



# **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

Použití služeb sdílené ekonomiky místo klasických poskytovatelů služeb na českém trhu

Use Of Shared Economy Services Instead Of Conventional Service Providers on the Czech Market

## **STUDIJNÍ PROGRAM**

Ekonomika a management

## **VEDOUCÍ PRÁCE**

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.

PIŠTORA

ROMAN

**2021**

## I. OSOBNÍ A STUDIJNÍ ÚDAJE

Příjmení: **Pištora** Jméno: **Roman** Osobní číslo: **484154**  
Fakulta/ústav: **Masarykův ústav vyšších studií**  
Zadávající katedra/ústav: **Institut manažerských studií**  
Studijní program: **Ekonomika a management**

## II. ÚDAJE K BAKALÁŘSKÉ PRÁCI

Název bakalářské práce:

**Použití služeb sdílené ekonomiky místo klasických poskytovatelů služeb na českém trhu**

Název bakalářské práce anglicky:

**Use of Shared Economy Services Instead of Conventional Service Providers on the Czech Market**

Pokyny pro vypracování:

Cílem práce je zjistit povědomí o sdílené ekonomice v české společnosti a jak se k tomuto konceptu lidé staví v několika ekonomických odvětvích. Práce se skládá z částí teoretické rešeršní a praktické aplikace. V první části budou vymezeny principy, podmínky a východiska sdílené ekonomiky v jednotlivých odvětvích ekonomických činností. V rámci praktické aplikace na základě dotazování a příslušných ekonomických a statistických analýz se zpracují a vytvoří doporučení pro zainteresované subjekty.

Seznam doporučené literatury:

Brad Stone (2019). Uber a Airbnb mění svět: Příběhy sdílené ekonomiky. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0779-7  
Jeroen A. Oskam (2019). The Future of Airbnb and the 'Sharing Economy'. The Collaborative Consumption of our Cities. Channel View Publications. ISBN 9781845416720

Jméno a pracoviště vedoucí(ho) bakalářské práce:

**Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D., institut ekonomických studií MÚ**

Jméno a pracoviště druhé(ho) vedoucí(ho) nebo konzultanta(ky) bakalářské práce:

Datum zadání bakalářské práce: **25.01.2021** Termín odevzdání bakalářské práce: **29.04.2021**

Platnost zadání bakalářské práce: **19.09.2022**

Ing. Jiří Zmatlík, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) práce

Ing. Dagmar Skokanová, Ph.D.  
podpis vedoucí(ho) ústavu/katedry

prof. PhDr. Vladimíra Dvořáková, CSc.  
podpis děkana(ky)

## III. PŘEVZETÍ ZADÁNÍ

Student bere na vědomí, že je povinen vypracovat bakalářskou práci samostatně, bez cizí pomoci, s výjimkou poskytnutých konzultací. Seznam použité literatury, jiných pramenů a jmen konzultantů je třeba uvést v bakalářské práci.

\_\_\_\_\_  
Datum převzetí zadání

\_\_\_\_\_  
Podpis studenta

PIŠTORA, Roman. Použití služeb sdílené ekonomiky místo klasických poskytovatelů služeb na českém trhu. Praha: ČVUT 2021. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií.



**MASARYKŮV ÚSTAV  
VYŠŠÍCH STUDIÍ  
ČVUT V PRAZE**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem svou bakalářskou práci vypracoval samostatně. Dále prohlašuji, že jsem všechny použité zdroje správně a úplně citoval a uvádím je v příloženém seznamu použité literatury.

Nemám závažný důvod proti zpřístupňování této závěrečné práce v souladu se zákonem č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) v platném znění.

V Praze dne:

Podpis:

## **Poděkování**

Mé poděkování patří panu Ing. Jiřímu Zmatlíkovi, Ph.D., za odborné vedení této bakalářské práce.

# **Abstrakt**

Tato bakalářská práce na téma použití sdílené ekonomiky místo klasických poskytovatelů na českém trhu se skládá ze dvou hlavních částí, teoretické a praktické. V teoretické části je vysvětleno, co to sdílená ekonomika znamená, následně jak se historicky vyvíjela a na konec je zde detailněji rozebráno několik společností, které fungují na principu sdílené ekonomiky, ve třech konkrétních ekonomických odvětvích. Těmi jsou ubytování, doprava a rozvoz jídel z restaurací. Druhá, praktická část je věnována dotazníkovému šetření. Posbírané odpovědi jsou zde následně detailně rozebrány a na jejich základě jsou zodpovězeny cíle práce.

## **Klíčová slova**

Sdílená ekonomika, spoluspotřebitelství, platforma, P2P, Uber, Airbnb

# **Abstract**

This bachelor's thesis on the topic use of sharing economy services instead of conventional service providers on the Czech market, consists of two main parts, theoretical and practical. In theoretical part is explained what does sharing economy mean, then there is showed it's history and at the end several companies, working on principals of sharing economy, are discussed in details in the three particular economic fields. Those fields are accommodation, transportation, and food delivery from restaurants. Secondary practical part follows with a questionnaire. All collected answers are processed in details and graphs. Goals of this thesis are answered, based on results from the questionnaire.

