

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

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

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

Jana Zlámalová

Plzeň 2020

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

Fakulta ekonomická

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Jana ZLÁMALOVÁ**
Osobní číslo: **K17B0163P**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Podniková ekonomika a management**
Téma práce: **Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na podnikatelské prostředí**
Zadávací katedra: **Katedra podnikové ekonomiky a managementu**

Zásady pro vypracování

1. Charakterizujte koncept sdílené ekonomiky.
2. Popište jednotlivé oblasti sdílené ekonomiky a její specifika.
3. Pomocí vhodně zvolené metody analyzujte využívání a povědomí o vybrané oblasti sdílené ekonomiky.
4. Zhodnotte šetření a vyvodte závěry.

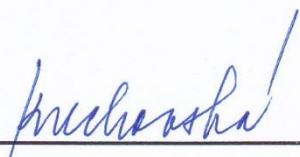
Rozsah bakalářské práce: **40 – 60 stran**
Rozsah grafických prací: **neuveden**
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

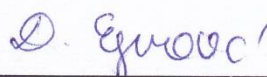
- BOTSCHAN, Rachel a Roo ROGERS. *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business, 2010. ISBN 978-00-619-6354-4.
- BUCZYNSKI, Beth. *Sharing is good: how to save money, time and resources through collaborative consumption*. Gabriola, BC: New Society Publishers, 2013. ISBN 9781550925449.
- KOTLER, Philip. *Marketing management*. 10. vyd. Praha: Grada, 2001. ISBN 978-93-325-5718-5.
- PICHRT, Jan, BOHÁČ, Radim a Jakub MORÁVEK, ed. *Sdílená ekonomika – sdílený právní problém*. Praha: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-7552-874-2.
- STONE, Brad. *Uber a Airbnb mění svět: příběhy sdílené ekonomiky*. Přeložil Jiří PONDĚLÍČEK. Praha: Grada, 2019. ISBN 978-80-271-0779-7.

Vedoucí bakalářské práce: **Doc. Ing. Petra Taušl Procházková, Ph.D.**
Katedra podnikové ekonomiky a managementu

Datum zadání bakalářské práce: **22. října 2019**
Termín odevzdání bakalářské práce: **22. dubna 2020**



Doc. Ing. Michaela Krechovská, Ph.D.
děkanka



Doc. PaedDr. Dana Egerová, Ph.D.
vedoucí katedry

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

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

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

Plzeň dne

.....

podpis autorky

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé práce doc. Ing. Petře Taušl Procházkové, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady a veškerý čas, který mi při psaní této práce věnovala. Také bych ráda poděkovala své rodině a přítelovi za jejich trpělivost a oporu.

Obsah

Úvod	9
1 Sdílená ekonomika	10
1.1 Pojmy sdílené ekonomiky	11
1.1.1 Sharing economy	11
1.1.2 Collaborative consumption	11
1.1.3 Collaborative economy	12
1.2 Historie sdílené ekonomiky	13
1.3 Modely sdílené ekonomiky	14
1.3.1 Botsman a Rogers	14
1.3.2 Gansky	15
1.4 Vliv na podnikatelské prostředí	17
1.5 Pozitivní a negativní dopady sdílené ekonomiky	18
1.5.1 Pozitiva sdílené ekonomiky	18
1.5.2 Negativa sdílené ekonomiky	20
1.6 Generace Y a generace Z	20
2 Oblasti sdílené ekonomiky	23
2.1 Ubytovací služby	23
2.2 Sdílená doprava	24
2.2.1 Carsharing	25
2.2.2 Carpooling	25
2.2.3 Ridesharing	26
2.2.4 Bikesharing	27
2.3 Finanční služby	28
2.3.1 Peer-to-peer půjčky	28
2.3.2 Crowdfunding	29
2.4 Sdílené pracovní prostory (coworking)	29
2.5 Sdílená pracovní síla	30
2.6 Redistribuce použitých statků	30
3 Dotazníkové šetření	32
3.1 Definice cílů	32

3.2	Metodika výzkumu	32
3.3	Vyhodnocení dotazníkového šetření	34
3.3.1	Charakteristika vzorku respondentů	34
3.3.2	Povědomí a využívání sdílené dopravy	36
3.3.3	Důvody vedoucí k nevyužití služeb sdílené dopravy	44
3.3.4	Faktory motivující k využití služeb sdílené dopravy	47
3.3.5	Společnost Uber	50
3.4	Shrnutí dotazníkového šetření	55
3.4.1	Shrnutí povědomí a využívání sdílené dopravy	55
3.4.2	Shrnutí důvodů vedoucích k nevyužití služeb sdílené dopravy	56
3.4.3	Shrnutí faktorů motivujících k využití služeb sdílené dopravy	56
3.4.4	Shrnutí – společnost Uber	57
	Závěr	58
	Seznam použitých zdrojů	60
	Seznam tabulek	65
	Seznam obrázků	66
	Seznam použitých zkratk a značek	67
	Seznam příloh	68

Úvod

Sdílenou ekonomiku je možné nalézat všude okolo nás. Stává se často diskutovaným a novodobým tématem. Přináší výhody a možnosti, které dosud nebyly možné a pro řadu lidí i nedosažitelné. Rozmach sdílené ekonomiky je podporován zejména rozvojem a vývojem technologií a digitálních zařízení, které usnadňují sdílení a nabízejí nové způsoby komunikace. Tyto technologie a mobilní zařízení jsou pro mladší generaci běžnou součástí života a někteří jedinci jsou jimi obklopeni již od narození. Mnoho platform sdílené ekonomiky plně využívá tohoto potenciálu a tím ukazuje uživatelům své přednosti. Například některé služby je možné objednat či zařídit přímo z pohodlí domova, na cestě do zaměstnání či během dovolené. Rozvoj tohoto odvětví jde stále dopředu a sdílená ekonomika se neustále rozšiřuje do dalších oblastí hospodářství. Nabízejícím umožňuje zúročit jejich majetek a zájemcům získat levnější či výhodnější službu nebo produkt. Nejčastěji se jedná o oblasti ubytování, dopravy a finančních služeb.

Hlavním cílem této práce je charakterizovat samotný koncept, modely sdílené ekonomiky, popsat vybrané oblasti sdílené ekonomiky a analyzovat využívání a povědomí o sdílené dopravě. Tato oblast byla vybrána autorkou, protože se jedná o jednu z nejznámějších oblastí sdílené ekonomiky a doprava patří mezi každodenní záležitosti většiny lidí. Mnozí z nich pravidelně cestují do zaměstnání, za rodinou atd.

Práce se skládá z části teoretické a empirické. První část práce cílí na teoretické předpoklady a pojmy spojené se sdílenou ekonomikou. V práci jsou také analyzovány výhody a nevýhody, které s sebou přináší sdílená ekonomika, a její vliv na podnikatelské prostředí. Cílem empirické části práce je analyzovat povědomí o sdílené dopravě, míru využívání služeb a zkoumat motivace a bariéry uživatelů sdílené dopravy mezi mladými generacemi. Za vhodnou metodu k analyzování je zvoleno dotazníkové šetření, protože autorka očekává zpětnou vazbu od respondentů na stanovené otázky vedoucí k dosažení cíle empirické části práce. Dotazník se věnuje přímo sdílené dopravě. Šetření je zaměřeno na osoby ve věku 18–34 let. Šetření se zaměřuje také na výhody, které osoby motivují, a na nevýhody, které odrážejí od využití služeb. Shromážděná data jsou v závěru dotazníkového šetření vyhodnocena a výsledky průzkumu jsou systematicky shrnuty.

1 Sdílená ekonomika

Sdílenou ekonomiku lze charakterizovat jako ekonomický model, ve kterém dochází k propojení dodavatelů ochotných pronajímat svá aktiva spotřebitelům, kteří mají zájem o použití těchto aktiv prostřednictvím webových platform. Mobilní aplikace jsou typickým nástrojem, který umožňuje přístup k těmto platformám, které propojují spotřebitele s dodavatelem. Pro řadu uživatelů může být přístup ke zboží a službám v podobě sdílené ekonomiky výhodnější, než je vlastnit. Sdílet můžeme něco, co existuje, co je v přebytku a co má větší kapacitu, než je schopen využít jeho vlastník (jako například zboží, prostory, dovednosti i svůj čas). Aby sdílení fungovalo, musí existovat zájemce neboli spotřebitel či uživatel, který danou věc potřebuje. Dalším předpokladem je výhodnost transakce prostřednictvím sdílení. Účastníkům by měla přinášet výhody oproti tradičnímu obchodnímu modelu. Tyto výhody mohou být ekonomického charakteru, ale mohou zahrnovat i jisté druhy zážitků a benefitů (Veber et al. 2018). Motivace k účasti na sdílené ekonomice jsou pro každého jedince odlišné. Pro spotřebitele to mohou být nižší náklady a také dostupnost zboží, které by si jinak nemohli dovolit pořídit. Nabízejícím může sdílená ekonomika poskytnout možnost přivýdělku (Deloitte 2017).

O efektivitě služeb společností, které se zabývají zprostředkováním, rozhoduje povědomí mezi potenciálními zájemci o využití těchto služeb (Veber et al. 2018). Z toho vyplývá, že zcela zásadní pro úspěch těchto společností jsou jejich marketingové schopnosti. Marketing pomáhá uvést a úspěšně přijmout nové výrobky a služby na trh, které usnadňují a obohacují lidem život. Úspěšný marketing generuje poptávku, přispívá k ziskovosti firmy a pomáhá firmu zapojovat do společensky odpovědných aktivit (Kotler a Keller 2014).

V posledních letech začaly platformy sdílené ekonomiky výrazně ovlivňovat socio-ekonomické prostředí. Tyto platformy přinášejí nové možnosti nakládání s movitým a nemovitým majetkem, finančními prostředky, lidskou prací či dovednostmi. Vzhledem k větší nabídce a poptávce se tento fenomén koncentruje zejména do velkých měst, kde má díky rozšíření moderních komunikačních technologií velký potenciál. Zde mohou mít platformy sdílené ekonomiky možnost větší specializace díky širokému spektru nabídek a poptávek. Je tedy možné předpokládat, že sdílená ekonomika bude více

ovlivňovat způsob života ve velkých městech než v menších obcích. Sdílená ekonomika má potenciál ovlivňovat naše životy zejména v ekonomické, sociální a ekologické oblasti. V sociální sféře přispívá k rozvoji a posilování komunit pomocí uživatelských recenzí a zprostředkovává sociální interakce (Kruliš 2018).

1.1 Pojmy sdílené ekonomiky

Se sdílenou ekonomikou je spojováno mnoho pojmů. Ovšem definic či vymezení pro jednotlivé pojmy je celá řada a dosud nedošlo k přijetí všeobecně uznávané definice. Spolu se sdílenou ekonomikou jsou zaváděny další alternativní či blízké pojmy (Verber et al. 2018). Nejčastěji spojované termíny s tématem sdílené ekonomiky jsou *sharing economy*, *collaborative consumption* a *collaborative economy*. Přesná definice není nikde stanovena a jejich vymezení je obtížné. Jednotlivé definice pojmů se od sebe liší. Jako jedna z prvních se pokusila jednotlivé pojmy definovat Rachel Botsman, která se ve své knize a článcích zabývá sdílenou ekonomikou. Je přesvědčena, že významy těchto pojmů nemají přesně stanovené hranice, liší se od sebe, ale i přesto se navzájem prolínají.

1.1.1 Sharing economy

Výraz *sharing economy* neboli sdílená ekonomika byl v roce 2015 přidán do Oxford English slovníku, kde je definován jako „*ekonomický systém, ve kterém lidé mohou sdílet majetek, služby a další aktiva, obvykle prostřednictvím internetu.*“ (Oxford Learner's Dictionaries 2020).

Botsman (2013) ji definuje jako:

„ekonomický systém, který je založený na sdílení nevyužitých aktiv nebo služeb, za poplatek či bezplatně, přímo od jednotlivců. Za účelem získání peněžních nebo nepeněžních výhod“.

1.1.2 Collaborative consumption

Pojem *collaborative consumption* znamená v překladu „společná spotřeba“. Podle Botsman je pojem vymezen následující definicí:

„*Ekonomický model, který je založený na sdílení, výměně, obchodu nebo pronájmu výrobků a služeb. Je to objevování nejen toho, co konzumujeme, ale také toho, jak konzumujeme*“ (Botsman 2013).

Autorka článku odlišuje tři systémy společné spotřeby:

1. **Redistribuční trhy:** na těchto trzích dochází k redistribuci nového, nevyužívaného či nechtěného zboží dalším spotřebitelům. Tyto trhy podporují opakovaný prodej použitých věcí,
2. **společný životní styl:** spojení jedinců pomocí platform, kteří mezi sebou sdílejí nehmotná aktiva, jako jsou například čas, prostor, znalosti nebo dovednosti,
3. **systémy poskytování služeb:** systémy poskytují přístup k službám, které umožňují sdílet produkty. Ty mohou být v soukromém vlastnictví jedinců nebo společností. Příkladem může být společnost DriveNow, která nabízí služby sdílení automobilů (Botsman 2013).

1.1.3 Collaborative economy

Collaborative economy neboli společná ekonomika je velmi často využívaný termín, jehož definice zní:

Jedná se o ekonomiku založenou na distribučních sítích propojujících jednotlivce a komunity, které mění způsob, jakým můžeme vyrábět, spotřebovat, financovat a učit se. Zužitkovává hodnotu nevyužívaných aktiv a obchází tradiční zprostředkovatele (Botsman 2013).

Dle Botsman (2013) se společná ekonomika skládá ze čtyř hlavních složek:

1. **Produkce:** Návrh, výroba a distribuce zboží prostřednictvím sítí umožňujících spolupráci.
2. **Spotřeba:** Snaha o maximální využití aktiv prostřednictvím přerozdělovacích modelů a sdíleného přístupu.
3. **Finance:** Usiluje o decentralizaci finančních zdrojů. Model, který funguje na principu, kdy lidé půjčují lidem. Půjčování peněz probíhá bez účasti bank.

4. **Vzdělávání:** Model, který podporuje a zpřístupňuje vzdělání. Otevírá možnost všem jedincům, kteří mají zájem, možnost se vzdělávat.

1.2 Historie sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika je v dnešní době často považována za trend moderní doby. Přesto lze nalézt její počátky již daleko v historii (Deloitte 2017). Ukazuje se, že sdílení je silně propojeno s úspěšnou evolucí. Spousta druhů zvířat kolem nás spolupracuje a sdílí své zdroje, práci i vztahy. Například lvi a další predátoři vyrážejí na lov jako skupina, což jim zajišťuje bezpečnější a úspěšnější lov a také nasycení všech členů skupiny. I my jsme „naprogramováni“ ke sdílení, ale jako společnost jsme tvrdě pracovali na tom, abychom na tento fakt zapomněli. Biologové a sociologové se shodují, že lidé sdíleli a spolupracovali již od počátku našeho druhu. Lidé si uvědomovali výhody spojené se spoluprací a podporovali tento přístup. Proto je nedávný nárůst společné spotřeby důkazem toho, že znovu objevujeme sdílení. Vnímáme to jako něco, co je správné a co je třeba podporovat (Buczynski 2013).

Motivace organizací se samozřejmě postupem času vyvíjely a měnily, ale skutečností zůstává, že spolupráce a sdílení k nám přirozeně patří. V minulosti snaha našich předků o přežití vedla k přesvědčení, že celek je daleko důležitější k přežití než jednotlivci. I když jejich kapacita mozku byla omezená, naši předci přišli na to, že musí spolupracovat, aby byla zajištěna budoucnost a bezpečnost jejich dalších generací. Uvědomovali si, že sdílení zvyšuje šance na úspěšný lov a přežití (Buczynski 2013).

Lidé dříve žili v malých komunitách, které jim poskytovaly více vzájemné důvěry, která je vedla k ochotě sdílet. Sdílení pomáhalo zmírňovat následky spojené s nízkou produktivitou v tehdejších ekonomikách a dávalo možnost využívat lidem statky či služby, které by si nemohli dovolit vlastnit. V důsledku rozvoje průmyslu a urbanizace se populace začala stěhovat do měst. Vysoký počet obyvatel ve městech ovšem vedl ke snížení míry důvěry mezi obyvateli. A s rostoucím bohatstvím společnosti se potřeba či nutnost sdílet stala spíše jenom možností. Tímto způsobem docházelo se snižování počtu lidí, kteří měli zájem sdílet, a tak se sdílení stalo daleko náročnější a jeho realizace obtížnější. Rozmach sdílené ekonomiky v 21. století podpořil rozvoj digitálních technologií, mobilních zařízení, přístup k rychlému internetovému připojení

a recese v roce 2008 a 2009. Výrazný pokles ekonomiky a nárůst nezaměstnanosti během krize, zvýšil poptávku po možnosti sdílení, půjčení, pronájmu statků, či využití služeb. Problém nedůvěry v dnešní společnosti je řešen pomocí promyšleného systému hodnocení a zpětných vazeb od uživatelů, kteří služeb využili. Ty jsou ke shlednutí volně dostupné na platformách. A některé platformy přímo prověřují uživatele, kteří se rozhodli sdílet své statky (Deloitte 2017).

1.3 Modely sdílené ekonomiky

Lze nalézt mnoho rozdělení sdílené ekonomiky, která se snaží klasifikovat jednotlivé formy sdílení. Přesto neexistuje žádné ustálené dělení sdílené ekonomiky. Většina dělení jsou založena na odlišných parametrech. Autorka práce si vybrala dva známé modely, které následně detailněji popisuje. První rozdělení je od Rachel Botsman a Roo Rogers, kteří rozdělují sdílenou ekonomiku na tři systémy. A druhé rozdělení podle autorky Lisa Gansky, která rozlišuje dva modely na základě vlastnictví.

