ten by bylo možné zmírnit různými akcemi pořádanými platformami, na kterých by bylo šířeno povědomí a fakta o sdíleném ubytování. Akce by dále poskytly prostor pro vyvracení mýtů a zodpovídání dotazů.

Pro přilákání více zákazníků a zvýšení důvěryhodnosti služeb by bylo vhodné šířit povědomí o sdíleném ubytování pomocí televizních reklam. Dle Expressinfo (2023) sledují televizi převážně starší generace. Tento způsob by proto mohl zvýšit dosah a využití služeb generací X. V následující části je vyčíslena orientační cena za tento způsob propagace.

Televizní reklama v rámci České televize (ČT)

V rámci doporučení byla vyčíslena cena za reklamní spot a její následné vysílání v České televizi. Částka je počítána pro období od května do konce roku 2023.

Tab. 6: Reklamní spot

| Reklamní TV spot | Minimální cena (Kč) |
|-------------------------|----------------------------|
| Bez hereckého komparzu | 58 000 |
| S hereckým komparzem | 120 000 |

Zdroj: videoprofirmu (n.d.), zpracováno autorkou

V tabulce výše jsou uvedeny minimální částky bez DPH za tvorbu televizní reklamy. V rámci výpočtu je uvažováno, že pro tento reklamní spot nebude potřeba využít herecký komparz. Částka za tvorbu reklamy je individuální a zasahuje do ní spousta aspektů, výsledná částka je tedy pouze orientační. Cena za tvorbu reklamy je proto určena jako průměr výše uvedených částek. Tedy 89 000 Kč bez DPH.

Následně je potřeba určit cenu za její vysílání v rámci České televize. Pro tento výpočet je Českou televizí určena CPP 30 800 Kč bez DPH. CPP (cost per point) lze přeložit jako cenu za bod a jedná se o cenu za zasažení 1% cílové skupiny (Marketingový slovník, n.d.). Cena za reklamní vysílání je tedy určena kombinací CPP a koeficientů v tabulkách níže (ČT, 2023).

Tab. 7: Sezónní indexy

| Měsíc | Sezónní koeficient |
|----------------------------|--------------------|
| Květen | 1,45 |
| Červen | 1,3 |
| Červenec | 0,8 |
| Srpen | 1,05 |
| Září | 1,5 |
| Říjen | 1,5 |
| Listopad | 1,5 |
| Prosinec (do 17. 12. 2023) | 1,4 |
| Prosinec (od 18. 12. 2023) | 0,8 |

Zdroj: ČT (2023), zpracováno autorkou

Tab. 8: Délka reklamního spotu

| Délka spotu (sec) | Stopážový koeficient |
|-------------------|----------------------|
| 20 | 1 |

Zdroj: ČT (2023), zpracováno autorkou

Je tedy uvažováno, že reklamní spot nebude obsahovat herce a jeho délka bude trvat 20 vteřin. V tabulce 9 je vyčíslena orientační cena za výrobu a vysílání reklamy.

Tab. 9: Orientační cena za reklamní spot

| Položka | Cena (Kč) |
|---|----------------|
| Tvorba reklamního spotu | 89 000 |
| - DPH | 18 690 |
| Vysílání 20vteřinového spotu od května do konce roku 2023 | 378 840 |
| - DPH | 79 557 |
| Celkem | 566 087 |

Zdroj: vlastní zpracování

Reklama v ČT by tedy platformu vyšla přibližně na částku 566 087 Kč.

Závěr

Sdílená ekonomika přináší revoluci ve způsobu spotřeby zboží a služeb. Umožňuje jednotlivcům sdílet svůj nevyužitý či již nepotřebný majetek s ostatními. Důležitým milníkem byl pro sdílenou ekonomiku příchod digitálních technologií, díky nimž se dostala do popředí a stala se tak součástí mnoha různých odvětví. Její hlavní myšlenkou je uspokojení potřeb s ohledem na udržitelnost zdrojů. Není proto divu, že se tento ekonomický model dostává do popředí právě s příchodem ekonomické recese. V době, kdy jsou zdroje omezené je pro mnoho lidí nemožné vlastnit statky, a proto se raději přiklání k levnější variantě, kterou je přístup k těmto aktivům.

