

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

Sdílená ekonomika

Sharing economy

Veronika Sedláková

Plzeň 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Sdílená ekonomika“

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

Plzeň dne..

v. r. Veronika Sedláková

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní Ing. Vendule Tesařové, Ph.D., za cenné rady a důležité připomínky při vedení mé práce. Dále bych chtěla poděkovat své rodině a přátelům za to, že mě po celou dobu psaní práce podporovali.

Obsah

Obsah	5
Úvod	7
1 Teoretický rámec sdílené ekonomiky.....	9
1.1 Definice pojmu sdílená ekonomika a pojmů souvisejících.....	9
1.1.1 Spoluspotřebitelství	12
1.1.2 Přístupová ekonomika.....	12
1.1.3 Cirkulární ekonomika	13
1.1.4 Crowdfunding, P2P a crowdsourcing	13
1.2 Subjekty sdílené ekonomiky	14
1.3 Historie sdílené ekonomiky.....	15
1.3.1 Vývoj sdílené ekonomiky ve světě	16
1.3.2 Vývoj sdílené ekonomiky v České republice	17
1.4 Typy trhů dle aktérů	20
1.4.1 Peer-to-peer (P2P).....	21
1.4.2 Business-to-customer (B2C).....	21
1.4.3 Business-to-business (B2B).....	22
1.5 Modely sdílené ekonomiky	22
1.5.1 Dělení dle Rachel Botsman a Roo Rogerse	22
1.5.2 Dělení dle míry centralizace platform	23
1.6 Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky	24
1.6.1 Výhody (pozitiva) plynoucí z využívání sdílené ekonomiky	24
1.6.2 Nevýhody sdílené ekonomiky	26
1.7 Faktory vedoucí k růstu sdílené ekonomiky	29
1.8 Regulativní východiska sdílené ekonomiky.....	32

1.9	Kritika sdílené ekonomiky.....	34
2	Oblasti sdílené ekonomiky a subjekty působící ve sdílené ekonomice	37
2.1	Doprava	37
2.2	Ubytovací služby	40
2.3	Pracovní prostory.....	42
2.4	Finanční služby.....	43
2.5	Sdílení věcí	46
2.6	Sdílení pracovní síly	47
2.7	Vzdělávání	49
2.8	Média – hudba a videa.....	49
3	Dotazníkové šetření zaměřené na využití služeb sdílené ekonomiky a jeho vyhodnocení	51
3.1	Cíl a metodika výzkumu.....	51
3.2	Interpretace výsledků.....	52
3.3	Závěr a doporučení plynoucí z dotazníkového šetření	62
	Závěr.....	64
	Seznam použitých zdrojů.....	66
	Seznam použitých zkratk a značek	74
	Seznam tabulek a obrázků	75
	Seznam příloh	76

Úvod

Sdílená ekonomika je fenoménem dnešní doby, a to především díky možnosti efektivního využití zdrojů, které jsou nám k dispozici. Za jejím úspěchem stojí touha dnešních lidí ušetřit čas, peníze, potřeba navazovat nová přátelství či snaha jít ekologičtější cestou. Zasahuje do mnoha sektorů ekonomiky, nejvíce využívané jsou však její služby v ubytování, dopravě či financích. Existuje mnoho různých definic, ale zatím není žádná jasně ustanovená. V širším smyslu lze sdílenou ekonomiku chápat jako způsob upřednostnění, zjednodušení a umožnění lidem přístupu k věcem dlouhodobé spotřeby a výrobním faktorům za pomoci digitálních platforem, spíše než vlastnictví těchto věcí a výrobních faktorů. (Deloitte, 2017)

Dnešní podoba sdílené ekonomiky začala vznikat v roce 2008 v Americe, kde také rychle zaznamenala velký úspěch. Připomněla lidem to, co znají od nepaměti, a to sdílení. To, že není potřeba vlastnit auto, když ho použijí dvakrát do týdne nebo že není potřeba vlastnit motorovou pilu kvůli jednomu použití. Prostě, že již nadále není nutné podporovat konzumní styl života. V České republice, se služby sdílené ekonomiky také pomalu začínají rozšiřovat a dostávat se do povědomí lidí. Zejména v Praze se její tradiční služby těší velké oblibě, najdete zde např. Rekola (sdílení kol), Uber či Airbnb (v celé Praze kolem 15 000 možností ubytovat se).

Hlavním cílem této bakalářské práce je vytvořit dotazníkové šetření zaměřené na využití sdílené ekonomiky, zhodnotit závěry a doporučení z něj plynoucí, což je součástí praktické části. Dílčím cílem je představit sdílenou ekonomiku z teoretické stránky. Její historii a vývoj a také vysvětlit pojmy s ní související. Dále také vymezit oblasti sdílené ekonomiky a subjekty v nich působící. Téma jsem si zvolila, protože tato problematika je velmi aktuální a dle mého názoru bude mít tento sektor do budoucna hodně co nabídnout. A to především díky efektivnímu využití mobilních aplikací a internetu.

Práce je rozdělena do tří kapitol. První kapitola je zaměřena hlavně na teoretickou stránku tématu. Jsou zde představeny různé definice pojmu sdílená ekonomika, lze na ni totiž nahlížet z různých úhlů pohledu. Jsou zde vysvětleny i některé další pojmy alternativní či související se sdílenou ekonomikou. Uvedeny jsou výhody a také nevýhody plynoucí z využívání služeb sdílené ekonomiky. Dále se zaměřuje na různé modely sdílené ekonomiky. Představeny jsou také některé možné či existující právní regulace. Také se zaměřuje na hlavní faktory, které ovlivnily růst sdílené ekonomiky. V druhé kapitole jsou

popsána jednotlivá odvětví a společnosti v nich působící. Sdílení z ekonomického hlediska zasahuje do mnoha oblastí. Mezi hlavní sektory patří ubytovací služby, doprava, finanční služby nebo sdílení pracovních sil. Z těchto oblastí jsou v práci představeny subjekty jak zahraniční, tak domácí.

Cílem praktické části této práce, je zpracování dotazníkového šetření se zaměřením na to, jak a jestli lidé využívají služeb sdílené ekonomiky. Okrajově je zaměřen také na názor lidí na tento typ ekonomiky. Jde o soubor uzavřených a otevřených otázek. Vyhodnocení jednotlivých otázek, zjištění a závěry plynoucí z dotazníku jsou tématem třetí kapitoly.

Teoretická část práce je zpracována pomocí literární rešerše – knižních a internetových zdrojů. Jde hlavně o odbornou literaturu, především odborné knihy pojednávající o tomto tématu a internetové zdroje. V praktické části jsou využity zdroje a poznatky z části teoretické. V této části dochází k vyhodnocení, analýze a vyvození závěrů z dotazníkového šetření.

1 Teoretický rámec sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika je velkým fenoménem 21. století a z hlediska svého zaměření založeného na zjednodušení přístupu k věcem či službám denní potřeby bez nutnosti je vlastnit, není jasné, zda má více příznivců nebo odpůrců. (Tkadlec, 2017) Sdílená ekonomika má své základy položeny v technologiích, které umožňují efektivní propojování nabídky a poptávky po jejích službách. Technologické společnosti, které spojují účastníky z nabídkové i poptávkové strany trhu, nejčastěji nabízejí své služby v ubytovacích kapacitách (Airbnb, Booking.com), dopravě (Uber, Lyft) či ve finančních službách (Zonky, Bankerat). Zmíněné oblasti bývají většinou regulovány především vnitrostátním právem, s nímž mají některé společnosti sdílené ekonomiky v mnoha případech neshody a mají snahu ho nějak obcházet. (Králík & Petrášek, 2017) Zvýšenou pozornost na sebe sdílená ekonomika poslední dobou přitahuje pravděpodobně kvůli soukromému sdílení, což zahrnuje sdílení statků, které jsou v soukromém vlastnictví. (Veber a kol., 2016) Sdílení z ekonomického pohledu tedy zasahuje do mnoha odvětví lidské činnosti.

1.1 Definice pojmu sdílená ekonomika a pojmů souvisejících

Tento sektor ekonomiky se vyvíjí a mění tak rychle, že jen stěží ho lze jednoznačně definovat. Uvedeny budou některé možné definice sdílené ekonomiky. Výklad sdílené ekonomiky často naznačuje, že se jedná o radikální odklon od dřívějších fází kapitalistické ekonomiky. Protože se říká, že je v rozporu se zavedenými tvrzeními o výlučném soukromém vlastnictví a s důrazem spíše na kooperativní než konkurenční tržní chování. Je však důležité poznamenat, že existují také značné spojitosti. Ekonomika sdílení, je stejně jako předchozí myšlenky kapitalistických vztahů založena na představě nedostatku. (Widlok, 2017) Celá naše společnost je totiž založena na pocitu neustálého nedostatku. Sdílená ekonomika je odpovědí na otázku, jak vyřešit problém s nadměrnou spotřebou, a také pomoci s řešením ekologických dopadů naší společnosti.

Sdílení je jako každá sociální praxe zapojeno do širšího sociálně-ekonomického prostředí, tím pádem ho není možné importovat jako izolovaný kulturní rys, aniž by nedošlo ke zvážení širších důsledků. Při bližším pohledu na řadu případů, však můžeme začít chápat, které sociální a kulturní podmínky jsou pro realizaci a udržování postupů sdílení prospěšné, a které nikoli. (Widlok, 2017)

Dle Veber a kol. (2016) z makroekonomického pohledu sdílení jako takové jednoznačně přispívá ke zvýšení efektivity alokace společenských zdrojů (a snižuje tak mimo jiné třeba i ekologickou zátěž v důsledku lepšího využití, a tedy potřeba nižšího množství věcí při zachování dané úrovně spotřeby).

Rachel Botsman (2015) stanovila pět klíčových kritérií, která umožňují spolehlivé fungování sdílené ekonomiky:

- 1) nejdůležitější je ochota uvolnit nevyužitá, nedostatečně využitá aktiva nebo volné kapacity
- 2) mít jasnou misi zaměřenou na hodnoty a postavenou na smysluplných principech, včetně transparentnosti, lidskosti a autentičnosti
- 3) pro poskytovatele služeb by měli být jasně stanoveny podmínky ocenění jejich práce ze strany zprostředkovatelů
- 4) uživatelé by měli těžit více ze schopnosti získat zboží a služby efektivnějším způsobem, než je vlastnictví
- 5) podnikání by mělo být postaveno na distribuovaných tržištích nebo decentralizovaných sítích, které vytvářejí pocit sounáležitosti a vzájemného prospěchu

Dle Oxfordského slovníku (2015) je sdílená ekonomika definována jako ekonomický systém, kde se majetek nebo služby sdílejí soukromými subjekty, ať zdarma nebo za poplatek, obvykle prostřednictvím internetu. Jinak řečeno, když potřebuješ něco, co já vlastním a nevyužívám, tak ti to půjčím nebo pronajmu.

Jedná se o systém, kde lidé mohou získat přístup k věcem, které vlastní někdo jiný. Díky technologiím jako jsou chytré mobilní telefony to neplatí jen o sousedech nebo známých. Můžeme získat přístup k celé síti lidí, kteří nám mohou pomoci ve většině případů díky jednoduché aplikaci. Sdílená ekonomika pomáhá využít nenaplněné možnosti, jako jsou například prázdná místa v autech nebo prázdný byt na víkend. Koncept sdílené ekonomiky velmi změnil naše nákupní chování. (BlaBlaCar, 2016)

Sdílenou ekonomiku lze také definovat jako hodnotu, kterou získáme při opětovném použití nevyužitých aktiv, jejich zpřístupněním online komunitě, což vede ke snížení potřeby vlastnit tato aktiva. Tato definice má pět hlavních částí. První je hodnota, kterou přináší provozování služeb sdílené ekonomiky poskytovateli či zprostředkovateli, obvykle totiž generují zisk. Druhou částí je využití nedostatečně vytížených aktiv,

což znamená přeměnu prostožů aktiva na výnosy, ať už se jedná o kolo a něčí nevyužitý čas k tomu, aby na tom kole mohl doručit třeba balíček někomu dalšímu. Třetí částí je zpřístupnění těchto aktiv online, zpřístupnění online může znamenat prodej věcí pomocí eBay, pronájem pokoje či celé nemovitosti na Airbnb nebo využít bezplatnou výměnu skrz Swaptree. Čtvrtou částí definice sdílené ekonomiky je komunita, protože pouhé zpřístupnění nevyužitých aktiv nestačí, tato aktiva se musí pohybovat v rámci komunity. Komunita totiž znamená více než jen propojení nabídky a poptávky, lidé si v rámci komunit různých platformů vzájemně pomáhají, čímž se buduje důvěra. V okamžiku, kdy mají lidé přístup k aktivům a komunitě, tak to většinou vede ke snížení potřeby tato aktiva vlastnit. (Stephany, 2015)

Sdílení, respektive sdílená ekonomika, lze označit jako rychle se rozvíjející společenský jev, kterému věnují pozornost zejména sociální a ekonomické disciplíny. Stává se ale zřejmě i problémem hodným pozornosti práva a právní teorie. Je třeba konstatovat, že pro naše správní právo jde vlastně o problém dosud nedostatečně formulovaný. (Pichrt, Boháč & Morávek, 2017) Právní problémy tohoto ekonomického sektoru jsou stručně probrány v podkapitole 1.8.

Je důležité stanovit, co sdílenou ekonomikou je a co naopak není. Někdy se rozdíly mezi klasickou a sdílenou ekonomikou stírají. Někdy jsou od sebe velmi těžko rozlišitelné. Mnoho termínů se používá k popisu široké řady startupů a modelů, které nějakým způsobem využívají digitální technologie k přímému spojování poskytovatelů služeb a zboží se zákazníky, čímž obcházejí tradiční prostředníky. Pojmy sdílená ekonomika, vzájemná ekonomika, kolaborativní ekonomika, ekonomika na vyžádání nebo kolaborativní spotřeba se často používají zaměnitelně. I když znamenají velmi odlišné věci nebo i myšlenky, které přicházejí ruku v ruce s pojmy jako je crowdfunding, crowdsourcing nebo spoluvytváření. (Botsman, 2015)

1.1.1 Spoluspotřebitelství

Pojem spoluspotřebitelství, kolaborativní spotřeba neboli collaborative consumption, dle Botsman (2015) znamená znovuoobjevení tradičního tržního chování, jako je pronájem, půjčování, sdílení, směna či obdarování. Využívající technologie jako zprostředkovatele v rozsahu, v jakém by to před nástupem internetu nebylo vůbec možné. Tento typ sdílené ekonomiky nejvíce podporuje mezilidské interakce. Jde většinou o vzájemné sdílení v rámci komunity lidí se stejným zájmem, sousedy či kolegy z kanceláře. Společná spotřeba není postavena pouze na základech ekonomických, ale i na těch sociálních.

Tímto výkladem sdílené ekonomiky se ve své knize zabývají Rachel Botsman a Roo Rogers (2010), podle kterých je tou hlavní výhodou společné spotřeby možnost, že může být lokální a tváří v tvář, nebo je možné využívat internet k propojení, kombinování a vytváření skupin. Jednoduše řečeno, lidé opět sdílejí se svou komunitou a více mezi sebou komunikují.

Kolaborativní spotřeba lze také popsat jako sdílené užívání zboží nebo služby skupinou. Zatímco při normální spotřebě jednotlivec platí veškeré náklady na zboží a udržuje si výhradní právo na jeho používání, při společné spotřebě má více lidí přístup ke zboží a dělí se i o náklady s ním spojené. Běžným příkladem je spolujízda, kdy více lidí má přístup k dopravě autem a platí za ni, takže se náklady na provoz vozidla rozdělí mezi více lidí. Kolaborativní spotřeba je považována za součást sdílené ekonomiky, protože jejím významem je, že jednotlivci pronajímají svá nevyužitá aktiva dalším lidem. (Chen, 2020b) Dobrými příklady sdílené spotřeby jsou služby peer-to-peer (P2P) půjčování peněz či spolujízda a patří sem společnosti jako je Zopa, Zonky, Zipcar, Freecycle, Zavezu nebo eBay.

1.1.2 Přístupová ekonomika

Přístupová ekonomika neboli access economy je jedním z alternativních označení sdílené ekonomiky. Jedná se o obchodní model, který zákazníkům poskytuje přístup ke zboží a službám. Přístupová ekonomika se týká dočasného pronájmu aktiv, která je přínosem pro životní prostředí snížením zbytečné spotřeby. Společnosti jako Uber, Airbnb nebo Zipcar jsou v praxi dobrými příklady přístupové ekonomiky. (Veber a kol., 2016)

1.1.3 Cirkulární ekonomika

Dalším možným označením sdílené ekonomiky je cirkulární ekonomika. Mnoho odborníků se při hledání řešení do budoucna zaměřilo na tento koncept. Na rozdíl od klasické lineární ekonomiky, kde se odpad již dále nevyužívá a je využíváno stále nových zdrojů, u cirkulární ekonomiky se naopak snaží uzavírat tok materiálů ve funkčních a nekonečných cyklech. Z toho plyne, že pokud by se potenciál cirkulární ekonomiky využil naplno a všude kde je to možné, tak by se velmi snížily dopady na životní prostředí a rozhodně je dobrou cestou z hlediska udržitelnosti. (Institut cirkulární ekonomiky, 2015)

1.1.4 Crowdfunding, P2P a crowdsourcing

Crowdfunding je dnes velmi oblíbeným způsobem alternativního nebankovního financování. Nejčastěji ho využívají individuální žadatelé (často se jedná o umělce), začínající startupy nebo rozvíjející se firmy se zajímavým podnikatelským záměrem. Společným znakem pro ně je to, že nedosáhnou na úvěry u obchodních bank či jiných typů i nebankovního financování. Samotný pojem crowdfunding lze volně přeložit jako skupinové (doslova davové) financování. Existují tři typy, a to založený na daru, na základě odměn a kapitálový crowdfunding. Nejznámější crowdfundingové platformy jsou Kickstarter, Indiegogo, Hithit nebo Startovač. (Jiříček, 2019)

Jednou z forem crowdfundingu je **P2P** úvěrování, přímé úvěrování či sociální půjčky. Ve stručnosti se jedná o nový způsob půjčování peněz, ale namísto banky nebo jiné finanční instituce je digitální platforma. Tato platforma zprostředkovává tok peněz mezi aktéry půjčky. (Kagan, 2020) Jedná se tedy o přímé úvěrové vztahy vynechávající finanční instituce. Půjčky typu P2P jsou známe také pod označeními „sociální půjčky“ či „davové půjčky“. Jedním ze tří aktérů P2P lendingu je věřitel, jako individuální investor, který tímto způsobem chce dosáhnout lepší návratnosti svých úspor, než by tomu bylo na běžném bankovním spořicímu účtu. Druhou postavou je příjemce půjčky, tj. dlužník, tedy osoba, která potřebuje peníze. Peníze získává pomocí zprostředkovatele, a tím je P2P platforma. Samozřejmě musí předložit potřebné dokumenty, týkající se jeho schopnosti splácet svůj závazek. A posledním subjektem je již zmíněný zprostředkovatel čili ve většině případů online P2P platforma. Tato platforma má za úkol propojit věřitele a žadatele o půjčku. Dále má na starost tok peněz mezi poskytovatelem a žadatelem. Tento subjekt je vždy v postavení podnikatele. (Klamo, 2017)

Dalším pojmem je **crowdsourcing**, což je proces získávání informací, dovedností nebo hotových produktů od firem nebo skupin lidí. Jedná se tedy o získávání nových nápadů, pohledů nebo dokonce nových produktů. Mezi přínosy crowdsourcingu patří, např. zkrácení doby potřebné pro vývoj nového produktu nebo finančně výhodnějších řešení. (McGowan, 2018)

1.2 Subjekty sdílené ekonomiky

V sektoru sdílené ekonomiky figurují tři hlavní subjekty. A to poskytovatel, uživatel a zprostředkovatel. **Poskytovatelem** je většinou osoba, která vlastní určitou věc či má možnost poskytnout nějakou službu. V prostředí sdílené ekonomiky to bývají, např. lidé vlastníci nevyužitou nemovitost nebo nedostatečně využitý automobil. Poskytovatelem může být buď osoba soukromá, která nabízí příležitostně své služby nebo osoba jednající v rámci výkonu svého povolání (tj. profesionální poskytovatel služeb). (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

Druhým aktérem je **uživatel**, který poptává věci, zboží či služby, nabízené poskytovatelem. Mezi uživatelem a poskytovatelem dochází k uzavírání smluv v závislosti na charakteru činnosti, nejčastěji jde o smlouvy nájemní (např. dočasné užívání automobilu nebo krátkodobý pronájem bytu či pokoje za úplaty), ale mohou to být i smlouvy přepravní či úvěrové. Uživatel si díky funkcím digitálních platform sdílené ekonomiky může sám vybrat poskytovatele na základě zkušeností a hodnocení ostatních uživatelů dané platformy. Smlouva vzniká i mezi zprostředkovatelem a uživatelem, jejím předmětem je stanovení podmínek užívání vybrané platformy. (Pichrt, Boháč & Morávek, 2017)

A posledním je **zprostředkovatel**, který vytváří smluvní podmínky pro uzavření obchodního kontraktu mezi poskytovatelem a uživatelem. K propojení nabídky a poptávky ve sdílené ekonomice dochází především prostřednictvím internetu či mobilních aplikací. Zprostředkovatelem ve sdílené ekonomice je digitální platforma, jako např. Uber, Airbnb či Lyft. Zprostředkovatelé, tedy digitální platformy musí splňovat určitá kritéria jako to, že se musí neustále snažit mít dostatečně velkou nabídku (např. aut, bytů, pokojů či volné pracovní síly). Dále je nutné zabezpečit snadnou a rychlou komunikaci a uzavření kontraktu mezi poskytovatelem a uživatelem. Také je zapotřebí zamezit případnému nekalému chování, např. zabezpečit příslušné platby. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

1.3 Historie sdílené ekonomiky

Sdílení ze sociálního pohledu je základní a nezávislou součástí lidské obživy. Je zde s námi od nepaměti, ale až v posledních přibližně třech dekadách lidé přišli na to, že by na něm mohli začít vydělávat. Sdílení má i nadále důležité vliv na to, čím jsme a čím se můžeme stát. Charakteristiky sdílení v tomto smyslu lze nalézt ve všech společnostech v minulosti lidstva. Dříve však bylo sdílení chápáno spíše jako bezúplatná forma vzájemné výměny např. darů, jídla či služeb. (Widlak, 2017) Nejde tedy o zcela nový fenomén. V minulosti šlo, např. o barterový obchod, který je založen na směně zboží a služeb. Nikdy však nebylo možné sdílení a výměnu realizovat takovým způsobem a na takové úrovni jako dnes. (Valentová, 2018)