1.3.1 Botsman a Rogers

Botsman a Rogers (2011) rozdělují sdílenou ekonomiku na tři systémy:

- product services system,
- redistribution markets,
- collaborative lifestyles.

Základní myšlenkou **product service system** je, že lidé ztrácejí potřebu vlastnit statky, a začínají mít zájem je pouze využívat. Počet těchto lidí stále stoupá napříč všemi věkovými kategoriemi. Tento systém lze charakterizovat jako služby umožňující sdílet produkty, které jsou vlastněny společnostmi nebo jsou v soukromém vlastnictví jednotlivců. Nabídky jednotlivců jsou spojovány se zájemci převážně skrze webové platformy. Tento přístup zefektivňuje využívání produktů, narušuje tradiční průmysl, který je postavený na základě osobního vlastnictví a přináší pro uživatele dvě hlavní výhody: Za první výhodou lze považovat to, že uživatelé platí pouze za využívání. Nemusí tedy hradit náklady spojené s vlastnictvím produktu (jako například údržba, opravy, pojištění atd.) Druhou výhodou je možnost daleko vyššího uspokojení lidských potřeb, pokud dojde k vytěsnění potřeby produkty vlastnit. Tento systém přináší nový

rozměr využívání věcí. Zákazník daný produkt nevlastní a tím se stává mnohem méně závislý na konkrétním předmětu. Díky tomu může čas, který by strávil starostí a péčí o produkt, investovat do smysluplnějších činností - např. do cestování, realizování svých vizí a snů nebo může trávit svůj volný čas se svojí rodinou (Botsman a Rogers 2011).

Dalším systémem jsou **redistribution markets**. Jedná se o místa, kde dochází k přerozdělování nového či použitého zboží. Tyto místa podporují opakované použití a opětovný prodej starých věcí – tzn. přesun zboží od majitelů, kteří ho již nevyužijí k zájemcům, kteří ho potřebují a dále zužitkují. Může se jednat o tržiště, která jsou založená na směně zboží za peníze, různé členské body, případně je toto zboží nabízeno zcela zdarma. Dochází zde k redistribuci širokého spektra zboží, jako jsou například doplňky, oblečení, knihy, hračky, hry atd. V úvahu připadá i výměna za podobné zboží nebo zboží podobné hodnoty. K tomu jsou využívány platformy jako Swap. Bez ohledu na druh a specifika burzy, redistribuční trh snižuje plýtvání a podporuje opakované použití i prodej použitých věcí (Botsman a Rogers 2011).

Poslední systém **collaborative lifestyles** se trochu odlišuje od předchozích. Nejedná se o sdílení fyzického zboží jako jsou auta, kola nebo oblečení. Lidé s podobnými zájmy se spojují prostřednictvím platformy a společně sdílejí a vyměňují svá nehmotná aktiva jako jsou čas, prostor, zkušenosti, znalosti, dovednosti či peníze. Tyto výměny mohou probíhat lokálně či na dálku. Jedná se o sdílení pracovních prostor, dovedností, času, parkovacích míst, ubytovacích prostor. Největší motivací pro uživatele je úspora či vydělání peněžních prostředků v systémech product servis system a redistribution markets. Na rozdíl od těchto dvou je u systému collaborative lifestyle zcela odlišná motivace, která je daleko více pestrá (např. pohodlí, vytváření nových přátel, úspora času nebo místa). Další motivací může být i pocit, že se zákazník stává součástí komunity dané platformy (Botsman a Rogers 2011).

1.3.2 Gansky

Narozdíl od Botsman, která rozděluje sdílenou ekonomiku podle typu sdílení, Gansky rozlišuje modely na základě vlastnictví. Popisuje vlastnosti takzvaných „Mesh“ podniků. Rozkvět těchto podniků je v dnešní době podpořen rozvojem internetu, bezdrátového připojení, mobilních zařízení, technologií a rozmachem sociálních médií. V zásadě jsou tyto sítě podniků založeny spíše na sdílení než na samotném vlastnictví.

Společnosti v této síti využívají web, mobilní zařízení a informační síť. Zaměřují se na fyzické zboží, materiály a zapojují zákazníky prostřednictvím sociálních sítí (Gansky 2010).

Gansky (2010) zařazuje tyto čtyři základní charakteristiky:

1. Za základní nabídku je považováno pouze to, co jde sdílet v rámci komunity, trhu, hodnotového řetězce včetně produktů, služeb a surovin,
2. využívají moderní webové a mobilní datové sítě ke sledování zboží a shromažďování informací o zákaznících a produktech,
3. sdílejí především fyzické statky, jak nové, tak i použité,
4. nabídky, zprávy, hodnocení a doporučení jsou převážně přenášeny ústně, a jsou podpořeny interakcemi se zákazníky na sociálních sítích.

Gansky rozlišuje dva modely na základě kritéria vlastnictví majetku:

- full mesh model,
- own to mesh model (Gansky 2010).

Do **full mesh** modelu lze zařadit společnosti, které pronajímají svůj majetek skrze platformy. Uživatelé těchto služeb využívají výhod pronájmu, tudíž se nemusí starat o další náklady a problémy spojené s vlastnictvím majetku. Příkladem je společnost Zipcar, která nabízí služby v rámci sdílené dopravy (Gansky 2010). Zipcar vlastní a spravuje automobily, které pronajímá svým zákazníkům. Zákazníci mohou skrze mobilní aplikaci zarezervovat vozidla na určitý den či hodiny. Nemusí se starat další náležitosti spojené s provozem jako servis, parkování nebo opravy vozidla. Automobil následně navrátí na stejné místo, kde si ho vyzvedli (Zipcar 2020).

Druhý model, který Gansky rozlišuje je **own to mesh** model. Na rozdíl od předchozího modelu, zde společnosti pouze zprostředkovávají spojení mezi nabídkou a poptávkou těchto služeb. Tyto společnosti žádný majetek, který je sdílen, nevlastní. Jedná se o systém skládající se ze tří subjektů, z níž společnost zastupuje roli prostředníka, díky kterému dochází k uskutečnění sdílení mezi uživateli. Tento typ modelu se vyskytuje častěji. Běžně se jedná o sdílení vozidel, sdílení kol nebo krátkodobé či dlouhodobé pronájmy nemovitostí. Příkladem mohou být známé společnosti jako Uber, Airbnb a

mnoho dalších. Zprostředkovávají spojení mezi zájemci, ale majetek vlastní samotní uživatelé těchto platforem (Gansky 2010).

1.4 Vliv na podnikatelské prostředí

Benita Matofska, autorka knihy *Generation share*, považuje sdílenou ekonomiku za jeden z největších obchodních trendů v historii, který změnil způsob fungování podniků. Přinesl nové obchodní modely založené na sdílení statků, nikoli na jejich vlastnictví. Změna přinesla i nový způsob přemýšlení. Sdílená ekonomika umožňuje lidem a komunitám vytvářet, propojovat, spolupracovat, prosperovat, obchodovat, vyměňovat a sdílet zboží, služby, dovednosti a znalosti mezi sebou. Lidé již přestávají být závislí na korporacích, monopolech a mohou sdílet produkty a služby mezi sebou. (Matofska 2019). Vznik nových obchodních modelů a platforem v rámci sdílené ekonomiky ovlivňuje ekonomiku různými způsoby, mění strukturu mnoha průmyslových odvětví a zvyšuje počet ekonomických a politických otázek (Strømmen-Bakhtiar a Vinogradov 2020). Platformy typu peer-to-peer (P2P), jako jsou například Uber, Airbnb a mnoho dalších, přetvářejí konvenční obchodní modely a narušují hlavní průmyslová odvětví tím, že snižují své zisky a stávají se pro tradiční modely konkurencí. Úspěch sdílené ekonomiky měl negativní dopad na některé tradiční podniky v různých průmyslových odvětvích, které se nepřizpůsobily trendům a neinovovali (Matofska 2019). Firmy podnikající v tradičních odvětvích by se měly na rozmach sdílené ekonomiky připravit. Ideálně tak, že začlení do svého podnikatelského modelu prvky sdílené ekonomiky. Dobrým příkladem je přístup BMW, které prostřednictvím své služby DriveNow nabízí sdílení svých vozů ve velkých západoevropských městech. Svoje služby nabízí ve více jak 13 městech v devíti evropských zemích (DriveNow 2020). Firmy působící v odvětvích, kam se zatím sdílená ekonomika ještě nerozšířila, by se měly mít rovněž na pozoru a přemýšlet nad případnými inovacemi. Je pravděpodobné, že se postupem času objeví i tam (Deloitte 2017). Ke změnám došlo například v oblasti ubytovacích služeb či služeb osobní dopravy. Tradiční modely jako hotely, penziony a taxislužby se potýkají s konkurencí využívající modelu sdílení, která zpravidla nabízí uživatelům nesporné výhody (Matofska 2019).

V tomto období má mnoho start-upů šanci proniknout na trh se svým podnikatelským nápadem (Deloitte 2017). Protože globalizace, technický pokrok a deregulace vytvářejí

nekonečné příležitosti a lidské potřeby se dají využít jako skvělé obchodní příležitosti (Kotler 2001).

1.5 Pozitivní a negativní dopady sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika přináší pozitivní dopady a mnoho výhod jak pro jedince, společnost, tak i pro podnikatelské subjekty. Zpravidla každá věc nepřináší jenom samé výhody, ale i některé nevýhody. Pojďme si níže rozdělit pozitiva a negativa, které s sebou přináší sdílená ekonomika.

1.5.1 Pozitiva sdílené ekonomiky

Rozmach sdílené ekonomiky je v posledních letech způsoben zejména tím, že nabízí uživatelům řadu výhod oproti tradičním obchodním modelům (Ionos 2019). Kromě ekologických aspektů pomáhá i se zvyšováním a upevňováním důvěry v komunitách, poskytuje možnosti přivýdělku, snižuje transakční náklady a nabízí nové podnikatelské příležitosti. Podle výzkumného projektu EU Horizon 2020 Research Project: Ps2Share byly analyzovány čtyři nejčastěji diskutované výhody, které motivují účastníky ke sdílení. Za ně jsou považovány finanční výhody, společenská odpovědnost, sociální interakce a zábava (Andreotti et al. 2017). Níže jsou tyto čtyři výhody detailněji rozebrány.

Finanční výhody: Výzkumem EU Horizon 2020 Research Project: Ps2Share bylo zjištěno, že finanční výhody jsou nejdůležitější motivační složkou pro účastníky sdílené ekonomiky. Jak pro poskytovatele, tak i pro spotřebitele. Finanční výhody hrají daleko větší roli pro spotřebitele než pro poskytovatele. Lze říct, že využívání sdílených služeb do značné míry napomáhá úspoře peněz (Andreotti et al. 2017). Nabízí uživatelům **možnost výdělku**, což pro prodejce a poskytovatele služeb představuje nový způsob příjmu (Mádlová 2017). Mnoho nabízejících si dokonce vydělává na živobytí výhradně z příjmů prostřednictvím sdílené ekonomiky (Ionos 2019).

Společenská odpovědnost: Avšak finanční výhody nejsou jediným faktorem, který přináší výhody pro uživatele. Dalším přínosem může být společenská odpovědnost. Ta nepodporuje jen společenské, ale i ekologické aspekty. Při sdílení a při opětovném použití se nemusí vyrábět velké množství zboží, což šetří zdroje a v konečném důsledku chrání přírodu (Ionos 2019).

Sociální interakce: Pozitivní přínos sdílené ekonomiky se neomezuje pouze na společenskou odpovědnost a finanční výhody. Jedním z velmi důležitých sociálních aspektů sdílení ekonomiky je sociální interakce a s ní související vštěpování důvěry mezi členy komunity. Poznávání nových lidí, přátel, sousedů, vytváření nových vztahů a vzájemná komunikace přináší řadě uživatelů příjemný zážitek. Spolu se sociálními interakcemi, dochází i ke zvyšování důvěry v rámci komunit (Ionos 2019).

Zábava a zážitek: Pro některé participanty může být využívání či nabízení služeb formou zážitku, který jim přináší užitek či radost (Andreotti et al. 2017).

Podle literatury a zdrojů se výhody nevymezují pouze na tyto čtyři. Mezi další často opakované přínosy patří také **přístupnost a pohodlnost**. Díky vysoké uživatelské přívětivosti platforem je použití pro uživatele rychlé a snadné. Především dostupnost platforem prostřednictvím mobilních aplikací umožňuje přístup ke službám kdykoli a odkudkoli (Ionos 2019). Spolu s přístupností je spojené i pohodlí, které přináší uživatelům užitek. Což se stává dalším lákavým aspektem sdílené ekonomiky (Mádlová 2017).

Další pozitivum sdílené ekonomiky je také to, že tento druh směny **minimalizuje transakční náklady** (Mádlová 2017). Transakční náklady jsou náklady, které je nezbytně nutné vynaložit k tomu, aby došlo k uskutečnění ekonomické směny v tržním systému. Typicky se jedná o čas a úsilí strávené vyhledáváním a vyjednáváním o příslušné transakci (Managementmania 2013).

Pro společnosti a podnikatele přináší **nové obchodní příležitosti a obchodní modely**. Jak ukazují společnosti Airbnb, Uber a Netflix, sdílená ekonomika nabízí příležitost smíchat zavedená průmyslová odvětví. Pokud se to podaří, příležitosti k výdělku se mohou výrazně zvýšit. Pro některé podniky může být obtížné získat potřebnou důvěru k získání tradičního způsobu financování. S rostoucí adaptací na sdílenou ekonomiku se však crowdfunding stal snadnějším a dostupnějším způsobem získávání finančních prostředků (Ionos 2019).

1.5.2 Negativa sdílené ekonomiky

Na druhé straně lze nalézt i nevýhody, které jsou spojovány se sdílenou ekonomikou. Mezi často uváděné patří nedostatečná regulace, záruka či rizika spojené a s ochranou osobních údajů. Tyto dopady následně autorka detailněji rozepisuje.

Regulace: Mezi hlavní problémy spojené se sdílenou ekonomikou patří neregulovanost a nerovné podmínky pro poskytovatele. K neregulovanosti patří taky nepochybně těžká vymahatelnost daní. V České republice je problém především s nesjednocenými podmínkami, které musí subjekty při podnikání dodržovat (Valentová 2018).

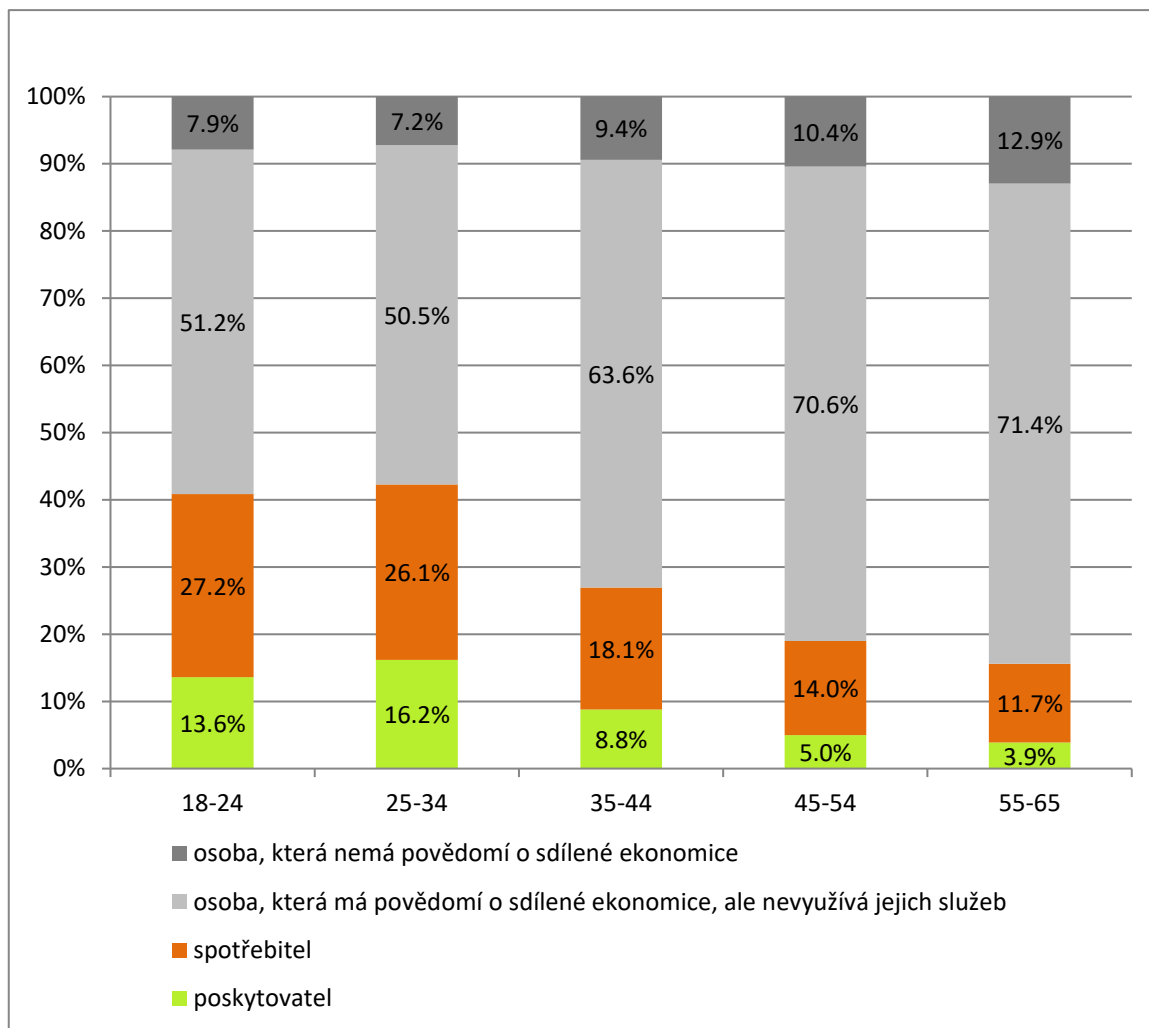
Ochrana osobních údajů: I když je sběr dat pro podniky užitečný a ziskový, uživatelé by si měli být vědomi toho, že o nich je uloženo mnoho informací, například preference některých produktů, navštívené stránky, pohyb uživatele atd. Ale v plno případech se jedná i o jejich osobní data a v některých případech také jejich podrobné profily. Některé platformy navíc vyžadují, aby poskytovatelé zveřejňovali své osobní informace na internetu, když nabízejí službu či produkt (Ionos 2019).