## **Key words**

Sharing economy, collaborative consumption, platform, P2P, Uber, Airbnb

# Obsah

<b>Úvod</b> .....	<b>5</b>
<b>1 Co to znamená sdílená ekonomika</b> .....	<b>7</b>
<b>2 Historie sdílené ekonomiky</b> .....	<b>8</b>
2.1 Předchůdci sdílené ekonomiky .....	9
2.1.1 Youtube.....	9
2.1.2 Ebay .....	10
2.1.3 Craigslist.....	10
2.1.4 Wikipedie .....	10
2.1.5 Aukro .....	11
2.2 Budoucnost sdílené ekonomiky .....	12
<b>3 Modely sdílené ekonomiky</b> .....	<b>13</b>
3.1 Rozlišení druhů platform .....	13
3.1.1 Kapitálové platformy.....	13
3.1.2 Pracovní platformy.....	13
3.1.3 Platformové podniky .....	14
3.2 Rozdělení podle centralizace .....	14
3.2.1 Decentralizovaná platforma.....	14
3.2.2 Centralizovaná platforma.....	15
3.2.3 Hybridní platforma .....	15
3.3 Rozdělení podle typu nabízené služby nebo produktu .....	16
<b>4 Ekonomická odvětví v ČR</b> .....	<b>19</b>
4.1 Airbnb.....	19
4.1.1 Historie Airbnb .....	20
4.2 Uber .....	23
4.2.1 Historie Uber.....	25
4.3 Wolt.....	29
4.3.1 Historie Wolt .....	30
<b>5 Dotazníkové šetření</b> .....	<b>32</b>
5.1 Cíle práce .....	32
5.2 Metodika praktické části.....	32



5.3	Otázky dotazníku.....	33
5.4	Výsledky dotazníku.....	34
5.4.1	Jaké je vaše pohlaví? .....	34
5.4.2	Do jaké věkové skupiny spadáte? .....	35
5.4.3	Víte, co znamená pojem: "sdílená ekonomika"? .....	35
5.4.4	Víte, co znamená pojem: "spoluspotřebitelství"?.....	36
5.4.5	Jak moc je pro vás důležité mít majetek v soukromém vlastnictví? .....	36
5.4.6	Vlastníte auto?.....	37
5.4.7	Používáte sdílená auta? (společnosti typu Car4way, Anytime, Uniqway atd.)	37
5.4.8	Z jakého důvodu využíváte sdílená auta? .....	38
5.4.9	Z jakého důvodu nevyžíváte sdílená auta?.....	38
5.4.10	Vlastníte nějakou nemovitost?.....	38
5.4.11	Z jakého důvodu nemáte žádnou nemovitost v soukromém vlastnictví?.....	39
5.4.12	Jaký typ nemovitosti vlastníte?.....	39
5.4.13	Poskytujete vaši nemovitost ke krátkodobému pronájmu? .....	40
5.4.14	Pokud ano, kde vaši nabídku inzerujete? .....	40
5.4.15	Kterou z těchto možností preferujete, při výběru krátkodobého ubytování?	41
5.4.16	Z jakého důvodu preferujete právě Airbnb? .....	41
5.4.17	Z jakého důvodu preferujete právě Booking.com? .....	41
5.4.18	Z jakého důvodu preferujete výběr ubytování přímo na stránkách poskytovatele?.....	42
5.4.19	Z jakého důvodu preferujete hledání ubytování až v místě pobytu osobně?	42
5.4.20	Kterou formu taxislužeb preferujete? .....	42
5.4.21	Z jakého důvodu preferujete tuto možnost oproti běžným taxislužbám?	43
5.4.22	Z jakého důvodu preferujete běžné taxi? .....	43
5.4.23	Proč nepoužíváte sdílené taxi? .....	44
5.4.24	Nechali jste si někdy dovézt jídlo z restaurace?.....	44
5.4.25	Proč ne? .....	45
5.4.26	Jakou variantu preferujete při objednávání dovozu jídel z restaurace? ...	45

5.4.27 Z jakého důvodu preferujete právě Wolt? .....	46
5.4.28 Z jakého důvodu preferujete právě DámeJídlo? .....	46
5.4.29 Z jakého důvodu preferujete právě Boltfood? .....	46
5.4.30 Z jakého důvodu preferujete právě vlastní rozvozové služby restaurací? .....	46
5.5 Vyhodnocení cílů práce .....	47
<b>Závěr .....</b>	<b>49</b>
<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>51</b>
<b>Seznam obrázků .....</b>	<b>55</b>
<b>Seznam grafů .....</b>	<b>55</b>

# Úvod

Tato bakalářská práce se zabývá tématem sdílené ekonomiky. Pro zpracování tohoto konkrétního tématu jsem se rozhodl, protože dle mého názoru je to téma velice zajímavé a aktuální. Z hlediska celkové ekonomiky má sdílená ekonomika jako taková již nyní nezanedbatelné zastoupení, přestože je to relativně mladé odvětví. V současnosti má veliký dopad na dění ve světové ekonomice a dá se předpokládat, že její vliv bude do budoucna dál sílit.

Dle mého názoru je ve společném sdílení majetku budoucnost. Tento trend je možné pozorovat napříč různými spektry běžného života. Například třeba ve sdílení nepoužívaného oblečení. V dnešní době se dostávají do módy obchody se secondhandovým oblečením. Lidé nakupují méně takzvanou rychlou módu, což je levné, ale málo kvalitní oblečení, které je vyráběno v obrovském množství a často za velice špatných podmínek pro zaměstnance, kteří ho vyrábějí. Lidé tedy nakupují a zároveň prodávají již použité oblečení, které z nějakého důvodu už nepotřebují.

Velkým kladem společného sdílení může být i příznivý ekologický dopad na naši planetu. To je možné asi nejvíce pozorovat na příkladu sdílení automobilů. Kde dochází k výraznému snižování produkce emisí a celkově i následného vytváření odpadu. To stejné se dá říct i o již výše zmíněném sdílení nepoužívaného oblečení. Lidé se v dnešní době více zajímají o to, jaké mají věci ekologický dopad, a možná i pro to je sdílená ekonomika na rozvoji.

Práce se skládá ze dvou hlavních částí. Teoretické a praktické. V první teoretické části je téma sdílené ekonomiky představeno obecně na základě různých zdrojů.