Společnosti působící ve sdílené ekonomice a služby, které lidem poskytují, nabízí nové příležitosti k nákupu, užití a opětovného použití věcí každodenní potřeby. Vývoj z pouhého sdílení ve sdílenou ekonomiku nejvíce urychlil nástup a rozvoj moderních informačních a komunikačních technologií, a zejména pak rozšíření internetu ve spojení s digitálními platformami. (Valentová, 2018) Digitální platforma (jinak také online platforma) představuje prostor v online světě, v jehož rámci se střetává nabídka a poptávka vzájemně si cizích lidí. Přestože byl v minulosti termín sdílená ekonomika využíván spíše k definování peer-to-peer sdílených služeb, dnes ho využíváme k odkazování na široké online trhy. Tyto nové trhy umožňují svým uživatelům ocenit a nabídnout téměř cokoli, ať už zboží či službu. To umožňuje a usnadňuje účast při sdílení i mimo prostor nejbližší rodiny, okruhu přátel či sousedů. Tento rychlý a nepředvídatelný rozvoj technologií přispěl k zintenzivnění mezilidských kontaktů, což napomohlo dnešnímu boomu sdílené ekonomiky. Bez přítomnosti nových technologií a neustálého vývoje by trh sdílené ekonomiky nemohl nikdy vzniknout ani fungovat. Možnost využít moderních technologií, a především masový nástup sociálních sítí přispěl k vzestupu tohoto druhu podnikání. (Keycafe, 2019) Dalším důvodem rozvoje sdílené ekonomiky je možné také brát určitou změnu životního stylu a preferencí lidí, převážně mladší generace. Ekonomika sdílení či spoluspotřeba změnila způsob, jakým lidé přemýšlejí o službách, věcech nebo majetku a vytvořila nový ekonomický model, který svou nabídkou služeb usnadňuje lidem sdílení a zaměřuje se na omezení mnohdy zbytečného vlastnictví. Za změnou od potřeby věci vlastnit, k trendu sdílení věcí a služeb u mnohých lidí stojí i špatná ekonomická situace. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

1.3.1 Vývoj sdílené ekonomiky ve světě

Vnik pojmu sdílená ekonomika je datován ke konci minulého století. Ale vztahy podobné dnešnímu carsharingu či ridesharingu vznikali již za druhé světové války ve Spojených státech amerických (USA), kdy lidé společně sdíleli vozidla z důvodů nedostatku pohonných hmot. V té době nikoho nenapadlo, že by na tom mohl začít vydělávat. Lidé si pouze pomáhali, tehdy se jednalo ryzí sdílení. (Koubíková, 2020)

Moderní počátky online sdílené ekonomiky sahají do roku 1995, kdy byl v USA spuštěn eBay. Ten byl jedním z prvních aktivátorů sdílené ekonomiky, protože poskytoval jakési globální online tržiště, kde kdokoli mohl koupit či prodat téměř cokoli. eBay poskytl lidem novou nákupní příležitost fungující nepřetržitě 24 hodin 7 dní v týdnu, která měla obrovský výběr nabídek, jak od maloobchodníků, tak od normálních lidí, kteří se snažili prodávat věci za konkurenceschopné ceny. I přestože u eBay nemusí být zřejmá spojitost s modernějšími společnostmi sdílené ekonomiky, tak byl prvním, kdo propojil kupujícího s prodávajícím a vynechal přitom maloobchodníka uprostřed řetězce. Dalším z předchůdců dnešního modelu sdílené ekonomiky, fungujícího na principu P2P neboli klient-klient je craigslist. Ten byl založen taktéž v roce 1995. Jde o online platformu, která zajišťuje inzertní služby a fóra mnoha odvětví, např. pronájmy, zboží, pracovních míst atp. Také všem dobře známou internetovou encyklopedii Wikipedii, i když nefunguje přímo na principu P2P, je možné zařadit k předchůdcům sdílené ekonomiky. Slouží totiž především k dobrovolnému sdílení a editování informací. (Veber a kol., 2016) (Valentová, 2018)

V prvních dvou dekádách 21. století došlo ke zrodu nového přelomového typu technologických společností, kterými byly startupy. Jedná se o společnosti, které byly tak výjimečné, že během pár let získaly od investorů miliardy dolarů a rozšířily se do celého světa. Většina těch, co takto uspěla přinesla svým zakladatelům a počátečním investorům obrovské bohatství. (Stone, 2019) Významným krokem k rozvoji sdílené ekonomiky bylo založení platformy Youtube v roce 2005. O jeho významnosti a úspěchu svědčí i jeho odkoupení společností Google o rok později. Od roku 2006 je tedy Youtube dceřinou společností Googlu. (Novinky.cz, 2017) Po velkém úspěchu Youtube vznikly další známé platformy, jako např. Spotify, Apple Music pro sdílení hudby nebo Netflix či HBO Go pro sdílení filmů a videí. Online streaming prakticky ukončil období fyzických nosičů (VHS kazet, DVD a CD). Netflix se rozšířil až po nástupu smartphonů a lepšího

internetového připojení, vznikl totiž už v roce 1997, ale bod zlomu zažil až v roce 2010, kdy se rozšířil do celého světa. Bez technologického pokroku by „vyprchal“, podobně jako předchůdce sdíleného ubytování Couchsurfing (založen v roce 2004), ten a mnoho dalších se nastalo tak úspěšným právě kvůli nepřítomnosti chytrých mobilních zařízení. (Koubíková, 2020)

K největšímu rozmachu služeb sdílené ekonomiky došlo po světové ekonomické krizi v roce 2008. Kdy v USA „praskla tzv. hypoteční bublina“ a i velké banky měly finanční problémy, např. padla jedna z největších a nejstarších investičních bank v USA Lehman Brothers. Právě v tomto „krizovém roce“ vznikl Uber a Airbnb, jedny z nejslibnějších startupů té doby, a které dodnes neustále získávají na své hodnotě. Uber i Airbnb překonali počáteční problémy související s nespokojeností vedení měst kde začali působit. U Uberu byly největším problémem klasické taxislužby, které byly nespokojené s novou konkurencí, a tak byly pořádány demonstrace taxikářů téměř ve všech městech, kde Uber působil. I přes různá nařízení a vyhlášky se Uber dokázal stát světovou firmou, která operuje skoro ve všech velkých městech světa. Ani u Airbnb tomu nebylo jinak. Ze začátku to nikomu nevadilo, lidé si díky možnosti pronajmout pokoj, který nevyužívali, mohli přijít na pěknou sumu peněz navíc a nic z nich neodvádět na daních. A to byl a svým způsobem stále je ten největší problém Airbnb po celém světě. (Stone, 2019) I přes to si, ale ubytování přes Airbnb našlo mnoho pravidelných uživatelů, kteří na něj nedají dopustit.

Další společnosti sdílené ekonomiky na sebe nenechaly dlouho čekat, a to především díky velkému úspěchu výše zmíněných. Velkým boomem, kdy vzniklo nejvíce nových společností byly roky 2011 a 2012. V Číně například vznikla v roce 2012 společnost nabízející objednání přepravy osobním automobilem Didi Chuxing, se kterou nějaký čas soupeřil o čínský trh i Uber. Dalšími jsou např. Lyft, Zipcar či ve sdílení pracovních sil Task Rabbit nebo Freelancer. Evropské společnosti jako Blablacar či Booking.com, byly odpovědí na světový fenomén jménem sdílená ekonomika a rozjely ho na evropském trhu. (Stone, 2019)

1.3.2 Vývoj sdílené ekonomiky v České republice

Sdílená ekonomika má v České republice růstový potenciál, protože většina jejích aplikací zde existuje jen pár let, a tak lze očekávat že růst jejich popularity se bude v příštích letech zvyšovat. První služby na bázi sdílené ekonomiky se začaly v Česku

objevovat v roce 2008. Problémem pro české společnosti může být dominance velkých především zahraničních hráčů, protože v každé oblasti se může udržet jen několik málo klíčových platforem. I tak se, ale v současnosti stále vyvíjí nové a nové webové a mobilní aplikace. V dalších letech proto budou mít šanci na úspěch jen ti, s co nejpřívětivějším uživatelským rozhraním a efektivním řešením uživatelských problémů. Za první krok směrem ke sdílené ekonomice se dá považovat zavedení Youtube v českém rozhraní v roce 2008. Své místo si našly i další společnosti působící v odvětví médií, a to služby jako např. Spotify nebo Netflix. Díky nim také výrazně poklesl zájem o fyzické nosiče. Češi tak zjistili, že nepotřebují rádia či DVD přehrávače, ale že si s pomocí internetového připojení a stále se zdokonalujícím chytrým mobilním telefonům mohou poslechnout oblíbenou hudbu nebo si pustit film téměř kdykoli a kdekoli. V roce 2016 tvořil podíl streamingu v České republice na tržbách hudebního průmyslu 32 %. (Česko v datech, 2018)

V roce 2013 vznikla společnost Rekola, která nabízí službu zvanou bikesharing neboli sdílení kol, který zasahuje do oblasti dopravy. V Praze v roce 2019 vznikla služba BeRider poskytující sdílené skútry. Dále jsou u nás turisty i domácími velmi oblíbené sdílené koloběžky. S těmi byl velký problém především v Praze, kde je turisté nechávali volně pohozené na ulicích. Tento problém vyřešili např. v Plzni, kde spustili vůbec první samoobslužný systém sdílení koloběžek na světě. Tento systém je navržen právě tak, aby nedocházelo k svévolnému odkládání koloběžek na ulici. A to tak, že po městě jsou rozmístěny parkovací stojany. (Pecuch, 2020) Dalšími z oblastí dopravy sdílené ekonomiky u nás jsou alternativní taxislužby. Ze zahraničních jsou to Uber (vstup do ČR v roce 2014), Bolt (dříve Taxify) a z českých platforem je to např. Liftago (vznik v roce 2013). Pro příklad v Praze, kde je Uber v České republice nejvyužívanější zaujímal v roce 2017 12% tržní podíl a byl tak třetí nejvytíženější službou v metropoli. Ale kupříkladu v Brně je Uber úplně zakázaný. (Česko v datech, 2018)

Vedle alternativních taxislužeb se v Česku také rozšiřuje využívání carsharingu a carpoolingu. Carsharing (sdílení automobilů) v Česku nabízí hlavně tři velcí poskytovatelé této služby, a to Autonapůl, Ajo a Car4way. V roce 2018 bylo v České republice 1126 sdílených aut. Další službou s rostoucím potenciálem je carpooling neboli sdílení jízd. Poskytovatelem této služby je u nás od roku 2016 francouzská společnost BlaBlaCar, která během svého prvního roku působení u nás nabídla 1,7 milionu volných

míst a zprostředkovala zhruba 1000 jízd denně. Nejčastěji tuto službu lidé využívají na trase mezi Prahou a Brnem. (Česko v datech, 2018)

Dalším odvětvím sdílené ekonomiky jsou finanční služby, např. P2P půjčky. Nejvýznamnějším a největším portálem, který poskytuje P2P půjčky je Bankerat.cz. Tato společnost má 61 157 registrovaných uživatelů a na trhu působí již od roku 2010. Dalším zástupcem tohoto odvětví je platforma Zonky, také poskytující P2P půjčky, která byla založena v roce 2014. Tato platforma má v Česku velký podíl v tomto segmentu. Pro příklad jen od ledna do srpna roku 2016 společnost zprostředkovala nové úvěry za 0,8 miliardy korun. (Deloitte, 2017) Lidé v České republice si tedy svou cestu k aplikacím a platformám sdílené ekonomiky postupně hledají.

Digitální platformy, domácí i zahraniční, jsou vypsány v tabulce níže. Dle roků jejich založení je poznat, že sdílená ekonomika se stále vyvíjí. Více bude probráno v kapitole 2.

Tab. 1: Přehled důležitých platforem sdílené ekonomiky v ČR i ve světě s roky jejich založení

Odvětví	Mezinárodní (rok založení)	České (rok založení)
Ubytování	Booking.com (1996) Couchsurfing (2003) Airbnb (2008)	Mojechaty (2008) Flatio (2015)
Doprava	Zipcar (2000) Blablacar (2006) Share Now (2008) UBER (2009) Lyft (2012) Bolt (2013)	Rekola (2013) Car4way (2013) Liftago (2013) Zavezu (2016) Uniqway (2018) HoopyGo (2018) BeRider (2019)
Finance	LendingClub (2006) Indiegogo (2007) Kickstarter (2009) GoFundMe (2010)	Bankerat (2010) Startovač (2012) Hithit (2012) Fundlift (2015) Zonky (2014) První klubová pojišťovna (2015)
Vzdělávání	Khan Academy (2008) Coursera (2012) edX (2012)	Seduo (2015) Nostis (2015)
Komerční prostory	PivotDesk (2012) DeskNear Me (2012)	
Služby a nájem práce	TaskRabbit (2008) Freelancer (2009) Handy (2012) UpWork (2015)	Hlidačky.cz (2013) Doggini (2014) Robeeto (2017)
Pracovní nářadí a jiné statky dlouhodobé spotřeby	Peerby (2012)	Půjčím.to (2015) Sharygo (2017)
Média a cloudové služby	Netflix (1997/ (2010)) Youtube (2005) Spotify (2006) Amazon Music (2007) Dropbox (2008) iCloud (2011) Disney + (2019)	Ulož.to (2007)

Zdroj: vlastní zpracování dle Deloitte (2017), 2021

1.4 Typy trhů dle aktérů

Trh sdílené ekonomiky lze rozdělit podle toho kdo se směny účastní na tři typy. Sdílení může probíhat mezi jednotlivci, čímž se vyznačuje trh peer-to-peer. Další možností je, že směna probíhá mezi společností a zákazníkem, jinak také známé pod business-to-customer. A třetím typem je vztah mezi dvěma společnostmi, známé jako business-to-business. Nejpopulárnější je v dnešní době sdílení mezi jednotlivci. (Lecjaksová, 2018)

1.4.1 Peer-to-peer (P2P)

Na trhu typu P2P neboli peer-to-peer, person-to-person nebo také people-to-people, probíhá interakce mezi dvěma jednotlivci. Lidé navštěvující e-tržiště nejsou podnikatelé, ale většinou jde o lidi, kteří mají stejné či podobné zájmy, finanční situaci, jsou si věkově blízcí a navštěvují webovou platformu za účelem sdílení s ostatními. Mohou spolu sdílet např. dovednosti, auta nebo místo k přespaní. (Pryhodko, 2017) Tito jednotlivci mezi sebou obchodují nebo spolupracují navzájem, přičemž zprostředkování třetími stranami je minimální nebo vůbec žádné. Při transakcích typu peer-to-peer tedy kupující a prodávající obchodují přímo mezi sebou, což se týká dodání zboží či služby a výměnu plateb. V ekonomice typu peer-to-peer je výrobce většinou soukromá osoba nebo nezávislý dodavatel, který vlastní jak zákaznickovy nástroje či prostředky potřebné k výrobě, tak jejich hotový výrobek či službu. Rozvoji peer-to-peer ekonomických aktivit pomohl i nástup moderních technologií, které daly lidem schopnost se do ní zapojit. Mezi faktory ovlivňující, zda jsou P2P čili zprostředkovaná ekonomická aktiva efektivnější, patří úspory z rozsahu, transakční náklady či riziko nebo nejistota. (Investopedia, 2020)

1.4.2 Business-to-customer (B2C)

Pojem business-to-customer je označení pro systém prodeje produktů a služeb přímo mezi podniky a spotřebiteli, kteří jsou koncovými uživateli obchodovaných produktů nebo služeb. Transakce probíhají bez využití prostředníka (maloobchodu) a společnosti se svými zákazníky komunikují. Uživatelé také nezůstávají u pohostinných majitelů jako je tomu např. u couchsurfingu, ale ubytovávají se v hostelech a hotelech od Airbnb nebo Booking.com. Výhodou takové platformy je existence jednotného kontaktního místa, tedy webu nabízejícího širokou škálu komerčních nabídek a kde najdete vše potřebné. (Pryhodko, 2017) Obchodní typ B2C se stal velmi populárním na konci 90. let, kdy se používal především k označení online maloobchodníků, kteří prodávali své výrobky či služby online. (Kenton, 2021) Tento typ má obvykle velké množství zákazníků, ale naopak z něj plyne malý zisk. Na B2C trhu může dojít k pěti možným obchodním modelům, které mohou společnosti v digitálním světě využít. Jde např. o přímý prodej jejich výrobků spotřebitelům což využívají, jak menší online platformy, tak i společnosti jako Microsoft nebo Apple. Další možností jsou online zprostředkovatelé, kteří nevlastní produkty nabízené na jejich stránkách. Příkladem takovýchto zprostředkovatelů jsou

např. eBay či Etsy. Dále jsou to společnosti založené na reklamě, komunitně založené B2C společnosti a společnosti založené na poplatcích za jejich služby. (Tamplin, 2021a)

1.4.3 Business-to-business (B2B)

Business-to-business nebo také B2B je forma transakce mezi dvěma společnostmi nebo institucemi, jako jsou obchody mezi např. výrobcem a velkoobchodníkem nebo velkoobchodníkem a maloobchodníkem. (Chen, 2020a) Jinak řečeno společnosti prodávají či poskytují něco jiným společnostem za výhodných podmínek. Společnosti v tomto segmentu si vzájemně pomáhají. Za úplatu si např. poskytují volné pracovní prostory či pracovní sílu. U obchodního modelu B2B je většinou generován vyšší příjem na jednoho zákazníka, než je tomu u B2C. (Tamplin, 2021b) Díky tomu mohou efektivně využívat všechna svá aktiva. Příkladem platformy působící na trhu B2B je např. sesterská společnost Booking.com, a to BookingB2B. Tato online platforma je určena hlavně pro pracovníky v cestovním ruchu. Využívat tuto platformu mohou jen podnikatelé. (Pryhodko, 2017)

1.5 Modely sdílené ekonomiky

Je více možností, jak dělit sdílenou ekonomiku. Uvedeno bude dělení podle Rachel Botsman a Roo Rogerse, kteří ve své knize používají označení sdílená spotřeba. Do níž se řadí barterová směna, sociální půjčky, výměna oblečení, sdílení půdy, sdílení pracovních prostor, sdílení hraček, sdílení kol, aut či jízdy. Všechny tyto akty sdílení či směny mají růstový potenciál. A i když jsou tyto příklady velmi různorodé, tak je lze rozdělit do tří systémů – product service systems, redistribution markets a collaborative lifestyles. (Botsman & Rogers, 2010) A jako druhé je zvoleno dělení dle míry centralizace platformem. (Flexioffice.cz, 2017)

1.5.1 Dělení dle Rachel Botsman a Roo Rogerse

Prvním jsou **Product Service Systems (PSS)**, které jsou založeny na tom, že stále více lidí bez ohledu na věk a prostředí ztrácí potřebu něco vlastnit. Stačí jim pouze platit za výhody produktu a za to co pro ně daný produkt dělá, aniž by měli potřebu produkt vlastnit. Základem PSS je možnost několikanásobného vlastnictví produktů společnostmi (sdílení automobilů či solární energie) nebo produkty vlastněné soukromníky se začlenění do sdílení na způsob peer-to-peer. Systémy PSS mohou také prodloužit životnost

produktů, např. díky existenci různých opravářských služeb. Výhodou tohoto systému je jeho šetrnost k životnímu prostředí, protože omezuje jednotlivě vlastněný produkt, který zřídka kdy bývá na plno využit a nahrazuje ho sdílenou službou. Díky tomu dochází k maximalizaci užitečnosti produktů. (Botsman & Rogers, 2010)

Druhým systémem jsou **Redistribution markets** neboli trhy přerozdělování. Tento systém umožňuje přerozdělit použité zboží a věci mezi ty, kteří je poptávají. V některých případech je tento systém založen pouze na bezplatných burzách, jindy se zboží prodává za body nebo za hotovost. Spadají sem i platformy nabízející bezplatnou směnu podobných věcí či v podobné hodnotě. Bez ohledu na specifika, přerozdělování podporuje opětovné použití a další prodej starých či nepoužívaných věcí, nikoli jejich pouhé vyhození. A tím významně snižuje plýtvání a šetří zdroje spojené s výrobou nových věcí. Redistribuce je považována za udržitelnou formu obchodu. (Botsman & Rogers, 2010)

A třetím je systém zvaný **Collaborative lifestyles** čili „sdílení jako životní styl“. Společným či sdíleným životním stylem nazýváme, lidi s podobnými zájmy, kteří spolu spolupracují a vzájemně mezi sebou sdílejí a vyměňují spíše nehmotná aktiva (čas, prostor nebo dovednosti či peníze). Tento životní styl se rozšířil po celém světě, protože internet lidem umožňuje koordinovat, rozšiřovat a překračovat fyzické hranice v činnostech, jako jsou sociální peer-to-peer půjčky (Zopa, Lending Club) a cestování (Airbnb, Couchsurfing). U služeb tohoto typu je velmi důležitá důvěra, protože výměna je často zaměřena na interakci dvou lidí, nikoliv na samotný produkt či službu. Ve výsledku vzniká mnoho sociálních kontaktů, které mohou vést ke vzniku nových přátelství a vztahů. (Botsman & Rogers, 2010)

Napříč všemi třemi výše zmíněnými systémy se motivace k jejich využití pohybuje od úspory peněz po jejich vydělání, od pohodlí po setkání s přáteli, od úspory místa po úsporu času či pocitu sounáležitosti s nějakou komunitou lidí. Často nezamýšleným důsledkem sdílení či společné spotřeby je udržitelnost. (Botsman & Rogers, 2010)

1.5.2 Dělení dle míry centralizace platformem

První formou je **decentralizovaná** platforma čili podmínky zde stanovuje majitel sdíleného objektu či vozu a sdílení probíhá prostřednictvím platformy. Nabídka jde přímo k uživateli. Výhodou jsou nízké poplatky za transakce a také nízké kapitálové náklady. Patří sem například společnosti jako Airbnb či BlaBlaCar. (Flexiooffice.cz, 2017)

Další je **centralizovaná** platforma, kde společnost má vlastní platformu a určuje ceny a podmínky sdílených vztahů. Má plnou kontrolu nad kvalitou a standardizací služeb. Tato forma je doprovázena vyšší transakční hodnotou a vysokými náklady. Řadí se sem např. největší česká carsharingová společnost Car4Way. (Flexioffice.cz, 2017)

Kombinací decentralizované a centralizované je tzv. **hybridní** platforma. Kde soukromí majitelé, např. aut nabízí své služby za cenu, kterou stanovuje platforma. Prvky decentralizované platformy jsou vlastnictví či riziko a centralizované je zachování určité úrovně služeb. Výhodou jsou nízké náklady, tyto platformy nemusely kupovat, např. vlastní flotily vozů, platí pouze řidičům za vykonané jízdy. Nejpřesnějším příkladem této platformy je společnost Uber. (Flexioffice.cz, 2017)

1.6 Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika přináší mnoho výhod, jak pro uživatele, tak pro majitele platform nabízejících sdílené služby. Celkově totiž zvyšuje konkurenci na nabídkové straně trhu. Působením a zapojením velkého množství lidí do svých platform dochází k tlaku na snížení cen služeb či dalších cen komodit dolů. Zároveň se snaží nabízet lepší a kvalitnější služby než je tomu v sektoru tradiční ekonomiky tím, že dohlíží na vysokou kvalitu a standard svých služeb. Samozřejmě ruku v ruce s úspěchem a výhodami jdou i nevýhody a problémy, které budou níže také uvedeny. (Flexioffice.cz, 2018)

1.6.1 Výhody (pozitiva) plynoucí z využívání sdílené ekonomiky

S využitím sdílené ekonomiky můžeme alespoň částečně zmírnit negativní dopady na životní prostředí, které svým konzumním způsobem života ničíme. Sdílená ekonomika a její služby a platformy se snaží o snížení plýtvání obnovitelnými i neobnovitelnými zdroji. Pokud totiž lidé budou sdílet nevyužité statky, tak tím můžeme předejít nesmyslné nadvýrobě, a tím snížit spotřebu a přiblížit se tak blíže konceptu trvalé udržitelnosti. (Marek, 2016) Model sdílené ekonomiky je založen na tom, že je možné uspokojit potřeby více lidí, aniž by bylo nutné vyrábět další statky. Díky ní je totiž možné efektivněji využívat práce, existujících produktů a kapitálu. (Veber a kol., 2016) V dnešní době je totiž pravdou, že lidé vlastní obrovské množství zbytečných věcí, jako například motorovou pilu, kterou využijí jednou za rok nebo třeba sjezdové lyže, které mnoho lidí použije dvakrát ročně. A i tak si lidé stále kupují další a další zbytečnosti.