Nedostatečná záruka: Většina společností přebírá pouze roli zprostředkovatele, ale nezaručuje kvalitu nabízeného zboží nebo služeb. V důsledku toho se uživatelé musí zcela spoléhat na hodnocení ostatních uživatelů. Některé platformy neposkytují ani možnost vrácení peněz, pokud služba nebo produkt nebyl dodán v pořádku (Ionos 2019). Toto riziko vyvolává u lidí oprávněné obavy zejména dodržování a respektování dohodnutých podmínek transakce, možnosti reklamování a vymáhání případných škod (Veber et al. 2018).

1.6 Generace Y a generace Z

Sdílení je relativně mladý fenomén, který oslovuje mnoho generací. Podle výzkumného projektu EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share jsou v oblasti sdílené ekonomiky nejvíce aktivní osoby mladšího věku (Andreotti et al. 2017). Jedná se o věkovou skupinu mezi 18 a 34 lety. Podíl každé věkové skupiny na participaci či povědomí o sdílené ekonomice ukazuje následující graf.

Obr. č. 1: Rozložení spotřebitelů a poskytovatelů podle věkových kategorií



Zdroj: EU Horizon 2020 Research Project: Ps2Share (2017), zpracováno autorkou

Podle průzkumu se nejvíce poskytovatelů nachází ve věku od 25 do 34 let. Nejvíce spotřebitelů sdílených naopak služeb patří do nejmladší věkové skupiny (18–24 let). Více 40 % těchto dvou věkových skupin se aktivně účastní sdílené ekonomiky a pouze okolo 7 % není s pojmem sdílená ekonomika obeznámeno (Andreotti et al. 2017).

Tyto dvě věkové skupiny je možné rozlišit do dvou generací. Ovšem neexistuje přesné zavedené časové vymezení, pro každou generaci. Výzkumné centrum PewResearch Center používá pro své výzkumy a vymazuje generaci Y od roku 1981 do 1996. Do nové generace Z spadají osoby narozené pro roce 1997 (Dimock 2019). Tyto dvě generace se setkávají s digitálními technologiemi již v brzkém věku a vnímají je jako součást přirozeného prostředí a svých životů. Generace Z má toto sejetí s technologií

ještě hlubší, jsou v kontaktu s technologiemi někdy již přímo od narození (MediaGuru 2014).

Generace Y nebo také jinak Mileniálové je první generace, která vyrostla v obklopení moderními technologiemi, a zatímco starší generace se musely s moderními technologiemi naučit zacházet, pro ni je to absolutní samozřejmost. Tato generace je také první „globální“ generací. Hlavně díky internetu, který dokázal propojit mladé lidi na celém světě. Poprvé v historii je možné v reálném čase komunikovat, diskutovat a sdílet informace (MediaGuru 2014). Také začínají zpochybňovat soukromé vlastnictví, jako je například automobil, když místo toho můžou využívat sdílenou dopravu. Tyto služby si mohou rezervovat kdykoliv potřebují a nabízí jim pohodlí, aniž by museli vynakládat peníze a starosti o provoz, údržbu či parkování.

Existuje hodně názorů řešících konec generace mileniálů a počátek generace Z. Podle některých zdrojů nastupují „Z-erové“ už kolem roku 1993, podle jiných až po roce 2000. Většina se však shoduje na úplně jiném datu nacházejícím se někde mezi nimi (Lukášová 2017). Příslušníci generace Z jsou první, kdo se narodili do digitálního světa, do téže doby, v jaké se začal rozvíjet World Wide Web a dnešní podoba internetu. Od dětství se pohybují v prostředí bezdrátových sítí, osobních počítačů, notebooků, mobilních telefonů, počítačových, video her atd. Protože větší část generace Z ještě nedosáhla dospělosti, nelze přesně odhadovat jejich životní hodnoty (Večeřová 2012). S velkou pravděpodobností budou tento model sdílené ekonomiky i nadále rozvíjet, posouvat dále a hledat jeho hranice (Patel 2017).

2 Oblasti sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika zasahuje do mnoha oblastí a stále se rozšiřuje. Pronikla již do oblasti dopravy, ubytování, cestování, financí, volného času, prodeje statků, práce, médií a do mnoha dalších odvětví. Existuje mnoho věcí, které lze sdílet. Nejvíce dominují služby v oblasti sdílení automobilů a ubytovacích služeb podle výzkumu EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share (Andreotti et al. 2017). Níže se podíváme na vybrané oblasti a příklady sdílené ekonomiky.

2.1 Ubytovací služby

Jeden z nejrozšířenějších typů sdílené ekonomiky je sdílení obytných prostor domů, bytů či pouze pokojů. Jedná se o službu, která je založená na sdílení nevyužitých ubytovacích prostor skrze internetové platformy. Tento druh služby si oblíbili zejména vlastníci nemovitostí, protože jim umožňuje lépe zhodnotit svoji nemovitost. Služba je také velmi atraktivní i pro hosty. Za krátkodobě pronajatý byt zaplatí většinou méně, než by zaplatili v klasickém hotelu. Proto tento způsob přenocování láká mnoho cestovatelů a zájemců, kteří preferují levnější ubytování. V této oblasti dominuje společnost Airbnb. Sdílení obytných prostor funguje i na neziskové bázi, kdy majitelé bytů nabízejí přespání či krátkodobý pobyt zdarma. Mezi nejrozšířenější platformy patří Couchsurfing či HouseSitMatch. Vlastníci nabízejí ubytování, protože mají zájem se seznámit s novými lidmi nebo potřebují, aby se jim o nemovitost někdo staral během jejich nepřítomnosti (Deloitte 2017).

Airbnb

Jedná se o firmu, která byla založena v roce 2008 v San Franciscu. Základní myšlenka vznikla již o rok dříve, když u sebe dva designéři ubytovali tři cestovatele, kteří hledali místo na přespání (Airbnb 2019). Nápad spojený s přespáváním na nafukovací matraci společně s ranní snídaní (tedy AirBed & Breakfast) se zrodila během světového kongresu designu v San Franciscu. Všechny hotely byly naprosto vyprodané nebo předražené a zakladatelům se zrodila myšlenka pronajmout svůj volný pokoj po dobu konference. Tento nápad přinesl pozitivní ohlas, a tak se zakladatelům zalíbil. Vytvořili první webové stránky AirBed & Breakfast, které měly nabízet dostupné ubytování (Brad Stone 2019).

Dnes už služeb Airbnb využívají miliony hostitelů a cestovatelů po celém světě. Majitelé nabízejí svoje nemovitosti a hosté si vybírají a rezervují ubytování. Prostřednictvím této služby může nabízet ubytování, jak příležitostný pronajímatel, tak i profesionální ubytovatel, například provozovatel hotelu nebo jiného hromadného ubytovacího zařízení (Pichrt et al. 2017). Každý pronajímatel má možnost ověřit svůj osobní profil. Tím zvýší svoji důvěryhodnost a webová platforma zvýhodní jeho nabídku. Webová platforma zajišťuje mezi pronajímatelem a zájemcem o ubytování jak rychlou komunikaci, tak i bezpečnost transakce. Ta spočívá v tom, že zájemce nemá možnost platit hotově. Vše se odehrává prostřednictvím internetových plateb. V momentě, kdy zájemce o ubytování odešle závaznou rezervaci, Airbnb si strhne částku za ubytování. Tyto peníze jsou odeslány hostiteli po skončení pobytu (Airbnb 2019).

Couchsurfing

Couchsurfing je služba, která nabízí bezplatné ubytování kdekoli na světě. Funguje již od roku 2004, kdy byla oficiálně spuštěna. Lidé již v počátcích projevíli o ubytování skrze platformu zájem. Hlavní myšlenkou této služby je levné poznávání zajímavých míst v zahraničí. Uživatelé si navzájem nabízejí možnost ubytování ve svých vlastních domácnostech, se kterým je zpravidla spojeno poznání jejich typického života, kultury a oblasti, kde bydlí (Pichrt et al. 2017). Zaregistrovaných uživatelů je již přes 2 000 000 po celém světě. Více jak polovina členů pochází z evropských zemí (Couchsurfing 2020).

2.2 Sdílená doprava

Sdílená doprava může mít mnoho podob. Lze ji rozdělit do několika kategorií. Spadá do ní Carsharing, Carpooling, Ridesharing, Bikesharing a také na služby které se zaměřují na převoz věcí, mezi které patří například společnosti jako Bringer nebo Zavezu. Každá se liší svojí definicí. Sdílená doprava se stává fenoménem, a to hlavně ve větších městech. Přispívá ke snížení negativních vlivů na životní prostředí, snižuje náklady na přepravu a podporuje efektivnější využívání osobních automobilů či jiných dopravních prostředků.

2.2.1 Carsharing

Pojem carsharing či jinak sdílení automobilů označuje druh krátkodobého pronájmu automobilů, které jsou vlastněny společností. Umožňují půjčení automobilů na určitou dobu a uživatel platí za množství najetých kilometrů či dobu půjčení. Lidé mohou využívat služeb zapůjčení automobilu hlavně ve větších městech, tedy kde je služba provozována a nemusí se starat o další náležitosti spojené s provozem automobilu jako jeho údržbu, servis, o pojištění, o tankování atd. S carsharingem auto uživatel nemusí vlastnit, a přesto může mít okamžitě k dispozici vůz i 24 hodin denně 7 dní v týdnu (Car4way 2019). Mezi další společnosti, které se zaměřují na sdílení aut lze zahrnout Drive now, Car4way, Hoppygo, Autonapůl, Zipcar aj.

2.2.2 Carpooling

Carpooling neboli spolujízda je jedním z základních modelů sdílené dopravy. Skrze platformy spojuje řidiče s volnými místy v automobilu a cestující se stejnou trasou či cílem. V podstatě řidič nabídne cestujícímu volné místo ve svém automobilu, když mají společnou cestu, místo toho, aby vyrazili každý zvlášť. Díky spolujízdě pak cestující i řidič šetří čas i peníze, protože se zpravidla podělí o náklady na přepravu. Při využívání menšího počtu vozidel k společné přepravě více osob najednou dochází také ke snižování emisí. Cena za svezení by měla vycházet z reálných nákladů, jelikož základní myšlenkou je rozdělení nákladů mezi pasažéry, nikoli výdělek za přepravu. Jednou z nejznámějších společností, která na českém trhu carpooling provozovala byla společnost Jízdomat. Ta však byla v roce 2016 koupena společností BlaBlaCar (Černý a Sůra 2016). V České republice a na Slovensku byl BlaBlaCar spuštěn 13. ledna 2016 (Blablacar 2019).

Základní myšlenka firmy BlaBlaCar se zrodila v roce 2006, kdy se jeho zakladatel Frédéric Mazzella potřeboval dostat domů za rodinou. Neměl žádné auto a vlaky už byly dávno vyprodané. Viděl kolem sebe projíždět mnoho poloprázdných aut, a tak Frédéric napadlo, že by měl zkusit oslovit některého z těchto řidičů a nabídnout mu sdílení nákladů na společnou cestu výměnou za jedno z volných míst v autě (Blablacar 2019). Tato společnost se stala nejrozšířenější v České republice, ale i přesto stále funguje několik drobnějších českých platforem jako jízdaspolu.cz či autostop.cz.

2.2.3 Ridesharing

Tento typ sdílené dopravy lze popsat jako službu, která zajišťuje přepravu na předem určené místo za úplaty. Objednání služby probíhá zpravidla prostřednictvím mobilních aplikací na chytrých zařízeních. Řidiči spolupracují se společnostmi a jízdy provozují za účelem zisku (Rideguru 2020). Tyto společnosti jsou prostředníky, kteří spojují požadavky zákazníků na přepravu a řidiče. Dvěma světoznámými společnostmi jsou Uber a Lyft. Firma Lyft provozuje své služby ve více jak 600 městech ve Spojených Státech a Kanadě (Lyft 2020). V České republice působí Lyftago. Nabízí služby skrze mobilní platformu, kde si cestující vybírají z nabídek licencovaných řidičů podle času příjezdu, odhadu ceny, hodnocení řidiče a vozu. Poskytuje služby v 9 českých krajských městech a v Bratislavě (Lyftago 2020).

Uber

Uber je celosvětově známá společnost založená v roce 2008. První nápad vznikl díky nedostatečné a omezené nabídce taxi služeb v San Franciscu. Město záměrně udržovalo nízký maximální počet povolení pro taxislužbu. Takový systém garantoval společnostem provozující taxislužby dostatek zákazníků i mimo špičku, ale poptávka po autech značně převyšovala nabídku. Sehnat taxislužbu se v době největšího dopravního vytížení stávalo nemožným úkolem. S nedostatkem se potýkal i samotný zakladatel společnosti Camp, který potřeboval využívat služby taxi, ale mnohokrát se taxi nedočkal a zmeškal důležité schůzky. Inspirací se mu stal film Casino Royale s Jamesem Bondem, kde mu jedna scéna vnikla myšlenku. Bond jedoucí svým vozem, se podívá na mobilní telefon, kde spatřil mapu k cíli a ikonu jeho vozidla pohybující se na mapě. Tato část zakladatele na první pohled zaujala a představa pohybujícího auta na mapě se mu zdála jako kouzlo. A měl v plánu toto „kouzlo“ implementovat do své nově vytvořené aplikace (Brad Stone 2019).

Uber nabízí alternativu ke klasické taxislužbě. Kdokoliv, kdo má k dispozici auto a má řidičské oprávnění, se může prostřednictvím Uberu stát smluvním řidičem. Aplikace Uberu pak v reálném čase spojuje požadavky zákazníků a nabídku řidičů. Člověk není odkázán na shánění taxi na ulici, ale může si nejbližšího smluvního řidiče Uberu najít prostřednictvím chytrého telefonu (Deloitte 2017). Služba Uber využívá moderních technologií a rozvoje mobilních zařízení. Objednání služby probíhá prostřednictvím

mobilní aplikace v chytrém telefonu. Po zadání výchozí polohy a cílové destinace sama aplikace spočítá cenu jízdy. Částka se odvíjí od doby a délky zadané trasy. Výslednou cenu také ovlivňují další faktory, jako například počet řidičů, kteří jsou online, jejich vytíženost, velikost poptávky po jízdách, či dopravní špička. Tyto faktory mohou dočasně zvýšit vypočtenou cenu za jízdu (Uber 2020). Aplikace nabízí možnost zaplacení služby pomocí platební karty online. Uživatel aplikace předem zná přesně stanovenou cenu a délku trasy. Může v platformě zkontrolovat informace o řidiči, jeho hodnocení od předchozích uživatelů a typ jeho vozidla. Před nástupem může také sledovat mapu s aktuální pozicí řidiče, a čas, za jak dlouho k němu řidič dorazí. V České republice provozuje svoje služby Uber pouze v Praze.

2.2.4 Bikesharing

Jedná se druh sdílené dopravy využívající propojenou síť půjčovacích stanic a míst pro vypůjčení kol. Nejčastěji se kola sdílejí ve větších městech na kratší vzdálenosti. Sdílení jízdních kol lze rozdělit na dvě kategorie: jízdní kola, která mají pevně stanovené místo vrácení a na kola, které lze odložit na libovolném místě. Využívání jízdních kol se stává trendem a každým dnem ho využívá víc a víc lidí. Rozmach bikesharingu, umožnili z velké části také moderní technologie. Bikesharing poskytuje během dopravní špičky rychlejší pohyb po městě a šetří životní prostředí. Dále také nabízí zdravější životní styl pro uživatele, kteří mají zájem o více pohybu.

První systémy sdílení kol se objevily v Amsterdamu v šedesátých letech. Dříve fungovaly bezplatně či se půjčovaly pomocí platby mincemi. Ovšem tento princip s sebou přinášel spoustu odcizených či poškozených kol. Nyní využívají společnosti GPS senzory, které sledují polohu jejich kol. V současné době se uživatelé musí pomocí mobilních aplikací zaregistrovat, a následně ověřit své telefonní číslo, ověřit totožnost a zaplatit zálohu, či přidat kreditní kartu, aby mohli začít použít jízdní kola. V případě odcizení či poškození dopravních prostředků je možné uživatele penalizovat nebo zabránit v dalším používání (Marshall 2018).

Nejnámější společností v Česku je společnost Rekola, která provozuje růžové bicykly v ulicích několika měst. Za rok 2018 bylo uskutečněno tři čtvrtě milionu jízd a do služby už se registrovalo 180 tisíc uživatelů (Brejlová 2019).

Další variantou pro pohyb po městech jsou koloběžky či elektrokoloběžky. Mezi nejznámější patří firma Lime, která provozuje sdílení koloběžek v Praze. Mezi další lze zařadit scoobike.cz, Bird atd.

2.3 Finanční služby

Sdílená ekonomika se také začíná stále více prosazovat jako alternativní forma financování. Do tohoto odvětví spadají peer to peer půjčky a crowdfunding. U těchto služeb dochází ke snížení transakčních nákladů na párování dlužníků s věřiteli pomocí digitálních platform (Deloitte 2017). Tyto společnosti dávají možnost si půjčit prostředky, aniž by museli žádat banku. Pro mnohé žadatele by mohlo být náročné nebo dokonce nemožné získat úvěr u bankovních společností.