Cílem této práce bylo odhalit důvody, které motivují lidi k využívání sdíleného ubytování a co je naopak od jejich využívání odrazuje. Na základě výsledků byla navržena doporučení pro tuto oblast služeb. Pro dosažení stanoveného cíle bylo sestaveno dotazníkové šetření, které analyzovalo celkové povědomí o sdíleném ubytování a faktory motivující a odrazující od jeho využití. Díky tomuto šetření bylo zjištěno, že sdílené ubytování již někdy využila necelá polovina všech dotazovaných. Nejvíce ho využívají jednotlivci patřící do generace Y. Výrazné zastoupení měla také generace Z, ze které tyto služby využila skoro polovina a nejméně jej využívají jedinci z generace X. Na základě stanovené hypotézy bylo zjištěno, že mezi pohlavím a využíváním sdíleného ubytování není statistická závislost. Muži a ženy tedy tento způsob ubytování využívají ve stejné míře. Dále bylo zjištěno, že tento způsob ubytování vyhledávají převážně lidé s vyšším dosaženým vzděláním. Mezi nejčastější důvody, které vedly k využití těchto služeb, patří především nižší cena oproti hotelovým službám, lepší dostupnost ubytování a také jednoduchost rezervace. Naopak faktory, které odrazují potenciální uživatele těchto služeb, jsou obavy o vlastní bezpečnost a strach ze špatných hygienických podmínek. Mnoho respondentů také uvedlo, že nemělo důvod využít tento typ ubytování a většina z nich nadále preferuje klasické hotelové služby. Na základě těchto výstupů byla v práci navržena doporučení. Tato doporučení se vztahovala na subjekty působící v oblasti sdíleného ubytování a navrhovala, co by mohly platformy působící v této oblasti udělat, aby zvýšily svůj dosah a vylepšily své poskytované služby.

Seznam použitých zdrojů

Airbnb (2021). Pravidla pro zajištění samoobslužného procesu ubytování. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.airbnb.cz/resources/hosting-homes/a/the-dos-and-donts-of-providing-self-check-in-238>

Airbnb (n.d.). *About us*. Airbnb. Dostupné 29. 11. 2022 z <https://news.airbnb.com/about-us/>

Berg, M. (2020). *Jak se vzájemně chápat*. Grada Publishing.

Blahobyty (2016). *Výhody a nevýhody: Je lepší Airbnb nebo hotel?* Dostupné 18. 4. 2023 z <https://blahobyty.cz/blog/airbnb/vyhody-a-nevyhody-airbnb/>

Botsman, R. (2015). *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption—And What Isn't?* Fastcompany. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>

Botsman, R. (2015). *The sharing economy lacks a shared definition?* Fastcompany. Dostupné 18. 4. 2023 z https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition?_ga=2.19493373.459756412.1666038424-586438225.1666038424

Brooks, Ch. (2022). *The State of the B2B Sharing Economy*. business.com. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.business.com/articles/b2b-sharing-economy/>

Cashbot (2021). *Co je Crowdfunding aneb jak získat peníze od lidí na nový projekt*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://cashbot.cz/blog/co-je-crowdfunding-aneb-jak-ziskat-penize-od-lidi-na-novy-projekt/>

CEMI (2022). *Co je to crowdfunding a jak jeho prostřednictvím získat peníze pro podnikání?* Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.cemi.cz/blog/co-je-to-crowdfunding>

Crowdworker.com (n.d.). *What is crowdworking & crowdsourcing?* Dostupné 18. 4. 2023 z <http://www.crowdworker.com/what-is-crowdworking-crowdsourcing/>