Další výhodou sdílené ekonomiky je také snížení či úplné eliminování transakčních nákladů. Což jsou takové náklady, které s sebou nese každá směna a jakákoli aktivita v tržním prostředí. (Koubíková, 2020) Tyto náklady lze rozdělit do tří kategorií, a to vyhledávací a informační náklady, vyjednávací náklady a realizační náklady. Mezi transakční náklady patří např. časové náklady spojené s komunikací a dojednáváním kontraktu. (Veber a kol., 2016) Transakční náklady vznikají např. i v případě, kdy máte doma nějakou již nevyužívanou věc a nevíte co s ní. V minulosti, když jste onu věc chtěli někomu darovat nebo prodat, tak jste tomu museli věnovat nějaký čas a úsilí, např. vyvěsit inzeráty či obvolat známé. Nic takového dnes již dělat nemusíte, a to právě díky službám sdílené ekonomiky. Když využijete internetové platformy či aplikace, tak se snadno a rychle bez zbytečného zdržování zbavíte oněch zbytečností. Zároveň jim tím dáte „druhý život“ a někdo další je bude moci znovu využít. (Marek, 2016)

Růst zaměstnanosti je dalším pozitivním vlivem sdílené ekonomiky. Došlo ke vzniku nového sektoru služeb, kde novými zaměstnavateli mohou být zprostředkovatelé či operátoři platform pro sdílení výrobků a služeb. (Veber a kol., 2016)

Lidé si také mohou pomocí platform sdílené ekonomiky velmi dobře přivydělat. Pokud např. cestujete, ať už pracovním či kvůli poznávání nových zemí a váš byt je hodně času prázdný, tak si můžete jeho krátkodobými pronájmy přivydělat peníze navíc. Toto se dá samozřejmě i s jinými věcmi, které my momentálně nepotřebujeme, ale někdo jiný je zrovna potřebuje. Dalším typickým příkladem, jak si pomocí sdílené ekonomiky přivydělat, je nabídnout ostatním své schopnosti a dovednosti. Díky aplikacím nabízejícím služby sdílené ekonomiky klidně můžete využít své řídicí dovednosti a stát se taxikářem nebo se přes aplikaci nechat najmout na pomoc s úklidem, možností je mnoho. (Marek, 2016) Dalším plusem sdílené ekonomiky je to, že ať stojíte na kterékoli straně vztahu „sdílení“, tak jste vedeni k určité ekonomické samostatnosti. Tyto nové formy přivýdělku bývají na rozdíl od tradičního vydělávání pro poskytovatele časově méně náročné, někdy při samotném sdílení ani nemusí být osobně přítomni. Například pokud pronajímají nepotřebné parkovací místo. (Scholzová, 2020)

Bonusem využívání služeb sdílené ekonomiky je možnost posilování mezilidských vztahů. Což je dnes velmi důležitým aspektem této ekonomiky, protože ve velkých městech se život stává anonymním, a i sousedé z jednoho domu jsou si navzájem úplně cizí. Proto se platformy jako Uber či Airbnb staly tak populárními, nabízejí totiž méně formální, uvolněnější a kamarádštější atmosféru. (Aldorf, 2017) Uživatelé mezi sebou

komunikují skrze platformy a mohou navázat nové kontakty a vytvořit kolem sebe komunitu lidí. Oproti zaběhnutým obchodním modelům se zde komunikace pohybuje v osobní rovině a velmi závisí na vzájemné důvěře. Tomuto pomáhá možnost v aplikaci či na webu ohodnotit poskytovatele a pomoci tak budoucím uživatelům správně vybrat. Například u Airbnb se vzájemně hodnotí a udělují si body, hostitel i host. Pokud jsou všichni zúčastnění poctiví při hodnocení, tak může oblíbenost platformy a důvěra k ní jen růst. (Scholzová, 2020)

Sdílená ekonomika také působí na zvyšování technické a informační gramotnosti, která napomáhá k růstu počtu nabízejících a poptávajících. Dochází k propojení lidí, kteří mají nějaký zajímavý nápad, ale nemají potřebné finanční prostředky, s lidmi ochotnými investovat. (Flexiooffice.cz, 2018)

V dnešní náročné a uspěchané době je model sdílené ekonomiky, založený na propojení nabídky a poptávky skrze digitální platformy, velkou výhodou. Přináší zákazníkům i uživatelům pohodlí, protože jako komunikační a informační nástroje slouží hlavně obrazovky či displeje jejich chytrých zařízení. Nabídka služeb se neustále průběžně obnovuje a samotné transakce probíhají online z pohodlí domova. (Veber a kol., 2016)

Z ekonomického hlediska je především pro uživatele velkou výhodou úspora finančních prostředků oproti využití klasických poskytovatelů služeb. Jednotlivé služby mnohdy z pohledu zákazníků mohou být bezpečnější, mohou znamenat vyšší kvalitu a jsou zde menší snahy zákazníka okrást. Ceny bývají z pravidla transparentní a zákazník, tak předem ví, za co a kolik platí. (Aldorf, 2017)

1.6.2 Nevýhody sdílené ekonomiky

Velkým problémem sdílené ekonomiky je to, že vlastně nevytváří nic nového, pouze přebírá části již existujícího trhu. Neprodukuje žádné nové zákazníky, jen je „krade“ klasickým poskytovatelům služeb. (Veber a kol., 2016) Příkladem jsou služby poskytující sdílené ubytování, které vznikly na základě dobrého úmyslu, avšak pokud se provozují v jednom místě ve velkém množství, tak mohou dokonce zapříčinit až růst cen nemovitostí v dané lokalitě. Majitelé a provozovatelé hotelů jsou vůči levnější formě ubytování v nevýhodě, a tak jsou nuceni snižovat své ceny a nabízet něco navíc, co sdílené ubytování nabídnout nemůže. Navíc roste počet pronajímatelů, kteří nevlastní pouze jeden byt k pronájmu, ale hned několik. Tím v podstatě obchází zákon, podle kterého je taková činnost již podnikáním. S tímto souvisí i problém vysídlování

původního obyvatelstva z turisticky lukrativních částí měst, u nás lze tento problém pozorovat např. v Praze nebo v Českém Krumlově. Může za to stále se zvyšující míra turismu a rostoucí poptávka po lukrativních nemovitostech. (Scholzová, 2020)

Zařazení sdílené ekonomiky je dalším problematickým aspektem. Podle mnoha odborníků je samotné označení sdílená ekonomika chybné. Protože kdyby šlo čistě o sdílení, tak by zde neexistovali přesně určené ceníky služeb a společnosti je poskytující by svou charakteristikou neodpovídaly klasickým firmám. Kvůli tomu vzniká mnoho dalších problémů. Například takový Uber, který sice tvrdí, že poskytuje pouze spolujízdu za úplaty, ale to samé v důsledku nabízí i „klasická“ taxi služba. Rozdílem jsou jiné podmínky pro řidiče a to, že je z jistého pohledu pohodlnější pro zákazníky. Na druhou stranu Airbnb je na hraně, protože pokud opravdu sdílíte např. jen pokoj či byt, který jinak obýváte, ale výjimečně ho na čas nepotřebujete, tak se o sdílenou ekonomiku jedná. Pokud ale pronajímáte byt či dům, který je prázdný stále, tak se to za sdílenou ekonomiku považovat nedá. Ve společnosti dochází k nadužívání pojmu sdílená ekonomika, pro služby jako je např. Uber by bylo lepší používat označení „přístupová ekonomika“. Dle definice tohoto typu ekonomiky platí, že pokud něco vlastníte a někdo jiný Vám za to pomocí prostředníka či platformy zaplatí, tak nejde o sdílení, ale o přístup k věcem či službám. (Koubíková, 2020)

Dalším velkým problémem je fakt, že provozovatelé platform sdílené ekonomiky a poskytovatelé služeb nejsou oficiálně bráni jako zaměstnanci, a tudíž se na ně nevztahuje odstupné, zdravotní pojištění či prémie. Protože ve sdílené ekonomice chybí podstatná věc, a to pracovní smlouvy a zaměstnanecké vztahy. (Flexiooffice.cz, 2018) Tento problém vzniká především proto, že aktivity v rámci sdílené ekonomiky u nás nejsou považovány za podnikání. Lidé pracující pro platformy nabízející sdílené služby nemají potřebnou pracovněprávní ochranu. Je třeba nastavit stejná práva a povinnosti, jak mezi zaměstnanci působícími ve sdílené ekonomice, tak těmi mimo ni. Příkladem je možné uvést odvod daně z příjmů či pojistného na veřejné sociální a zdravotní pojištění. (Aldorf, 2017) V souvislosti s problémem zařazení osob pracujících ve službách sdílené ekonomiky dokonce již došlo ke vzniku označení tohoto nového typu zaměstnanců, a to závislá osoba samostatně výdělečně činná neboli dependent self-employed. Tato osoba pracuje za podobných podmínek jako normální zaměstnanci, ale přichází o právní ochranu, ale mají také omezený přístup k sociální ochraně a špatné pracovní podmínky, např. pracují přes čas nebo mají stanovenou pouze minimální mzdu.

V České republice zatím tento pojem není zaveden v právních rádech státu. (Koubíková, 2020)

Překážkou ve sdílené ekonomice je paradoxně i to, že většina transakcí či komunikace probíhá přes internet, tedy na dálku, čímž naráží na problém asymetrických informací. Jde o nerovnoměrné rozdělení informací o produktu či službě mezi účastníky transakce. Nabízející totiž vždy ví více o tom, jak kvalitní je jeho služba než poptávající. Toto vede, vzhledem k tomu, jací lidé jsou, nevyhnutelně k vzniku podvodných či lživých nabídek. Které pouze využívají oné asymetrie informací k nepřiměřenému obohacování. Dle některých odborníků, je informační asymetrie tak velká, že se daný trh zhroutí, protože dojde k vymizení poptávky. (Investiční web, 2017)

Problematické může být i to, že v moderní sdílené ekonomice dochází k propojení dvou mezi sebou si neznámých osob. Zatímco v případě sousedských transakcí se důvěra opírá o osobní známost, tak u propojení skrz internetovou platformu jde o „cizince“. Jistota, bezpečnost, a především důvěra může být u těchto transakcí nízká. Vzhledem k tomu, že protistranu neznáte, tak vás mohou zklamat, např. nedostatečné hygienické podmínky (u ubytování přes Airbnb či Booking.com) nebo nedostatečná serióznost poskytovatele. Důvodů k nespokojenosti uživatelů může být mnoho např. pozdní dodání zboží či špatná kvalita dodaného zboží nebo v případě služeb špatné provedení z důvodu nedostatečné kvalifikace osob služby vykonávajících. Pro takové případy mají uživatelé/zákazníci v aplikacích či na webu platformy možnost zboží či služby ohodnotit, a také sdílet své zkušenosti. (Veber a kol., 2016) Tím mohou pomoci ostatním, aby nedocházelo k zbytečným stížnostem a komplikacím. Právě díky této funkci si platformy sdílené ekonomiky získávají u lidí tolik potřebnou důvěru.

Sdílená ekonomika je těžko uchopitelná i z pohledu právních regulací. Hlavním problémem je její obtížná zařaditelnost. Pod pojem sdílená ekonomika se totiž ukrylo více různých lehce odlišných trhů. Nalézt a sjednotit regulativní nástroje, které by bylo možné aplikovat na různorodou škálu jednotlivých trhů skrývajících se za pojmem sdílená ekonomika, je těžké. Není jisté, co by mělo být účelem regulací. Většinou se jako odpověď nabízí ochrana spotřebitele, to ale u sdílené ekonomiky není řešením, protože právě spotřebitelé jsou ti, co ji tvoří a z velké části i ovládají. Záleží právě na spotřebiteli, který typ služby bude platformami nabízen. Díky systému vzájemného hodnocení zboží a služeb, si uživatelé mohou svobodně vybrat z široké nabídky a poskytovatelé mohou zacílit lépe než klasické trhy. Z tohoto důvodu se na některých trzích služby dělí na

regulované a neregulované alternativy. Spotřebitelé si tak mohou svobodně vybrat podle svých preferencí, jakou službu či poskytovatele si vyberou. (Honzík, 2017)

1.7 Faktory vedoucí k růstu sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika má celosvětově růstový potenciál. Každý rok se zvyšuje množství transakcí uskutečněných v rámci sdílení. Po celém světě i v České republice fenomén sdílené ekonomiky otrásá základy zaběhnutých ekonomických pravidel. Zdaleka se nevztahuje pouze na přepravní a ubytovací služby, ale i na sdílení oblečení či sdílení pracovních sil. V Evropě se můžou výnosy sdílené ekonomiky zvýšit ze 4 miliard Euro (EUR) v roce 2015 na až 83 miliard EUR v roce 2025. Globálně jsou odhady ještě smělejší, a to z 15 miliard amerických dolarů (USD) v roce 2015 na 335 miliard USD v roce 2025. (PwC, 2015) V České republice se v roce 2017 dle Deloitte podílela na hrubém domácím produktu zhruba 0,04 procenty. Za tímto obrovským úspěchem sdílené ekonomiky stojí mnoho faktorů, jako např. rozvoj komunikačních a informačních technologií, změna ze sociálního hlediska či změna v chování spotřebitelů.

Jedním z nejvýznamnějších akceleratorů, které ovlivňují růst sdílené ekonomiky je **rozvoj a nárůst používání komunikačních a informačních technologií**. Souvisí to především s celosvětovým rozšířením kvalitního internetového připojení. Jeho rozšíření se zvýšilo téměř devítinásobně od roku 2000 do roku 2015. Dalším faktorem vedoucím k nárůstu je stále větší využívání tzv. chytrých mobilních telefonů. Díky nim si lidé mohou stahovat aplikace či navštěvovat webové stránky digitálních platforem sdílené ekonomiky. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017) Nejde jen o internetové připojení, ale především o technologii globálního polohovacího systému (GPS), díky níž lze lokalizovat jednotlivé uživatele a propojit je tak s odpovídající nabídkou dle jejich lokace. Hlavně díky tomuto je možné v rámci služeb sdílené ekonomiky co nejvíce snižovat transakční náklady a dosáhnout co největšího pohodlí pro spotřebitele. (Marek, 2016)

Nárůst propojení mezi domácnostmi a jednotlivými spotřebiteli vedl ke vzniku a šíření digitálních platforem včetně virtuálních trhů. Právě digitální platformy byly klíčové, protože umožnili neomezenou a bezprostřední komunikaci mezi uživateli a poskytovateli. Propojení nabídky a poptávky spolu s technologickým rozvojem umožňuje přímý kontakt mezi jednotlivými subjekty sdílené ekonomiky a umožňuje tak rychlou reakci trhu na změny. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

Dalším z faktorů ovlivňujících růst sdílené ekonomiky je neustálé **snížování vstupních bariér**. Na trh digitálních platform může vstoupit v podstatě kdokoli, kdo má dobrý a kreativní nápad. Hlavní oblastí jsou mobilní aplikace a jejich tvůrci, a to především díky dostupnosti mobilních telefonů a jednoduchosti tvorby těchto aplikací, které tvoří hlavní strukturu a základ sdílené ekonomiky. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

Velkým krokem vpřed v rozvoji sdílené ekonomiky, je také **možnost platit přes internet**. To je možné především díky digitalizaci v oblasti finančních pohybů. Tyto platby je možné provést s využitím platebních karet či platebních služeb jako je PayPal či Google Wallet. Díky nim se platby velmi zjednodušily a došlo ke zvýšení bezpečnosti transakcí mezi dvěma cizími lidmi, jak tomu u peer-to-peer transakcí bývá. V rámci některých služeb se díky těmto platbám lidé nemusí ani osobně setkat. (Marek, 2016) Platby přes internet či mobilní aplikace jsou rostoucím trendem a vypovídá o tom i fakt, že zhruba 27 ze 30 nejlepších společností působících ve sdílené ekonomice spoléhá na tento způsob platby. (Owyang, 2013)

Silným hnacím motorem sdílené ekonomiky jsou dnes také oblíbené a celosvětově využívané **sociální sítě**. Díky nimž je snazší propagovat a šířit reklamu na sdílené služby. Lidé mezi sebou dnes komunikují online více než kdy předtím. Před vznikem sociálních sítí nebylo možné propojovat nabídku a poptávku po službách sdílené ekonomiky tak efektivně, dnes je možná propagace těchto služeb na masově využívaných sítích jako např. Instagram nebo Facebook. Příkladem vlivu sociálních sítí je např. Airbnb, které má na Facebooku svou stránku, díky které může sledovat reakce svých uživatelů a jejich přátel na poskytované služby. Toto také může vést k posílení vzájemné důvěry mezi uživateli a poskytovateli.

Významným faktorem, který má vliv na růst sdílené ekonomiky ze **sociálního hlediska**, je růst potřeby lidí socializovat se. Sociální sítě v tomto případě mohou být dvojsečnou zbraní, na jednu stranu pomáhají lidem komunikovat kdykoli s kýmkoli, ale na druhé straně je fakt, že se lidé méně scházejí „offline“ a fyzický kontakt jim chybí. Služby sdílené ekonomiky spojují zmíněné online prostředí a obohacují ho o ona „offline“ setkání s lidmi. Sdílená ekonomika tak přinesla novou možnost vrátit se k osobním vztahům a kontaktům, jako tomu bývalo před nástupem e-komerce ke konci minulého století. (Marek, 2016) Dopady online sdílení a spolupráce totiž nejsou patrné jen ve

virtuálním světě. Rozšiřují se i do normálního života a přináší změny do mnoha odvětví lidské činnosti. (Botsman & Rogers, 2010)

U mnoha lidí se znovu objevuje touha spojit se s lidmi a stát se součástí komunity. Lidé touží po možnosti spoléhat se na další lidi, a ne na společnosti. Příkladem jsou uživatelé platformy Airbnb, kteří většinou volí autentičtější soukromé prostory poskytovatelů než různé penziony či dokonce hotely nabízené na stránkách společnosti. (Owyang, 2013) Hodnocení, která uživatelé i poskytovatelé zanechávají na stránkách platformy jsou velmi důležitá pro tvoření komunity a důvěry v dané platformy. Nejdůležitější součástí fungování sdílené ekonomiky je právě vzájemná důvěra mezi cizími lidmi.

Dalším z důležitých faktorů ovlivňujících rozvoj sdílené ekonomiky je **zvyšující se hustota obyvatelstva**, především ve městech. Díky tomu se sdílené služby mohou dále diverzifikovat, dále se rozvíjet a stále mít dostatek zákazníků. Službám jako je Lyft, Uber a dalším působícím v dopravě se nejvíce daří právě ve velkých aglomeracích. (Owyang, 2013)

Dalším „urychlovačem“ růstu sdílené ekonomiky je také **změna v chování spotřebitelů**. Zatímco doposud se trh orientoval spíše na individuální vlastnictví statků jednotlivými spotřebiteli, tak nový trend směřuje k sdílenému užívání či vlastnictví jednotlivých statků více spotřebiteli. Tímto se maximalizuje užitek z jednoho statku, a také dochází ke snížení celkových transakčních nákladů statku. Sdílení efektivně zaplnilo mezeru na trhu ve využití nepotřebných věcí. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017) Splňuje totiž stejné nároky spotřebitelů jako starý model masové spotřeby a pomáhá nám řešit některé z našich nejvíce znepokojujících ekonomických a environmentálních problémů. Jde o komplexní přístup a způsob, jak snížit spotřebu dalších zdrojů a surovin působením na změnu způsobu myšlení spotřebitele. (Botsman & Rogers, 2010)

Změna v chování lidí je patrná, také díky zvyšující se oblíbenosti streamovacích služeb. Lidé už si nepotřebují filmy kupovat na DVD, ale mohou si předplatit Netflix či HBO Go a mohou si okamžitě pustit téměř cokoli. Další výhodou vedle úspory peněz je i úspora prostoru, který by jinak byl zaplněn hromadou DVD. (Marek, 2016) Lidé dnes upřednostňují užitek z věcí, před jejich vlastnictvím. Možnost zaplatit si přístup k nějaké věci je dnes pro mnoho lidí pohodlnější, než onu věc vlastnit a nést za ní odpovědnost. Dalším důvodem může být i to, že především lidé žijící ve městech nemají kam uložit třeba vlastní kolo, a k tomu je tu sdílení kol, např. úspěšná pražská společnost Rekola.

1.8 Regulativní východiska sdílené ekonomiky

Obtížná regulovatelnost sektoru sdílené ekonomiky souvisí s tím, jak moc různorodé a odlišné jsou jednotlivé společnosti a platformy působící v tomto odvětví. Vládní instituce jednotlivých zemí či starostové měst se snaží v případech zjevného porušení práva používat tradiční regulační nástroje, které v případě sdílené ekonomiky nemusí vždy mít požadovaný efekt. Problém je, že většina společností působících ve sdílené ekonomice funguje online, což z tohoto odvětví dělá celosvětový fenomén s mezistátním přesahem. To je důvodem proč nelze provádět regulační zásahy na úrovni jednotlivých států, aniž by došlo k nežádoucím diskriminačním zásahům, které by mohly vést k poškození celého trhu. (Honzík, 2017)

Aby byla případná regulace účinná, tak by definice jednotlivých trhů měla být dostatečně sjednocená a přizpůsobená situaci, což by mohlo pomoci aplikovat případné nové regulace globálně. Sdílená ekonomika je totiž příležitostí pro zlepšení kvality a zefektivnění služeb pro spotřebitele, a proto je třeba ji dále rozvíjet. Regulace by měla vést k vyřešení problémů se zajišťováním zákonného zdanění, ochrany spotřebitelů či pracovní právní a sociální pozici zaměstnanců sdílené ekonomiky a dalších problémů s ní souvisejících. Nic se však nesmí přehánět, a to platí i pro regulace. Proto by nemělo dojít k omezení ekonomického a technologického rozvoje, který tak úzce souvisí s tímto ekonomickým sektorem. Dalším možným východiskem je upřednostnit samoregulaci ze strany zprostředkovatelů před regulací ze strany státu. Většina velkých společností působících ve sdílené ekonomice má velmi dobrou technologickou základnu, která se stará o efektivní zpracování dat a tak disponují kvalitními databázemi tzv. big data, které jsou velmi důležité pro účelný dohled nad sdílenou ekonomikou. Jsou dvě možnosti, jak provést regulaci, a to buď že firmy budou státním orgánům předávat všechna svá data nebo budou své výsledky předávat ve formě pravidelných auditovaných hlášení. Druhá možnost by mohla být efektivnější z pohledu státu i technologických platforem či zprostředkovatelů, protože jsou k tomu nejlépe vybaveni a přitom mají i obchodní motivaci k vykonávání dohledu nad dodržováním zákonů v rámci jejich obchodních činností. (Honzík, 2017) A také by měly jasno v tom, co přesně se o nich státní správa v auditovaném hlášení dozví.