Druhá praktická část je věnována výzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření, ve snaze odpovědět na otázky týkající se postavení společnosti ke spoluvlastnictví a zda jsou více preferovány společnosti, které fungují na principu sdílené ekonomiky místo tradičních společností. Rozhodl jsem se tuto problematiku rozebrat na třech konkrétních odvětvích, těmi jsou ubytování, doprava a rozvoz jídel z restaurací. Populační vzorek tvořilo celkem 370 respondentů různých věkových skupin. Otázky jsou v této části jedna po druhé detailně rozebrány a odpovědi jsou vyjádřeny do grafů.

Na základě výsledků získaných pomocí dotazníkového šetření, jsou v závěru práce vyhodnoceny a rozebrány stanovené cíle práce.

# **TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 Co to znamená sdílená ekonomika

Sdílená ekonomika je překlad z anglického spojení sharing economy. Někdy se používá název: "spoluspotřebitelství", který je českým pojmenováním pro anglický: "collaborative consumption". Kvůli jeho délce se však používá kratší pojmenování a tím je právě termín: „sdílená ekonomika“. (admin, 2015; sou, 2018; Valentová, 2018; Oskam, 2019)

Mezi označení: "sharing economy" a "colaborative consumption" panují různé neshody, zda se opravdu jedná o označení stejné věci, ale většinou se články shodují na tom, že ano nebo že pojem: "sharing economy" je spíše obecnějšího charakteru pro všechno spojené s touto problematikou. Zatímco pojem: "collaborative consumption" je označení spíše konkrétního procesu, ve kterém více stran společně využívá nějaký produkt. (Chen, 2020; Oskam, 2019)

Princip podnikání ve sdílené ekonomice, se točí okolo půjčování, pronájmu, výměnách anebo sdílení majetku. Díky tomu mohou majitelé využít potenciál svého vlastnictví úplně na maximum, a naopak pro spotřebitele to znamená tu výhodu, že mohou spotřebovat jen tolik, kolik opravdu v danou chvíli potřebují. (admin, 2015; sou, 2018; Oskam, 2019)

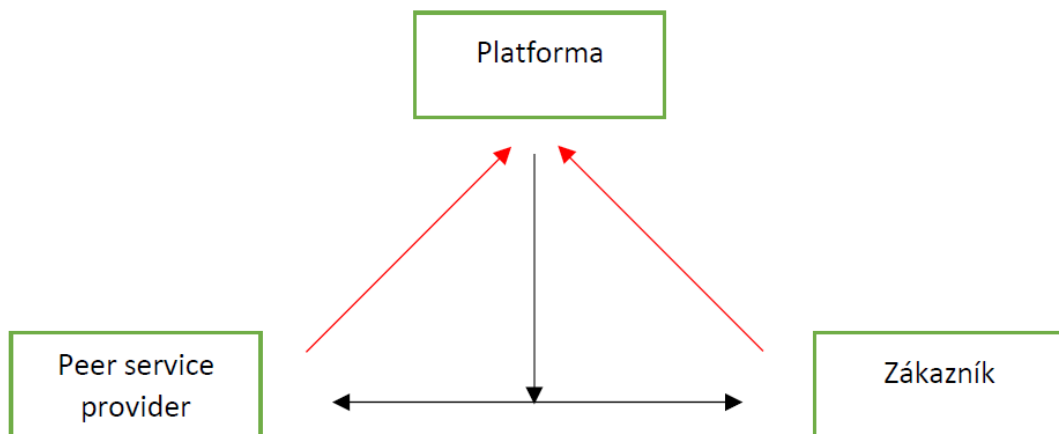
Princip sdílené ekonomiky se dá jednoduše vysvětlit na příkladu rodiny, ve které vlastnické vymezení v podstatě neexistuje. Členové rodiny si půjčují auto bez ohledu na to, kdo vůz původně koupil. Na rozdíl od předchozího příkladu rodiny, ve které její členové všichni používají jednu stejnou věc bez ohledu na to, komu patří, ve sdílené ekonomice si jednu věc půjčují a společně tak používají více cizích lidí, kteří nejsou zpravidla nijak vázání jeden na druhého. V moderních formách sdílené ekonomiky jsou tito lidé spojováni prostřednictvím různých mobilních nebo počítačových aplikací. V praxi to kupříkladu může vypadat tak, že člověk vlastní chatu u jezera nebo kteroukoliv jinou nemovitost, do které jezdí jen v létě na dovolenou. Po zbytek roku, kdy pro něj nemá žádné využití, ji pronajímá. Cenu si strany stanoví samy, v konečném důsledku se jedná o byznys jako každý jiný. (admin, 2015; sou, 2018; Scholzová, 2020; Oskam, 2019)

Celé to probíhá na principu P2P, tedy peer-to-peer, klient ke klientovi. V praxi to znamená, že spolu komunikují přímo jednotliví klienti, zaniká tak třetí strana, která zprostředkovává službu jednotlivým klientům. Tento pojem byl převzat z informatiky, kde stejným způsobem fungují počítačové sítě, tak jak je dnes známe. (admin, 2015; sou, 2018; Valentová, 2018; Oskam, 2019)

Proces probíhající prostřednictvím sdílené ekonomiky se vždy skládá ze dvou zainteresovaných stran a platformy, která tyto dvě strany vzájemně propojí. Zainteresovanými stranami jsou myšleny: na jedné straně zákazník, který má zájem službu využít a

na druhé straně takzvaný: "peer service provider", což je člověk, který požadovanou službu nabízí. Toto se nazývá: "triangular realitionsip", česky by se to dalo nazvat: "trojúhelníkový vztah". Tato situace je vyznačena na obrázku níže. (Benoita, L.Baker, N.Bolton, Gruber, Kandampully, 2017)