2.3.1 Peer-to-peer půjčky

P2P platformy jsou zprostředkovatelé, které spojují drobné či větší investory se zájemci o úvěr. S peer to peer půjčováním je spjata riziko, že dlužník o sobě uvede nepravdivé údaje a investor špatně posoudí riziko, což může vést k nesplácení dlužníka a obtížné vymáhání závazku. Snížit toto riziko mohou platformy nahlédnutím do úvěrových rejstříků a zhodnocením kreditní historie zájemců o půjčku. Dalším faktorem snižujícím výše zmíněné nebezpečí je diverzifikace rizika, kdy každý, kdo investuje přes crowdfundingové platformy, rozkládá kreditní riziko na mnoho věřitelů (Deloitte 2017).

Největší peer-to-peer službou v České republice je Zonky.cz. Společnost Zonky vznikla již v roce 2015. Za více než 4 roky svého fungování má na kontě několik stovek tisíc klientů a úspěšných investorů. Lidé si zde půjčili více než 8 miliard korun. Zonky vybuodovalo online platformu, jejíž cílem je spojovat lidi, kteří hledají půjčku za výhodnějších podmínek na trhu, s lidmi, kteří chtějí vyšší úročení svých úspor (Zonky 2020).

Celý proces půjčení či investování peněz probíhá pouze online. Každá půjčka je nejprve ihned po jejím schválení zafinancována společností Zonky. Tímto postupem umožňuje rychlé poskytnutí obnosu peněz lidem, kteří je půjčují. Po schválení je půjčka vystavena na tržiště, kde mohou investoři do půjčky investovat. Pro investory je nutná registrace a ověření identity. Investoři mají možnost investovat své úspory do jednotlivých půjček, které se nacházejí na "tržišti". Na tomto se místě se nacházejí půjčky nejdéle dva dny,

během kterých mají investoři možnost zainvestovat do těchto půjček svoje peníze. Zonky si zakládá na diverzifikaci portfolia investorů. Toho dosahuje tak, že omezuje výši investice do jednoho příběhu. Pro základního uživatele je tento limit stanoven od 200 Kč do 5000 Kč. Jednotlivé půjčky jsou rozděleny do skupin podle ratingu, který je udělován podle rizikovosti půjčky. Rating se pohybuje od 2, 99 % p.a. až do 19, 9 % p.a. Společnost vyhodnocuje rizikovost pomocí expertních odhadů založených na analýze úvěrového portfolia v ČR (Zonky 2020).

2.3.2 Crowdfunding

Další velké téma ve světě moderních financí je crowdfunding. Každý z investorů přitom zpravidla půjčuje více subjektům relativně malou částku, čímž diverzifikuje riziko. Pomocí platform jsou zprostředkovávány finanční transakce mezi investory a zájemci o půjčku. Úvěry mohou být poskytovány jak fyzickým osobám, tak začínajícím firmám (Deloitte 2017). Tyto služby napomáhají k získávání peněžních prostředků, které jsou potřebné k realizaci projektů, nápadů a zakládání nových startupů. Častým důvodem pro preferenci těchto platform je fakt, že by subjekty měli velice malou šanci splnit podmínky bankovních společností.

Uživatelé prezentují své projekty prostřednictvím webové platformy a snaží se oslovit investory, kteří mají zájem přispět na jejich záměr. Jako kompenzaci nabízejí odměnu za jejich příspěvek. Systém je nastavený tak, že se nejprve stanoví cílová částka, kterou uživatel potřebuje. Poté následuje fáze výběru prostředků, během které je nutné vybrat celou požadovanou částku. Pokud je cílová částka vybrána, je projekt zrealizován a peníze jsou investovány do vybraného projektu. V opačném případě, kdy není vybrána celá částka, se projekt neuskuteční a prostředky jsou vráceny zpět investorům. Pravidlo o vybrání celé částky je stanoveno z důvodu ochrany všech zúčastněných investorů a zároveň motivuje žadatele k nastavení reálných a dosažitelných cílů (Hithit 2019).

2.4 Sdílené pracovní prostory (coworking)

Dalším příkladem oblasti, která je úzce propojena s moderní ekonomikou je využívání coworkingu. Coworking je název služby, která má za cíl poskytovat sdílený pracovní prostor s důrazem na co nejnižší cenu. Toho dosahuje tak, že prostor (nejčastěji velkou kancelář) rozdělí na několik pracovních míst, které poté pronajímá jednotlivcům, kteří

spolu sdílejí pracovní prostor. Coworking ve svých uživatelích hlavně podporovat kreativitu a propojovat různé obory v jeden celek. Ve výsledku by mělo dojít k vytvoření přirozené vazby, která bude pro všechny přínosem. Výhody jsou tedy nejen ekonomického charakteru, ale také ve společné kooperaci všech uživatelů coworkingu, která má obrovskou hodnotu (Pýcha 2012). Coworkingové prostory poskytují infrastrukturu a podporu pro úspěšnou spolupráci, včetně budování komunity a vzdělávacích aktivit, kvalitních kancelářských prostorů a zdrojů a členskou základnu ostatních s podobnými potřebami (Locusworkspace 2020). Společnosti poskytující tyto služby se snaží v prostorech vytvořit kvalitní zázemí, které bude obsahovat veškerou kancelářskou vybavenost internet, tiskárny, odpočinkové zóny, kuchyňky či dokonce koupelnu (Pýcha 2012).

2.5 Sdílená pracovní síla

Dynamicky se rozvíjející sdílené ekonomiky patří také oblast nájmu pracovní síly nebo také jinak nazývané mikroslužby. Prostřednictvím internetových platforem nebo mobilních aplikací se spojují poptávající s inzerenty služeb. Tyto nabídky zahrnují velice široké spektrum různých služeb – od hlídání dětí, domácích prací, hodinové manželky, přes vytváření grafických návrhů až po výrobu zakázkového softwaru.

Na trhu existuje celá řada portálů, zabývajících se touto tematikou. Je možné je rozdělit na všeobecné a specializované. Velmi známou webovou platformou je TaskRabbit, který působí více než v 70 městech po celém světě (Taskrabbbit 2020). Prostřednictvím světového portálu Freelancer lze poptávat profesionální pracovníky na volné noze. Mezi známé české portály lze zařadit Stovkomat, Robeeto, Microjoby, Jáudělám. Skrze tyto platformy je nabízena či poptávána velká škála různorodých služeb.

2.6 Redistribuce použitých statků

Dříve končili nepotřebné, nechtěné nebo nevyhovující věci v koši nebo na skládce. Tomu se v dnešní době dá vyhnout redistribucí použitých statků. Tento přístup umožňuje omezit plýtvání zbožím a znečišťování životního prostředí. Přináší příležitost, jak lépe nakládat s předměty, prodlužovat životnost věcí, které může dalším majitelům přinášet užitek. Přerozdělování lze v zásadě rozdělit na výměnu použitých statků, jejich prodej anebo darování.

Výměna použitých statků

Výměna použitých statků označuje výměnu bez použití peněz. Může se jednat o různé předměty, ale nejčastěji jde o výměnu oblečení, knih, drobné předměty domácí potřeby, vybavení domácnosti, či dokonce potraviny. Výměna věcí neboli „Swap“ funguje tak, že účastníci vyberou předměty, které už nepotřebují nebo nepoužívají. Toto zboží nabídnou ostatním účastníkům, kteří by o ně mají zájem. Nemusí se jednat o strategii kus za kus, lidé si navzájem vyměňují věci bez ohledu na počet. Swap probíhá formou konání předem vybraných akcí nebo i online skrze internetové platformy (Kořistová nedatováno).

Prodej použitých statků

S příchodem nových technologií vznikalo velké množství platforem, které se soustředili na prodej zboží mezi uživateli. Hlavním cílem těchto platforem je především poskytnutí vhodného prostředí pro spojení prodejce a kupujícího. Důvěra je tvořena díky promyšlenému systému vzájemného hodnocení. Zřejmě nevýznamnějším se stal eBay. Kromě aukcí nabízí možnost prodeje zboží s pevně stanovenou cenou. Z každé provedené transakce si bere společnost poplatky v procentech z prodejní částky (eBay 2020). Aukční portálem pro prodej použitých věcí je například Aukro. Využívány jsou také portály, které neinkasují poplatky za provedené transakce. Na českém trhu to jsou Bazoš.cz a Sbazar nebo Minibazar.cz který se převážně soustředí na dětské zboží. Tyto platformy nabízejí bezplatné vkládání inzerátů.

Darování statků

Nepotřebné, nevyhovující či neprodejné věci nemusí být vyhazovány. Jednou z možností je darování potenciálním zájemcům. Tento přístup přispívá ke snížení objemu odpadu, šetří životní prostředí a podporuje udržitelný rozvoj. Kromě toho také novým majitelům snižuje náklady na pořízení a pomáhá prodloužit život produktům, které mají ještě potenciální využití. V České republice lze darovat skrze portály Všezaodvoz, darujizaodvoz.cz nebo Nevyhazujto.

3 Dotazníkové šetření

Ke sběru a analyzování dat je zvolena metoda dotazníkového šetření. Zdá se vhodnou formou, která by měla přinést zpětnou vazbu od respondentů v potřebném množství a kvalitě. Hlavním cílem dotazníkového šetření je analyzovat míru povědomí o sdílené dopravě, využívání služeb v této oblasti, preference respondentů a motivaci i bariéry používání služeb sdílené dopravy.

Šetření bylo konstruováno tak, aby bylo možné získat odpovědi na stanovený cíl práce. Přičemž hlavním cílem je analyzovat, zda dnešní lidé mají povědomí a využívají služeb sdílené ekonomiky v oblasti sdílené dopravy.

3.1 Definice cílů

Při zahájení výzkumu je potřeba stanovení výzkumných cílů. Správná formulace výzkumných cílů je základem pro výsledný efekt (Pána a Somr 2007). Hlavním cílem tohoto šetření je objasnit povědomí o sdílené dopravě, míru využívání služeb a zkoumat motivace a bariéry uživatelů sdílené dopravy.

3.2 Metodika výzkumu

Výzkum je proveden formou elektronického dotazníku. Samotné šetření bylo provedeno na přelomu března a dubna od 26. 3. 2020 do 3. 4. 2020 skrze sociální síť Facebook. Dotazník byl vytvořen pomocí Google Forms a šířen hlavně mezi mladými uživateli a ve studentských skupinách vzhledem k cílové skupině. Šetření cílilo na mladé respondenty ve věku od 18 do 34let. Cílovou skupinou byla vybrána Generace Y a Z. Podle výzkumného projektu EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share jsou v oblasti sdílené ekonomiky nejvíce aktivní osoby mladšího věku (Andreotti et al. 2017). Do této skupiny spadaly osoby ve věkové skupině mezi 18 a 34 lety, a proto výzkum zaměřoval přímo tuto věkovou skupinu.

Potřebná data byla shromážděna pomocí otázek, které byly seřazeny v logické návaznosti. Dotazníkové šetření obsahuje pouze položky uzavřené neboli strukturované otázky. Uzavřené otázky dávají respondentovi možnost volby mezi dvěma či několika alternativami. V dotazníkovém šetření byly zvoleny strukturované otázky, aby bylo možné přesněji analyzovat a vyhodnotit odpovědi respondentů (Pána a Somr 2007).

V dotazníku se objevuje několik druhů otázek:

- otázky dichotomické – možnost výběru ze dvou odpovědí,
- otázky alternativní (polytomické) – možnost výběru jedné z několika odpovědí,
- pořadové škály – vyjádření postojů preferencí respondenta pomocí škály (Pána a Somr 2007).

Škálové položky mají pevně stanovené možnosti odpovědí a respondent je nemůže nijak ovlivnit, může pouze z přesně formulovaných zadání vybrat jednu z možností (Pána a Somr 2007). U výzkumných otázek, na které dopovídali respondenti pomocí pořadové škály, byly jednotlivé faktory a důvody vyhodnoceny pomocí metody pořadí, díky které lze stanovit váhy jednotlivých kritérií. Těto metody je během vyhodnocování využito, aby bylo možné zjistit, jakou vahou se jednotlivá kritéria podílejí na motivaci či jaký podíl mají jednotlivé důvody na nevyužití sdílené dopravy.

Metoda pořadí

Tato metoda se využívá k určení vah kritérií, a to hlavně především v případech, kdy jejich důležitost hodnotí několik či více respondentů. Každý z nich seřadí kritéria od nejdůležitějšího po nejméně důležité. Nejdůležitější kritérium je ohodnoceno n body, kde n je počet kritérií, druhé nejdůležitější $n-1$ body, až nejméně důležité kritérium dostane jen 1 bod. V případě stejné důležitosti kritérií dostanou tato kritéria body podle průměrného pořadí. Váha každého kritéria se určí tak, že jsou sečteny body, které získalo od všech respondentů, a pak je počet vydělen celkovým počtem bodů, které respondenti rozdělili mezi všechna kritéria. Tím je zaručeno, že suma vah všech kritérií je rovna 1. Je-li obecně j -té kritérium ohodnoceno b_j , vypočítá se jeho váha na základě vztahu (Šubrt et al. 2011):

$$\frac{b_j}{\sum_{j=1}^n b_j}, j = 1, \dots, n \quad (1)$$

kde:

n – počet kritérií,

b_j – převrácená hodnota,

v_j – váha jednotlivých kritérií.

Data z dotazníkového šetření jsou zpracována pomocí tabulkového nástroje Microsoft Excel, který poskytuje vhodné prostředí pro přesné a rychlé výpočty i sumarizaci dat. K otestování nezávislosti vybraných dvou jevů je využit Pearsonův chí kvadrát test, který umožňuje ověřit, zda má daná veličina předem určené rozdělení pravděpodobnosti a dovoluje potvrdit či vyvrátit nezávislost těchto jevů.

3.3 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Úvodní část dotazníku byla zaměřena na demografické údaje, které se týkaly pohlaví, věku, vzdělání, pracovního postavení a bydliště respondenta. Dále byly pokládány výzkumné otázky týkající se sdílené ekonomiky, povědomí a využívání sdílené dopravy a preference a motivace v rámci sdílené dopravy. Po ukončení dotazníkového šetření byly vyhodnoceny odpovědi účastníků. Vyhodnocení dotazníkové šetření je rozděleno na čtyři části, které se věnují jednotlivým námětům od povědomí a využívanosti sdílené dopravy přes výhody, které motivují k využití a důvody, které naopak odrazují od využití, až po společnost Uber. Každá část je samostatně na závěr zhodnocena. Vzhledem k rozsahu bakalářské práce jsou vyhodnocovány pouze vybrané otázky z dotazníkového šetření, které jsou stěžejní k dosažení cíle empirické části.

3.3.1 Charakteristika vzorku respondentů

Celkem se dotazníku zúčastnilo 202 respondentů ve věkové skupině 18–34let. V úvodu dotazníku respondenti odpovídali na otázky vztahující se k pohlaví, věku, vzdělání a dalších sociodemografických rozdělení.

Pohlaví respondenta

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 139 žen (68,8 %) a 63 mužů (31,2 %).

Tab. č. 1: Pohlaví respondenta

Muž	63
Žena	139

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Věk respondenta

Další demografickou otázkou byl věk respondenta. Dotazníkové šetření cílilo na mladší generace ve věku mezi 18–34 lety. Počet zúčastněných respondentů převažuje ve věkové kategorii od 18 let do 24 let. Tato skupina představuje 70,3 % všech dotázaných. Respondentů ve věkové skupině od 25 do 34 let se zúčastnilo celkem 60 osob (29,7 %).

Tab. č. 2: Věk respondenta

18–24 let	142
25–34 let	60

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Dosažené vzdělání respondenta

Z tabulky je patrné, že více než 65 % dotázaných mělo středoškolské vzdělání a 30 % respondentů vysokoškolské vzdělání. Poslední 4,9 % byla tvořena respondenty se základním vzděláním a vyšším odborným vzděláním.

Tab. č. 3: Vzdělání respondenta

Základní vzdělání	6
Střední odborné vzdělání s výučním listem	-
Střední vzdělání s maturitou	134
Vyšší odborné vzdělání	1
Vysokoškolské vzdělání	61

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Pracovní postavení respondenta

V dotazníkovém šetření bylo zjišťováno i pracovní postavení respondenta. Nejvíce zastoupenou skupinou v dotazníku byli studenti s podílem 63,4 %. Tato převaha může být způsobena šířením dotazníku mezi studenty a ve studentských skupinách na sociální síti. Druhou nejčastější skupinou byli zaměstnanci, kteří představují 25,7 %. Další poměrně menší skupinou byli podnikatelé, kterých se účastnilo 16 (7,9 %) a osoby na rodičovské dovolené, nezaměstnaní a v důchodu, kteří tvořili poslední 2,4 %.

Tab. č. 4: Pracovní postavení respondenta

Zaměstnanec	52
Podnikatel	16
Student	128
Na rodičovské dovolené	4
V důchodu	1
Nezaměstnaný	-
Jiné	1

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Počet obyvatel

Poslední demografická otázka byla zaměřena na velikost obce, ve které žijí. V obci nad 100 tis. žije celkem 110 respondentů (54,5 %). V obcích do 10 tis. žije 23,2 % dotázaných. A nejméně zastoupené skupiny jsou respondenti žijící do 100 tis. obyvatel a do 1 tis. obyvatel.

Tab. č. 5: Velikost obce

Nad 100 tis. obyvatel	110
Do 100 tis. obyvatel	22
Do 10 tis. obyvatel	47
Do 1 tis. obyvatel	23

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

3.3.2 Povědomí a využívání sdílené dopravy

V první části dotazníku bylo záměrem zanalyzovat povědomí o sdílené ekonomice a následně o její oblasti – sdílené dopravě. Další výzkumnou otázkou bylo zkoumáno povědomí přímo o známých společnostech, které provozují služby sdílené dopravy. Data byla shrnuta do tabulek a pro lepší přehled byla vytvořena kontingenční tabulka, která sumarizuje podrobnější data a sociodemografické rozdělení respondentů, kteří již služby využili.