Problémem je skutečnost, že poskytovatelé P2P služeb se většinou musí řídit striktními právními předpisy pro tradiční ekonomické subjekty, což může vést k snížení rozvoje nových podnikatelských modelů. Úspěšná regulace by měla stanovit minimální kvalitativní a bezpečnostní požadavky, které by minimalizovali nebezpečí pro všechny zúčastněné v P2P transakcích. Na zřetel by tedy měl být brán i rovný přístup ke službám a ochrana spotřebitele. (Klamo, 2017)

Během tvorby regulací, které pokrývají sektor sdílené ekonomiky je důležité respektovat příslušné složení právních předpisů podle právní síly a rozhodnout, zda je třeba v dané oblasti ekonomiky tvořit zákony nebo pouze prováděcí předpisy. S ohledem na právní vymahatelnost u subjektů se sídlem v zahraničí je důležité rozhodnout, zda postačí vnitrostátní právní úprava nebo je nutná úprava na úrovni Evropské unie (EU) či dokonce mezinárodního práva. Důležité je také dbát na harmonizaci právních předpisů v oblasti nepřímých daní v rámci EU, hlavně daně z přidané hodnoty. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017)

Teď se zaměříme na jednotlivé problémy, kvůli kterým je potřeba vytvořit právní regulace. Největším problémem je nejspíš komerční sdílení, které obchází regulativní podmínky. Zde bude nutné zavést přísnější a aktuální právní legislativu, a také zvýšit aktivitu kontrolních a represivních institucí. Protože rizik je více, a to bezpečnostních, hygienických, je zde možná nerovnost podnikatelských podmínek, neplnění daňových povinností a různá další rizika pro spotřebitele. Je důležité zaměřit se i na zdánlivě méně významné segmenty sdílené ekonomiky. Prvním je příležitostné sdílení, je nutné určit limit možného přivýdělku tedy hodnoty do, které budou tolerovány a nezdaněny, nebo jinak regulovány. Problémem je také to, že komerční sdílení nezaručuje regulativní podmínky. Pokud by nedošlo k regulaci, tak by mohlo dojít k narušení podmínek pro podnikatele a negativně ovlivnit fiskální politiku. Na druhou stranu je třeba některé již existující regulace vyloučit, jako například zabudované samoregulační nástroje, které mohou naopak vést k omezování regulativních opatření. (Veber a kol., 2016) Téma regulací sdílené ekonomiky je velmi složité a do budoucna snad bude nalezen způsob, jak některé problémy vyřešit, tak aby ani jedna strana netratila.

1.9 Kritika sdílené ekonomiky

Sektor sdílené ekonomiky je z mnoha důvodů velmi zvláštní a netradiční. Má mnoho pozitivních vlivů, ale zároveň s ním souvisí i mnoho negativ. A tak s působením sdílené ekonomiky na trhu souvisí samozřejmě i její kritika. Z pohledu státu je to spíše šedá zóna ekonomiky, protože společnosti v ní působící mají snahu obcházet daňové předpisy i právní ustanovení jednotlivých zemí. Ale na druhou stranu pro běžného spotřebitele či uživatele digitálních platform a služeb je sdílená ekonomika přínosem.

Kritika většinou přichází od lidí, kteří pracují v tradiční ekonomice a dodržují všechna nařízení a zákony. Příkladem může být hoteliér, který provozuje malý penzion a poctivě platí veškeré poplatky a daně. A pak je tu člověk, co nabízí ubytovací kapacitu na platformě Airbnb, který si tím pouze přivydělává a neodvádí z této činnosti žádné daně ani jiné poplatky. Nejen, že tyto přivýdělky berou klientelu klasickým formám ubytování, ale zároveň tím obírají i státní rozpočet. To je pouze jeden z příkladů, proč jsou někteří k tomuto typu ekonomiky tak skeptičtí.

Jedním z důvodů kritiky je označování společností působících ve sdílené ekonomice za **nekalou konkurenci**. Vede k tomu i fakt, že služby typu Airbnb či Uber jsou přímou konkurencí pro společnosti a podnikatele v tradičních odvětvích ekonomiky. Ale právě kvůli nedostatečné právní regulaci nemají stejné podmínky, sdílené služby mají navrch. Nové společnosti a digitální platformy poskytující sdílené služby totiž mají výhodu v technologické vyspělosti a větší efektivnosti. Mají vlastní mobilní aplikace, díky kterým si uživatelé mohou objednat jejich služby kdykoli a kdekoli, a také ke svému vzestupu využívají dnes tak důležité a rozšířené sociální sítě. Další výhodou je snadný start pracovního vztahu, pokud se chcete stát řidičem pro Uber stačí pouze vlastnit automobil mladší deseti let a mobilní aplikaci Uber. (Marek, 2016) Oproti tomu klasický taxikář musí nejprve obtížně získat licenci, platit nemalé částky za pojištění, jeho vozidlo musí být viditelně označeno jako „taxi“ a musí v něm mít umístěný taxametr. Jeho činnost neulehčují ani časté důkladné kontroly dodržování těchto striktních pravidel. Toto znevýhodnění tradičních služeb vedlo v mnoha státech ke stávkám taxikářů, ale i hoteliérů. V budoucnosti bude nutné podmínky pro oba typy služeb alespoň částečně přiblížit podobné úrovni pomocí již zmiňovaných regulací. Protože existují jen dvě možná řešení problému zvaného sdílená ekonomika, a to úplně ji zakázat nebo zrušit regulace licencovaným provozovatelům služeb. (Banky.cz, 2016)

Častou výtkou vůči sdílené ekonomice je to, že vlastně **nemá se sdílením nic společného**. Podle některých odborníků sdílená ekonomika v mnoha případech není o sdílení, ale o pronájmu. Za hlavní cíl sdílení se někdy schovávají i společnosti a služby, které se sdílenou ekonomikou nemají společného skoro nic. Těmto praktikám se začalo přezdívat sharewashing. Bohužel služeb a platforem toto praktikujících, neustále přibývá. (Bláhová, 2020) Ke vzniku sdílené ekonomiky došlo vlastně jen díky moderním technologiím a chytrým telefonům, díky nim má v podstatě každý možnost poptávat i nabízet téměř cokoli. Lidé mohou vydělávat prakticky na všem co je napadne a dá se to ocenit, může jít o dovednost či vlastnictví určitého statku. Vhodnějším označením pro sdílenou ekonomiku je podle některých odborníků termín přístupová ekonomika z anglického access economy. Protože ve většině vztahů sdílené ekonomiky nejde o sdílení, ale o poskytnutí přístupu k věcem či službám. O pouhém sdílení nemůže být řeč také z důvodu, že účastníci směny se spolu navzájem neznají. (Marek, 2016)

Trnem v oku mnoha kritizujících je i fakt, že **sdílená ekonomika vzestoupila jen díky ekonomické krizi z roku 2008**. Osočují zakladatele nejznámějších digitálních platforem z využití špatné finanční situace lidí, kteří kvůli nedostatku prostředků otevřeli své domovy a nabídli svá auta cizím lidem. Takže prvotním impulsem nebyla potřeba lidí po sdílení ani důvěra v lidi. Moderní aplikace jim umožnily a nadále umožňují vyplnit mezery v příjmech vedlejšími přivýdělkami. Nástup sdílené ekonomiky však nemusel být pro tyto lidi přínosem, protože podnikání zprostředkované skrze Uber či Airbnb mohlo učinit jejich stávající práci méně výdělečnou. Příkladem jsou opět taxikáři, kteří kvůli nástupu Uberu přišli o zákazníky a snížil se jim tím plat, a proto často radši přešli k Uberu či jiné alternativní taxislužbě. (Marek, 2016) V dnešní době mohou mít některé společnosti sdílené ekonomiky kvůli pandemii problémy, ale do budoucna budou s velkou pravděpodobností opět prosperovat, a to právě kvůli krizi, která bude s velkou pravděpodobností následovat.

Kritiku také sklídily **špatně nastavené pracovní-právní vztahy mezi zaměstnancem a zaměstnavatelem**. Problematické je, že společnosti založené na principu sdílené ekonomiky nemají klasické zaměstnance, ale pouze nezávislé smluvní pracovníky. Všichni takto zaměstnaní vlastně dostávají úkolovou mzdu a problémem je to, že nemají žádné zaměstnanecké benefity a ani žádnou další podporu od zaměstnavatele. A zajímavý je také fakt, že zaměstnavatel či platforma po lidech v mnoha případech požaduje profesionální chování či oblékání podle pravidel dané společnosti, i když je

z finančního hlediska za své zaměstnance nepovažuje. Samotné společnosti za zaměstnance nenesou žádnou odpovědnost a tím, že nezaměstnávají žádné pracovníky, tak jsou jejich náklady minimální. Kontroverzní je v tomto případě především to, že zaměstnanci jsou v podstatě vykořisťováni. Ale na druhou stranu nikdo je k práci pro služby sdílené ekonomiky nenutí. Takže zaměstnanci těchto společností i přes špatné pracovní podmínky rozhodně nechtějí, aby byly tyto služby zakázány. (Marek, 2016)

Také **system vzájemného hodnocení mezi účastníky** směny podléhá kritice odborníků. Právě vzájemné hodnocení je základním kamenem sdílených služeb, buduje totiž vzájemnou důvěru mezi poskytovatelem a uživatelem a v podstatě jen díky němu mohou tyto služby fungovat. Problémem je to, že si hodnocení uživatelů jednotlivé platformy mezi sebou nepředávají. Pokud tedy bude mít člověk špatnou reputaci na stránkách Airbnb, ale na stránkách Uberu je nový a nikdo o něm nic neví. A naopak pokud budete mít vybudovanou skvělou reputaci na stránce eBay, jen těžko se najednou přesunete na Etsy, kde budete opět na nule. Dobré by proto bylo, kdyby si lidé svou historii hodnocení v oblasti sdílení nesli s sebou, čímž by se zvýšila i vzájemná důvěra a usnadnil by se provoz platform. Je také důležité zamyslet se nad tím, jak moc je tato kritika opodstatněná, protože služby sdílené ekonomiky pracují s reputací mnohem lépe a transparentněji než společnosti, které působí v rámci klasických odvětví. (Marek, 2016)

2 Oblasti sdílené ekonomiky a subjekty působící ve sdílené ekonomice

Tato kapitola je zaměřena na jednotlivé oblasti sdílené ekonomiky a dále pak na subjekty v nich působící. Mezi oblasti sdílené ekonomiky se řadí doprava, ubytování, finance, vzdělávání či služby a nájem práce. V těchto oblastech v posledních třech dekadách vzniklo mnoho společností a aplikací, které lidi doprovází každý den. Skrze tyto platformy lze sdílet statky, kapitál i služby. Dnes již téměř každý někdy využil služeb sdílené ekonomiky, především mladší generace těmto službám a platformám úplně „propadla“. Díky subjektům sdílené ekonomiky mohou lidé šetřit peníze i čas.

2.1 Doprava

Služby sdílené ekonomiky v sektoru dopravy získávají stále více příznivců. Oblíbenými službami je sdílení aut, jízd, kol či koloběžek. K největšímu rozmachu tohoto typu služeb došlo mezi lety 2009 a 2015. (Koubíková, 2020) Tento sektor je velmi obsáhlý a spadají pod něj společnosti zprostředkovávající celou řadu různých forem sdílení. Existují společnosti, které jsou založeny na principu veřejné prospěšnosti a drží se představy sdílených nákladů. Jiné společnosti jsou naopak zaměřeny v první řadě na zisk a fungují spíše jako alternativa klasické taxislužby nebo autopůjčovny. (Marek, 2016) Doprava ve sdílené ekonomice může být prováděna formou sdílení jízd či sdílení aut.

Společnosti jejichž hlavní činností je zprostředkování spolujízdy umožňují pronájem vozidla i s řidičem. Typickými představiteli společností tohoto typu jsou Uber či Lyft. Dále sem patří Bolt, Blablacar nebo Liftago. Průkopníkem v oblasti spolujízdy byl **Uber**, který vznikl v americkém San Franciscu a změnil tak významně vnitroměstskou dopravu. Velmi často bývá označován jako alternativní taxislužba, právě kvůli charakteru poskytovaných služeb. Kvůli tomu mnoho odborníků Uber neoznačuje jako sdílenou ekonomiku, ale díky tomu, jaký má dopad na společnost zůstává jednou z ikon. S nástupem této společnosti se dodnes velmi špatně vypořádávají klasické taxislužby, které kvůli němu přišly o velké množství tržeb. Hlavně v domovské Americe, kde se těšil největší oblibě docházelo ke stávkám taxikářů a soudním jednáním Uberu s úřady velkých měst. (Stone, 2019) V Evropě je v některých státech dokonce zakázaný nebo částečně omezený. V dalších zemích jsou jeho regulace teprve předmětem jednání. U zákazníků má tak velký úspěch především díky jednoduchému objednání auta přes

aplikaci, možnost vozidlo sledovat na mapce, jak se blíží pomocí GPS a také možnost platby kartou. Dále si zákazník může určit i typ auta. Pro řidiče je Uber velmi jednoduchou možností přivýdělku, protože se může stát zaměstnancem jen na základě vlastnictví vozu a řidičského oprávnění. Velkou výhodou proti klasickým taxislužbám je i vzájemné hodnocení, kdy je hodnocen jak řidič zákazníkem, tak zákazník řidičem, tvoří se tak důvěryhodnost značky. Navzájem si mohou dát hodnocení 1 až 5 hvězdiček a cestující mohou přímo z aplikace udělit pochvalu či spropitné. (Uber, 2020) Výhodou související s využitím mobilní aplikace je především to, že zákazníci nejsou odkázáni na shánění taxi na ulici, ale mohou si objednat nejbližšího smluvního řidiče prostřednictvím svého chytrého telefonu. (Deloitte, 2017) V portfoliu služeb, které nabízí Uber je také rozvoz jídla Uber Eats, ale v Čechách opět působí jen v Praze.

Spolujízdu poskytuje také **Bolt** (dříve Taxify). Společnost Bolt byla založena v Estonsku a jde o mezinárodní platformu, která se zabývá přepravou osob ve městech. Funguje na podobném principu jako Uber. Řidiči mohou zaregistrovat sebe či pokud pod sebou mají více řidičů, tak zaregistrovat flotilu. Dalším plusem této společnosti je v dnešní době důležitá ekologičnost, protože se chlubí tím, že všechny jízdy v Evropě jsou 100% uhlíkově neutrální. (Bolt, n.d.) Bolt v nedávnu rozšířil své služby i na oblíbený rozvoz jídla aplikací Bolt Food, zatím rozváží pouze po Praze a jejím okolí. (Bolt, 2020)

Významným hráčem na tomto poli je také původem americký **Lyft**. Funguje na téměř totožném principu jako Uber. Tato služba umožňuje řidičům, podobně jako Uber, využít své auto k přivýdělku a pro zákazníky je cenově výhodnější než klasické taxi. Z počátku vsadil Lyft na poněkud výstřední růžové kníry připevněné na mřížky chladičů, čímž chtěl přilákat pozornost. (Stone, 2019) Výhodou Lyftu a podobných služeb je i možnost cestujícího sledovat průběh cesty na mapě v aplikaci a mít tak jistotu, že řidič nejede nějakou oklikou čímž by zvýšil cenu jízdy. Telefon během jízdy zároveň funguje jako taxametr a prostředník pro zaplacení jízdy. Dalším důvodem, proč si lidé tyto služby tak oblíbili může být přátelštější a uvolněnější atmosféra oproti klasickému taxi. (Marek, 2016)

Společnost, která se snaží více přiblížit podstatě sdílení je francouzská platforma **BlaBlaCar**. Snaží se poskytnout lidem možnost podělit se na nákladech za dopravu. Na rozdíl od Uberu a Lyftu, které jsou určeny spíše pro cesty na kratší trasy, tak BlaBlaCar cílí spíše na delší vzdálenosti. Funguje tak, že řidič umístí nabídku počtu volných míst ve voze na trase z bodu A do bodu B a také cenu, která víceméně pokrývá

cenu pohonných hmot. Přívýdělek v tomto případě není tím hlavním důvodem proč lidé BlaBlaCar využívají. Společnost BlaBlaCar vstoupila do České republiky počátkem roku 2016. (Marek, 2016) Další společností hodnou zmínění je český startup **Liftago**, který vznikl v roce 2013. Tato platforma vyvíjí snahu o větší optimalizaci městské dopravy v České republice tím, že chce vytvořit volný trh, do kterého by se mohli zapojit tradiční poskytovatelé přepravy, ale i nové technologie. Liftago má navázanou spolupráci s jednotlivými licencovanými řidiči i dispečinkou (Sedop Taxi Praha). Lidé mají opět k dispozici mobilní aplikaci skrz, kterou si objednávají nejbližšího řidiče a jeho pohyb sledují na mapce v telefonu. Cílem této společnosti jsou tzv. chytrá města, kde by lidé neměli potřebu vlastnit své auto, čímž by se vyřešil problém husté dopravy a také by ubylo problémů s parkováním. (Liftago, n.d.)

Druhým typem služeb v sektoru dopravy sdílené ekonomiky jsou služby poskytující půjčování aut neboli carsharing. Nejznámějšími společnostmi, které poskytují tyto služby jsou **Zipcar**, **Car2Go** a v České republice působící **AJO**, **HoppyGo** nebo **Car4Way**. Tyto služby mají své aplikace, ve kterých si v případě potřeby můžete vyhledat nejbližší automobil patřící vybrané společnosti a máte možnost si ho rovnou bez problémů půjčit. Je nutné podotknout, že tyto služby působí většinou ve větších městech a jejich okolí. Výhodou těchto služeb je možnost užívat si pohodlná auta, ale nebýt zatíženi odpovědností jako při jeho vlastnictví. Tyto služby se také snaží eliminovat zbytečné vlastnictví, kdy lidem auto stojí v garáži a nikdo ho nevyužívá nebo ho používá třeba hodinu z celého dne. (Koubíková, 2020)

Přepavní služby sdílené ekonomiky nemusí vždy souviset pouze s přepravou osob. Společnosti jako je **Bringr** či **Zavezu** fungují jako spolujízda pro věci. Například Bringr funguje, tak že si lidé přes aplikaci mohou najít zásilku, která má být doručena tam, kam mají stejně namířeno a jejím doručením si mohou snížit část nákladů na palivo. A lidé, kteří zásilku přes tyto služby posílají, tak zaplatí mnohem méně než přes běžné dopravce. Jde prostě o propojení převozníků s lidmi, kteří potřebují cokoli zavézt. Samozřejmě i zde se uživatelé mezi sebou vzájemně hodnotí v aplikaci, a díky tomu si mohou důvěřovat. (Bringr, 2017) Další společností, která se pohybuje v oblasti přepravy zboží je již zmíněná **Liftago**. Tato společnost se z pouhé alternativní taxi služby vyvinula v platformu pro sdílenou logistiku a dnes přepravuje lidi i zboží. Snaží se o to, aby města nebyla zahlcena stále dalšími novými přepravci, a tak se snaží svou přepravní kapacitu nabízet dalším společnostem, jejich služeb využívá např. Alza.cz nebo Zásilkovna.

Jen za rok 2019 přibilo 200 tisíc nových zákazníků a obrat dosáhl na 400 mil. korun. (Mediaguru.cz, 2020) Za zmínku také stojí česká společnost **Shipvio**, která se snaží o co nejlepší využití volné kapacity kamionů a přepravců tím, že díky určitému algoritmu efektivně propojuje řidiče se zákazníkem. (Holzman, 2019)

Velkým fenoménem jsou i služby nabízející sdílená kola neboli bikesharing. Taková kola jsou většinou volně umístěná po městě a slouží k přepravě na kratší vzdálenost za drobný poplatek. Největším provozovatelem bikesharingu u nás je společnost **Rekola**. (Česko v datech, 2018) Kolo si vypůjčíte pomocí aplikace načtením QR kódu čímž se odemkne zámek a vy můžete vyjet. Po ukončení jízdy kolo zaparkujete ve vyznačených zónách a jízdu ukončíte v aplikaci. Rekola již nejsou pouze doménou Prahy, kde v roce 2013 vznikly, ale dnes se vyskytují i v Brně, Olomouci a Českých Budějovicích. (Rekola.cz, n.d.) Rekola, ale nejsou jediný český startup v tomto odvětví, jednou je společnost **Homeport**, která působí již v pěti zemích světa. Dalšími společnostmi působícími na českém trhu jsou např. **Velonet**, což je americká platforma kombinující stanicový a bezstanicový bikesharing, další je čínské Ofo. (Česko v datech, 2018) Po velkém úspěchu bikesharingu není divu, že jsou oblíbené i sdílené koloběžky či skútry. Sdílené elektro koloběžky u nás nabízí společnost **Lime**, která působí v Praze, Plzni a v Brně. Její hlavní myšlenkou je zpřístupnění chytré a dostupné mobility pro všechny. (Lime, 2020) Dalším krokem k udržitelné mobilitě jsou i elektro skútry **BeRider**, které zatím působí pouze v Praze. Za jejich vznikem stojí ŠKODA AUTO DigiLab. Po ukončení jízdy skútry mohou být odstaveny na libovolném legálním místě v centru Prahy a pronajmout si nejbližší volný skútr lze jednoduše po registraci v aplikaci „BeRider“. Tato aplikace nabízí bonusy jako např. 15 minut jízdy zdarma za každého nového uživatele, kterého ke službě přivedete. (Škoda Auto DigiLab, 2019)

2.2 Ubytovací služby

Druhým nejsilnějším a základním sektorem sdílené ekonomiky jsou sdílené ubytovací služby. Nejrozšířenější platformou, která umožňuje krátkodobě sdílet své nemovitosti či volné prostory v domácnosti s někým jiným je **Airbnb**. Tato služba je atraktivní jak z pohledu hostitele, protože jim nabízí vyšší zhodnocení jejich nemovitostí než při dlouhodobém pronájmu, tak i z pohledu ubytovaných, protože za krátkodobý pronájem nemovitosti běžně zaplatí méně než za ubytování v klasickém hotelu. (Deloitte, 2017) Airbnb si za každé zprostředkované ubytování účtuje servisní poplatek, který ve většině

případů činí 3 % z ceny ubytování. (Airbnb, 2019) Společnost Airbnb založila trojice mladých vizionářů, Brian Chesky, Nathan Blecharczyk a Joe Gebbia, v roce 2008 v San Franciscu. Z počátku to brali spíše jako vedlejší projekt, kterému nevěnovali příliš velkou pozornost. Původně měla firma název Airbedandbreakfast.com (což doslovně přeloženo znamená „nafukovací matrace a snídaně“) a její zakladatelé ji chtěli využít pouze jako výpomoc s placením nájmu. V té době neměli ani tušení, že během pár let se jejich nápad stane odrazovým můstkem společenského hnutí a fenoménu celosvětového podnikání nazývaného sdílená ekonomika a druhým nejhodnotnějším startupem na světě. (Stone, 2019) Dnes Airbnb nabízí své služby ve 191 zemích světa a do České republiky vstoupil v roce 2009. V dnešní době již nelze význam této služby zpochybňovat, protože jen v Praze samotné bylo v roce 2017 přes platformu Airbnb nabízeno přes 18 000 možností ubytování. Jen za rok 2017 se přes tuto platformu v České republice ubytovalo přes 1 milion turistů z celého světa a Čechů v zahraničí přes 400 000. (Česko v datech, 2018) Airbnb se během let odklonilo od původní myšlenky jeho zakladatelů, a to že jde pouze o sdílení svého domova s někým cizím za malý poplatek či výjimečný pronájem celého bytu nebo domu pokud je majitelé dočasně nepotřebují. Problémem se stali lidé, kteří začali pronajímat více pokojů či celých nemovitostí najednou a udělali si z toho hlavní podnikatelskou činnost. Čímž ohrožují celý trh s ubytovacími službami, především samotné hoteliéry. S větší rozšířeností Airbnb také souvisí stížnosti majitelů ostatních bytů či domů v sousedství nějakého Airbnb objektu, stěžují si na hluk, nepořádek či poničené zařízení domů. S tímto problémem bojuje nejen Praha, ale i mnoho dalších světových metropolí. (Mahdalová, 2020)