Obrázek 1: Triangular realitionsip



Z jakého důvodu tedy pojem sdílená ekonomika využíváme? Zkrátka proto, že se v ní točí peníze, které ovlivňují celkovou ekonomiku, a proto s nimi musíme počítat. Sdílená ekonomika jako samostatný celek je už tak podstatná, že jí nemůžeme zahrnout pod jinou ekonomiku. (admin, 2015; sou, 2018; Oskam, 2019)

Společnosti a služby fungující na principu sdílené ekonomiky poskytly lidem nové způsoby nákupu, používání a opětovného použití produktů pro jejich každodenní potřebu. Zatímco na počátku byl termín: "sdílená ekonomika" používán výhradně k definování služeb na principu peer to peer. V dnešní době se sdílená ekonomika rozrostla na mnoho online platforem, které uživatelům umožňují nabízet nebo shánět jakýkoliv druh zboží nebo služby. Spolu s přidáním konkurence a dostupnějších trhů pomohly služby sdílení ekonomiky podpořit integrovanější komunity, které mezi sebou sdílejí produkty a zdroje. Princip sdílené ekonomiky předefinoval způsob, jakým přemýšlíme o službách, majetku a vytvořil se tak nový ekonomický model, který se zaměřuje spíše na sdílení než na vlastnictví. (Keycafe Team, 2019; Oskam, 2019)

## 2 Historie sdílené ekonomiky

Sdílení majetku není ve světě nic nového, dříve ale nebylo možné realizovat sdílení stejně jako to jde dnes, avšak díky nástupu moderních technologických prostředků se

pro pole sdílené ekonomiky vytváří obrovský nový trh, který otevírá mnoho možností vzniku nových společností a realizace dalších nápadů. (admin, 2015; Valentová, 2018)

V dnešní době jsou tedy faktory, které nevíce ovlivňují rozvoj sdílené ekonomiky, moderní technologie. Trh sdílené ekonomiky v míře, v které dnes je, by bez technologií nemohl fungovat a ani vzniknout. Všeobecná dostupnost moderních technologií a celosvětové používání sociálních sítí, velkým procentem světové populace obrovsky přispívá rychlému rozšiřování tohoto typu podnikání. Právě rychlá dostupnost v mobilní aplikaci a uživatelská pohodlnost jsou klíčovými charakteristikami platform fungujících na principu sdílené ekonomiky. (admin, 2015; Valentová, 2018)

Termín sdílená ekonomika jako takový, jaký známe dnes, se tedy začíná používat až ve 21. století. K možnosti vzniku sdílené ekonomiky hodně přispěla léta ekonomické krize. Její celosvětové dopady na společnost byly obrovské. Lidé měli k dispozici méně peněžních prostředků a zhoršovali se životní i ekonomické podmínky. To výrazně přispělo k tomu, že mnoho lidí změnilo svůj postoj k vlastnictví majetku. Díky tomu vzniklo mnoho firem působících na principu sdílené ekonomiky, které měly možnost se prosadit. (admin, 2015; Valentová, 2018)

První společnosti, které vznikly na poli sdílené ekonomiky jsou Airbnb, což je platforma zaměřující se na sdílení ubytovacích prostředků, založená roku 2008 a společnost Uber, která byla založená o rok později v roce 2009, zaměřující se na sdílení dopravy. Obě tyto platformy jsou jedny z prvních a také nejznámějších platform, které na principu sdílené ekonomiky fungují. (admin, 2015; Valentová, 2018)

Zvyšování oblíbenosti sdílené ekonomiky mohla být z velké části způsobena nižší cenou nabízených komodit. Například: ubytovat se přes Airbnb vyšlo levněji než ubytovat se v hotelu. A také si sdílením mohl člověk přivydělat nějaké peníze navíc. (admin, 2015; Valentová, 2018)

## **2.1 Předchůdci sdílené ekonomiky**

Ještě před tím, než se sdílená ekonomika začala rychle rozvíjet, existovalo několik platform, které fungovaly na obdobném principu a to P2P (peer to peer). Několik těch známějších si zde představíme podrobněji. (Valentová, 2018)

### **2.1.1 Youtube**

Jako jeden z prvních kroků ve směru sdílené ekonomiky je možné považovat portál ke sdílení videí Youtube. Za jeho obrovským rozšířením mezi populací stojí změna

v pohledu na vlastnictví mileniálů<sup>1</sup>, kteří již tolik nestáli o to, věci vlastnit, ale projevovali zájem spíše o to, věci používat. Po čase se objevili společnosti Netflix nebo Spotify. Tyto společnosti nabízejí obrovskou databázi v prvním případě filmů nebo seriálů a v druhém případě hudby. Uživatel tady platí měsíční poplatek a společnosti mu umožňují využívání nabízeného obsahu, aniž by byl jeho konkrétním vlastníkem. Tento fenomén téměř ukončil éru fyzických nosičů, jako jsou kazety, CD nebo DVD. (Česko v datech, 2018; Kovačević, 2019)

### **2.1.2 Ebay**

eBay je online aukční síť, která byla založena americkým podnikatelem Pierrem Omidyarem v roce 1995, se velice rychle rozšířila téměř po celém světě. Již v roce 1999 bylo možné využívat jeho služeb ve 180 zemích světa. Od začátku své existence vytváří online prostor pro jednotlivé klienty, kteří zde mohou nabízet, následně dražit a prodávat nabízené zboží za nejvyšší nabídku nebo mohou nakoupit zboží, které právě shání. (Valentová, 2018; The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2021; Ebay, nedatováno)