Vzhledem k získaným datům z dotazníkového šetření, které lehce naznačují, že využívání sdílené dopravy nemusí nutně souviset se znalostí pojmu sdílená ekonomika,

je proveden **Pearsonův chí kvadrát test**, který testuje nezávislost mezi znalostí pojmu sdílená ekonomika a využívání sdílené dopravy.

Otázka č. 1: Dokážete si představit, co znamená sdílená ekonomika?

Tab. č. 6: Povědomí o sdílené ekonomice

Ano	150
Ne	52

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Skoro třičtvrtě respondentů si dokázalo představit, co znamená pojem sdílená ekonomika. Lehce překvapující byl fakt, že jedna čtvrtina respondentů neměla povědomí o pojmu sdílená ekonomika. Podle výzkumného projektu EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share nebylo seznámeno s pojmem v průměru pouhých 7,5 % respondentů ve věkové kategorii 18–34 let (Andreotti et al. 2017). Vyšší neznalost by mohla být způsobena například tím, že evropský průzkum byl prováděn také v mnoha vyspělejších západních zemích, kde může být procento neznalosti daleko nižší než v České republice.

Respondentům, kteří neznali termín sdílená ekonomika, byl následně zobrazen stručný popis pojmu. Respondentům, kteří pojem znali, byl také ukázán stejný popis pro připomenutí a ujasnění pojmu.

Otázka č. 2: Tušíte, co spadá pod sdílenou dopravu?

Tab. č. 7: Povědomí o sdílené dopravě

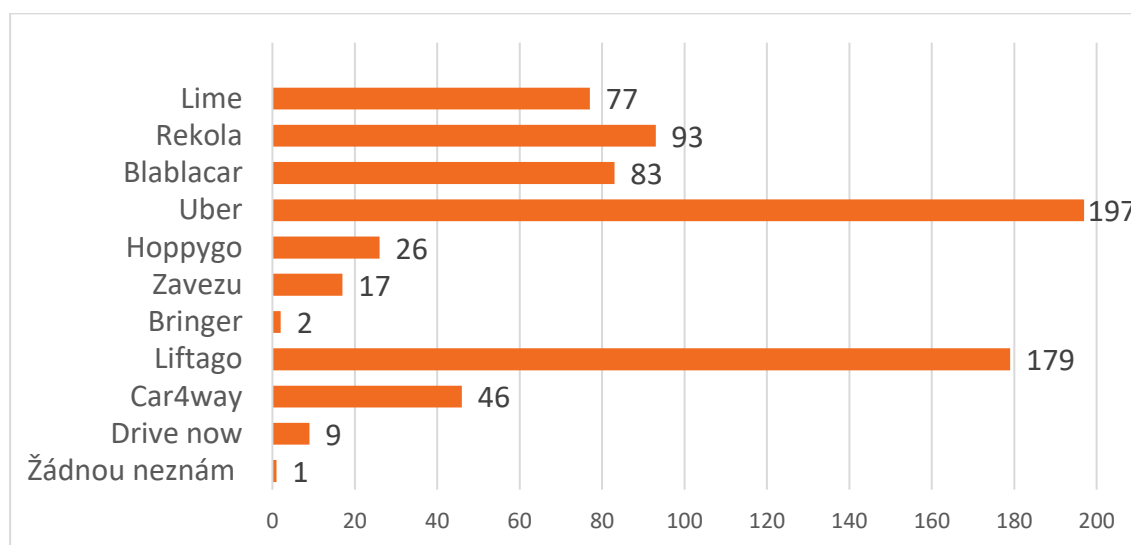
Ano	190
Ne	12

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Druhá otázka byla směřována přímo na sdílenou dopravu. Bylo možné předpokládat, že procento respondentů, kteří mají povědomí o sdílené dopravě, bude vyšší než u předchozí otázky, protože v minulé otázce bylo vysvětleno, co znamená sdílená ekonomika. A je tak pravděpodobné, že bylo pro respondenty snazší si představit pojem sdílená doprava. Pouze 5,9 % po předchozím vysvětlení si nebylo jisto, co spadá pod sdílenou dopravu.

Otázka č. 3: Které z následujících společností znáte nebo jste o nich slyšeli?

Obr. č. 2: Povědomí o známých společnostech



Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Respondenti odpovídali na otázku, která se vztahovala přímo ke společnostem provozujícím sdílenou dopravu. Celkem 197 respondentů odpovědělo, že zná či slyšelo již o společnosti Uber. Lze tedy říct, že naprostá většina (97,5 %) účastníků má povědomí o společnosti Uber. Druhou nejčastěji známou společností podle respondentů je Liftago, kterou vybralo 179 respondentů.

Otázka č. 4: Využili jste někdy služeb sdílené dopravy?

Tab. č. 8: Využívání sdílené dopravy

Ano	99
Ne	103

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Necelá polovina (49,0 %) účastníků dotazníkového šetření již v minulosti využila služeb sdílené dopravy. Což je vyšší číslo, než ukazují výsledky výzkumného projektu z roku 2017, EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share, kde bylo zjištěno, že více jak 40 % osob ve věkové skupině 18–34 let se aktivně účastní sdílené ekonomiky (Andreotti et al. 2017). Tato čísla ovšem nenabízí přesnější informace ohledně vztahu sociodemografických faktorů a využitosti sdílené dopravy. Aby bylo možné data lépe

analyzovat, byla vytvořena podrobná kontingenční tabulka sumarizující data o respondentech, kteří již využili sdílené dopravy.

Tab. č. 9: Souhrnná tabulka – využívání sdílené dopravy

	Respondent již využil služeb sdílené dopravy				
	ANO		NE		CELKEM
	Absolutně	Relativně (%)	Absolutně	Relativně (%)	Absolutně
Pohlaví					
Muž	33	52,3	30	47,7	63
Žena	66	47,5	73	52,5	139
Věk					
18-24 let	58	40,8	84	59,2	142
25-34 let	41	68,3	19	31,7	60
Vzdělání					
Základní vzdělání	2	33,3	4	66,7	6
Střední odborné vzdělání s výučním listem	-	-	-	-	-
Střední vzdělání s maturitou	58	43,2	76	56,8	134
Vyšší odborné vzdělání	0	0	1	100	1
Vysokoškolské vzdělání	39	63,9	22	36,1	61
Pracovní postavení					
Zaměstnanec	33	63,4	19	36,6	52
Podnikatel	14	87,5	2	12,5	16
Student	48	37,5	80	62,5	128
Na rodičovské dovolené	2	50,0	2	50,0	4
V důchodu	1	100	0	0	1
Nezaměstnaný	-	-	-	-	-
Jiné	1	100	0	0	1
Počet obyvatel					
Nad 100 tis. obyvatel	68	61,8	42	38,2	110
Do 100 tis. obyvatel	6	27,2	16	72,8	22
Do 10 tis. obyvatel	16	34,0	31	66,0	47
Do 1 tis. obyvatel	9	39,1	14	60,9	23
Znalost pojmu sdílená ekonomika					
Znají	74	49,3	76	50,7	150
Neznají	25	48,0	27	52,0	52

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Z tabulky, která byla vytvořena na základě dat z anonymního dotazníkového průzkumu, vyplynulo, že procentuálně využívá sdílenou dopravu více mužů než žen. Mužů využilo 52,3 % a žen pouze 47,5 %. A šetření také ukazuje, že daleko více využívali služeb osoby ve věku od 25–34 let (68,3 %). Ve věkové skupině 18–24 let nevyužila služeb ani polovina dotázaných.

Sdílené dopravy využívá více vysokoškolsky vzdělaných respondentů (63,9 %) oproti středoškolsky vzdělaným respondentům s maturitou (43,2 %) nebo se základním vzděláním (33,3 %). Tyto čísla by mohla naznačovat, že s rostoucím vzděláním, roste zájem o sdílenou dopravu. S podobnou teorií přišel i výzkumný projekt EU Horizon 2020 Research project: Ps2Share. Podle výsledků tohoto výzkumu stoupá procento respondentů, kteří využívají sdílenou ekonomiku, spolu se zvyšujícím se vzděláním (Andreotti et al. 2017).

Čísla ukazují, že nejčastěji využili služeb podnikatelé (87,5 %) poté pracující zaměstnanci (63,4 %) a dále studenti, z kterých sdílenou dopravu využila více než třetina (37,5 %).

Respondenti žijící v obcích nad 100 tis. obyvatel procentuálně více využívají služeb sdílené dopravy než obyvatelé žijící v menších obcích. Celkem 68 (61,8 %) žijících v obcích nad 100 tisíc obyvatel využilo již v minulosti služeb sdílené dopravy. V menších obcích se účastnila sdílené dopravy vždy méně než polovina respondentů. Lze to přisuzovat větší dostupnosti sdílené dopravy ve větších obcích. Některé společnosti provozují sdílenou dopravu pouze na území větších měst.

Pearsonův chí-kvadrát test

Na základě dat v tabulce by se na první pohled mohlo zdát, že relativně velký počet respondentů využilo služeb, i když neznali pojem sdílená ekonomika. Proto se autorka rozhodla otestovat, zda jsou tyto dva jevy nezávislé. Pro účely otestování využila **Pearsonův chí-kvadrát test** pro tabulku 2x2.

Test je založený na porovnání empirické a teoretické četnosti, které jsou počítané za předpokladu nezávislosti. K empirické četnosti se pro každou četnost v tabulce vypočítá očekávaná četnost neboli teoretická. Pokud by platila H_0 , budou se empirické četnosti lišit od teoretických pouze minimálně. Shoda empirických a teoretických četností

nastane při nezávislosti obou veličin. Významnost neshody četností je měřena souhrnnou statistikou značenou χ^2 a samotný test se nazývá Pearsonův chí kvadrát test nezávislosti (Skalská 2013). Níže jsou popsány základní předpoklady, postup a vzorec pro výpočet testového kritéria, stupňů volnosti, rozhodovací pravidlo pro vyhodnocení.

Stanovení hypotéz:

H_0 : jevy A, B jsou navzájem nezávislé,

H_1 : alespoň jeden z jevů A, B je závislý (Skalská 2013).

Testové kritérium χ^2 testu nezávislosti v kontingenční tabulce (Skalská 2013):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(n_{ij} - n_{ij}^T)^2}{n_{ij}^T}, \text{ kde } n_{ij}^T = n_{ij}^T \frac{n_i n_j}{n} \quad (2)$$

kde:

n_{ij} – empirická četnost i-té kategorie,

n_{ij}^T – teoretická četnost i-té kategorie.

Stupně volnosti se vypočtou při dostatečně velkém n rozdělení χ^2 (Skalská 2013):

$$df = (r - 1)(c - 1) \quad (3)$$

kde:

r – počet řádků v kontingenční tabulce,

c – počet sloupců v kontingenční tabulce.

Rozhodovací pravidlo (Skalská 2013):

- H_0 se zamítá na hladině významnosti α , jestliže je testové kritérium χ^2 větší nebo rovno kritické hodnotě: $\chi^2 > \chi_{1-\alpha;k}^2$,
- H_0 se nezamítá na hladině významnosti α , pokud je testové kritérium χ^2 menší nebo rovno kritické hodnotě: $\chi^2 < \chi_{1-\alpha;k}^2$.

Kritický obor testu H_0 proti H_1 (alternativě o závislosti) je na hladině významnosti α určen kvantilem χ^2 rozdělení pro dané stupně volnosti (Skalská 2013):

$$W_{\alpha} = \{\chi^2: \chi^2 > \chi_{1-\alpha;k}^2\} \quad (4)$$

Předpoklady testu χ^2 plynou z podmínky konvergence testového kritéria k rozdělení χ^2 :

- Nejvíce 20 % teoretických četností může být menších než 5,
- žádná teoretická četnost nesmí být menší než 1 (Skalská 2013).

Pro tabulku 2 x 2 pro kritérium χ^2 se uvádějí pravidla použití:

- mělo by být $n > 40$,
- pro $20 < n < 40$ se upravuje testové kritérium χ^2 pomocí korekce na nespojitost,
- jestliže je $n < 20$, měl by se použít přesný Fisherův test (Skalská 2013).

V pro naše výzkumné účely byla zvolena a využita tabulka 2x2. Podmínky jsou všechny splněny pro výpočet Pearsonova testu chí kvadrát nezávislosti. K potřebám výzkumu byla v první řadě určena nulová a alternativní hypotéza.

H_0 : *Neexistuje závislost mezi znalostí pojmu sdílená ekonomika a využíváním služeb sdílené dopravy.*

H_1 : *Existuje závislost mezi znalostí pojmu sdílená ekonomika a využíváním služeb sdílené dopravy.*

Testováno je hladině významnosti 0,01 (1 %), která vypovídá, jaká je pravděpodobnost, že byl proveden správný závěr (Skalská 2013). Do následující tabulky byly zapsány empirické četnosti, které byly zjištěny pomocí dotazníkového šetření.

Empirické četnosti

Tab. č. 10: Empirické četnosti

Služby sdílené dopravy	Znalost pojmu sdílená ekonomika	
	ANO	NE
VYUŽIL	74	25
NEVYUŽIL	76	27

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

A následně jsou vypočítány očekávané neboli teoretické četnosti.

Teoretické četnosti

Tab. č. 11: Teoretické četnosti

Služby sdílené dopravy	Znalost pojmu sdílená ekonomika	
	ANO	NE
VYUŽIL	73,514	25,485
NEVYUŽIL	76,485	26,514

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Na základě vzorce bylo vypočteno testové kritérium jednotlivých četností z empirických a teoretických hodnot pomocí statických funkcí MS Excel do následující tabulky. Již během výpočtu byly mezi empirickými a teoretickými četnostmi poměrně minimální odchylky.

Testové kritérium

Tab. č. 12: Testové kritérium

Služby sdílené dopravy	Znalost pojmu sdílená ekonomika	
	ANO	NE
VYUŽIL	0,003201653	0,009236
NEVYUŽIL	0,003077317	0,008877

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Výsledné testové kritérium bylo vypočítáno součtem jednotlivých testových kritérií a porovnáno s kritickou hodnotou vypočtenou pomocí nástrojů MS Excel.

Pearsonův chí kvadrát test

Tab. č. 13: Pearsonův chí kvadrát test

Testové kritérium χ^2	0,024391
Kritická hodnota	6,634897

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Testové kritérium je menší než kritická hodnota, proto se hypotéza H_0 o nezávislosti nezamítá a lze nezávislost mezi jevy předpokládat. Podle výsledku testu je možné očekávat, že neexistuje závislost mezi znalostí pojmu sdílená ekonomika a využívaností

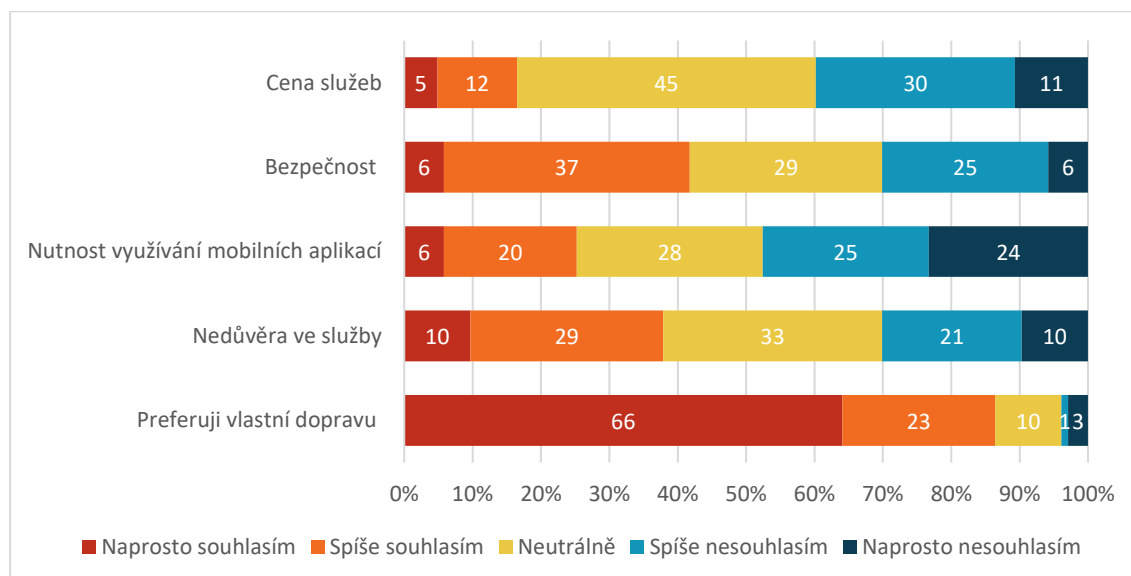
služeb sdílené dopravy. Neboli znalost pojmu sdílená ekonomika nemá vliv na počet respondentů, kteří již v minulosti využili služeb sdílené dopravy.

3.3.3 Důvody vedoucí k nevyužití služeb sdílené dopravy

Cílem další části šetření bylo analyzovat důvody, které mohou vést k nevyužití služeb sdílené dopravy. Respondenti, kteří se vyjádřili, že nevyužili sdílené dopravy, dále odpovídali na následující otázky. Mezi často zmiňované důvody či nevýhody sdílené dopravy lze začlenit cenu služeb, která může být vyšší než ostatní alternativy jako například hromadná doprava či vlastní doprava. Dále bezpečnost spojená s přepravou a také s ochranou osobních údajů. Níže jsou zhodnoceny všechny jednotlivé důvody, které mohou vést k nevyužití služeb. A také byli respondenti dotázáni, zda mají zájem využít v budoucnosti těchto služeb.

Otázka č. 5: Uveďte, zda souhlasíte s důvody, proč jste nevyužili služeb sdílené dopravy?

Obr. č. 3: Důvody vedoucí k nevyužití služeb sdílené dopravy



Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

- **Cena služeb**

S tímto kritériem souhlasilo pouze 17 respondentů (16,5 %). Velký počet dotazovaných považoval tento argument za neutrální. Lze z těchto dat vyvozovat, že respondenti nepovažují cenu služeb za stěžejní faktor, který by je odrážel od využití služeb.