Je důležité vědět, že pronajímání v rámci Airbnb v České republice podléhá dani z příjmů a poskytovatel je povinen tyto příjmy přiznat ve svém daňovém přiznání. A pokud pronajímáte prostory pravidelně, a tudíž z něj máte pravidelný příjem, tak je povinností zajistit si živnostenské oprávnění. Dle Finanční správy České republiky se kvůli pravidelnosti a opakování v případě Airbnb nejedená o pouhý příjem z pronájmu, ale jde o poskytování ubytovacích služeb. (Bartůšková, 2020) Další problematickou záležitostí jsou místní poplatky, které dlouhou dobu nebyly odváděny tak, jak by měly. To vedlo k tomu, že tito menší ubytovatelé byli ve výhodě vůči hotelům a penzionům. Proto 1. ledna 2020 vešla v platnost novela zákona, která sloučila lázeňský a ubytovací poplatek v jeden. Nový sloučený poplatek z ubytovacích kapacit platí i pro poskytovatele ubytování v soukromí, takže právě krátkodobé ubytování skrz platformu Airbnb a jiné

on-line platformy. Tento poplatek v roce 2020 činil 21 Kč za osobu a den, v roce 2021 je stanovena nová maximální sazba, a to 50 Kč za osobu a den. (Křížová, 2020a) (Faltusová, 2020)

Předchůdcem Airbnb byla nekomerční startup **Couchsurfing** („surfování po gaučích“), který byl poprvé spuštěn v roce 2004 a jeho zakladatelem byl Casey Fenton. (Stone, 2019) Cílem této platformy není na prvním místě tvorba zisku, ale spíše umožnit propojení zájemce o nocleh s hostitelem a dále vzájemné seznámení se a sblížení různých kultur, zdarma či za pouhý symbolický poplatek. V případě této platformy je dobrým zvykem oplácet si navzájem poskytnuté služby, takže když se u někoho ubytuji, tak příště zase já poskytnu nocleh někomu dalšímu. Služba je velmi populární, ročně je využita 4 mil. lidí z nichž přes 400 000 samo poskytuje „svůj gauč“ jiným cestovatelům. (Česko v datech, 2018) Na českém trhu je nejznámější specializovaná platforma **Mojechaty**. Společnost poskytuje krátkodobé pronájmy chat a chalup v České republice. Tato platforma je kvůli úzké specializaci na české klienty velmi omezena ve svém růstu. (Deloitte, 2017)

Další významnou platformou v oblasti ubytovacích kapacit je portál **Booking.com**, který vznikl v roce 1996 v Amsterdamu a z malé holandské firmy se stal světovou špičkou v oblasti online cestování. Cílem Booking.com je usnadňovat všem poznávat svět. Umožňuje poskytovatelům ubytování z celého světa oslovit globální publikum a pomáhá jim v rozvoji jejich podnikání. Platforma je dostupná ve 43 jazycích a nabízí více než 28 milionů ubytovacích jednotek, z čehož je 6,2 milionů v soukromí, dále nabízí apartmány a spoustu dalších zajímavých typů ubytování. (Booking.com, 2021) Inzerovat své nabídky skrz Booking.com mohou majitelé ubytovacích kapacit poskytující většinou krátkodobé ubytování za poplatek z celkové sumy za ubytování. Jedná se např. o pronájmy apartmánů jako ubytování na dovolené u moře, tato možnost bývá mnohem levnější než ubytování v hotelu či penzionu, typickým příkladem je Chorvatsko, kde najdete stovky soukromých poskytovatelů ubytování inzerujících právě přes Booking.com. Stejně jako Airbnb měl i Booking.com problémy s odvodem poplatků, a také na něj se vztahuje nový poplatek z ubytovacích kapacit.

2.3 Pracovní prostory

Další komoditou, kterou je možné sdílet jsou volné **pracovní prostory**. S tímto typem sdílení je spjat pojem coworking neboli spolupráce. Zjednodušeně se jedná o pronájem pracovního místa sdílením společných kancelářských prostor, kde je možné si pronajmout

pracovní místo za malý poplatek. Coworking je velkým přínosem a řešením zejména pro menší podnikatele, kteří si nemohou dovolit vlastní kancelář. Úspora peněz však není tou hlavní výhodou, proč je coworking tak oblíbený. Je to především díky jeho pozitivnímu vlivu na pracovní výkon a motivaci k práci. Trend využívání coworkingových prostor je relativně novinka, protože vznikl teprve v roce 2005 v San Franciscu. Tam vzniklo první centrum sdílených kancelářských prostor a lidé si je natolik oblíbili, že v dnešní době fungují stovky takových center po celém světě. (Pýcha, 2013) V České republice se coworkingovým centrům daří velmi dobře a rozhodně nejsou doménou pouze hlavního města, ale nacházejí se např. i v Brně, Ostravě, Českých Budějovicích nebo Plzni. Tato centra jsou nejčastěji využívána startupy a podnikateli na volné noze. (Dočkal, 2014) Nejznámějšími platformami, které poskytují coworkingové služby jsou **PivotDesk** a **DeskNearMe**. (Deloitte, 2017)

2.4 Finanční služby

Velmi významným sektorem sdílené ekonomiky jsou finance nebo také sdílení kapitálu. Tento sektor se dostává do popředí, protože je stále častěji využíván jako alternativa ke klasickým finančním (bankovním) službám. (Koubíková, 2020) Příkladem je **crowdfunding**, což je právě jedna z alternativních nebankovních forem financování. V doslovném překladu jde o skupinové či davové financování, protože finanční prostředky zde poskytuje doslova „dav“ menších investorů či firem. Každý z investorů zpravidla půjčuje více subjektům relativně drobnou částku, čímž rozdělí riziko. (Deloitte, 2017) Poptávku po crowdfundingových službách tvoří většinou komunita, jednotlivci nebo firma, kteří potřebují finanční prostředky na realizaci nějakého projektu a nedosáhnou na úvěr u klasické banky. Na straně nabídky jsou naopak lidé ochotní investovat či darovat potřebný kapitál. Dle toho se rozlišují dva typy crowdfundingu, a to dárcovský a investiční crowdfunding. První typ tedy dárcovský crowdfunding se dále rozděluje na **benefiční crowdfunding**, kdy dárci neočekávají žádné výhody ani benefity za poskytnutý kapitál a je zaměřen spíše na neziskové společnosti. Na těchto platformách mají velký úspěch projekty zaměřené na sociální a ekologická témata. (Jiříček, 2019) V této oblasti je lídrem americká společnost **GoFundMe**, která lidem především v USA umožňuje získávat peníze na různé životní události, ale pomáhá lidem i s financováním zdravotních výloh, které zejména v USA dosahují astronomických hodnot. V Čechách v této oblasti funguje portál **Darujeme.cz**, který je největším zprostředkovatelem pro

online darování u nás a provozuje jej Nadace Via. Jen v roce 2020 pomohl portál Darujeme.cz 789 různým organizacím a obcím získat dary v hodnotě více než 232 milionů korun od téměř 155 000 dárců. Což je o 81 % více než za rok 2019. Platformu Darujeme.cz využívají organizace jako ADRA, Greenpeace nebo Lékaři bez hranic. (Darujeme.cz, 2021) Příkladem benefičního crowdfundingu jsou např. každoroční adventní koncerty a z minulosti tak můžeme označit veřejnou sbírku na české Národní divadlo (tehdy se však jednalo o klasickou sbírku, nešlo o její zprostředkování skrze digitální platformu).

Pak je zde **sponzorský či odměnový crowdfunding**, kde je očekávána nějaká odměna ve formě např. marketingové prezentace ve prospěch dárce za poskytnutý kapitál. Největší světovou společností pohybující se v této oblasti podnikání je **Kickstarter**, který byl založen v roce 2009. Jde o internetovou platformu poskytující crowdfundingové financování projektů, a která přináší podporu pro kreativní projekty z různých oblastí, a to filmu, her nebo technologických inovací. Princip této platformy je takový, že projekt je přímo financován ostatními lidmi, kteří tak svým přispěním rozhodují o úspěchu či neúspěchu daného projektu. (Lískovec, 2021) V České republice se odměnovým crowdfundingem zabývají společnosti **HitHit** nebo **Startovač**. Například platforma HitHit v loňském roce pomohla vybrat přes 5 milionů korun, kdy původní cílová částka byla 450 000 Kč, pro nastartování firmy Vasky, která se zabývá ručně vyráběnými koženými botami. (HitHit, 2020)

Druhým typem je investiční crowdfunding, který má též dvě různé formy. Jednou je **podílový crowdfunding**, kdy investor odměnou za svou investici získává i podíl ve vlastním kapitálu firmy. (Jiříček, 2019) V České republice se tímto zabývá společnost **Fundlift**, která byla založena v roce 2015 finanční skupinou Roklen. Umožňuje společností získat potřebné financování od investorů z řad široké veřejnosti, a to za pomoci emise cenných papírů. Lidé mohou podpořit společnosti s růstovým potenciálem a finančně se podílet na jejich možném úspěchu. (Fundlift.cz, 2021)

Druhou formou je **dluhový či půjčkový crowdfunding**, který funguje na principu investic od více drobných investorů, kteří se skládají na půjčku firmě a stávají se jejími úvěrovými věřiteli. Zde je to podobné jako u bankovních úvěrů, protože je stanovena výše splátek, doba splácení a výše úrokové sazby. (Jiříček, 2019) Příkladem z praxe je tzv. P2P lending, což je způsob dluhového financování, kde si lidé půjčují nebo půjčují jiným lidem prostřednictvím online platformy bez využití finanční instituce. Obvykle v něm

figurují tři hlavní subjekty, a to poskytovatel půjčky (věřitel), příjemce půjčky (dlužník) a zprostředkovatel (P2P platforma). (Klamo, 2017) V případě těchto půjček mezi sebou velké množství věřitelů sdílí riziko, že se dlužník dostane do insolvence či z jiného důvodu přestane splácet. Nejvýznamnějším zástupcem dluhového crowdfundingu je v České republice společnost **Zonky**. Hlavní náplní činnosti této společnosti je poskytování spotřebitelských úvěrů. Společnost byla založena v roce 2015 a její mateřskou společností je PPF Group. Dne 8. října 2020 se stala dceřinou společností Air Bank, která taktéž spadá do PPF. Pro Zonky byl zatím nejúspěšnějším rok 2019, kdy objem půjčených peněz dosáhl více než 10 miliard korun a oproti roku 2018 vzrostl o 40 %. Společnost má také cíl, a to získat do roku 2022 10% podíl na trhu s nezajištěnými spotřebitelskými úvěry v České republice. (Zonky, 2020)

Zonky funguje na principu dvou subjektů, prvním je investor (poskytovatel), který má k dispozici přebytečný kapitál a chce jej investovat, a druhým je klient (uživatel), kterému naopak kapitál chybí a potřebuje si ho od někoho půjčit. Oba zmínění se nejdříve musejí stát členy online komunity Zonky, která funguje na klubovém principu, což znamená že musí být pozváni některým z členů nebo jejich registraci musí schválit platforma. Pokud si chce klient půjčit peníze, tak si vyplní online poptávku, v níž uvede všechny důležité informace, na jejichž základě Zonky stanoví výši rizika neboli rating a v závislosti na něm je také určena výše úroku. Tento rating je dále využíván jako ukazatel rizikovosti pro jednotlivé investory. Poté klient sepíše svůj příběh, který pak společnost vystaví na „tržišti“ a investoři se rozhodují dle výše rizika a podle příběhu, kam vloží své finanční prostředky. Pokud se najde dostatečné množství investorů, kteří se složí na celou požadovanou částku, tak Zonky s klientem uzavře smlouvu. (Frydrychová, 2017)

Půjčkový či dluhový crowdfunding lze realizovat decentralizovaným nebo centralizovaným způsobem. V případě decentralizovaného modelu je zachován přímý smluvní vztah mezi dlužníkem a věřitelem, u centralizovaného modelu smluvní vztah mezi dlužníkem a věřitelem nevzniká, ale dlužník uzavírá smlouvu přímo se zprostředkovatelem (platformou). Z pohledu věřitelů a dlužníků bývají tyto dva modely nerozlišitelné, ale z právního hlediska se liší zcela zásadně. Například Zonky využívá centralizovaný model, ale společnost také působící na českém trhu platforma **Bankerat**, naopak využívá model decentralizovaný. (Klamo, 2017) Na českém trhu Bankerat úspěšně působí již od roku 2010. Jedná se o internetovou platformu fungující na principu aukce, která poskytuje a spravuje P2P půjčky. V prostředí platformy Bankerat dochází ke

střetu dvou skupin uživatelů. První skupinou jsou žadatelé o půjčku, kteří si vybírají z nabídky půjček. Tou druhou jsou investoři, kteří se snaží co nejvíce zhodnotit své volné finanční prostředky tím, že je nabídnou žadatelům. Dlužník si při podání žádosti o půjčku může zvolit typ půjčky, dobu splácení a také zadá požadovanou částku a výši úroku, kterou je ochoten přijmout. Investor si vybírá mezi žadateli v první řadě podle jejich celkového profilu (bonity) a výše úroku, který jsou ochotní platit. V případě společnosti Bankerat poskytuje peníze pouze jeden investor, který nese celé riziko půjčky sám a platforma funguje jako zprostředkovatel a administrátor kontraktu. Společnost Bankerat si za své služby účtuje administrativní poplatek ve výši jednoho procenta z dlužné částky ročně. (Bankerat.cz, 2021)

K převratným změnám došlo díky sdílené ekonomice a online platformám také v pojišťovnictví, které v tomto smyslu lze označit jako **P2P pojištění**. V dnešní době již nemusíte kvůli pojištění auta, nemovitostí, zdraví či cestování do velké „peněžní instituce“ ani na její stránky. (Kočar, 2017) V roce 2015 v České republice vznikla **První klubová pojišťovna**, která v roce 2019 změnila název na **Pillow**. (Chvátal, 2019) Hlavním rozdílem a výhodou oproti komerčním pojišťovnám je, že První klubová pojišťovna nepovažuje vybrané pojistné za své peníze, ale za peníze svých členů. Peníze, které inkasovala, ale nespotřebovala je na pojistné plnění byli na konci roku vráceny členům. Sama pojišťovna měla zisk jen z pevně stanoveného podílu na pojistném. (Frydrychová, 2017) Původní První klubová pojišťovna fungovala podobně jako Zonky na principu členství v klubu, což se moc nelíbilo investorům. Nově si může pojištění u Pillow uzavřít každý, aniž by musel být členem. (Chvátal, 2019) Pillow je česká pojišťovna s licencií od České národní banky k provozování neživotního pojištění. Poskytuje především pojištění vozidel. Novinkou je také skutečnost, že peníze nespotřebované na pojistná plnění jsou rozděleny půl na půl mezi klienty a společnost. (MyPillow, 2020)

2.5 Sdílení věcí

Sdílená ekonomika dává lidem možnost sdílet i věci běžné potřeby. Umožňuje jim získat užitek bez nutnosti vlastnictví. Hlavním principem sdílení věcí neboli P2P rentingu je vzájemné pronajímání a půjčování věci mezi uživateli. V dnešní době si totiž spoustu lidí pokládá otázku: „Proč věci kupovat, když si je můžeš půjčit?“ Což je také heslem **Knihovny věcí** (z anglického Library of things), která je postavena na podobném

konceptu jako klasická knihovna, věci se evidují, skladují a půjčují. A založena je na myšlenkách minimalismu a sdílené ekonomiky. V České republice momentálně fungují dvě knihovny věcí, a to v Praze a v Brně. (Knihovna věcí, 2021)

V České republice se v oblasti sdílení věcí funguje např. společnost **Půjčím.to**, což je inzertní platforma, která zprostředkovává výpůjčky od lidí i od půjčoven. Nabízí možnost drobného přivýdělku tím, že někomu půjčíte věc, která by jinak ležela nevyužitá v koutě. Zapojit se do komunity lidí na Půjčím.to není těžké, stačí se zdarma zaregistrovat a založit nabídku kde si nastavíte parametry výpůjčky. Je možné si půjčit téměř vše, např. kolo, fotoaparát nebo i auto. (Půjčím.to, 2015) Znamější českou platformou je **Sharygo**, která byla založena v roce 2017 a jde také o internetovou půjčovnu. Sharygo se zaměřuje na půjčování spíše dražších věcí, které jsou většinou využity párkrát za rok nebo dokonce jednorázově, např. střešní boxy na auto, lyže, vrtačky nebo třeba drony. (CzechTrade, 2018) Výhodou je, že si platforma neúčtuje poplatek za zprostředkování půjčení dané věci.

Další možností, jak věci sdílet je přeprodat je někomu kdo je ještě využije. Mezi portály na přeprodej použitých věcí patří celosvětově známý **eBay**, který funguje na principu virtuální aukční síně a do aukce je možné dát jakýkoli předmět. Doba trvání aukce je časově omezena a během ní se mohou zájemci předhánět v nabídkách ceny. (eBay, n.d.) V Česku, ale tato platforma není až tak využívána, u nás je nejznámějším aukčním portálem **Aukro**, který funguje podobným způsobem jako zmíněný eBay. (Marek, 2016) Oblíbené jsou i portály na nákup použitého oblečení, jako je např. **Vinted** (dříve Votočvohoz) nebo dnes velmi oblíbené online second handy.

2.6 Sdílení pracovní síly

Velmi rychle se rozvíjejícím odvětvím sdílené ekonomiky je také nájem pracovní síly a skupinové zaměstnání, což představuje virtuální outsourcing činností, které dříve byly v podniku vykonávány vlastními kapacitami. Díky rozšíření internetu vznikly platformy, které umožňují propojení zadavatelů pracovních zakázek s neomezeným počtem lidí z celého světa ochotných za úplatu zakázku plnit. Tento typ služeb je označován jako crowdwork. Zakázky mohou zahrnovat navrhování webových stránek, vývoj softwaru, vedení účetnictví nebo třeba překladatelské služby. (Koubíková, 2020) Profesionální pracovníci mohou vykonávat pracovní činnost na volné noze. Což je dalším posunem ve stále větší globalizaci pracovního trhu kde se stále více rozmáhá fenomén digitálního

freelancingu, a to například díky platformě **Freelancer**. Propojení firem a jejich „zaměstnanců“ je dnes možné napříč kontinenty a když je předmětem zájmu digitální produkt, tak ani nemusí dojít k osobnímu kontaktu. Příkladem může být právě platforma Freelancer, kde firmy zdarma mohou zadávat projekty a poté jsou jim automaticky nabídnuti osvědčení freelanceři nebo si mohou sami vybrat v seznamu a některého oslovit. Za projekt firmy zaplatí až když jsou spokojené s výsledkem. Momentálně je na platformě registrováno více než 50 milionů uživatelů a přes 19 milionů projektů bylo zveřejněno. (Freelancer, 2021)

Dalším druhem jsou práce nebo služby, které jsou většinou vykonávány v místě potřeby. Typickým příkladem jsou služby instalatéra, paní na hlídání dětí, činnost uklízečky nebo například nákup potravin. Tyto služby bývají v rámci sdílené ekonomiky nazývány work on demand (služby na vyžádání) nebo také mikropráce, které jsou domlouvány online a skrze digitální platformy, ale vykonávány offline. (Řehořová, 2017) V této oblasti je jednou z nejznámějších platforma **Task Rabbit**, která poskytuje především služby zaměřené na domácí práce. (Deloitte, 2017) Podobné služby nabízí i společnost **Handy**. Z českých platform je nejznámější asi společnost **Hlídačky.cz**, poskytující hlídání dětí, úklid domácnosti, opatrování mazlíčků či péče o seniory, která byla založena v roce 2013. Velkou výhodou této platformy je, že si nebere žádnou provizi a zákazníci tedy platí přímo najatým hlídačkám. (Hlídačky.cz, 2021) Dalším příkladem je platforma **Doginni**, která zprostředkovává hlídání psích mazlíčků. Ještě je možné zmínit platformu **Robeeto**, která opět propojuje poskytovatele služeb a uživatele, kteří zadávají poptávku po nějaké službě, např. seřízení plastových oken a ten kdo jim jí může poskytnout navrhne částku, za kterou je ochoten práci vykonat.

Zvláštním případem je technologická společnost **Upwork**, která je takovým hybridním modelem výše uvedených. Zde platforma nepůsobí pouze jako spojovací článek v propojení pracovní nabídky uživatele se zájmem pracovníka, ale hraje důležitou funkci při samotném plnění z virtuálního vztahu, a to tak že dohlíží na činnost pracovníka, a dokonce provádí fakturaci za jeho služby. Společnost vznikla v roce 2015 v San Franciscu a zajímavostí je, že ačkoli jde o největší digitální pracovní platformu, tak sama má jen 250 stálých zaměstnanců. Důležité také je, že za každou zprostředkovanou pracovní příležitost si platforma účtuje provizi 10 % z ceny služby. Například v roce 2016 Upwork vykázal zprostředkování více než 3 milionů služeb v hodnotě přes miliardu dolarů. (Řehořová, 2017)

Další možností využití sdílené ekonomiky je **sdílení zaměstnanců**. V podstatě se jedná o to, že je jedna pracovní síla, tedy jeden plný úvazek zaměstnance je sdílen více zaměstnavateli. Hlavními důvody k využití této služby je úspora nákladů na zaměstnance, některé menší společnosti si prostě nemohou dovolit samy platit všechny náklady na stálého zaměstnance, a tak se o něj dělí většinou více menších firem. Mezi hlavní výhody sdílení zaměstnanců patří zejména rozdělení nákladů a rizika nevyužití zaměstnance, a také zvýšená flexibilita přijímání podle množství zakázek nebo zredukování nákladů na vyhledávání a zaškolování zaměstnanců. (Mlýnková, 2017) Jinou formou je **sdílení pracovního místa**, v tomto případě se více lidí s malým úvazkem dělí o jedno místo (jeden plný úvazek). Většinou se jedná o ženy na mateřské dovolené nebo seniory, kteří si chtějí přivydělat pár korun k důchodu.

2.7 Vzdělávání

Do sdílené ekonomiky je možné zahrnout i sdílené vzdělávání, které umožňuje s pomocí digitálních platforem sdílet výukové materiály nebo se stát účastníkem různých vzdělávacích kurzů pořádaných předními univerzitami. Tyto služby většinou bývají zdarma nebo za symbolický poplatek. Cílem těchto organizací je zprostředkovat dobré vzdělání i lidem, kteří si za něj nemohou dovolit platit vysoké částky. (Deloitte, 2017) Sdílené vzdělávání je rozvinuté spíše v zahraničí, avšak lidem ovládajícím cizí jazyky, je plně přístupné i u nás. Těžištěm tohoto typu vzdělávání jsou především online výukové kurzy, které organizují hlavně vysoké školy, ty jsou označovány jako **Massively Open Online Courses – MOOC**. Základní myšlenka těchto kurzů je, že kdokoliv s internetovým připojením a potřebným technickým vybavením by měl být schopen se těchto kurzů účastnit. Aby se mohl kurzů zúčastnit, tak nemusí být studentem dané univerzity či vysoké školy. (Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády ČR, 2017) Služby tohoto typu nabízí například **Khan Academy, edX nebo Coursera**. (Deloitte, 2017) V České republice tyto služby poskytují například platformy **Seduo, Nostis** nebo **Khanova škola**.