Česká televize (n.d.). *Televizní reklama: Ceník pro vysílání reklamy v České televizi účinný od 1.1. 2023*. Dostupné 21. 4. 2023 z <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/reklama/televizni-reklama/>

Česko v datech (2018). *Budoucnost ve sdílení*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/92-budoucnost-ve-sdileni-velky-prehled-toho-co-uz-v-cesku-sdilime/>

Deloitte (2017). *Sdílená ekonomika: Bohatství bez vlastnictví*. Deloitte. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://web.archive.org/web/20180512043910/https://edu.deloitte.cz/m/Content/DownloadPublication/sdilena-ekonomika-2017>

Domènech, J. M. (2018). *The sharing economy and the labour market*. CaixaBank. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.caixabankresearch.com/en/economics-markets/labour-market-demographics/leconomia-del-sharing-i-mercat-treball>

Donio (n.d.). *Co je odměnový crowdfunding*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.donio.cz/>

Duchoslav, M. (2022). *Počet předplatitelů YouTube Music a Premium se razantně zvýšil. Spotify a Apple Music mají ale více*. Samsung magazine. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://samsungmagazine.eu/2022/11/10/pocet-predplatitelu-youtube-music-a-premium-se-za-posledni-rok-zvysil-na-80-milionu/>

Expressinfo (2023). *Češi jako národ milovníků televize. Co u nás vede?* Dostupné 21. 4. 2023 z <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/10/stream-vs-televize-pozor-na-deleni-cilovych-skupin/?fbclid=IwAR38OXsir2s4p55d-yAYFBNhjs-0S-VcZbWOCZlr8O9Qczsni7j2Y47FA40>

Flexioffice.cz (2018). *Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky*. In, Flexi office. Dostupné 6. 4. 2021 z <https://www.flexioffice.cz/vyhody-a-nevyhody-sdilene-ekonomiky>

Flipkey (n.d.). *About Flipkey*. Dostupné 18. 4. 2023 z https://www.flipkey.com/pages/about_us/

Gangur, M. & Mičudová, K. (n.d.). *Statistické zpracování dat: Analýza kategoriálních dat* [PowerPoint slides]. Dostupné 18. 4. 2023 z https://phix.zcu.cz/moodle/pluginfile.php/514552/mod_resource/content/3/Prednaska_A_nalyza_kategorialnich_dat.pdf

Handl, J. (2019). *Uber a Lyft si zadaly průzkum. Pak přiznaly, že ve městech zhoršují dopravní zácpy*. Flowee. Dostupné 18. 4. 2023 z

<https://www.flowee.cz/floweecity/byznys/7258-uber-a-lyft-si-zadaly-pruzkum-pak-priznaly-ze-ve-mestech-zhorsuji-dopravni-zacpy>

Hargrave, M. (2022). *Crowdsourcing: Definition, How It Works, Types, and Examples*. Investopedia. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.investopedia.com/terms/c/crowdsourcing.asp>

HDI Global (2022). *The great potential of the B2B sharing economy*. HDI Global. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.hdi.global/infocenter/insights/2022/b2b-sharing-economy/>

Hlídačky.cz (n.d.). *Jak to funguje*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.hlidacky.cz/jak-to-funguje>

Chavnculiak, R. (2020). *Pokrok bez povolení: jak sdílená ekonomika, crowdfunding a kryptoměny změnily svět*. Grada Publishing.

Chráska, M. (2016). *Metody pedagogického výzkumu: Základy kvantitativního výzkumu* (2. vyd.). Grada publishing.