- **Bezpečnost**

Odpovědi respondentů ukazují, že chybějící pocit bezpečí se také z nemalé části podílí na důvodech, proč nevyužili sdílené dopravy. Podle výsledků šetření s tímto výrokem souhlasilo 43 dotázaných (41,7 %).

- **Nutnost využívání mobilních aplikací**

Dnešní mladé generace Y a Z jsou ve spojení s moderními technologiemi každodenně a některé už od svého narození. Používají mnohá zařízení, která jim umožňují rychlejší a jednodušší komunikaci a využívání služeb. Na základě těchto informací bylo možné předpokládat, že pro osoby ve věku 18–34 let nebude tento argument zásadně důležitý. A tomuto předpokladu se blížily i odpovědi respondentů. Graf znázorňuje, že necelá polovina (47,5 %), respondentů nesouhlasila s tímto výrokem.

- **Nedůvěra ve služby**

Sdílená doprava je fenomén poslední doby a pro některé lidi nový způsob přepravy, který může v lidech vyvolávat pocit nedůvěry na rozdíl od zaběhlých tradičních způsobů dopravy. Odpovědi byly ve velké míře rovnoměrně rozděleny. Je možné na základě odpovědí předpokládat, že důležitost faktoru záleží na individuálním přístupu jednotlivce.

- **Preferuji vlastní dopravu**

Na základě šetření lze pokládat preferenci vlastní dopravy za nejzásadnější faktor, proč respondenti nevyužili sdílené dopravy. S tímto faktorem souhlasilo 86,4 % dotázaných osob z čehož 64,0 % z nich projevilo silný souhlas.

Ke stanovení preferenčních vztahů mezi variantami v závislosti na cíli celé analýzy se využívají metody ke stanovení vah kritérií. Tyto metody se mohou používat i pro kvantifikaci slovního vyjádření hodnocení variant. Existuje několik nejpoužívanějších variant a mezi dvě nejčastější se řadí metoda pořadí a Fullerův trojúhelník. Obě tyto metody přeměňují ordinální data do podoby váhového vektoru (Šubrt et al. 2011). Pro potřeby přehlednějšího shrnutí a určení důležitosti jednotlivých faktorů byla využita metoda pořadí, která dokáže přiřadit k motivům významnost pomocí vah.

Byly sečteny všechny hlasy respondentů, kteří odpovídali „*Spíše souhlasím*“ a „*Naprosto souhlasím*“. Protože obě možnosti vyjadřují souhlas s jednotlivými kritérii. Součty odpovědí jsou vyjádřeny v následující tabulce. Dále bylo přiřazeno pořadí jednotlivým kritériím podle součtu souhlasných odpovědí z předchozí tabulky. Dále byla přiřazena převrácená hodnota pořadí pro potřeby výpočtu váhy jednotlivých kritérií. Na základě vztahu byly vypočítány hodnoty b_j a v_j z rozdílu hodnoty b_j a součtu pořadí.

Tab. č. 14: Určení vah metodou pořadí – důvody nevyužití sdílené dopravy

Důvody	Počet odpovědí	Pořadí	b_j	v_j	Váhy %
Cena služeb	17	5.	1	0,066	6,6
Bezpečnost	43	2.	4	0,266	26,6
Nutnost využívání mobilních aplikací	26	4.	2	0,133	13,3
Nedůvěra ve služby	39	3.	3	0,2	20
Preferuji vlastní dopravu	89	1.	5	0,333	33,3

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Podle vypočtených vah v tabulce se nejvíce podílel na nevyužití služeb faktor související s preferencí vlastní dopravy a byl vyhodnocen jako nejpodstatnější příčina. Dalším zásadním důvodem je bezpečnost s vahou 26,6 % a nedůvěra ve služby s vahou 20 %. Naopak potřeba využívat mobilní aplikace k přepravě sdílenou dopravou a cena služeb mají nejmenší podíl na nevyužití sdílené dopravy.

Otázka č. 7: Plánujete v budoucnu využít služeb sdílené dopravy?

Obr. č. 4: Využití služeb sdílené dopravy v budoucnu

Ano	54
Ne	49

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

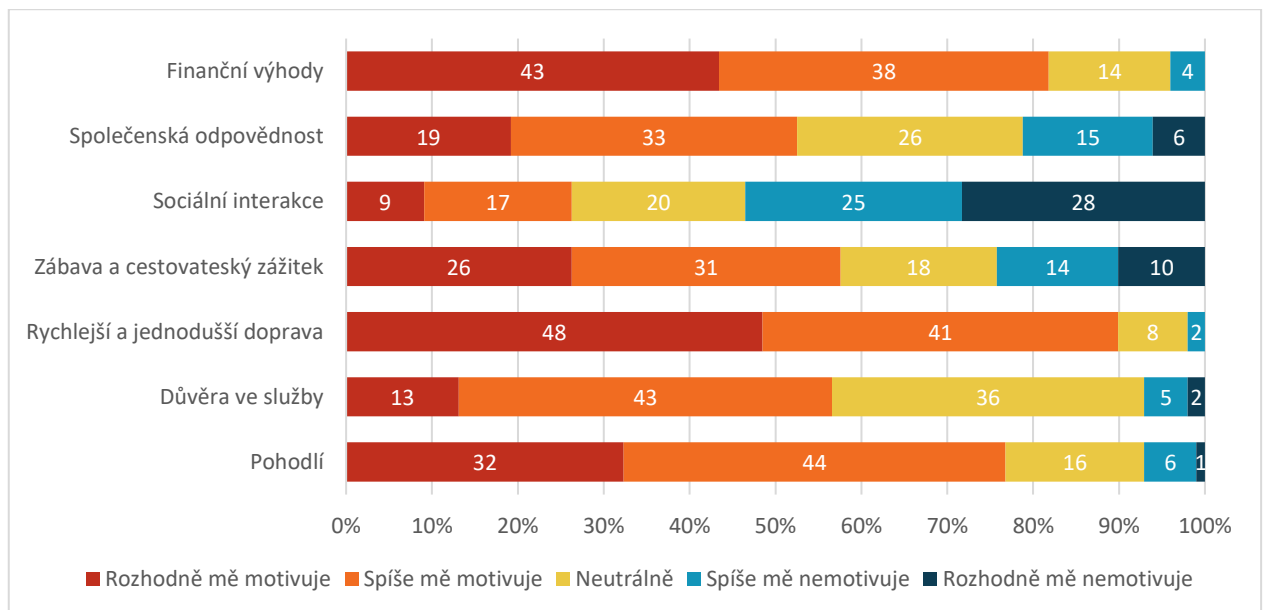
Přibližná polovina se vyjádřila, že by měla zájem využít v budoucnu služeb sdílené dopravy. Celkem 52,4 % dotázaných souhlasilo. Lze v budoucnosti očekávat větší procento lidí, kteří využijí sdílené dopravy.

3.3.4 Faktory motivující k využití služeb sdílené dopravy

Sdílená doprava nabízí řadu výhod, které motivují k využívání těchto služeb. Finanční výhody, které bývají spojeny s výhodnějšími nabídkami oproti tradičním modelům, společenská odpovědnost, sociální interakce a pro řadu uživatelů může být využívání služeb formou zábavy a zážitku (Andreotti et al 2017). Často uváděnými výhodami jsou i rychlejší a jednodušší doprava, pohodlí a možnost důvěřovat ve služby společností. Na tuto otázku odpovídali respondenti, kteří se vyjádřili že již využili sdílenou dopravu. Níže pod grafem jsou jednotlivé výhody analyzovány a následně určena váha každého faktoru pomocí metody pořadí.

Otázka č. 10: Vyplňte, jak moc vás jednotlivé faktory motivují k využívání.

Obr. č. 5: Faktory motivující k využívání služeb sdílené dopravy



Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

- **Finanční výhody**

Finanční výhody byly podle respondentů shledány jako druhý nejdůležitější faktor pro jejich motivaci k využití sdílené dopravy. Celkem 43 respondentů (43,4 %) ho označilo

za rozhodně motivující a celkem 81,8 % dotázaných osob tento faktor považuje za motivaci. Lze z toho usuzovat, že finanční výhody jsou opravdu jednou z výhod sdílené dopravy a mohou tím motivovat osoby k účasti na sdílené dopravě.

- **Společenská odpovědnost**

Společenská odpovědnost zahrnuje jak společenské, tak i ekologické aspekty. S tímto faktorem souhlasila více než polovina dotázaných (52,5 %). Celkem 52 respondentů (52,5 %). Z celkového počtu považovalo 26 osob motiv za neutrální a 6 % osob ohodnotilo společenskou odpovědnost jako rozhodně nemotivující.

- **Sociální interakce**

Na základě výsledků šetření lze považovat sociální interakci za nejméně podstatnou motivaci a pro respondenty. Pouze 26,2 % dotázaných se vyslovilo, že je sociální interakce motivuje k využívání sdílené dopravy. Necelá třetina respondentů shledala, že toto kritérium pro ně není rozhodně motivující a v součtu 53,5 % považuje sociální interakci za nemotivující faktor.

- **Zábava a cestovatelský zážitek**

Více jak polovina dotázaných ocenila tento faktor jako „Rozhodně motivující“ či „Spíše motivující“. Z čehož přímo 26,2 % respondentů považovalo zábavu a cestovatelský zážitek za naprosto motivující. Pro některé jednotlivce může být faktor jako zábava jednou z podstatných motivací k využívání služeb.

- **Rychlejší a jednodušší doprava**

Dotázaní považují tuto výhodu za nejsilnější motivaci k využití sdílené dopravy. Souhlasilo s ní celkem 89 účastníků šetření (89,8 %). Skoro polovina dotázaných s tímto faktorem silně souhlasila. V celku lze zhodnotit toto kritérium jako nejvíce motivující k využívání sdílené dopravy mezi ostatními.

- **Důvěra ve služby**

Společnosti se snaží prohlubovat důvěru ve svoje nabízené služby pomocí například recenzí či hodnocení řidičů atd. Tento motiv byl nemalým procentem respondentů (36,3 %) považován za neutrální. V celku se souhlasně vyjádřilo 56,5 % respondentů, kteří ho považují za motivaci.

- **Pohodlí**

Společnosti se snaží o co nejvyšší uživatelskou přívětivost svých platform a snadné použití pro uživatele. Služby, které jsou ovládány skrze mobilní aplikace, bývají přístupné odkudkoliv a kdekoliv. Službu jsi lze objednat například z pohodlí domova. Pohodlí, které poskytují moderní aplikace a technologie v sdílené dopravě, je třetím nejsilnější motivací podle hodnocení dotazovaných. Pro tento argument se vyjádřilo souhlasně 76 dotázaných (76,7 %).

K určení vah jednotlivých faktorů je opět použita metoda pořadí. V následující tabulce jsou sečteny odpovědi „Rozhodně mě motivuje“ a „Spíše mě motivuje“. Opět je na základě počtu odpovědí stanoveno pořadí, opačné pořadí a vypočítány váhy.

Tab. č. 15: Určení vah metodou pořadí – faktory motivující k využití sdílené dopravy

Důvody	Počet odpovědí	Pořadí	b_j	v_j	Váhy %
Finanční výhody	81	2.	6	0,214	21,4
Společenská odpovědnost	52	6.	2	0,071	7,1
Sociální interakce	26	7.	1	0,035	3,5
Zábava či cestovatelský zážitek	57	4.	4	0,142	14,2
Rychlejší a jednodušší doprava	89	1.	7	0,25	25
Důvěra ve služby	56	5.	3	0,107	10,7
Pohodlí	76	3.	5	0,178	17,8

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Na základě metody pořadí se ukázalo, že se na motivaci podílí s největší vahou faktor rychlejší a jednodušší doprava. Druhým motivem v pořadí jsou finanční výhody. Na třetím místě v tabulce se nachází faktor související s pohodlím, který přináší většina služeb sdílené dopravy a může účastníky přesvědčit k využití služeb. Nejméně motivujícím aspektem je pro respondenty sociální interakce.

3.3.5 Společnost Uber

Poslední část dotazníku se přímo soustředí na světoznámou společnost Uber. Podle dotazníkového šetření má 97,5 % respondentů povědomí o společnosti Uber. Následující otázka byla položena respondentům, kteří již využili sdílené dopravy. Otázka zjišťovala, zda již respondent využil přepravu od společnosti Uber. Pokud dotazovaný využil, další otázka zjišťovala jeho motivace, které ho vedou k využití této služby. Naopak respondenti, kteří těchto služeb nevyužili, byli dotazováni na důvody, které je vedou k nevyužití služeb.

Otázka č. 12: Využili jste někdy služby společnosti Uber?

Tab. č. 16: Využívání služeb Uber

Ano	77
Ne	22

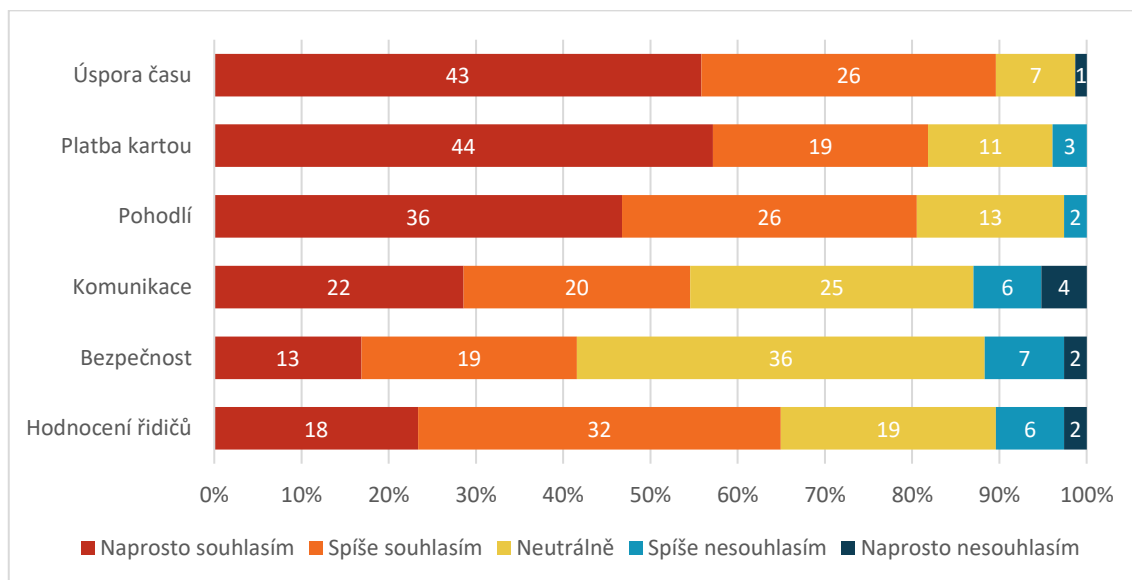
Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Z celkového počtu 99 respondentů, kteří využili sdílené dopravy, se více jak tři čtvrtě (77,8 %) z nich vyslovilo, že si již v minulosti vybrali pro přepravu společnost Uber.

Otázka č. 14: Uveďte, zda souhlasíte s důvody, které vás vedly k využití služeb Uber.

Tato otázka měla za cíl analyzovat motivace, které vedou respondenty k využití služeb Uber. Byli dotazováni respondenti, kteří se vyjádřili, že již využili služeb této společnosti. Uber a podobné platformy přinášejí plno možností a výhod, které se mohou stát pro zákazníky motivací k využití jejich služeb. Mezi často uváděné výhody lze zahrnout úsporu času, možnost platit kartou, pohodlí, přímá a rychlá komunikace rovnou s řidičem a bezpečnost, kterou se společnost snaží podporovat pomocí kontrol řidičů a vozidel. A mezi další dále začlenit hodnocení řidičů, které zákazníkům dávají jistotu kvalitního řidiče, předpoklad spokojené jízdy a společností, že spolupracují se správnými řidiči. Sami zákazníci mají možnost jízdu a řidiče ohodnotit (Kessler a Zhang 2016). Každý z důvodů je dále zvlášť posouzen podle dat z dotazníkového šetření.

Obr. č. 6: Důvody k využití služeb Uber



Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

- **Úspora času**

Úspora času je hodnocena jako nejdůležitější faktor, který vedl respondenty k využití služeb společnosti Uber. Více jak polovina (55,8 %) dotazovaných se vyslovila, že naprosto souhlasí s tímto tvrzením a celkově s tímto důvodem vyslovilo souhlas v součtu 89,6 % dotázaných.

- **Platba kartou**

Hned druhým nejpozitivněji hodnoceným důvodem je možnost platit kartou. Aplikace umožňuje přidání karty k uživatelskému účtu a dovoluje uživatelům zaplatit kartou po dokončení jízdy. Uživatelé nemusejí shánět hotovost a samotnou transakci řešit s řidičem. Nadpoloviční většina naprosto souhlasí s tímto faktorem a dalších 19 dotázaných, že spíše souhlasí.

- **Pohodlí**

Na základě dotazníkového šetření lze pokládat pohodlí za jednu ze zásadních motivací k využití služeb této společnosti. Mobilní aplikace společnosti Uber nabízí objednání jízdy odkudkoli, kdykoliv a bez zbytečných komplikací. Tyto výhody mohou konkurovat tradičním modelům taxislužeb. A to promítá do výsledků šetření, kde 80,5

% dotázaných považuje pohodlí za důvod, který je vedl k využití služeb Uber. nesouhlasily s tímto faktorem.

- **Komunikace**

Podle odpovědí dotázaných komunikace mezi uživatelem a přepravcem nepatří mezi nejdůležitější důvody, které by vedly respondenty k zvolení přepravy prostřednictvím společností Uber.