2.8 Média – hudba a videa

Možnost sdílení představuje určitou alternativu k nákupu hudebních a filmových titulů, ať už v digitální či fyzické formě. Uživatel totiž většinou netouží po vlastnictví hudebních či filmových titulů, ale chce k nim mít jen neomezený přístup. Zde je jasně vidět přesun

od potřeby vlastnit k pouhému zpřístupnění, což zapadá do definice sdílené ekonomiky. Existuje mnoho digitálních platforem, které za určitý měsíční, čtvrtletní či roční poplatek nabízí přístup k nepřebernému množství hudebních titulů nebo širokému výběru filmů a seriálů. (Deloitte, 2017)

Tyto platformy většinou mají jako významný zdroj příjmů především reklamy. Na tomto principu funguje například **Youtube** založený v roce 2005, který je v základní verzi pro uživatele zdarma, ale přesto na nich vydělává, protože jsou nuceni shlédnout reklamní spoty vložené do videí, které právě generují zisk. Pokud chcete Youtube bez reklam, musíte si zaplatit verzi Premium. Ovšem v dnešní době jsou úspěšné hlavně streamovací služby jako je **Netflix**, který za měsíční poplatek nabízí velké množství filmů jak z vlastní tvorby, tak komerční a stejně tak seriály. V České republice se počet jeho předplatitelů pohybuje mezi 150 000 až 200 000. (Křížová, 2020b) Podobnou službou jsou pak **HBO GO** nebo **Amazon Prime** či **Disney+**. Podobně je tomu u hudby, kde si již nemusíte složitě stahovat tituly přímo do svých zařízení a zaplňovat si tím místo v úložišti, ale stáhnete si aplikaci a v ní máte za poplatek přístup téměř k jakémukoli typu hudby. Lídry v tomto sektoru jsou společnosti jako je švédské **Spotify**, americké **Apple Music** nebo **Google Music**. (Deloitte, 2017)

3 Dotazníkové šetření zaměřené na využití služeb sdílené ekonomiky a jeho vyhodnocení

Tato část mé bakalářské práce je zaměřena na vyhodnocení výzkumu, tedy dotazníkového šetření. Obsahuje metodiku výzkumu, interpretaci výzkumu a hlavní zjištění, která nám poskytl. Interpretace výzkumu je doprovázena grafy, které vhodně ukazují výsledky výzkumu.

3.1 Cíl a metodika výzkumu

Hlavním cílem výzkumu bylo zjistit, jestli a jak lidé využívají služeb sdílené ekonomiky. Výzkum byl konstruován tak, aby bylo možné získat odpovědi na dané otázky a naplnit tím tak cíl práce.

Vlastní výzkum byl proveden formou elektronického dotazníku, který se zdál být nejvhodnější variantou vzhledem k povaze zkoumané problematiky a potřebné kvantitě odpovědí. Dotazník byl sestaven velmi komplexně, aby pokryl všechny důležité záležitosti a cíle. Současně dbal na to, aby předem pokryl všechny možné odpovědi, a dotazník se tak přizpůsoboval jednotlivým respondentům. Pro vlastní výzkum nebyly použity žádné zpoplatněné kanály a všichni respondenti odpovídali dobrovolně. Kompletní dotazník je v příloze A.

K šíření dotazníku byla využita především sociální síť Facebook, konkrétně Facebook Messenger. Ve většině případů byl dotazník šířen autorkou pomocí přímé komunikace s přáteli na Facebooku. Věková skupina je proto víceméně homogenní s několika výjimkami. Ve většině otázek měli respondenti na výběr z více možností a u některých měli možnost vyjádřit vlastní názor a postoj. Odpovědi byly sbírány po dobu 18 dnů, a to v období 7.-24. 4. 2021, aby šlo o aktuální údaje.

Dotazník měl za úkol získat dostatečně podrobné informace a tomu také odpovídala jeho skladba. Většina otázek byla uzavřená, respondenti tedy volili z různých možností, někdy pouze jednu z možností a někdy více. První otázky byly zaměřeny na obecné znalosti sdílené ekonomiky a služeb v ní působících, využity byly jak uzavřené, tak otevřené otázky. Změřen byl také na to, co lidi motivuje nebo by mohlo, k využití služeb sdílené ekonomiky, a naopak co by je mohlo odradit. Některé otázky byly zaměřeny na preference respondentů, např. na to, jestli by si místo vlastního auta či kola byli ochotni

si ho pouze půjčit skrze některou z platforem sdílené ekonomiky. Jedna z otázek byla zaměřena na to, jaký mají respondenti k tomuto ekonomickému sektoru postoj. Dotazník byl zakončen skupinou demografických otázek, které měli především informativní význam.

3.2 Interpretace výsledků

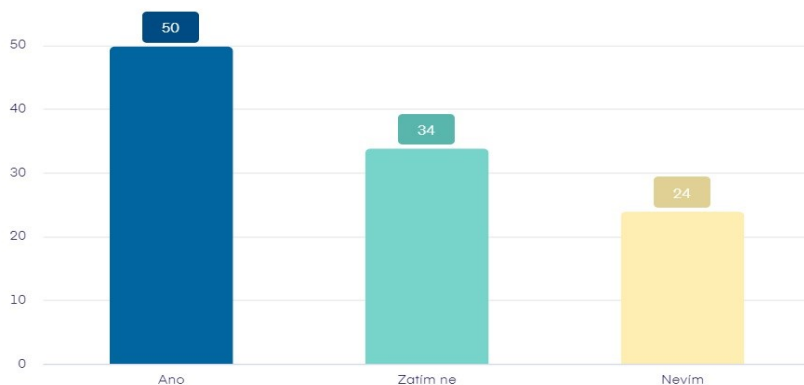
Tato podkapitola obsahuje interpretaci výsledků dotazníkového šetření. Většina výsledků je doplněna o demonstrativní grafy.

Cílová skupina

Tento dotazník neměl žádnou jasně stanovenou cílovou skupinu, byl pouze cíleně rozeslán lidem, kteří využívají sociální sítě a internet obecně, tedy většina respondentů je spíše mladší generace. Celkové množství respondentů vlastního výzkumu dosáhlo 108. Šlo výhradně o neplacený výzkum.

Vyhodnocení dotazníku

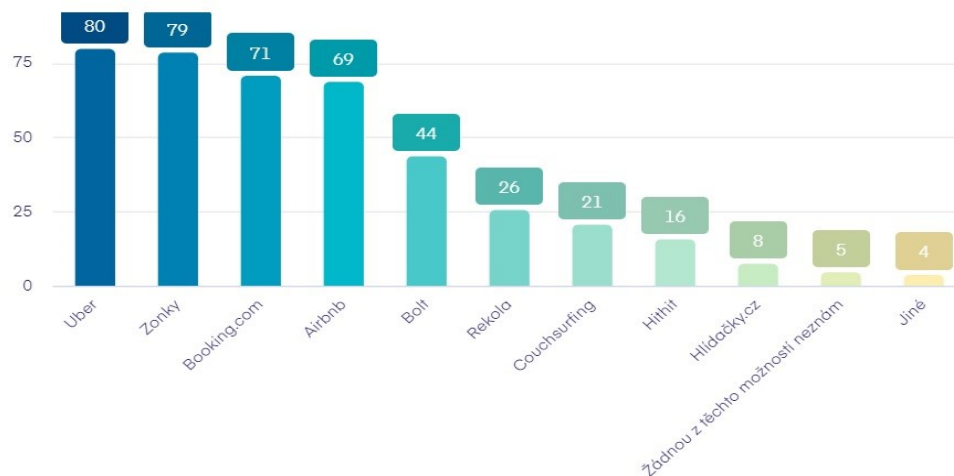
Obr. 1: Setkali jste se již s pojmem sdílená ekonomika?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

První otázka byla zaměřena to, zda se respondenti se sdílenou ekonomikou již někdy v životě setkali. Výsledkem je, že téměř polovina z nich ano a dále je z výsledku patrné, že více než polovina respondentů se s pojmem sdílená ekonomika vůbec nesešlo nebo o tom neví. Z velikosti této skupiny respondentů sice nelze usuzovat na celek, tedy Českou republiku jako takovou, ale v celostátním rozsahu by výsledek byl dosti podobný. Názorně je výsledek vidět v grafu výše.

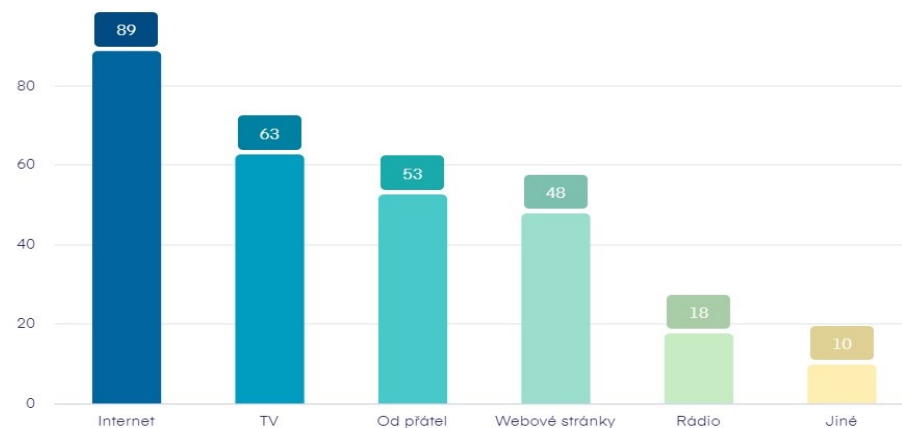
Obr. 2: Jaké subjekty sdílené ekonomiky znáte?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Druhá otázka byla zaměřena na to, jaké společnosti působící v sektoru sdílené ekonomiky respondenti znají a bylo možno „zakroužkovat“ více možností. Nejvíce byly voleny společnosti Uber, Zonky, Booking.com a Airbnb. Což není žádným překvapením, protože právě tyto společnosti jsou těmi největšími a nejznámějšími. Například nižší četnost odpovědí u platformy Hlídačky.cz je zapříčiněn nízkým věkem respondentů.

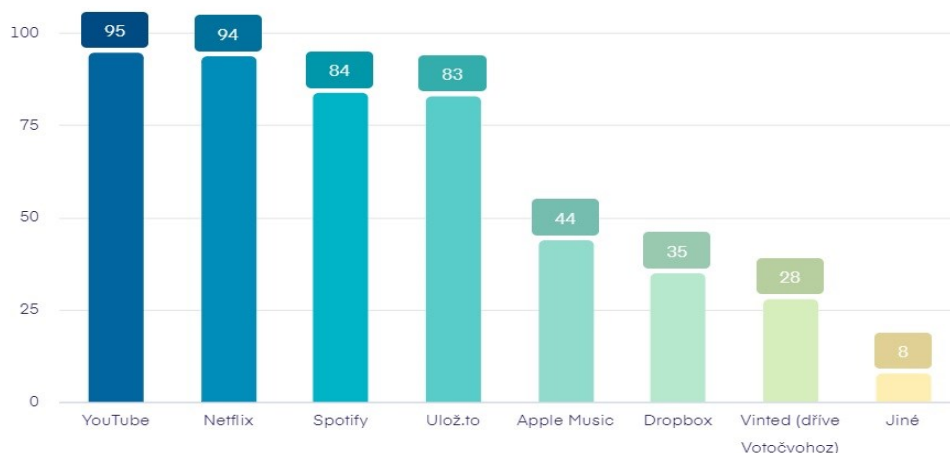
Obr. 3: Odkud jste se o Vám známých společnostech dozvěděli?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Ve **třetí** otázce byli respondenti tázáni na to, odkud se o společnostech z předešlé otázky dozvěděli. Opět mohli vybrat více možností. Zde se projevilo to, že většina platform sdílené ekonomiky funguje online, a proto i reklama a na ně se nejvíce šíří touto cestou. Dále byla často vybrána možnost z televize, od přátel a z webových stránek. Naopak nejmenší dosah má v tomto směru rádio, protože je pravdou, že v dnešní době již není jako komunikační kanál využíváno tak často.

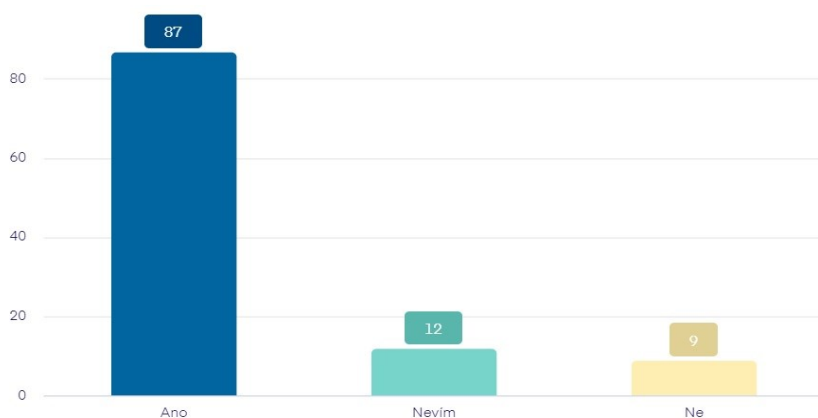
Obr. 4: Do sdílené ekonomiky patří také tyto služby a platformy.



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Ve čtvrté otázce bylo zjišťováno, zda respondenti znají nebo i používají zmíněné služby a platformy, jako je Youtube, Netflix, Spotify, Ulož.to, Vinted či Apple Music, které se řadí ke službám sdílené ekonomiky. Opět šlo o uzavřenou otázku s možností vybrat více odpovědí. Z grafu je patrné, že daní respondenti nejvíce znají či využívají Youtube, Netflix, Spotify a Ulož.to. Všechny tyto služby spadají do sektoru sdílených mediálních služeb.

Obr. 5: Využíváte nebo jste již využili služeb sdílené ekonomiky?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

U páté otázky prezentované v grafu č. 5 je patrné, že nadpoloviční většina respondentů služby sdílené ekonomiky využívá. Jen 21 z nich uvedlo, že neví nebo, že je vůbec nepoužívají. Zde se ukázalo, že zatímco v první otázce někteří uvedli, že se se sdílenou ekonomikou neseťkali, tak to bylo jen proto, že nevěděli, jaké služby patří do sdílené ekonomiky.

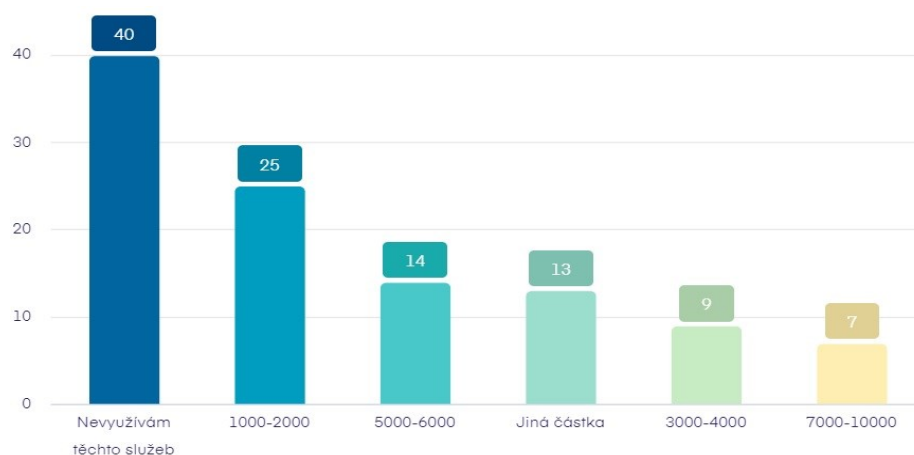
Šestá otázka byla určena pouze pro ty, jejichž odpověď na pátou otázku zněla „ano“ a tázala se respondentů na to, jak často služeb sdílené ekonomiky využívají. Šlo o otevřenou otázku, a proto odpovědi bylo mnoho různých. Většina se ale shodla, že je využívají téměř denně či několikrát týdně, co se platform typu Netflix nebo Spotify týče. Někteří uvedli i jak často využívají ostatních služeb jako je ubytování, a to pak šlo o četnost využití několikrát ročně.

Sedmá otázka byla opět otevřená a ptala se na to, jaké služby (aplikace, platformy) využívají respondenti konkrétně. I zde byly odpovědi velmi různorodé. Někteří respondenti na tuto otázku neodpověděli vůbec, těch bylo celkem 14. Uvedeme si nejvíce odpovídané společnosti:

- Airbnb - 11
- Booking.com – 15
- Netflix – 61
- Spotify – 45
- Uber – 6

Dále nejčastěji zazněl Youtube, Ulož.to, HitHit nebo např. HBO Go.

Obr. 6: Kolik průměrně ročně zaplatíte za využívání ubytovacích služeb sdílené ekonomiky?

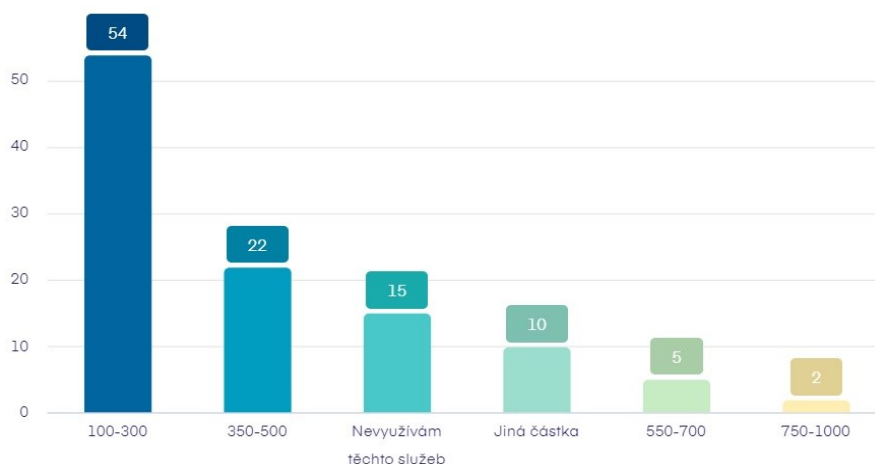


Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Výsledek **osmé** otázky je prezentován v grafu č. 6. Dotaz byl zaměřen na to kolik respondenti ročně utratí za služby sdílené ekonomiky. Nejvíce respondentů odpovědělo, že tyto služby nevyužívají. A z těch, co je využívají, tak ročně nejvíce utratí mezi 1000

a 2000 Kč. Ale našli se i tací, co zaplatí až 10 000 Kč nebo i jinou pravděpodobně vyšší částku.

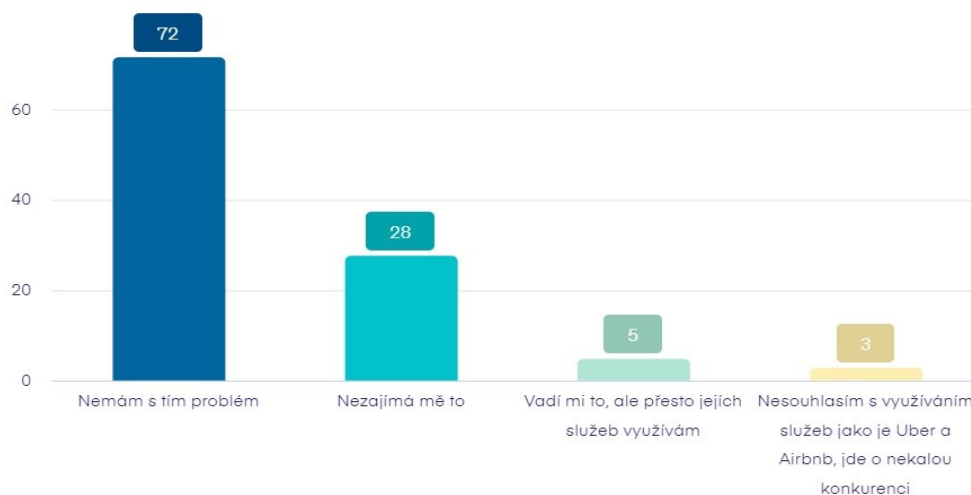
Obr. 7: Kolik průměrně měsíčně zaplatíte za využívání služeb jako je např. Netflix či Spotify?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

V **deváté** otázce, jejíž výsledek znázorňuje graf č. 7. Otázka se ptala, kolik respondenti měsíčně utratí za streamovací či hudební služby. Šlo o uzavřenou otázku. Nejvíce respondentů za tyto služby utratí v rozmezí 100-300 Kč měsíčně, jako druhá nejčastější byla odpověď 350-500 Kč. Je vidět, že jsou tyto služby velmi oblíbené.

Obr. 8: Názor respondentů na využívání služeb sdílené ekonomiky

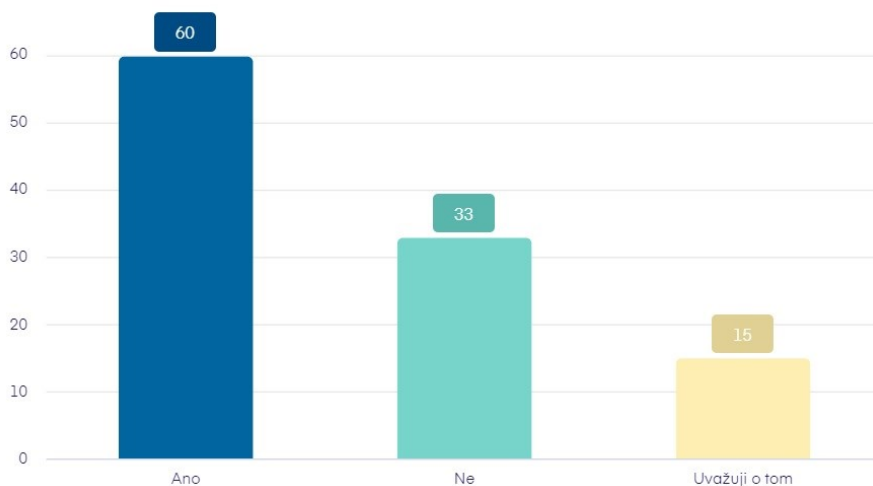


Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Desátá otázka byla zaměřena na názor respondentů na sdílenou ekonomiku. Z grafu č. 8 je patrné, že většina s ní nemá problém a přes 25 % z nich tato problematika nezajímá.

Našli se však i ti, co s využíváním ubytovacích a dopravních služeb sdílené ekonomiky nesouhlasí a berou ji jako nekalou konkurenci.

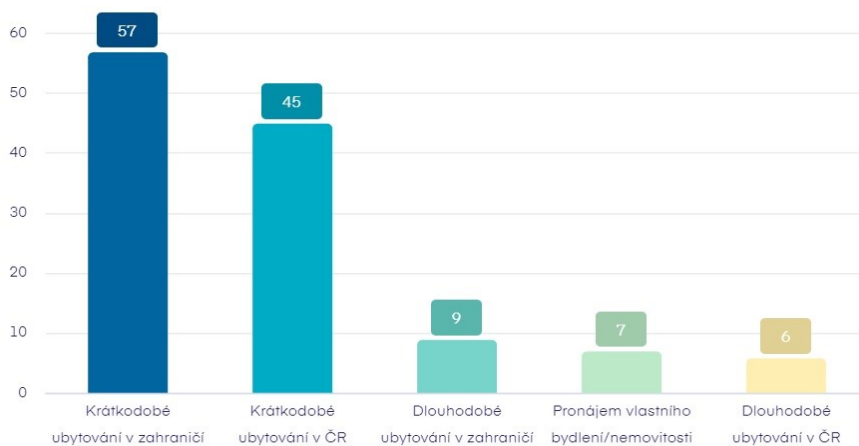
Obr. 9: Využití ubytovacích služeb sdílené ekonomiky



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Jedenáctá otázka se ptala respondentů, zda využívají nebo plánují využít ubytovacích služeb sdílené ekonomiky. Z grafu č. 9 je vidět, že přes 50 % odpovědělo ano. Již z odpovědí na sedmou otázku vyplývá, že daní respondenti těchto služeb využívají.