### **2.1.3 Craiglist**

Craiglist je online platforma, vzniklá roku 1995, která zajišťuje inzertní služby a fóra v mnoha odvětvích, jako jsou například služby, pronájmy, zboží atd. Celé to začalo jako rozesílání reklamních e-mailů, které informovaly o různých kulturních událostech. Dnes je to jedna z největších platform poskytujících služby tohoto typu na světě. Craiglist je dostupný v 500 městech v 70 státech na světě. (Valentová, 2018; Johnson, 2019)

### **2.1.4 Wikipedie**

Wikipedie je známá internetová encyklopedie, založená v roce 2001. Wikipedie sice nefunguje přímo na stejném principu P2P, ale jako nezisková platforma funguje na způsobu dobrovolného sdílení a editování informací. Na sdílení informací se dobrovolně podílí tisíce uživatelů po celém světě. Wikipedie byla původně pouze jako část jiné platformy, která se jmenovala Nupedia, která se považuje za předchůdce známější Wikipedie. V roce 2003 byla ukončena její činnost a byla úplně nahrazena Wikipedií. Zajímavé je, že přestože je Wikipedie obrovským zdrojem článků a informací, velmi často není v akademické sféře uznávána jako relevantní zdroj informací. Je to z důvodu, že na Wikipedii mohou být vloženy informace téměř kýmkoliv a mnoho článků

---

<sup>1</sup> Označení pro generaci lidí, která dosáhla dospělosti na začátku 21. století. Jedná se o lidi, kteří se narodili mezi lety 1980 - 2000. Tato generace bývá mimo jiné také nazývána jako: "generace Y". (Kovačević 2019)



tak není dostatečně fakticky podloženo nebo odzdrojováno. (Valentová, 2018; Greger-  
sen, 2021)

### **2.1.5 Aukro**

Aukro je největší české online tržiště založené roku 2003 ve Zlíně. Aukro funguje na stejném principu jako například světový velikán eBay, je zde možné nabízet, dražit a prodávat zboží jednotlivými uživateli. Na druhou stranu je zde možné poptávat a následně zboží i nakupovat. (Valentová, 2018)

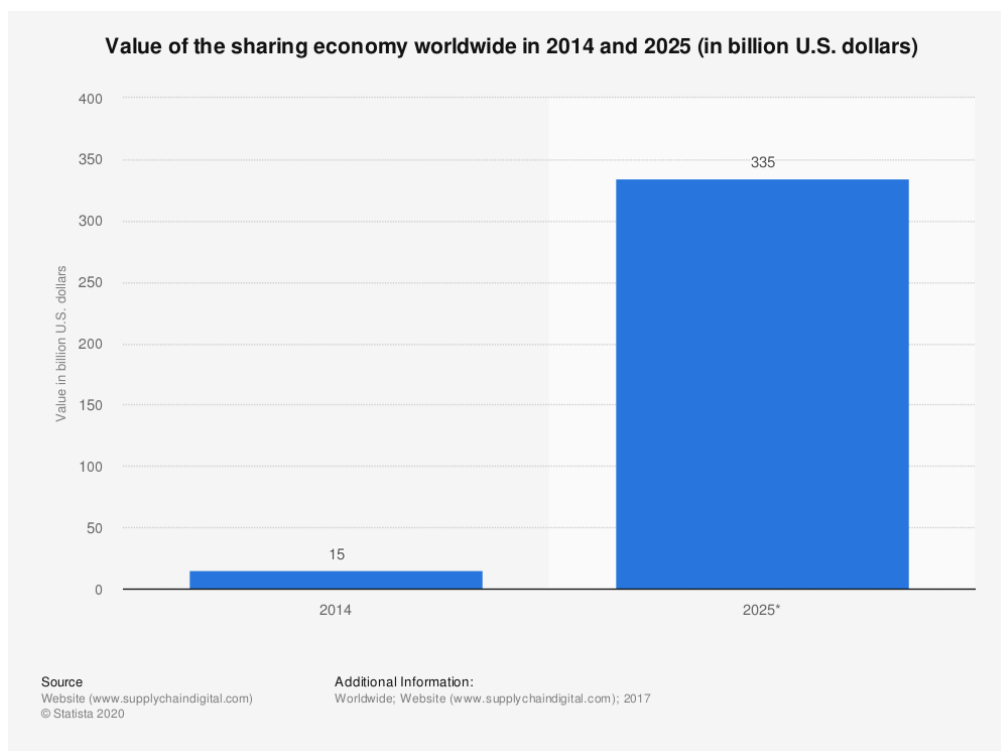
## 2.2 Budoucnost sdílené ekonomiky

Jak bylo již zmíněno, tak sdílená ekonomika jako taková, je relativně mladé odvětví a díky široké dostupnosti nových a stále více moderních a technologií má obrovský potenciál k masivnímu rozšiřování.

Na grafu níže je zobrazeno, jaká byla hodnota sdílené ekonomiky na světě v roce 2014 a následná predikce toho jaká se dá očekávat hodnota po jedenácti letech v roce 2025. Dle informací ze serveru statista byla hodnota sdílené ekonomiky v roce 2014 pouhých 15 miliard amerických dolarů. Předpokládá se však, že trend bude takový, že sdílená ekonomika se bude velice rychle rozvíjet a v roce 2025 můžeme čekat obrovský nárůst a můžeme odhadovat její hodnotu až 335 miliard amerických dolarů.

V této práci se autor nezabývá dopady globální pandemie koronaviru COVID-19 v roce 2020. Nejsou zde tedy zohledněny změny, které mají vliv na sdílenou ekonomiku. Dopady mohou být různé. To bude záležet na konkrétním odvětví, ve kterém bychom se sdílenou ekonomikou zabývali.