IBM (n.d.). *What is cloud computing?* Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.ibm.com/topics/cloud-computing>

Investago (2023). *Potenciální vítězové a poražení sdílené ekonomiky v roce 2023*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://blog.refresher.cz/article/10470/potencialni-vitezove-a-porazeni-sdilene-ekonomiky-v-roce-2023>

Knihobudka (n.d.). *Jak to vzniklo?* Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.knihobudka.cz>

Knihovna věcí (n.d.). *Proč věci kupovat, když si je můžeš půjčit*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.libraryofthings.cz>

Kolaříková, L. & Kotlaba, R. (2017). *Vláda naznačila možnosti regulace sdílené ekonomiky*. Daňové a právní aktuality. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://danovky.cz/cs/vlada-naznacila-moznosti-regulace-sdilene-ekonomiky>

Marketingový slovník (n.d.). *CPP – Cost per Point*. Dostupné 21. 4. 2023 z <https://www.key-advantage.cz/cpp-cost-per-point/>

Novovičová, J. (2006). *Pravděpodobnost a matematická statistika*. ČVUT. Dostupné 18. 4. 2023 z <http://physics.ujep.cz/~jskvor/KVM/Statistika/NovovicovaPravdStatistika2006.pdf>

Outdoorsy (n.d.). *About*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.outdoorsy.com/about>

Pichrt, J., Barancová, H., Morávek, J., Kubešová, J., Mezeiová, V., Adamička, M., Poruban, A., Klíma, P., Križan, V., Řehořová, M., Tkadlec, M., Boháč, R., Hájek, J., Šmirausová, P., Hrdlička, L., Králik, D., Petrášek, Z., Klamo, J., Hobza, M., ... Petráš, R. (2019). *Sdílená ekonomika tři roky poté – závěry a perspektivy*. Wolters Kluwer

Pirátská strana (2022). *Konec nerovnému tržnímu prostředí a obtěžování rezidentů. Ministr Bartoš připravil návrh regulace online platforem pro sdílené ubytování*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.pirati.cz/jak-pirati-pracuji/konec-nerovnemu-trznimu-prostredi-a-obtezovani-rezidentu-ministr-bartos-pripravil-navrh-regulace-online-platforem-pro-sdilene-ubytovani/>

Půjčím.to (n.d.). *Půjčovna od lidí pro lidi*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.pujcim.to>

PwC (2015). *Sharing or paring? Growth of the sharing economy*. <https://www.pwc.com/hu/en/kiadvanyok/assets/pdf/sharing-economy-en.pdf>

Quadronet (n.d.). *Pochopte co je cloud, cloud computing a další pojmy*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.quadronet.cz/pochopte-co-je-cloud-cloud-computing-a-dalsi-pojmy>

Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR (2017). *Analýza sdílené ekonomiky a digitálních platforem*. Dostupné 18. 4. 2023 z https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha_4_Material_Analyza.pdf#page17

Scholzová, L. (2020). *Dvě tváře sdílené ekonomiky*. In, Medium. Dostupné 29.11.2022 z <https://medium.com/edtech-kisk/dv%C4%9B-tv%C3%A1%C5%99e-sd%C3%ADlen%C3%A9-ekonomiky-8f83930765a>

Sítě v hrsti (2021). *Kdo je Generace X, Y (mileniálové), tichá generace Z a Baby boomers?* Sítě v hrsti. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://sitevhrsti.cz/generace-x-y-z-baby-boomers/>

Slagen, D. (2014). *From P2P to B2B: The next phase of the sharing economy*. VentureBeat. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://venturebeat.com/business/from-p2p-to-b2b-the-next-phase-of-the-sharing-economy/>

Stone, B. (2019). *Uber a Airbnb mění svět: příběhy sdílené ekonomiky*. Grada Publishing.

Sundararajan, A. (2016) *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.