Obr. 10: Účel využití ubytovacích služeb sdílené ekonomiky

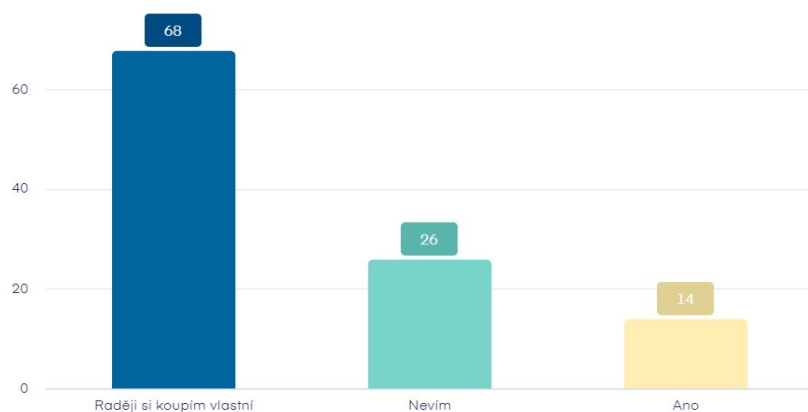


Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Dvanáctá otázka navazuje na předchozí otázku, ptá se respondentů, k jakému účelu využili či v budoucnu využijete ubytovacích služeb sdílené ekonomiky. Výsledkem je, jak je patrné z grafu č. 10, že více než polovina dotazovaných jich využila či využije ke

krátkodobému ubytování v zahraničí a hned poté ke krátkodobým pobytům v ČR. Je faktem, že tyto služby jsou svým charakterem určeny spíše ke krátkodobějším pobytům.

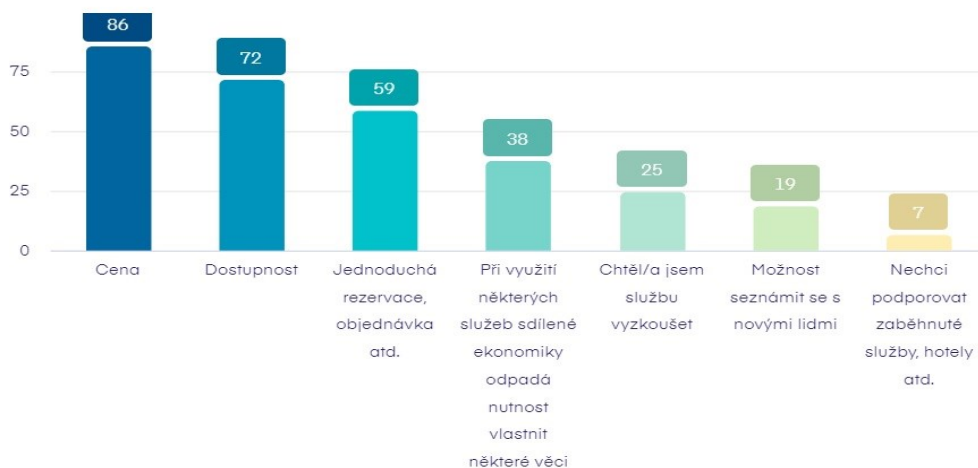
Obr. 11: Preference respondentů



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Předmětem **třinácté** otázky bylo, zda by respondenti uvažovali o upřednostnění využití služeb nabízejících sdílená kola či auta nebo služby spolujízdy předkoupí vlastního kola či auta. Z grafu č. 11 je patrné, že nadpoloviční většina respondentů si raději koupí vlastní a jen 13 % z nich odpovědělo ano.

Obr. 12: Motivace k využití služeb sdílené ekonomiky

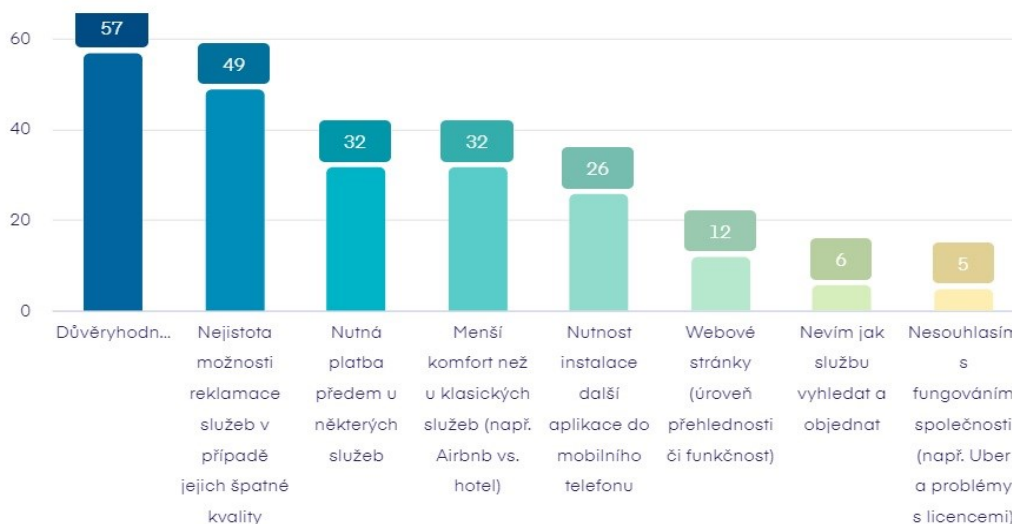


Zdroj: vlastní výzkum, 2021

V **otázce číslo 14** bylo pomocí uzavřené otázky s možností výběru více odpovědí zjišťováno co respondenty motivuje k využití služeb sdílené ekonomiky. Největší motivací je nižší cena než u klasických poskytovatelů služeb. Dále je to dostupnost těchto služeb nebo pro někoho důležitá jednoduchost rezervace či objednávky. Z této skupiny

respondentů jich bylo jen 38 co vybralo možnost, že při využití těchto služeb odpadá nutnost vlastnictví některých věcí. Takže u tohoto segmentu respondentů není motivací žádná z tradičně vyzdvihovaných předností sdílení.

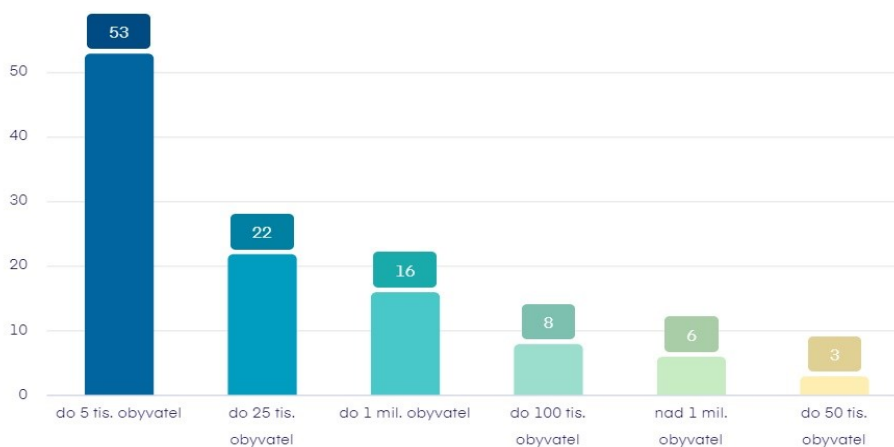
Obr. 13: Důvody k nevyužití služeb sdílené ekonomiky



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Z grafu č. 13 k **patnácté** otázce vyplývá, že největší překážkou, která respondentům vadí je malá důvěryhodnost těchto služeb. Dalším velkým problémem je pro ně také nejistota toho, jestli bude možné v případě nějakých problémů či špatné kvality, např. ubytování, půjde služby reklamovat. Nutná platba předem, kterou některé služby požadují je také velkou překážkou, protože někteří lidé ani nemusí mít tyto platby povolené. Jen pár respondentů vybralo možnost, že nesouhlasí s fungováním těchto společností.

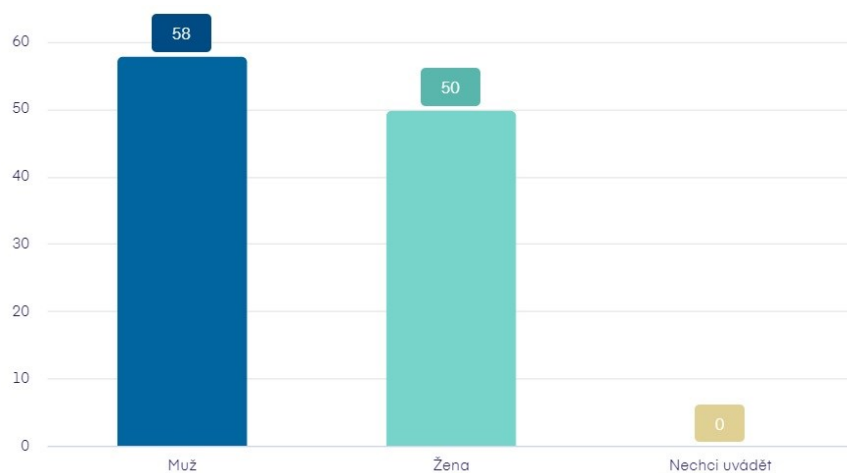
Obr. 14: Velkost místa (počet obyvatel) bydliště respondentů



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Šestnáctá otázka je první z demografických, tedy otázek zjišťujících stručné informace o respondentech tohoto dotazníku. Nejvíce dotazovaných žije v městech do 5 tisíc obyvatel, což ovlivnilo výsledek dotazníku, protože lidé z menších měst nemají takové možnosti využití více druhů sdílených služeb.

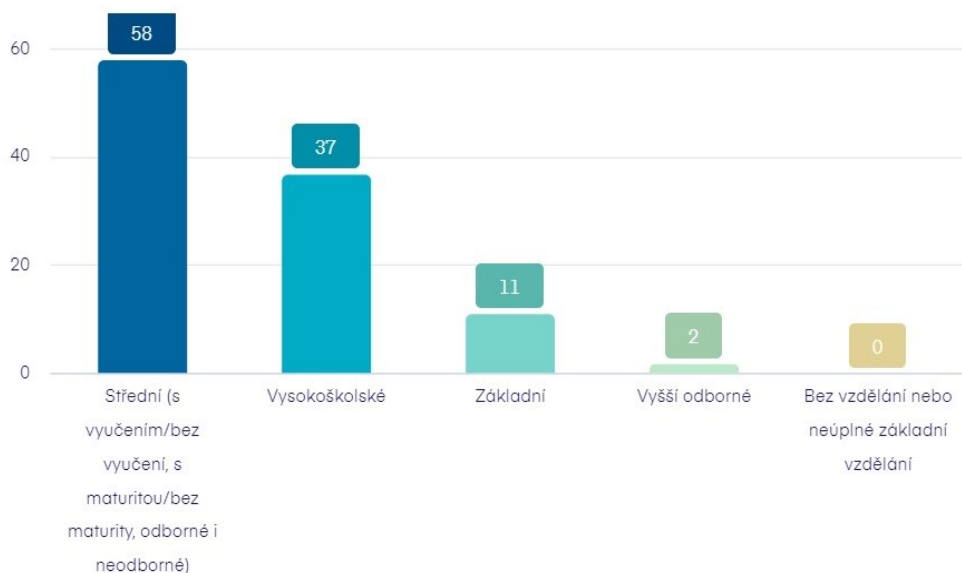
Obr. 15: Jste muž nebo žena?



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Z grafu č. 15 je vidět genderové rozložení respondentů. Mezi respondenty bylo 54 % mužů a 46 % žen.

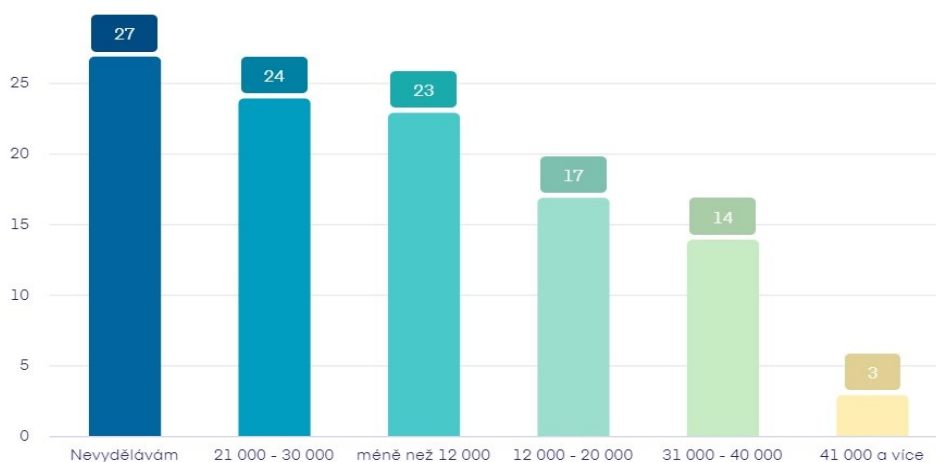
Obr. 16: Vzdělání respondentů



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Nejvíce respondentů je středoškolského a vysokoškolského vzdělání, jak je patrné z grafu č. 16.

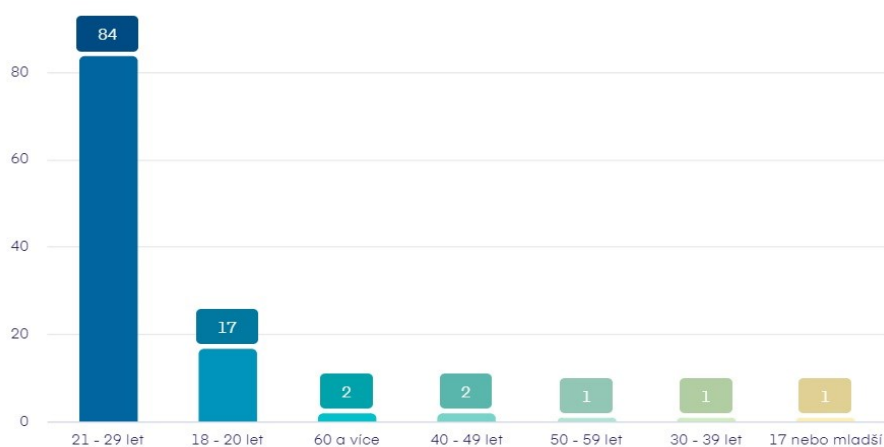
Obr. 17: Měsíční příjem respondentů



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Na **devatenáctou** otázku respondenti nejčastěji odpovídali, že nevydělávají, a pak se často objevil interval 21 000 až 30 000. Tento výsledek odpovídá věku respondentů.

Obr. 18: Věk respondentů



Zdroj: vlastní výzkum, 2021

Poslední **dvacátá** otázka byla zaměřena na věk respondentů, což je patrné z grafu č. 18 vyplývá, že respondenti jsou právě z věkové skupiny, která služby sdílené ekonomiky využívá nejvíce.

3.3 Závěr a doporučení plynoucí z dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření u daných respondentů potvrdilo, že běžně využívají služby sdílené ekonomiky. Většina respondentů ve svých odpovědích uvedla spíše okrajové služby sdílené ekonomiky, jako jsou streamovací služby, ale velké zastoupení měly i služby ubytovací a to především Booking.com a Airbnb. Výsledek vzhledem k počtu respondentů nelze vztahovat k celé České republice. Potvrdil však, že lidé žijící v menších městech mají omezený přístup ke klasickým službám sdílené ekonomiky, a tomu také odpovídala skladba odpovědí k sedmé otázce. Výsledkem je také, že streamovacích služeb využívají většinou mladší lidé, ale například finanční služby se právě vzhledem k věku respondentů v odpovědích skoro nevyskytovaly. Hned první otázka ukázala, že přes 30 % respondentů se s pojmem sdílená ekonomika ještě nesetkalo. Díky dalším otázkám obsahujícím různé služby a platformy sdílené ekonomiky bylo jasné, že většina respondentů okrajově ví o co se jedná a přes 80 % z nich se se sdílenou ekonomikou v nějaké formě již setkalo nebo již jejich služeb využilo. Většina respondentů se o službách sdílené ekonomiky dozvěděla formou internetové či televizní reklamy a od svých přátel. Pro valnou většinu respondentů je největší motivací k využití sdílené ekonomiky nižší cena oproti klasickým službám a dobrá dostupnost těchto služeb. Naopak to, co by je mohlo od využití služeb sdílené ekonomiky odradit je nízká míra důvěryhodnosti a také nejistota vrácení peněz v případě reklamace. Více než polovina respondentů již využilo či plánuje využít ubytovacích služeb jako je Airbnb či Booking.com, a to především ke krátkodobým pobytům v zahraničí nebo v České republice. A na otázku týkající se půjčení nebo vlastnictví auta či kola, 63 % respondentů uvedlo, že si raději koupí vlastní.

Pokud by se někdo rozmýšlel, zda začít provozovat některou ze služeb sdílené ekonomiky, tak dle provedeného dotazníkového šetření by bylo možné doporučit následující. Dle společností nejvíce uváděných v odpovědích respondentů dotazníkového šetření by bylo nejlepší zaměřit se na ubytovací služby, ty se totiž v odpovědích vyskytovaly nejvíce. Ten, kdo vlastní volný pokoj, byt nebo dokonce dům či chatu, tak má na výběr z více možností. Pokud vlastní nemovitost ve městě, tak bylo nejlepší zvolit Airbnb či Booking.com, a když se nemovitost nachází spíše na venkově, tak by bylo možné využít české služby Mojechaty nebo opět Booking.com. Samozřejmě by bylo dobré služby vhodně a střízlivě nacenit čili držet se příznivějších cen, než nabízí hotely či penziony. Dle mého výzkumu totiž zákazník nejvíce oceňuje nižší cenu služeb sdílené

ekonomiky oproti klasickým službám, její snadnou dostupnost a také jednoduchost si takovou službu objednat. Vyvarovala bych se nepravdivých informací o stavu a vzhledu ubytování, jelikož to by mohlo vzbudit nedůvěru v nabízené služby, a právě nízká důvěryhodnost je z hlediska respondentů dotazníku největším problémem sdílené ekonomiky. Takže je třeba zajistit bezpečné platby za služby a snažit se ne vždy požadovat online platbu. Dále bych šíření reklamy na ubytování směřovala spíše na sociální sítě, s přihlédnutím k věku lidí využívajících těchto služeb. A pokud by se jednalo o pravidelný pronájem, tak je samozřejmě důležité platit poctivě poplatky z ubytovacích kapacit a případně si zajistit i živnostenské oprávnění.

Závěr

Hlavním cílem práce bylo zpracování dotazníkového šetření, jeho následné vyhodnocení a podání doporučení na jeho základě. Tento cíl byl splněn pomocí znalostí plynoucích z teoretické části práce. Dílčím cílem práce bylo dostatečně obsáhnout téma sdílená ekonomika z teoretické stránky, a to vymezením pojmu sdílená ekonomika, stručným popsáním jejího vývoje a vymezením organizací působících v tomto ekonomickém sektoru.

Obsahem první kapitoly byly různé definice sdílené ekonomiky, byl stručně nastíněn její vývoj ve světě a v České republice, vyjmenovány byly i její výhody či nevýhody a závěr kapitoly se zaměřoval na kritiku a možné regulace sdílené ekonomiky. V druhé kapitole byly představeny jednotlivé sektory sdílené ekonomiky a služby a společnosti do nich patřící. A u každého sektoru bylo stručně popsáno, jak fungují různé typy a formy sdílených služeb.

Praktická část byla zaměřená na využití služeb sdílené ekonomiky. Největší roli v této části hrálo dotazníkové šetření, které probíhalo od 7. 4. 2021 do 24. 4. 2021 a celkem se podařilo oslovit 108 respondentů. Nebyla vymezena žádná cílová skupina, ale vzhledem ke způsobu oslovování respondentů skrze Facebook Messenger, se většinou jednalo o věkovou kategorii 21-29 let. Dotazník byl tedy šířen v elektronické podobě, vytvořen byl pomocí platformy pro tvoření dotazníků, Survio. Dotazník obsahoval 20 otázek, zaměřených např. na zjišťování znalosti pojmu sdílená ekonomika, motivaci k využití služeb sdílené ekonomiky, a také pár základních demografických otázek. Některé otázky byly uzpůsobeny tak, aby na ně nemuseli odpovídat všichni. Respondenti byli, co se týče pohlaví rozloženi takto, 54 % mužů a 46 % žen.

Praktická část této práce je omezena počtem respondentů, a proto není možné závěry zohledňovat obecně. Faktem, ale je že se dotazníku zúčastnili především středoškolsky a vysokoškolsky vzdělaní lidé, kteří tyto služby obecně využívají více.

Dílčím cílem této práce bylo představit sdílenou ekonomiku, a to pomocí různých definic tohoto sektoru, popsat různé související pojmy, nastínit její přínosy, a naopak i negativa. Důležitou částí je také popsání hlavních aktérů sdílené ekonomiky a různých modelů sdílené ekonomiky. Dalším bodem byly možné regulace sdílené ekonomiky, příčiny

jejího vzestupu a kritika tohoto sektoru. Tento cíl byl splněn tím, že vše zmíněné je v práci dostatečně probráno.

Sdílená ekonomika je velkým fenoménem a do budoucna má v sobě obrovský potenciál, a proto by jí měla být věnována dostatečná pozornost. Může nabývat mnoha podob, dnes je nejvíce využívána v ubytování, dopravě, financích či vzdělání. Je ovšem možné ji využít i při sdílení věcí, jako např. oblečení, náradí či sportovního vybavení. Problémem některých společností dnes začíná být jejich přílišná přeměna v klasické firmy, které fungují jen za účelem zisku. Proto by se společnosti, kterých se to týká jako je např. Uber či Airbnb měly zaměřit spíše na návrat k původnímu zaměření, vrátit se více ke sdílení. Důsledkem přerůstání společností původně zaměřených na sdílení v společnosti běžné, je to, že bude vzrůstat snaha je potlačit pomocí regulací či úplně je zakázat.

Seznam použitých zdrojů

Airbnb (2019). Co jsou to servisní poplatky Airbnb? In, *Airbnb*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.airbnb.cz/help/article/1857/co-jsou-to-servisn%C3%AD-poplatky-airbnb>

Aldorf, L. (2017). Sdílená ekonomika a její regulace: morálně filozofická východiska. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.

Bankerat.cz (2021). *Bankerat*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.bankerat.cz/jak-to-funguje/>

Banky.cz (2016). Sdílená ekonomika. In, *Banky*. Dostupné 12. 4. 2021 z <https://www.banky.cz/clanky/sdilena-ekonomika/>

Bartůšková, H. (2020). Jak přiznat státu příjmy z Airbnb a jaké změny přinesl koronavirus. In, *Hypoindex*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.hypoindex.cz/clanky/airbnb-dane-danove-priznani-pojisteni/>

BlaBlaCar (2016). Sdílená ekonomika: Život v nové době. In, *BlaBlaCar*. Dostupné 25. 3. 2021 z <https://blog.blablacar.cz/blablalife/novy-druh-cestovani/spolecnost/definice-sdilene-ekonomiky>

Bláhová, H. (2020). Ekonomika sdílení... fenomén století, ale i dobrá reklama. In, *Medium*. Dostupné 20. 4. 2021 z <https://medium.com/edtech-kisk/ekonomika-sd%C3%ADlen%C3%AD-fenom%C3%A9n-stolet%C3%AD-ale-i-dobr%C3%A1-reklama-d16a543e38c8>

Booking.com (2021). *Booking*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.booking.com/index.cs.html?label=gen173nr-1DCBQoggJCBWFib3V0SDNYBGg6iAEBmAEFuAEXyAEM2AED6AEBiAIBqAIDuALz76GEBsACAdICJdk3YTlkODU3LTdiZTUtNDE1Ni1iOTlhLWNkMDI1MGE3NmE5N9gCBOACAQ;sid=bfb6b8215baa1905a15a1675d1b3eca>

Bolt (2020). Bolt Food je tady! A doručuje dál než konkurence. In, *Bolt*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://blog.bolt.eu/cs/bolt-food-je-tady-a-dorucuje-dal-nez-konkurence/>

Bolt (n.d.). *Bolt*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://bolt.eu/cs/>

Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York, USA: Harper Collins e-books.