Obrázek 2: Hodnota sdílené ekonomiky v roce 2014 a 2025



Zdroj: Statista Research Department, 2020

## **3 Modely sdílené ekonomiky**

### **3.1 Rozlišení druhů platformem**

Základní dělení platformem sdílené ekonomiky je podle toho, o jaký typ sdílení se jedná ve smyslu, co je sdíleno. Rozlišujeme tedy kapitálové platformy, pracovní platformy a takzvané platformové podniky. (Úřad vlády ČR, 2017)

#### **3.1.1 Kapitálové platformy**

V tomto případě se jedná o platformy, pro které je primárním znakem sdílet nějaký statek. Jde o sdílení statku, který není v nějakou dobu zrovna využíván jeho vlastním majitelem, a tedy o snahu maximálního využití toho daného statku. Například platforma Airbnb. Ta vytváří prostor pro její uživatele, aby zde mohli nabízet k pronájmu své ubytovací jednotky, které v tu chvíli sami nevyužívají a využít tak jejich celkového potenciálu. Dále se jedná například o společnost Zonky, která umožňuje půjčky nevyužitých peněžních prostředků mezi jejími uživateli, na jedné straně někdo shánějící peníze a na straně druhé někdo s penězi nevyužitými. (Úřad vlády ČR, 2017)

#### **3.1.2 Pracovní platformy**

V případě pracovních platformem se jedná o více abstraktní sdílení. Ve smyslu, že u pracovních platformem nejde o sdílení nevyužitých statků, ale o sdílení nevyužitého času, který někdo má nad rámec jeho obvyklého zaměstnání. Tento koncept bývá někdy nazýván jako on-demand economy. Jedná se kupříkladu o společnosti, které operují v dopravním sektoru. Například společnost Uber. Na rozdíl od ryze ride-sharingových služeb, kterou je třeba Blablacar, není založena konkrétně na maximální využití přebytečné kapacity po čase jízdy, ale na nabízení služeb způsobem poskytování nadbytečného „času“ nějakého jedince. Uživatel tedy využívá volný řidičův čas, a ne nadbytečnou kapacitu jeho vozu. Řidič tak v tomto případě neposkytuje volné místo v autě na cestě, jakou by stejně absolvoval sám, ale podstupuje jízdu pro uživatele, který potřebuje někam odvézt. (Úřad vlády ČR, 2017)

Na českém trhu by se také mohlo jednat o platformu Doginii, která se zabývá nabízením služeb krátkodobého hlídání psů. (Úřad vlády ČR, 2017)

Potenciálem tohoto typu platformem je schopnost vytváření nových pracovních míst na trhu práce. To by mohlo mít kladný vliv na pokles nezaměstnanosti. (Úřad vlády ČR, 2017)

### **3.1.3 Platformové podniky**

Platformové podniky jsou takové podniky, které jsou jako ostatní podniky na klasickém trhu. Tím je myšleno, že disponují vlastními statky nebo zaměstnávají vlastní zaměstnance. V tomto případě se tedy nejedná o poskytování služeb na principu sdílení, tedy ve sdílené ekonomice. Tyto podniky však využívají moderních technologií ke komunikaci se svými zákazníky stejně jako společnosti, které fungují na principu sdílení statků nebo volného času. (Úřad vlády ČR, 2017)

Jako příklad platformového podniku můžeme uvést společnosti: Dáme Jídlo, Booking.com nebo rohlík.cz. (Úřad vlády ČR, 2017)

## **3.2 Rozdělení podle centralizace**

Dalším dělením modelů sdílené ekonomiky může být například podle centralizace dané platformy. Takto je možné podnikání ve sdílené ekonomice rozdělit na tři hlavní druhy platform, a to je Decentralizovaná platforma, Centralizovaná platforma a Hybridní platforma. (Flexi Office, 2017)

### **3.2.1 Decentralizovaná platforma**

Na principu decentralizované platformy funguje například společnost Airbnb. (Flexi Office, 2017)

Společnost Airbnb nabízí běžným lidem možnost na krátkou dobu pronajímat ubytovací jednotky, které aktuálně nepoužívají. Jde o to, že společnost zde pouze zprostředkovává možnost propojit dvě nezávislé strany, na jedné straně je vlastník bytu, který má byt aktuálně volný a chtěl by ho prostřednictvím Airbnb na určitou dobu pronajímat a na druhé straně je někdo, kdo hledá nějaké krátkodobé ubytování, většinou v řádu několika dnů. Majitel bytu si určuje vlastní podmínky, například za kolik peněz chce byt pronajmout nebo kolik osob se zde může ubytovat. Dále pak svoji nabídku vloží do databáze nabídek Airbnb, kde jsou nabídky přehledně seřazené s možností pohodlného prohledávání. Potenciální zákazník si tedy najde pro něho vyhovující byt a Airbnb ho propojí přímo s jeho majitelem. Za poskytování takovýchto služeb si Airbnb bere určitou provizi z každé platby. (Flexi Office, 2017)

Výhody spočívají v tom, že na služby nabízené skrze tento typ platformy má firma ve-  
lice malé náklady. (Flexi Office, 2017)

### **3.2.2 Centralizovaná platforma**

Na principu centralizované platformy funguje například společnost Car4way. (Flexi  
Office, 2017)

Tato forma funguje tak, že společnost, v případě firmy Car4way vlastní vozový park v  
podobě několika automobilů, které prostřednictvím své internetové platformy nabízí  
a poskytuje svým zákazníkům. V praxi je to tak, že člověk si vytvoří svůj vlastní online  
účet u společnosti Car4way a pak skrze jejich mobilní aplikaci může využívat nabízené  
služby, což je v případě Car4way možnost využívat sdílené automobily, které potom  
může zanechat kdekoliv v určené oblasti. (Flexi Office, 2017)