Technologická agentura České republiky (2022). *Sdílená ekonomika jako součást cirkulární ekonomiky*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.businessinfo.cz/clanky/sdilena-ekonomika-jako-soucast-cirkularni-ekonomiky/>

Technologická agentura České republiky. (2022). *Sdílená ekonomika jako součást cirkulární ekonomiky*. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.businessinfo.cz/clanky/sdilena-ekonomika-jako-soucast-cirkularni-ekonomiky/>

The Investopedia Team (2021). *Peer-to-peer (P2P) Economy*. Investopedia. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp>

Tucci, L. (2018). *Sharing economy*. TechTarget. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/sharing-economy>

Valentová (2018). *Sdílená ekonomika – nový druh podnikání*. Portál pohoda. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://portal.pohoda.cz/pro-podnikatele/uz-podnikam/sdilena-ekonomika--novy-druh-podnikani/>

Veber, J., Krajčík, V., Hruška, L., & Makovský, P. (2016). *Sdílená ekonomika. Vymezení metodologických postupů pro zajištění datové základny a ekonomických východisek pro regulatorní ošetření tzv. sdílené ekonomiky*. Praha: Vysoká škola podnikání a práva. Dostupné 18. 4. 2023 z <https://www.vspp.cz/wp-content/uploads/2017/05/zprava.pdf>

Vencovská, A. (2018). *Čemu se můžeme přiučit od crowdworkerů*. Národní ústav pro vzdělání. Dostupné 18. 4. 2023 z <http://archiv-nuv.npi.cz/projekty/refernet/cemu-se-muzeme-priucit-od-crowdworkeru.html>

Seznam tabulek

| | |
|---|----|
| Tab. 1: Detailní souhrn využití sdíleného ubytování | 35 |
| Tab. 2: Empirické četnosti | 37 |
| Tab. 3: Teoretické četnosti..... | 38 |
| Tab. 4: Výpočet testové statistiky..... | 38 |
| Tab. 5: Testová statistika a kritická hodnota | 38 |
| Tab. 6: Reklamní spot..... | 52 |
| Tab. 7: Sezónní indexy | 53 |
| Tab. 8: Délka reklamního spotu..... | 53 |
| Tab. 9: Orientační cena za reklamní spot | 54 |

Seznam obrázků

| | |
|--|----|
| Obr. 1: Zobrazení generací v čase | 19 |
| Obr. 2: Pohlaví respondentů | 30 |
| Obr. 3: Věkové rozdělení respondentů | 30 |
| Obr. 4: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů | 31 |
| Obr. 5: Příjem respondentů..... | 31 |
| Obr. 6: Znalost pojmu sdílená ekonomika..... | 32 |
| Obr. 7: Povědomí o službách sdílené ekonomiky..... | 32 |
| Obr. 8: Využívání služeb sdílené ekonomiky..... | 33 |
| Obr. 9: Využívání sdíleného ubytování | 34 |
| Obr. 10: Platformy sdíleného ubytování..... | 39 |
| Obr. 11: Informační kanály..... | 39 |
| Obr. 12: S kým uživatelé sdílejí ubytování..... | 40 |
| Obr. 13: Typy ubytování..... | 40 |
| Obr. 14: Lokalita sdíleného ubytování | 41 |
| Obr. 15: Při jaké příležitosti lidé vyhledávají sdílené ubytování..... | 42 |
| Obr. 16: Frekvence využití služeb sdíleného ubytování..... | 42 |
| Obr. 17: Počet nocí | 43 |
| Obr. 18: Cena za noc..... | 43 |
| Obr. 19: Důvody využití služeb sdíleného ubytování..... | 44 |
| Obr. 20: Detaily ubytování | 46 |
| Obr. 21: Zkušenost se službou..... | 47 |
| Obr. 22: Důvody nevyužití služeb sdíleného ubytování..... | 48 |

Seznam zkratek

B2B – business to business

B2C – business to customer

CCP – cost per point

ČT – Česká televize

P2P – peer to peer

sec – sekund

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A: Dotazník

1) Znáte pojem sdílená ekonomika?