- **Bezpečnost**

Z šetření vyplývá, že pocit bezpečí či samotná bezpečnost při přepravě je nejméně motivujícím prvkem k využití služeb. Pro řadu respondentů je neutrálním faktorem.

- **Hodnocení řidičů**

Součástí aplikace je také zpětné hodnocení řidičů uživateli, kteří službu využili. Hodnocení může uživatelům napovědět, zda bude jízda v pořádku a podle očekávání. Graf ukazuje, že přesně 64,9 % respondentů souhlasilo s tímto důvodem a považuje systém hodnocení řidičů za motivaci k využití služeb.

V následující tabulce jsou v druhém sloupci sečteny odpovědi „Rozhodně souhlasím“ a „Spíše souhlasím“, určeno pořadí a vypočítány váhy jednotlivých důvodů.

Tab. č. 17: Určení vah metodou pořadí – důvody k využití Uber

Důvody	Počet odpovědí	Pořadí	b_j	v_j	Váhy %
Úspora času	69	1.	6	0,285	28,5
Platba kartou	63	2.	5	0,238	23,8
Pohodlí	62	3.	4	0,19	19
Komunikace	42	5.	2	0,095	9,5
Bezpečnost	32	6.	1	0,047	4,7
Hodnocení řidičů	50	4.	3	0,142	14,2

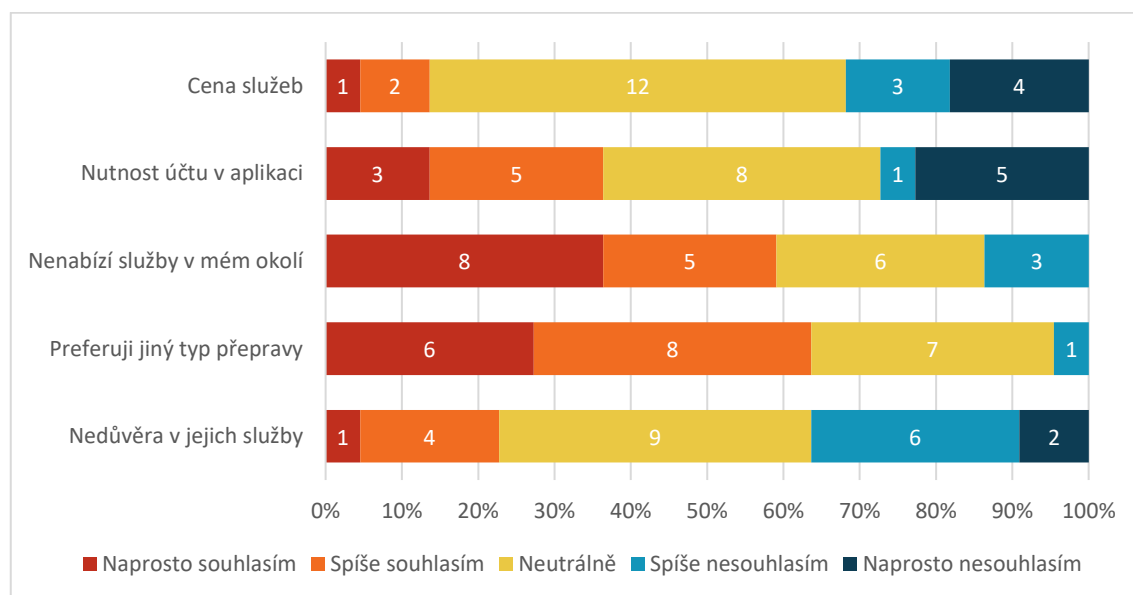
Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Úspora času se ukázala jako nejvíce důležitý aspekt s vahou 28,5 %. Hned za ním následovala možnost platit v aplikaci jízdu kartou. Podle vyhodnocení měl nejmenší podíl na motivací faktor bezpeční.

Otázka č. 15: Uved'te, zda souhlasíte s důvody, proč jste službu Uber nevyužili.

Následující otázka měla za cíl zjistit, jaké důvody vedou respondenty k tomu, že ještě služeb nevyužili. Tuto otázku zodpovídali respondenti, kteří se vyjádřili, že služby Uber nevyužili. Mezi nevýhody služeb Uber mohou spadat ceny, které mohou být v porovnání s ostatními možnostmi městské dopravy či vlastní dopravou vyšší. Další překážkou by mohla být nutnost mít založený účet v aplikaci. Jednou z dalších může být fakt, že Uber provozuje svoje služby pouze na území velkých měst a nemusí nenabízet své služby v okolí respondenta. Důvodem se může stát i preference vlastní dopravy a nedůvěra ve služby společnosti Uber (Kessler a Zhang 2016).

Obr. č. 7: Důvody nevyužití služeb Uber



Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

- **Cena služeb**

Více jak polovina respondentů (54,5 %) považovala tento důvod za neutrální a pouze 3 dotazovaní souhlasili s tvrzením, že cena služeb byla možným důvodem, proč nevyužili služeb. Lze říct, že cena služeb není stěžejní důvodem, proč nevyužili služeb.

- **Nutnost účtu v aplikaci**

Nutnost založení účtu v aplikaci lze zařadit mezi nedůležité faktory, protože většina respondentů nepovažovala za překážku k využití služeb společnosti Uber.

- **Nenabízí služby v okolí**

Společnost Uber provozuje svoje služby pouze v některých městech. V České republice působí a nabízí své služby pouze v hlavním městě. Tato skutečnost se může stávat jednou z nevýhod těchto služeb. Výsledky šetření ukazují, že byl druhým faktorem, s kterým respondenti nejčastěji souhlasili.

- **Preferují jiný typ přepravy**

Výsledky šetření ukazují, že preference jiného typu přepravy je nejzásadnější důvodem, který může vést dotázané k nevyužití služeb Uber. S tímto faktorem souhlasilo 63,6 % respondentů.

- **Nedůvěra v jejich služby**

Z grafu je vidět, že většina respondentů nemá problémy s důvěrou ve služby Uber, protože pouze 22,7 % dotázaných považuje tento faktorem za překážku.

V následující tabulce v druhém sloupci jsou sečteny odpovědi „Rozhodně mě motivuje“ a „Spíše mě motivuje“.

Tab. č. 18: Určení vah metodou pořadí – důvody nevyužití Uber

Důvody	Počet odpovědí	Pořadí	b_j	v_j	Váhy %
Cena služeb	3	5.	1	0,066	6,6
Nutnost účtu v aplikaci	8	3.	3	0,2	20
Nenabízí služby v mém okolí	13	2.	4	0,266	26,6
Preferují jiný typ přepravy	14	1.	5	0,333	33,3
Nedůvěra v jejich služby	5	4.	2	0,133	13,3

Zdroj: Vlastní zpracování, 2020

Opět byly vypočítány váhy jednotlivých kritérií a vypsány do předchozí tabulky. Při pohledu na výsledné váhy lze zjistit, že nejzásadnější vliv na nevyužití služeb Uber má faktor, že respondenti preferují jiný typ přepravy. Dalším zásadním důvodem je okolnost, že společnost nenabízí služby v okolí respondenta. S nejmenší vahou se na nevyužití služeb Uber podílí nedůvěra v jejich služby.

3.4 Shrnutí dotazníkového šetření

V závěru empirické části práce jsou sumarizovány výsledky dotazníkového šetření z předchozí kapitoly, která se zabývá vyhodnocením zpětné vazby respondentů. Každá ze čtyř částí je níže samostatně shrnuta. Dotazníkového šetření se celkem účastnilo 202 osob ve věkové kategorii od 18–34 let. V úvodu dotazníku jsou zjišťovány demografické údaje respondentů (jejich pohlaví, věk, pracovní postavení, vzdělání a bydliště). Převažuje větší počet žen a osob ve věku od 18–24 let.

3.4.1 Shrnutí povědomí a využívání sdílené dopravy

První otázka v dotazníkovém šetření míří na povědomí o sdílené ekonomice. Shromážděná data ukazují, že skoro třičtvrtě respondentů ve věku od 18–34 let zná pojem sdílená ekonomika. Protože bylo potřeba, aby všichni respondenti byli seznámeni s tímto pojmem, byla po otázce všem účastníkům šetření sdílená ekonomika vysvětlena. Druhá otázka je směřována přímo na sdílenou dopravu. Je možné předpokládat, že procento respondentů, kteří mají podvědomí o sdílené dopravě, je vyšší, protože je pro respondenty snazší si představit pojem sdílená doprava, když jim byl objasněn/připomenut pojem sdílená ekonomika. A proto také více než 94 % respondentů si umělo představit, co spadá pod sdílenou dopravu.

Podle získaných dat necelá polovina všech respondentů již sdílené dopravy využila. Z dotazníkového šetření vyplývá, že častěji využívají sdílené dopravy muži a osoby ve věkové kategorii od 25–34 let. Data také ukazují, že pracující se více účastní sdílené dopravy než studující. Dále z výsledků lze vyčíst, že využívání pravděpodobně souvisí se vzděláním dotazovaného. Využívanost stoupá spolu se zvyšujícím se vzděláním respondenta. Pomocí Pearsonova chí-kvadrát testu nezávislosti bylo prokázáno, že lze předpokládat, že využití služby není závislé na tom, jestli respondent zná pojem sdílená

ekonomika. Je možné z toho vyvodit, že respondent může běžně využívat služeb sdílené dopravy, ale nemusí mít povědomí, že se jedná o oblast sdílné ekonomiky.

3.4.2 Shrnutí důvodů vedoucích k nevyužití služeb sdílené dopravy

V druhé části se šetření zaměřovala na důvody, které mohou odrážet respondenty od využití služeb sdílené dopravy. Celkem 51 % respondentů, kteří ještě nevyužili sdílené dopravy odpovídali na otázku, jaké důvody je vedli k nevyužití. Nejsilnějším důvodem je podle výsledků preference vlastní dopravy. Více než třičtvrtě dotázaných souhlasí s tímto důvodem. Dalším důvodem byl nedostatečný pocit bezpečí a nedůvěra ve služby sdílené dopravy. Naopak méně důležitým faktorem byla nutnost využívání mobilních aplikací, který skoro polovina dotázaných považuje za nepodstatný. Dnešní mladé generace Y a Z jsou ve spojení s moderními technologiemi každodenně a některé už od svého narození. Používají elektronická zařízení, která jim umožňují rychlejší a jednodušší komunikaci a využívání služeb. Proto bylo možné předpokládat, že pro osoby ve věku 18–34 let nebude tento argument zásadně důležitý. A tomuto předpokladu se blížily i odpovědi respondentů. I přes faktory, které mohou odrážet od využití služeb, se více jak polovina dotázaných, která služby ještě nevyužila, vyjádřila, že by měla zájem využít v budoucnu služeb sdílené dopravy. Lze předpokládat, že se procento uživatelů sdílené dopravy bude v budoucnosti zvyšovat.

3.4.3 Shrnutí faktorů motivujících k využití služeb sdílené dopravy

Dotazníkové šetření se také soustředilo na výhody sdílené ekonomiky, které považují respondenti za motivaci k využívání služeb. Pro respondenty, kteří již využili sdílené dopravy, bylo nejzásadnější výhodou to, že jim tyto služby dokážou nabídnout rychlejší a jednodušší přepravu ve srovnání s tradičními poskytovateli služeb. Další faktory, které hrály důležitou roli v motivaci, byly nižší finanční náklady a také, že služby jim přinášejí pohodlí oproti tradičním způsobům dopravy. Protože je možné většinu služeb objednat skrze mobilní aplikaci odkudkoliv a kdykoliv. Pro některé jednotlivce může být zábava či zážitek z jízdy jednou z podstatných motivací k využívání služeb. Pro více než čtvrtinu dotázaných je zábava naprosto motivujícím faktorem. Naopak zanedbatelným důvodem je pro respondenty sociální interakce, která nepředstavuje podstatnou motivaci

k využití sdílené dopravy. Více než polovina dotázaných označuje tento faktor za nemotivující.

3.4.4 Shrnutí – společnost Uber

Poslední část dotazníku se přímo soustředí na světoznámou společnost Uber. Povědomí o této společnosti má 97,5 % účastníků šetření. Respondenti, kteří využili sdílenou dopravu, byli dotazováni, zda využili již přímo služeb společnosti Uber. Podle výsledků více než třičtvrtě dotázaných, si již v minulosti vybrali pro přepravu společnost Uber.

Respondenti, kteří služeb Uber využili, řadí mezi významné výhody společnosti Uber možnost platit za služby kartou a také oceňují, že jim služba dokáže uspořit čas a často zkrátit dobu přepravy oproti tradičním poskytovatelům služeb. Mobilní aplikace umožňuje přidání karty k uživatelskému účtu a přináší možnost pohodlného objednání jízdy kdykoliv a odkudkoliv. Uživatelé nemusí shánět hotovost a samotnou transakci řešit s řidičem.

Naopak respondenti, kteří ještě služeb Uber nevyužili, byli dotazováni na důvody, které je vedly k nevyužití služeb. Uber jezdí pouze v některých městech, a to se také stává jedním z hlavních důvodů, proč dotázaní služby nevyužívají. Dalším důvodem nevyužití služeb jsou také preference jiného způsobu dopravy, kterým může být například hromadná městská doprava či osobní automobil.

Závěr

Sdílená ekonomika je fenomén naší doby, který se neustále rozvíjí a proniká do dalších oblastí. Tento relativně nový pojem teprve hledá svoji ustálenou definici a hranice významu. Mnozí teoretikové se jí již snažili vymezit a předpokládají, že její rozvoj bude i nadále pokračovat. Mnoho společností provozujících sdílené služby je už známa po celém světě a jejich popularita i nadále stoupá. Provozují svoje služby v mnoha zemích a konkurují tradičním modelům.

Sdílená ekonomika poskytuje velké příležitosti jak pro podniky, tak i jednotlivce. Nabízí možnost uživatelům zhodnotit svůj majetek, který již nepotřebují nebo mají v přebytku. Zájemcům nabízí snadnější a levnější možnost naplnění svých potřeb. Společnostem a podnikatelům přináší nové obchodní příležitosti a obchodní modely. Na vzestupu sdílené ekonomiky se také podílí moderní technologie, které umožňují sdílení se všemi přínosy. Sdílené služby nabízí uživatelům mnoho přesvědčivých výhod, které je mohou motivovat. Šetří finanční náklady, minimalizují transakční náklady, prohlubují důvěru mezi členy komunit a podporují ekologické i sociální aspekty.

Záměrem této práce bylo charakterizovat koncept sdílené ekonomiky a popsat jednotlivé oblasti sdílené ekonomiky a její specifika. V práci jsou představeny zásadní charakteristiky vybraných oblastí a stručně představen jejich koncept a způsob fungování. Mezi jedny z nejrozšířenějších a nejznámějších oblastí patří služby nabízející ubytování, sdílenou dopravu a finanční služby.

Hlavním cílem empirické části bylo analyzovat využívání, povědomí a motivace k účasti na sdílené dopravě pomocí dotazníkového šetření. Dotazník se zaměřoval na mladé generace. Na základě získaných dat bylo zjištěno, že využívá služby sdílené dopravy necelá polovina respondentů ve věku od 18–34 let. Více využívají sdílené dopravy muži a pracující respondenti. Sesbíraná data z dotazníkového šetření ukázala, že lze za hlavní výhody považovat finanční důvody, které umožňují uživatelům ušetřit peněžní prostředky, dále úsporu času a také nabízí respondentům pohodlí a jednoduchou přepravu. I přesto velká část respondentů nevyužívá sdílených služeb a preferuje vlastní dopravu. Mezi možné důvody, které odrazují od využití je nedostatečná důvěra ve služby společností a také chybějící pocit bezpečí. Na tyto

faktory by bylo vhodné zaměřit pozornost. Společnosti by se mohly pokusit uživatele přesvědčit o svých kvalitách, zvýšit důvěru ve své služby a nabídnout více jistoty.

Seznam použitých zdrojů

Knížní a publikační zdroje:

BOTSMAN, Rachel a ROGERS, Roo, 2011. *What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*. London: HarperCollins Business. ISBN 978-0-00-739591-0.

BUCZYNSKI, Beth, 2013. *Sharing is Good: How to Save Money, Time and Resources through Collaborative Consumption*. Canada: New Society Publishers. ISBN 978-0-68571-746-6.

GANSKY, Lisa, 2012. *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*. London: Portfolio Penguin. ISBN 978-1591844303.

KOTLER, Philip, 2001. *Marketing management*. 10. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-0016-6.

KOTLER, Philip a KELLER, Lane Kevin, 2013. *Digitalizace ekonomiky a společnosti*. 14. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4150-5.

PÁNA, Lubomír a SOMR, Miroslav, 2007. *Metodologie a metody výzkumu*. České Budějovice: Vysoká škola evropských a regionálních studií. ISBN 978-80-7435-320-8.

PICHRT, Jan, ed., 2017. *Sdílená ekonomika - sdílený právní problém?*. Vydání první. Praha: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7552-874-2.

SKALSKÁ, Hana, 2013. *Aplikovaná statistika*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-320-8.

STONE, Brad, 2019. *Uber a Airbnb mění svět: příběhy sdílené ekonomiky*. První vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80-271-0779-7.

STRØMMEN-BAKHTIAR, Abbas a VINOGRADOV, Evgueni, 2020. *The Impact of the Sharing Economy on Business and Society: Digital Transformation and the Rise of Platform Businesses*. London: Routledge. ISBN 9780429293207.

ŠUBRT, Tomáš et al., 2019. *Ekonomicko-matematické metody*. 3. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-762-7.

VEBER, Jaromír et al., 2018. *Digitalizace ekonomiky a společnosti: výhody, rizika, příležitosti*. V nakladatelství Management Press vydání 1. Praha: Management Press. ISBN 978-80-7261-554-4.