- Botsman, R. (2015). Defining the sharing economy: What is collaborative consumption and what isn't? In, *Fast company*. Dostupné 20. 3. 2021 z <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
- Bringr (2017). *Bringr*. Dostupné 17. 4. 2021 z <http://www.bringr.cz/>
- CzechTrade (2018). *Businessinfo. Oficiální portál pro podnikání a export*. 19. 4. 2021 z <https://www.businessinfo.cz/clanky/prvni-internetova-pujcovna-veci-sharygo-roste-diky-investici-za-desitky-milionu/>
- Česko v datech (2018). Budoucnost ve sdílení. In, *Česko v datech*. Dostupné 31. 3. 2021 z <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/92-budoucnost-ve-sdileni-velky-prehled-toho-co-uz-v-cesku-sdilime/>
- Darujeme.cz (2021). *Darujeme*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.darujme.cz/clanek/roce-2020-pres-darujme-cz-dobrocinne-ucely-putovalo-232-milionu-kc/>
- Deloitte (2017). Sdílená ekonomika: Bohatství bez vlastnictví. *Deloitte*. Dostupné 15. 3. 2021 z <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/deloitte-analytics/Sdilena-ekonomika.pdf>
- Dočkal, J. (2014). Coworking centra v ČR. In, *Flek*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://flek.cz/clanky/dalsi-tipy-a-informace/coworking-centra-v-cr>
- Doginni.cz (2020). *Doginni*. Dostupné 20. 4. 2021 z <https://www.doginni.cz/cs>
- eBay.com (2021). *eBay*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.ebay.com/>
- eBay (n.d.). In *Wikipedie*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://cs.wikipedia.org/wiki/EBay>
- Dvořák, J. (2017). *Sdílená ekonomika (Diplomová práce)*. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů, Česká republika. Dostupné z https://vskp.vse.cz/71125_sdilena_ekonomika
- Faltusová, L. (2020). Co možná nevíte o poplatku z pobytu pro rok 2021? In, *Better Hotel*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://better-hotel.com/cs/blog/co-mozna-nevite-o-poplatku-z-pobytu-pro-rok-2021/>

- Finance.cz (2018). Kde všude můžete potkat sdílenou ekonomiku. In, *Finance*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.finance.cz/509341-co-se-muze-sdilet/>
- Flexiooffice.cz (2018). Výhody a nevýhody sdílené ekonomiky. In, *Flexi office*. Dostupné 6. 4. 2021 z <https://www.flexiooffice.cz/vyhody-a-nevyhody-sdilene-ekonomiky>
- Flexiooffice.cz (2017). Jak funguje sdílená ekonomika? In, *Flexi office*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.flexiooffice.cz/jak-funguje-sdilena-ekonomika>
- Freelancer (2021). *Freelancer*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.freelancer.cz/info/how-it-works?w=f&ngsw-bypass=>
- Frydrychová, M. (2017). Uber, Airbnb, Zonky a další, co jsou vlastně zač? Aneb právní povaha subjektů vystupujících v rámci sdílené ekonomiky. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.
- Fundlift.cz (n.d.). *Fundlift*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.fundlift.cz/#/cs/stranka/caste-dotazy>
- HitHit (2021). *HitHit*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>
- Hlídačky.cz (2021). *Hlídačky*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.hlidacky.cz/chci-byt-hlidacka>
- Honzík, J. (2017). Regulativní východiska sdílené ekonomiky ve Spojených státech a v Evropské unii. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.
- Holzman, O. (2019). *Czechcrunch*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.czechcrunch.cz/2019/02/cesky-logisticky-startup-shipvio-ziskava-desitky-milionu-korun-a-expanduje-nejen-do-saudske-arabie/>
- Chen, J. (2020a). Business-to-business. In, *Investopedia*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>
- Chen, J. (2020b). Collaborative consumption. In, *Investopedia*. Dostupné 5. 4. 2021 z <https://www.investopedia.com/terms/c/collaborative-consumption.asp>
- Chvátal, D. (2019). *Měšec*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.mesec.cz/clanky/prvni-klubova-pojistovna-se-meni-na-pillow-pojistovnu/>

- Institut cirkulární ekonomiky (2015). *Incién*. Dostupné 5. 4. 2021 z <https://incien.org/cirkularni-ekonomika/>
- Investopedia (2020). Peer-to-peer economy. In, *Investopedia*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp>
- Investiční web (2017). P2P, Airbnb: Sdílená ekonomika proti selskému rozumu. In, *Investiční web*. Dostupné 29. 3. 2021 z <https://www.investicniweb.cz/osobni-finance/financni-vzdelavani/p2p-airbnb-sdilena-ekonomika-proti-selskemu-rozumu>
- Jiríček, P. (2019). Jak funguje crowdfunding? In, *Portál Pohoda*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://portal.pohoda.cz/zakon-a-pravo/finance-a-dane/jak-funguje-crowdfunding/>
- Kagan, J. (2020). P2P Lending. In, *Investopedia*. Dostupné 3. 4. 2021 z <https://www.investopedia.com/terms/p/peer-to-peer-lending.asp>
- Kenton, W. (2021). Business-to-Consumer (B2C). In, *Investopedia*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp>
- Keycafe (2019). The history of the sharing economy. In, *Medium*. Dostupné 25. 3. 2021 z <https://medium.com/keycafe/the-history-of-the-sharing-economy-b139e55cdf47>
- Kočar, J. (2017). *Flowee. Médium nového světa*. Dostupné 20. 4. 2021 z <https://www.flowee.cz/75-archiv-2017/eco/domacnost/2966-zajimava-cisla-sdilene-ekonomiky-cr-o-kterych-jste-mozna-nevedeli>
- Knihovna věcí (2021). *Library of things*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.libraryofthings.cz/>
- Klamo, J. (2017). P2P lending z pohledu českého finančního práva. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.
- Koubíková, K. (2020). *Vývoj sdílené ekonomiky v České republice* (Bakalářská práce). Univerzita Pardubice, Fakulta chemicko-technologická, Česká republika. Dostupné z https://dk.upce.cz/bitstreamupce/handle/10195/76622/KoubikovaK_VyvojSdilene_MB_2020.pdf?sequence=3
- Králík, D., & Petrášek, Z. (2017). Sdílená ekonomika: spojení technologie a bankovníctví – nové výzvy. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.

- Křížová, I. (2020a). Sloučený poplatek stírá výhodu Airbnb, oproti hotelům a penzionům. In, *Česká pozice. Informace pro svobodné lidi*. Dostupné 17. 4. 2021 z https://ceskapozice.lidovky.cz/tema/slouceny-poplatek-stira-vyhodu-airbnb-oproti-hotelum-a-penzionum.A200107_160923_pozice-tema_lube
- Křížová, S. (2020b). Netflixu přibilo méně předplatitelů. Očekávalo se zhruba o milion víc. In, *Seznam Zprávy*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/netflixu-pribylo-mene-predplatitelu-ocekaval-o-zhruba-milion-vic-125392>
- Lecjaksová, G. (2018). *Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na podnikatelské prostředí* (Bakalářská práce). Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česká republika.
- Liftago (n.d.). In *Wikipedie*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://cs.wikipedia.org/wiki/Liftago>
- Lime (2021). *Lime*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.li.me/cs/>
- Lískovec, L. (2021). *lukasliskovec.cz*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://www.lukasliskovec.cz/pruvodce-kickstarter-kampani/>
- Mahdalová, K. (2020). Analýza: Airbnb v Česku je byznys, na který doplácíme všichni. In, *Novinky*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/analyza-airbnb-v-cesku-je-byznys-na-ktery-doplacime-vsichni-40308029>
- Marek, M. (2016). *Sdílená ekonomika a její místo v moderním hospodářském systému* (Bakalářská práce). Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií, Česká republika.
- McGowan, E. (2018). Crowdfunding vs. Crowdsourcing. In, *Startups*. Dostupné 3. 4. 2021 z <https://www.startups.com/library/expert-advice/crowdfunding-vs-crowdsourcing>
- Mediaguru.cz (2020). Liftago loni získalo nové zákazníky, obrat dosáhl 400 mil. Kč. In, *Mediaguru*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://www.mediaguru.cz/clanky/2020/01/liftago-loni-ziskalo-nove-zakazniky-obrat-dosahl-400-mil-kc/>
- Mlýnková, A. (2017). Sdílení zaměstnanců jako nová forma zaměstnání. In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.

- Novinky.cz (2017). Youtube poprvé v historii změnil logo. In, *Novinky*. Dostupné 31. 3. 2021 z <https://www.novinky.cz/internet-a-pc/clanek/youtube-poprve-v-historii-zmenil-logo-40044129>
- Oxford University Press (2015). *Oxford Learner's Dictionaries*. Dostupné 10. 4. 2021 z <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sharing-economy>
- Owyang, J. (2013). The Collaborative Economy. In, *Slideshare*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>
- Pecuch, M. (2020). Sdílená doprava v Plzni. In, *Město Plzeň*. Dostupné 20. 3. 2021 z https://www.plzen.eu/doprava-1/sdilena-doprava/chap_135800692/sdilena-doprava-v-plzni.aspx
- Pichrt, J., Boháč, R., & Morávek, J. (2017) *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.
- Pillow (n.d.). *MyPillow*. Dostupné 18. 4. 2021 z https://www.mypillow.cz/o_nas
- Pryhodko, G. (2017). Marketplace by types of participants: C2C, B2C and B2B. In, *Rademade*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://wiki.rademade.com/marketplace-c2c-b2c-b2b>
- Pýcha, A. (2013). Coworking: Co to je a proč právě vám může pomoci? In, *Mladý Podnikatel*. Dostupné 18. 4. 2021 z <https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-coworking-t3647>
- Půjčím.to (2015). *Půjčím.to*. Dostupné 19. 4. 2021 z <https://www.pujcim.to/clanek/jak-to-funguje>
- PwC (2015). Sdílená ekonomika a její potenciál. Dostupné 10. 4. 2021 z https://www.cbcsd.cz/wp-content/uploads/2018/04/Sde%CC%8Clovací%CC%81-technika-duben-2018_str19.pdf
- Rekola.cz (n.d.). *Rekola*. Dostupné 17. 4. 2021 z www.rekola.cz
- Robeeto.com (2021). *Robeeto*. Dostupné 20. 4. 2021 z <https://www.robeeto.com/>
- Řehořová, L. (2017). Ekonomika online platforem a proměna pracovního trhu. In, J. Pichrt, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.

- Sekce pro evropské záležitosti Úřadu vlády České republiky (2017). *Analýza sdílené ekonomiky a digitálních platforem*. Dostupné 30. 3. 2021 z https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha_4_Material_Analyza.pdf
- Scholzová, L. (2020). Dvě tváře sdílené ekonomiky. In, *Medium*. Dostupné 30. 3. 2021 z <https://medium.com/edtech-kisk/dv%C4%9B-tv%C3%A1%C5%99e-sd%C3%ADlen%C3%A9-ekonomiky-8f83930765a>
- Stephany, A. (2015). *The business of sharing: Making it in the New Sharing Economy*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.
- Stone, B. (2019). *Uber a Airbnb mění svět: Příběhy sdílené ekonomiky*. Praha, Česko: Grada.
- Survio.com (2021). *Elektronický dotazník na téma: Sdílená ekonomika*. Dostupné z <https://www.survio.com/survey/d/R3A7I1J8Y9N8B2E8C>
- Škoda Auto DigiLab (2019). BeRider: Sdílené elektrické skútry v Praze. In, *Škoda Auto DigiLab*. Dostupné 17. 4. 2021 z <https://skodaautodigilab.com/cs/projects/berider>
- Tamplin, T. (2021a). Business to Consumer (B2C) Meaning. In, *Finance strategist*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.financestrategists.com/finance-terms/b2c/>
- Tamplin, T. (2021b). Business to Business Definition. In, *Finance strategist*. Dostupné 8. 4. 2021 z <https://www.financestrategists.com/finance-terms/b2b/>
- Tkadlec, M. (2017). Sdílená ekonomika: Výzva pro právní úpravu závislé práce? In, J. Pichtr, R. Boháč a J. Morávek, *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém?* Praha, Česko: Wolters Kluwer.
- Uber (2021). *Uber*. Dostupné 5. 4. 2021 z <https://www.uber.com/cz/cs/about/how-does-uber-work/>
- Veber, J., Krajčík, V., Hruška, L., & Makovský, P. (2016). *Sdílená ekonomika*. Praha: Vysoká škola podnikání a práva.
- Valentová, M. (2018). Sdílená ekonomika – nový druh podnikání. In, *Portál Pohoda*. Dostupné 28. 3. 2021 z <https://portal.pohoda.cz/pro-podnikatele/uz-podnikam/sdilená-ekonomika-%E2%80%93-novy-druh-podnikani/>

Widlok, T. (2017). *Anthropology and the economy of sharing*. London, England: Routledge, Taylor & Francis Group.

Zeman, M. (2019). K čemu jsou dobré peer-to-peer projekty – půjčky, pojištění, sdílená ekonomika. *Pojištění. Na straně spotřebitele od roku 2005*. Dostupné 15. 4. 2021 z <https://www.bankovnipoplatky.cz/k-cemu-jsou-dobre-peer-to-peer-projekty-pujcky-pojisteni-sdilena-ekonomika-36707>

Zonky. (2020). *Tisková zpráva za rok 2019*. Dostupné z https://zonky.cz/page-assets/documents/media/Zonky_ma_zasebou_nejuspesnejsi_rok.pdf

Seznam použitých zkratk a značek

P2P – Peer-to-peer

ČR – Česká republika

Kol. – Kolektiv

Kč – Korun českých

USA – Spojené státy americké

PSS – Product Service Systems

B2C – Business-to-customer

B2B – Business-to-business

EUR - Euro

USD – Americký dolar

GPS – Globální polohový systém

EU – Evropská unie

Seznam tabulek a obrázků

Seznam tabulek

Tab. 1: Přehled důležitých platforem sdílené ekonomiky v ČR i ve světě s roky jejich založení	20
---	----

Seznam obrázků

Obr. 1: Setkali jste se již s pojmem sdílená ekonomika?.....	52
Obr. 2: Jaké subjekty sdílené ekonomiky znáte?	53
Obr. 3: Odkud jste se o Vám známých společnostech dozvěděli?	53
Obr. 4: Do sdílené ekonomiky patří také tyto služby a platformy.....	54
Obr. 5: Využíváte nebo jste již využili služeb sdílené ekonomiky?.....	54
Obr. 6: Kolik průměrně ročně zaplatíte za využívání ubytovacích služeb sdílené ekonomiky?.....	55
Obr. 7: Kolik průměrně měsíčně zaplatíte za využívání služeb jako je např. Netflix či Spotify?.....	56
Obr. 8: Názor respondentů na využívání služeb sdílené ekonomiky.....	56
Obr. 9: Využití ubytovacích služeb sdílené ekonomiky	57
Obr. 10: Účel využití ubytovacích služeb sdílené ekonomiky	57
Obr. 11: Preference respondentů	58
Obr. 12: Motivace k využití služeb sdílené ekonomiky	58
Obr. 13: Důvody k nevyužití služeb sdílené ekonomiky	59
Obr. 14: Velkost místa (počet obyvatel) bydliště respondentů.....	59
Obr. 15: Jste muž nebo žena?	60
Obr. 16: Vzdělání respondentů	60
Obr. 17: Měsíční příjem respondentů	61
Obr. 18: Věk respondentů.....	61

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník zaměřený na využití služeb sdílené ekonomiky

Přílohy

Příloha A: Dotazník zaměřený na využití služeb sdílené ekonomiky

- 1) Setkali jste se již s pojmem sdílená ekonomika?
 - Ano
 - Nevím
 - Zatím ne
- 2) Jaké subjekty sdílené ekonomiky znáte? (výběr více možností)
 - Rekola
 - Zonky
 - Airbnb
 - Booking.com
 - Hlídačky.cz
 - Uber
 - Bolt
 - Hithit
 - CoachSurfing
 - Žádnou z těchto možností neznám
 - Jiné
- 3) Odkud jste se o Vám známých společnostech dozvěděli? (výběr více možností)
 - TV
 - Internet
 - Od přátel
 - Webové stránky
 - Rádio
 - Jiné
- 4) Do sdílené ekonomiky patří také tyto služby a platformy: (vyberte ty které znáte a třeba je i používáte – více možností)
 - Netflix
 - Spotify
 - Ulož.to
 - Apple Music

- YouTube
 - Dropbox
 - Vinted (dříve Votočvohoz)
- 5) Využíváte nebo jste již využily služeb sdílené ekonomiky?
- Ano
 - Nevím
 - Ne
- 6) Jestli Vaše předchozí odpověď byla „ano“, tak jak často využíváte služeb sdílené ekonomiky? (otevřená odpověď)
- 7) Jaké služby (aplikace, platformy) využíváte Vy konkrétně? (otevřená odpověď)
- 8) Kolik průměrně **ročně** zaplatíte za využívání ubytovacích služeb sdílené ekonomiky?
- 1000-2000
 - 3000-4000
 - 5000-6000
 - 7000-10000
 - Jiná částka
 - Nevyužívám ubytovacích služeb
- 9) Kolik průměrně **měsíčně** zaplatíte za využívání služeb jako je např. Netflix nebo Spotify?
- 100-300
 - 350-500
 - 550-700
 - 750-1000
 - Jiná částka
 - Nevyužívám těchto služeb
- 10) Sdílená ekonomika v některých případech vyvolává kontroverze (protože se v některých případech pohybuje na hraně zákona viz problémy Uberu a Airbnb).
Jaký máte na sdílenou ekonomiku názor Vy?
- Nemám s tím problém
 - Vadí mi to, ale přesto jejích služeb využívám
 - Nezajímá mě to

- Nesouhlasím s využíváním služeb jako je Uber či Airbnb, jde o nekalou konkurenci
- 11) Využijete nebo jste již využili, při svých cestách do zahraničí či po Čechách ubytovacích služeb sdílené ekonomiky (Airbnb nebo např. Booking.com)?
- Spíše ano
 - Uvažuji o tom
 - Spíše ne
- 12) Pokud jste v předchozí otázce odpověděli „ano“, tak na co jste již využili nebo v budoucnosti využijete ubytovací služby sdílené ekonomiky?
- Krátkodobé ubytování v zahraničí
 - Dlouhodobé ubytování v zahraničí
 - Krátkodobé ubytování v ČR
 - Dlouhodobé ubytování v ČR
 - Pronájem vlastního bydlení/nemovitosti
- 13) Upřednostnili byste využití služeb jako jsou sdílená kola či sdílená spolujízda, před koupí vlastního kola nebo auta?
- Ano
 - Nevím
 - Radši si koupím vlastní
- 14) Které z následujících možností jsou nebo by mohly být motivací, proč využít služeb sdílené ekonomiky? (více možností)
- Cena
 - Dostupnost
 - Chtěl/a jsem službu vyzkoušet
 - Možnost seznámit se s novými lidmi
 - Nechci podporovat zaběhnuté služby, hotely atd.
 - Jednoduchá rezervace, objednávka atd.
 - Při využívání některých služeb sdílené ekonomiky odpadá nutnost vlastnit některé věci
- 15) Co by naopak mohlo být Vaším důvodem k jejich nevyužití? (více možností)
- Důvěryhodnost
 - Menší komfort než u klasických služeb (např. Airbnb vs. Hotel)

- Nutná platba předem u některých služeb
- Nutnost instalace další aplikace do mobilního telefonu
- Webové stránky (přehlednost, funkčnost)
- Nesouhlasím s fungováním společnosti (např. Uber a problémy s licencemi)
- Nevím, jak službu vyhledat a objednat
- Nejistota možnosti služby v případě jejich špatné kvality reklamovat

16) S možností využívat „klasické“ služby sdílené ekonomiky jako jsou spolujízdy nebo také sdílené ubytování, souvisí také poloha Vašeho bydliště. Bydlíte v obci:

- do 5 tis. obyvatel
- do 25 tis. obyvatel
- do 50 tis. obyvatel
- do 100 tis. obyvatel
- do 1 mil. obyvatel
- nad 1 mil. obyvatel

17) Jste muž nebo žena?

- Muž
- Žena
- Nechci uvádět

18) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Bez vzdělání
- Základní
- Střední (s vyučením/bez vyučení, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné)
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

19) Jaký z níže uvedených intervalů zahrnuje Váš měsíční čistý příjem?

- 12 000-20 000
- 21 000-30 000
- 31 000-40 000
- 41 000 a více

20) Která z níže uvedených kategorií zahrnuje Váš věk?

- 17 nebo mladší
- 18-20 let
- 21-29 let
- 30-39 let
- 40-49 let
- 50-59 let
- 60 nebo více

Abstrakt

Sedláková, V. (2021). *Sdílená ekonomika* (Bakalářská práce). Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická, Česká republika.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, digitální platformy, společnosti, sdílení, technologický rozvoj

Předložená práce je zaměřena na sdílenou ekonomiku jako ekonomický sektor. Hlavním cílem práce je sestavení dotazníkového šetření a jeho vyhodnocení. Dílčím cílem je vymezení a definování sdílené ekonomiky, jejího vývoje, modelů sdílené ekonomiky nebo rozdělení typů trhů dle aktérů na nich operujících. Dále také obsahuje představení jednotlivých oblastí sdílené ekonomiky a společností v nich působících. Tato práce je rozčleněna do tří kapitol. V první kapitole jsou představeny různé definice sdílené ekonomiky, stručná historie a vývoj, představeny jsou stručně možné či existující regulace a také výhody a nevýhody plynoucí z existence služeb sdílené ekonomiky. V druhé kapitole jsou představeny oblasti sdílené ekonomiky a společnosti či platformy v nich působící, a to české i zahraniční. Také je nastíněno jak tyto společnosti a platformy fungují a na čem jsou založeny. Tématem třetí kapitoly je vyhodnocení, představení výsledků jednotlivých otázek z dotazníkového šetření a doporučení z něj plynoucí pro někoho, kdo chce začít poskytovat sdílené služby.

Abstract

Sedláková, V. (2021). *Sharing economy* (Bachelor Thesis). University of West Bohemia, Faculty of economics, Czech Republic.

Key words: sharing economy, digital platforms, organizations, sharing, technological development

The presented work is focused on the sharing economy as an economic sector. The main goal of the work is to compile a questionnaire survey and its evaluation. The partial goal is to define and determine the sharing economy, its development, models of sharing economy or types of markets according to the actors operating on them. Furthermore, it contains the introduction of individual areas of the sharing economy and the companies operating in them. This work is divided into three chapters. The first chapter introduces various definitions of sharing economy, a brief history and development, briefly introduces possible or existing regulations, as well as the advantages and disadvantages of the existence of sharing economy services. The second chapter presents the areas of the sharing economy and the companies or platforms operating on them, both Czech and foreign. It also outlines how these companies and platforms work, and what they are based on. The topic of the third chapter is the evaluation, presentation of the results of individual questions from the questionnaire survey and recommendation resulting from it for someone who wants to start providing sharing services.