- Ano
- Ne
- Nejsem si jistý/á

Sdílená ekonomika

Sdílená ekonomika, též nazývána jako spoluspotřebitelství, je sdílení založené na P2P modelu. Jedná se o možnost a ochotu jednotlivců pronajímat nebo naopak půjčovat statky. Důležitým aspektem sdílené ekonomiky je upřednostnění přístupu k aktivům oproti jejich vlastnění. Sdílí se prakticky cokoliv, od bytů a aut až po nářadí, hračky či oblečení (Veber et al., 2016).

2) O jakých z následujících služeb sdílené ekonomiky jste už slyšeli?

- Spolujízda (Uber, BlaBlaCar,...)
- Sdílení aut (CAR4WAY, Autonapul,...)
- Sdílení kol (Rekola,...)
- Sdílené ubytování (Airbnb, Couchsurfing,...)
- Sdílení finančních prostředků (Zonky, Kickstarter,...)
- Výměna knih (Knihobudky,...)
- Prodej věcí (Aukro, eBay,...)
- Sdílení věcí (Knihovna věcí, Půjčím.to...)
- Sdílení pracovní síly (Hlídačky.cz,...)
- Streamovací služby (Netflix, Spotify, Amazon Prime, Apple Music,...)
- žádných
- Jiné...

3) Využíváte služeb sdílené ekonomiky?

- Ano
- Ne

4) Využil/a jste někdy sdílené **ubytování** (Airbnb, Couchsurfing,...)?

- Ano

- Ne

Pokud respondent odpověděl „Ano“.

5) Jaké platformy pro sdílené ubytování jste již někdy využili?

- Airbnb
- Couchsurfing
- Jiné...

6) Jak jste se o sdíleném ubytování dozvěděli?

- Televize
- Rádio
- Internet (Booking.com, reklama,...)
- Sociální sítě
- Přátelé, rodina

7) S kým nejčastěji využíváte sdíleného ubytování?

- Rodina
- Partner/partnerka
- Přátelé
- Sám/sama

8) Jaký typ ubytování si nejčastěji rezervujete?

- Sdílený pokoj
- Samostatný pokoj
- Celý byt nebo dům

9) Kde tyto služby nejčastěji využíváte?

- V České republice
- V zahraničí

10) V jakém případě tyto služby vyhledáváte?

- V rámci dovolené
- V rámci služební cesty

- Když potřebuji rychle ubytovat na krátkou dobu
- Jiné...

11) Jak často danou službu využíváte?

- 1 - 2x za rok
- 3 - 4x za rok
- 5 - 6x za rok
- Zhruba 1x měsíčně
- Více než 1x měsíčně

12) Na jak dlouho si nejčastěji rezervujete ubytování?

- 1 noc
- 2-3 noci
- 4-5 nocí
- 6-7 nocí
- 8 a více

13) Kolik Vás průměrně stojí jedna noc?

- 0 - 500 Kč
- 501 - 1000 Kč
- 1001 - 1500 Kč
- 1501 - 2000 Kč
- 2001 - 2500 Kč
- 2501 - 3000 Kč
- Více než 3000 Kč

14) Uved'te, jak moc Vás následující faktory přesvědčily využít služeb sdíleného ubytování místo klasického ubytování (hotel). (1 – rozhodně ano, 5 – rozhodně ne)

- Nižší cena oproti klasickým hotelovým službám
- Bezpečnost
- Lepší dostupnost
- Kvalita služeb
- Jednoduchá rezervace

- Absence osobního kontaktu s pronajímajícím (veškerá komunikace probíhá online)
- Není nutné se odbavit na recepci (do ubytovacích prostor se dostanu pomocí kódu)
- Neformálnější prostředí (oproti hotelu)
- Chtěl/a jsem zkusit něco nového

15) Čemu jste věnovali největší pozornost při výběru sdíleného ubytování?