Internetové zdroje:

About us, 2020. *Couchsurfing* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

ANDREOTTI, Alberta et al., 2017. European Perspectives on Participation in the Sharing Economy. *EU H2020 Research Project Ps2Share* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.bi.edu/globalassets/forskning/h2020/participation-working-paper-final-version-for-web.pdf>

BOTSMAN, Rachel, 2013. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. *Fast company* [online]. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>

BREJLOVÁ, Iva, 2019. Pětistovka za jedno svezení. Výdělečné sdílení kol může být jen hipsterským mýtem. *Svět chytře* [online]. [cit. 2020-02-25]. Dostupné z: <https://www.svetchytře.cz/a/pu369/petistovka-za-jedno-svezeni-vydelecne-sdileni-kol-muze-byt-jen-hipsterskym-mytem>

Carsharing, 2020. *Car4way* [online]. [cit. 2020-02-21]. Dostupné z: <https://www.car4way.cz/carsharing>

Co je Airbnb a jak funguje?, 2020. *Airbnb* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/help/article/2503/co-je-airbnb-a-%C2%A0jak-funguje>

Co je coworking?, 2020. *Locus workspace* [online]. [cit. 2020-02-28]. Dostupné z: <https://locusworkspace.cz/o/coworking/>

Co je hithit, 2020. *Hithit* [online]. [cit. 2020-03-22]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/whatIsHithit>

Cities, 2020. *Lyft* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://www.lyft.com/driver/cities>

Časté dotazy, když chcete půjčovat, 2020. *Zonky* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://zonky.cz/otazky-a-odpovedi-investor>

ČERNÝ, Aleš a SŮRA, Jan, 2016. *Nový král české spolujízdy: Francouzské BlaBlaCar převzalo Jízdomat* [online]. [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/doprava/blablacar-kupuje-jizdomat-cz.A160112_2217686_ekonomika_fih

DIMOCK, Michael, 2019. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew research center* [online]. [cit. 2020-03-21]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

DriveNow Car Sharing & Car Club, 2020. *DriveNow* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.drive-now.com/en>

Generace Z komunikuje vizuálně a utrácí za jídlo, 2014. *Mediaguru* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2014/07/generace-z-komunikuje-vizualne-a-utraci-za-jidlo/>

Jak to funguje, 2020. *Hithit* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.hithit.com/cs/article/howHithitWorks>

Ježdění, 2020. *Uber* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.uber.com/cz/cs/ride/>

KESSLER, Matthew a ZHANG, Yu, 2016. *Transportation Network Companies: What does the Future Hold?* [online]. [cit. 2020-04-25]. Dostupné z: <https://www.nctr.usf.edu/wp-content/uploads/2017/01/UBER-Fad-or-Future-Kessler-2017.pdf>. University of South Florida.

Kde vás svezeme, 2020. *Liftago* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.liftago.cz/mesta/>

KRULIŠ, Kryštof, 2018. Sdílená ekonomika v době chytrých měst. *AMO.CZ* [online]. [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: http://www.amo.cz/wp-content/uploads/2018/07/AMO_sdilena-ekonomika-v-dobe-chytrych-mest.pdf

KOŘISTOVÁ, Lucie. *Proč utrácet v obchodech, když můžete zadarmo swapovat, tedy měnit věci. Jak na to?* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://abecedazahrady.dama.cz/clanek/proc-utracet-v-obchodech-kdyz-muzete-zadarmo-swapovat-tedy-menit-veci-jak-na-to>

LUKÁŠOVÁ, Kateřina, 2017. 5 znamení, že jsi příslušníkem generace Z a ne mileniálů. *Refresher* [online]. [cit. 2020-02-18]. Dostupné z: <https://refresher.cz/49927-5-znameni-ze-jsi-prislusnikem-generace-Z-a-ne-milenialu?gdpr-accept=1>

MARSHALL, Aarian, 2018. Americans Are Falling in Love With Bike Share: But they're not yet sold on dockless bikes, according to a new report. *Wired* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

MATOFSKA, Benita, 2019. The Sharing Economy: Changing Business For The Better. *Disruption hub* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://disruptionhub.com/sharing-economy-better-business-benita-matofska-6357/>

MÁDLOVÁ, Martina, 2017. Výhody sdílené ekonomiky [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <http://blog.pujcite.cz/vyhody-sdilene-ekonomiky/>

Náš příběh, 2019. *Blablacar* [online]. [cit. 2020-03-02]. Dostupné z: <https://blog.blablacar.cz/about-us/nas-pribeh>

PATEL, Deep, 2017. How Gen Z Will Affect The Future Of The Peer To Peer Economy. *Forbes* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/deepatel/2017/08/29/how-gen-z-will-affect-the-future-of-the-peer-to-peer-economy/>

Přes 1,6 milionu nabídnutých míst. První rok BlaBlaCaru v ČR, 2017. *Blablacar* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://blog.blablacar.cz/newsroom/novinky/1-6-milionu-nabidnutych-mist-prvni-rok-blablacaru-cesko>

PÝCHA, Adam, 2012. Coworking: Co to je a proč právě vám může pomoci? *Mladý podnikatel* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://mladypodnikatel.cz/co-to-je-coworking-t3647>

Oxford Learner's Dictionaries, 2019. [online]. 2019 [cit. 2020-01-28]. Dostupné z: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/sharing-economy>

Sdílená ekonomika: Bohatství bez vlastnictví, 2017. *Deloitte* [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://edu.deloitte.cz/cs/Content/DownloadPublication/sdilena-ekonomika-2017>

Selling, 2020. *Ebay* [online]. cit. 2020-02-23]. Dostupné z: <https://www.ebay.com/help/selling>

Taskrabbit, 2020[online]. [cit. 2020-05-08]. Dostupné z: <https://www.taskrabbit.com/>

The sharing economy, 2019. *Ionos* [online]. [cit. 2020-03-22]. Dostupné z: <https://www.ionos.com/digitalguide/online-marketing/online-sales/sharing-economy/>

Transakční náklady, 2020. *Managementmania* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/transakcni-naklady>

VALENTOVÁ, Michaela, 2018. *Sdílená ekonomika z legislativního pohledu*. Portál pohoda [online]. [cit. 2020-04-22]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/zakon-a-pravo/legislativa-pro-podnikatele/sdilena-ekonomika-z-legislativniho-pohledu/>

VEČEŘOVÁ, Věra Bertha, 2012. *Generace Z* [online]. [cit. 2020-02-28]. Dostupné z: http://wiki.knihovna.cz/index.php/Generace_Z

What is Carpooling? The difference between Carpools and Rideshares, 2018. *Rideguru* [online]. cit. 2020-02-20]. Dostupné z: <https://ride.guru/content/newsroom/what-is-carpooling-the-difference-between-carpools-and-rideshares>

Zonky, 2019. *Moneo* [online]. [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://www.moneyo.cz/zonky/>

Seznam tabulek

Tab. č. 1: Pohlaví respondenta.....	34
Tab. č. 2: Věk respondenta	35
Tab. č. 3: Vzdělání respondenta.....	35
Tab. č. 4: Pracovní postavení respondenta	36
Tab. č. 5: Velikost obce	36
Tab. č. 6: Povědomí o sdílené ekonomice	37
Tab. č. 7: Povědomí o sdílené dopravě	37
Tab. č. 8: Využívání sdílené dopravy	38
Tab. č. 9: Souhrnná tabulka – využívání sdílené dopravy	39
Tab. č. 10: Empirické četnosti	42
Tab. č. 11: Teoretické četnosti.....	43
Tab. č. 12: Testové kritérium.....	43
Tab. č. 13: Pearsonův chí kvadrát test	43
Tab. č. 15: Určení vah metodou pořadí – důvody nevyužití sdílené dopravy	46
Tab. č. 19: Určení vah metodou pořadí – faktory motivující k využití sdílené dopravy	49
Tab. č. 20: Využívání služeb Uber	50
Tab. č. 22: Určení vah metodou pořadí – důvody k využití Uber	52
Tab. č. 24: Určení vah metodou pořadí – důvody nevyužití Uber.....	54

Seznam obrázků

Obr. č. 1: Rozložení spotřebitelů a poskytovatelů podle věkových kategorií.....	21
Obr. č. 2: Povědomí o známých společnostech.....	38
Obr. č. 3: Důvody vedoucí k nevyužití služeb sdílené dopravy.....	44
Obr. č. 4: Využití služeb sdílené dopravy v budoucnu	46
Obr. č. 5: Faktory motivující k využívání služeb sdílené dopravy	47
Obr. č. 6: Důvody k využití služeb Uber.....	51
Obr. č. 7: Důvody nevyužití služeb Uber.....	53

Seznam použitých zkratk a značek

EU – Evropská unie

P2P – Peer to peer

ČR – Česká republika

tzn. – to znamená

Seznam příloh

Příloha A: Strukturovaný dotazník

Příloha A: Strukturovaný dotazník

A Demografické otázky:

Jaké je vaše pohlaví?

- a) Muž
- b) Žena

Jaký je váš věk?

- a) 18-24 let
- b) 25-34 let

Jaké je vaše dosažené vzdělání?

- a) Základní vzdělání
- b) Střední odborné vzdělání s výučním listem
- c) Střední vzdělání s maturitou
- d) Vyšší odborné vzdělání
- e) Vysokoškolské vzdělání

Jaké je vaše pracovní postavení?

- a) Zaměstnaný v komerční sféře
- b) Zaměstnaný ve státní sféře
- c) Podnikatel
- d) Student
- e) Na rodičovské dovolené
- f) V důchodu
- g) Nezaměstnaný
- h) Jiné

Kolik obyvatel má město, v kterém žijete?

- a) Nad 100 tis. obyvatel
- b) Do 100 tis. obyvatel
- c) Do 10 tis. obyvatel

d) Do 1tis. Obyvatel

B Výzkumné otázky:

1. Dokážete si představit, co znamená pojem sdílená ekonomika?

- a) Ano
- b) Ne

Pokud respondent odpověděl: a) Ano

Zopakování pojmu sdílená ekonomika

Raději pro zopakování. Sdílená ekonomika je podnikatelský model, který je založený na sdílení, půjčování, výměně či pronájmu služeb či statků. Většina transakcí probíhá online skrze webové platformy či přes mobilní aplikace. Do sdílené ekonomiky spadá mnoho oblastí jako například sdílené ubytování (Airbnb, Couchsurfing), sdílená doprava (Uber, Liftago), finanční služby (Zonky, Startovač), prodej či darování použitých věcí, sdílení pracovního prostoru a mnoho dalších.

Pokud respondent odpověděl: b) Ne

Vysvětlení pojmu sdílená ekonomika

Sdílená ekonomika je podnikatelský model, který je založený na sdílení, půjčování, výměně či pronájmu služeb či statků. Většina transakcí probíhá online skrze webové platformy či přes mobilní aplikace. Do sdílené ekonomiky spadá mnoho oblastí jako například sdílené ubytování (Airbnb, Couchsurfing), sdílená doprava (Uber, Liftago), finanční služby (Zonky, Startovač), prodej či darování použitých věcí, sdílení pracovního prostoru a mnoho dalších.

2. Jednou z oblastí sdílené ekonomiky je sdílená doprava. Tušíte, jaké služby spadají pod sdílenou dopravu?

- a) Ano
- b) Ne

Pokud respondent odpověděl: a) Ano

Zopakování sdílené dopravy

Raději pro připomenutí. Do sdílené dopravy patří pronájem, sdílení, či půjčování automobilů, kol, koloběžek či dalších dopravních prostředků. Spadá do této oblasti spolujízda, půjčování automobilů, sdílená přeprava (do které lze zahrnout jednu z nejznámějších společností v tomto odvětví – Uber) a třeba i sdílená přeprava věcí.

Pokud respondent odpověděl: b) Ne

Vysvětlení sdílené dopravy

Do sdílené dopravy patří pronájem, sdílení, či půjčování automobilů, kol, koloběžek či dalších dopravních prostředků. Spadá do této oblasti spolujízda, půjčování automobilů, sdílená přeprava (do které lze zahrnout jednu z nejznámějších společností v tomto odvětví – Uber) a třeba i sdílená přeprava věcí.

3. Které z následujících společností znáte či jste o nich slyšeli?

- a) Drive now
- b) Car4way
- c) Liftago
- d) Bringr
- e) Zavezu
- f) Hoppygo
- g) Uber
- h) Blabacar
- i) Rekola
- j) Lime
- k) Žádnou neznám

4. Využili jste někdy služeb sdílené dopravy?

- a) Ano
- b) Ne

Respondent odpověděl, že ještě sdílené dopravy nevyužil:

5. Uveďte, zda souhlasíte s důvody, proč jste nevyužili služeb sdílené dopravy (1 - naprosto souhlasím, 5 - naprosto nesouhlasím)

- a) Cena
- b) Bezpečnost
- c) Nutnost využívání mobilních aplikací
- d) Nedůvěra
- e) Preferuji vlastní dopravu

6. Uveďte, zda souhlasíte s faktory, které by vás motivovaly k používání služeb sdílené dopravy (1 - naprosto souhlasím, 5 - naprosto nesouhlasím)

- a) Finanční výhody (např. nižší ceny)
- b) Společenská odpovědnost (ekologické a sociální aspekty)
- c) Sociální interakce (poznávání nových lidí, komunikace)
- d) Zábava či cestovatelský zážitek
- e) Rychlejší a jednodušší doprava
- f) Důvěra ve služby
- g) Pohodlí

7. Plánujete v budoucnu využít služeb sdílené dopravy?

- a) Ano
- b) Ne, nemám zájem využívat služeb sdílené ekonomiky

Respondent odpověděl, že již sdílené dopravy využil:

8. Které ze služeb jste využili alespoň jednou?

- a) Sdílení automobilů – Carsharing (Drive now, Car4way, Autonapůl, atd.)
- b) Sdílená jízda – Ridesharing (Uber, Lyft, atd.)
- c) Spolujízda – Carpooling (Blalacar, Jízdaspolu, atd.)
- d) Sdílení jízdních kol – Bikesharing (Rekola, Kolem Plzně, Freebike, atd.)
- e) Sdílení jízdních koloběžek (Lime, Bird, Scoobike sharing, atd.)

f) Převoz věcí (Zavezu, Bringr, atd.)

9. Jak často využíváte služeb?

- a) Méně než 1x ročně
- b) Alespoň 1x ročně
- c) Alespoň 1x měsíčně
- d) Alespoň 1x týdně

10. Vyplňte, zda souhlasíte s faktory, které vás motivovaly k využívání služeb. (1 – naprosto souhlasím, 5- naprosto nesouhlasím)

- a) Finanční výhody
- b) Společenská odpovědnost
- c) Sociální interakce
- d) Zábava či cestovatelský zážitek
- e) Rychlejší a jednodušší doprava
- f) Důvěra ve služby
- g) Pohodlí

11. Kde využíváte služeb sdílené dopravy?

- a) V České republice
- b) V zahraničí
- c) V České republice i zahraničí

12. Využili jste někdy služby společnosti Uber?

- a) Ano
- b) Ne

Respondent odpověděl, že již služeb Uber využil:

13. Jak často využíváte Uber?

- a) Méně než 1x ročně
- b) Alespoň 1x ročně

- c) Alespoň 1x měsíčně
- d) Alespoň 1x týdně

14. Uveďte, zda souhlasíte s důvody, které vás vedly k využití služeb Uber (1 - naprosto souhlasím, 5 - naprosto nesouhlasím)

- a) Úspora času
- b) Platba kartou
- c) Pohodlí
- d) Komunikace
- e) Bezpečnost
- f) Hodnocení řidičů

Respondent odpověděl, že ještě služeb Uber nevyužil:

15. Uveďte, zda souhlasíte s důvody, proč jste službu Uber nevyužili (1 - naprosto souhlasím, 5 - naprosto nesouhlasím)

- a) Cena
- b) Nutnost účtu v mobilní aplikaci
- c) Společnost nenabízí služby v mém okolí
- d) Preferuji jiný typ dopravy
- e) Nedůvěra v jejich služby

Abstrakt

ZLÁMALOVÁ, Jana, 2020. *Sdílená ekonomika – trendy, specifika, vliv na podnikatelské prostředí*. Bakalářská práce, Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, modely sdílné ekonomiky, sdílená doprava, Uber, sdílená jízda

Práce se zabývá sdílenou ekonomikou a jejími trendy, specifiky, jednotlivými oblastmi a vlivem na podnikatelské prostředí, protože sdílená ekonomika je fenomén dnešní doby, který přináší mnoho nových možností a příležitostí. V úvodu se práce zaměřuje na jednotlivé pojmy vyskytující se v souvislosti se sdílenou ekonomikou, modely, vliv na podnikatelské prostředí a dopady sdílené ekonomiky. Dále se snaží přiblížit a obsáhnout vybrané oblasti sdílené ekonomiky. Empirická část se věnuje analýze povědomí a využívání sdílené dopravy, která je jednou z nejznámějších oblastí sdílené ekonomiky. V empirické části bylo za účelem dosažení cíle práce využito dotazníkového šetření. V této části se šetření zaměřuje na povědomí, využívání, motivace či bariéry využívání sdílené dopravy mezi mladšími generacemi.

Abstract

ZLÁMALOVÁ, Jana, 2020. *Sharing economy – trends, specifics, impact on business environment*. Bachelor thesis, University of West Bohemia, Faculty of Economics.

Key words: sharing economy, models of sharing economy, shared transport, Uber, ridesharing

The thesis deals with the sharing economy and its trends, specifics, individual areas of the sharing economy and the impact on the business environment, because the sharing economy is a phenomenon of today, which brings many new possibilities and opportunities. In the introduction, the work focuses on individual concepts occurring in connection with the sharing economy, models, the impact on the business environment and the impacts of the sharing economy. It also tries to approach and cover selected areas of the sharing economy. The empirical part deals with the analysis of awareness and use within society of shared transport, which is one of the most well-known areas of the sharing economy. In the empirical part, in order to achieve the research objectives of the work, a questionnaire survey was used. In this part, the research focuses on the awareness, usage, motivation or barriers to the use of shared transport among young generations.