Výhody spočívají v tom, že společnost si určuje vlastní podmínky, jak bude nabízená  
služba probíhat i za jakou cenu. Dále pak i to, že na rozdíl od decentralizované plat-  
formy, kdy společnost Airbnb dostává pouze částečnou provizi z každé uskutečněné  
platby tak v případě centralizované platformy si společnost ponechává plnou výši  
platby od zákazníků. Na druhou stranu z toho plynou relativně vysoké náklady na pro-  
voz. V případě Car4way na provoz a údržbu vozového parku. (Flexi Office, 2017)

### **3.2.3 Hybridní platforma**

Na principu hybridní platformy funguje například společnost Uber. (Flexi Office, 2017)

V této formě sdílené ekonomiky majitelé nabízejí službu skrze platformu za cenu, kte-  
rou určuje ta daná platforma. V případě společnosti uber jde o poskytování taxislužeb.  
Na jedné straně je platforma Uber, která poskytuje a spravuje mobilní aplikaci, skrze  
kterou mohou řidiči nabízet své služby, na druhé straně jsou již zmiňovaní řidiči, kteří  
chtějí nabízet své služby a na straně třetí potencionální zákazníci, kteří hledají vhodnou  
alternativu autodopravy. Společnost Uber stanoví podmínky, za které pak mohou řidiči  
skrz Uber jezdit. Tyto podmínky se týkají hlavně ceny, za kterou řidiči jezdí, na rozdíl od  
decentralizované platformy, kde si platforma ponechává určité procento z každé  
platby, jako to je u společnosti Airbnb, tak u hybridní platformy to funguje tak, že

veškeré platby jsou odváděny Uberu a ten následně vyplácí každého řidiče zvlášť podle počtu naježděných kilometrů a podle předem stanovených podmínek. (Flexi Office, 2017)

Výhody, které plynou z formy hybridní platformy jsou, na rozdíl od decentralizované platformy, vyšší procento zisků a oproti formě centralizované platformě zase o mnoho menší náklady. (Flexi Office, 2017)

### **3.3 Rozdělení podle typu nabízené služby nebo produktu**

Jako třetí možnost dělení sdílené ekonomiky si představíme rozdělení podle typu nabízené služby nebo produktu. V tomto případě se jedná čistě obecné rozdělení společností, které se ve sdílené ekonomice zaměřují na různá konkrétní odvětví. (CATALYST COMPANIES, 2017)

Na obrázku níže (obrázek 3) je vyobrazena takzvaná "Collaborative economy honeycomb", což by volně přeloženo do češtiny znamenalo "plástev sdílené ekonomiky". S tímto vizuálním zpracováním a přirovnáním sdílené ekonomiky k plástvi medu přišel v roce 2014 Jeremiah Owyang<sup>2</sup>. Sdílená ekonomika je zde rozdělena do šesti různých oddělených kategorií. Těmi jsou: zboží (goods), services (služby), space (prostor), transportation (přeprava), money (peníze) a food (jídlo). Každá z těchto kategorií představuje jeden šestiúhelník, ve kterém jsou konkrétní příklady společností, které v této kategorii působí. Tyto šestiúhelníky dohromady tvoří již zmiňovaný tvar medové plástve. (CATALYST COMPANIES, 2017)

---

<sup>2</sup> Jeremiah Owyang je průmyslový analytik, působící v americkém Silicon Valley, který se zaměřuje na pomoc společnostem při snaze plného zapojení moderních technologií k propojení se zákazníky. (Owyang, nedatováno)

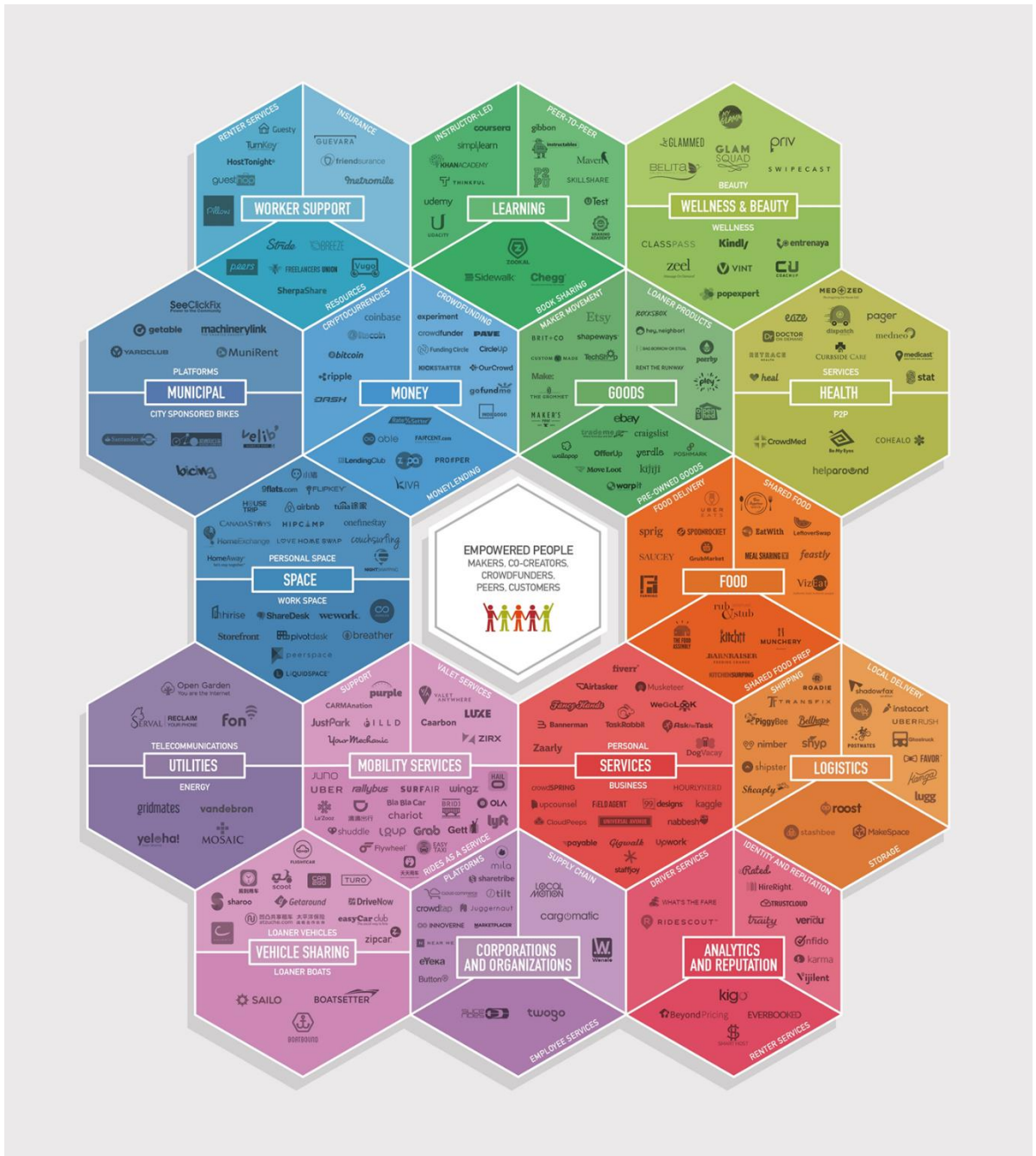
Obrázek 3: Collaborative economy Honeycomb