- Cena
- Vybavení
- Lokace
- Typ ubytování (soukromý pokoj, celý byt,...)
- Fotografie
- Recenze
- Zkušenosti známých
- Podmínky stornování rezervace
- Doba check-in/-out

16) Jakou máte s touto službou zkušenost?

- Pozitivní
- Negativní
- Neutrální

Pokud respondent zvolil „negativní“.

17) Proč máte s touto službou negativní zkušenost?

- Ubytování neodpovídalo fotografiím a popisu
- Chybějící vybavení
- Špatná komunikace s pronajímajícím
- Potíže při hledání lokality domu/pokoje (špatný nebo nedostatečný popis lokality)
- Nedostatečně uklizený pokoj
- Potíže při reklamaci
- Jednalo se o podvod
- Jiné...

Pokud respondent uvedl, že nevyužívá sdílené ubytování.

18) Proč jste nevyužili služeb sdíleného ubytování? (1 – rozhodně ano, 5 – rozhodně ne)

- Preferuji klasické hotelové služby
- Strach z neznáma
- Obavy o svoji bezpečnost
- Špatné hygienické podmínky
- Negativní recenze
- Nebyl důvod těchto služeb využít
- Nespĺňuje moje požadavky
- Zpravidla platba přes internet

19) Jaký je Váš čistý měsíční příjem?

- 0 - 5 000 Kč
- 001 - 10 000 Kč
- 10 001 - 15 000 Kč
- 15 001 - 20 000 Kč
- 20 001 - 25 000 Kč
- 25 001 - 30 000 Kč
- 30 001 - 35 000 Kč
- 35 001 - 40 000 Kč
- 40 001 - 45 000 Kč
- 45 001 - 50 000 Kč
- 50 001 - 55 000 Kč
- 55 001 - 60 000 Kč
- Nad 60 000 Kč

20) Pohlaví

- Muž
- Žena

21) Narozen/a

- 1965–1980

- 1981–1999
- 2000–2013

22) Nejvyšší dosažené vzdělání

- Základní vzdělání
- Střední odborné vzdělání s výučním listem
- Střední odborné vzdělání s maturitou
- Vyšší odborné vzdělání
- Vysokoškolské vzdělání

23) Kraj, ve kterém žijete

- Praha
- Středočeský
- Plzeňský
- Jihočeský
- Karlovarský
- Ústecký
- Liberecký
- Královéhradecký
- Pardubický
- Vysočina
- Zlínský
- Olomoucký
- Moravskoslezský
- Jihomoravský

Abstrakt

Kapounová, S. (2023). *Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na podnikatelské prostředí* [Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni].

Klíčová slova: sdílená ekonomika, sdílené ubytování, Airbnb, Couchsurfing, platformy

Práce se zabývá sdílenou ekonomikou a jejími subjekty. V první kapitole jsou vymezeny pojmy spadající pod tento ekonomický model. Následně je nastíněn jeho vývoj a jeho pozitivní a negativní dopady. Druhá kapitola popisuje jednotlivé oblasti a jejich nejznámější platformy. Poslední kapitola pomocí dotazníkového šetření analyzuje sektor ubytovacích služeb a zjišťuje faktory, které odrazují či motivují jednotlivce k jeho využití. Výsledky tohoto šetření jsou následně využity jako podklady pro návrh doporučení pro oblast sdíleného ubytování a jeho platformy.

Abstract

Kapounová, S. (2023). *Sharing economy – trends, specifics, impact on business environment* [Bachelor Thesis, University of West Bohemia].

Key words: sharing economy, shared accommodation, Airbnb, Couchsurfing, platforms

The thesis deals with the sharing economy and its subjects. The first chapter defines the concepts covered by this economic model. It then outlines its development and its positive and negative impacts. The second chapter describes the different areas and their most well-known platforms. The last chapter uses a questionnaire survey to analyse the accommodation services sector and identify the factors that discourage or motivate individuals to use it. The results of this survey are then used as a basis for proposing recommendations for the shared accommodation sector and its platforms.