Zdroj: Owyang, Mirkovic, 2014

V dalším obrázku je vyobrazena nová verze plástve sdílené ekonomiky podle Jeremaiha Owyanga, se kterou přišel o dva roky později od vydání první verze. Nová verze ukazuje, jak se sdílená ekonomika stále rozšiřuje. Tímto způsobem vznikají další nové šestiúhelníky s novými kategoriemi a zaměřenými.

Obrázek 4: Collaborative economy Honeycomb version 3.0



Zdroj: Owyang, Mirkovic, 2016



## 4 Ekonomická odvětví v ČR

V praktické části této práce se autor zaměřuje na tři konkrétní odvětví ekonomiky, ve kterých na českém trhu působí společnosti, které fungují na principu sdílené ekonomiky. Těmito odvětvími jsou ubytování, doprava a rozvoz jídel z restaurací. V této kapitole jsou blíže představeny společnosti, fungující na principu sdílené ekonomiky v jednotlivých odvětvích, které mají na českém trhu největší zastoupení.

Z odvětví ubytování je to společnost Airbnb, z dopravy společnost Uber a z rozvozu jídel z restaurací společnost Wolt.

### 4.1 Airbnb

Obrázek 5: Logo Airbnb



Zdroj 1: Clifford 2014

Airbnb je na českém trhu jedna z nejrozšířenějších společností působící na principu sdílené ekonomiky. Co se týče sektoru ubytování, tak tomu Airbnb ze strany služeb sdílené ekonomiky jednoznačně kraluje. Název společnosti je zkrácená kombinace několika slov, konkrétně Air Bed and Breakfast. "Bed and Breakfast" nebo zkráceně jen "B&B", česky doslovně přeloženo jako "postel a snídaně" je mezinárodní označení pro ubytovací jednotky, která nabízejí prostory ke krátkodobému ubytování a službu v podobě ranní snídaně. Princip, na kterém funguje společnost Airbnb je ovšem vcelku odlišný, a tak ubytovací jednotky typu "Bed and Breakfast" s ním mají společný více méně jenom název. Tato skutečnost bývá často poněkud matoucí, protože mnoho takových ubytovacích jednotek je možné skrze Airbnb najít. (Elliott, 2020)

Airbnb je platforma, která slouží k tomu, aby přes ní mohli soukromí vlastníci krátkodobě pronajímat své nevyužité ubytovací prostory. (Elliott, 2020)

### 4.1.1 Historie Airbnb

Společnost Airbnb byla oficiálně založena v San Franciscu v srpnu roku 2008. Její neoficiální vznik sahá ještě o rok dříve, kdy dva kamarádi Brian Chesky a Joe Gebbia, kteří se právě přistěhovali do San Franciska, hledali způsob, jak si vydělat na nájem a zbavit se dluhů na kreditních kartách, kterých oba měli velice mnoho. V danou chvíli ve městě akorát probíhala jedna designová konference, která přilákala velkou spoustu návštěvníků. Brian a Joe si všimli, že všechny hotely ve městě jsou vyprodané, a tak přišli s nápadem. Nakoupili několik nafukovacích matrací a založili stránku, která se jmenovala "Air Bed and Breakfast" což by do češtiny bylo přeloženo jako "nafukovací postel a snídaně". Ve své službě tak nabízeli návštěvníkům místo k přespaní u nich v bytě na zemi na nafukovací matraci, za kterou si účtovali osmdesát dolarů za noc. Těchto pár hostů bylo tedy prvními neoficiálními zákazníky společnosti Airbnb: 35ti letá žena z Bostonu, 30ti letý Ind a 45ti letý otec čtyř dětí z Utahu. (Ptáček, 2014; Jasper, 2019)

Za nedlouho po tom se k Brianovi a Joeovi připojil ještě Nathan Blecharczyk, jako třetí spoluzakladatel. Po změnách na webové stránce byla společnost znovu oficiálně spuštěna v srpnu roku 2008 chvíli před národním shromážděním demokratické strany k příležitosti oznámení kandidáta na prezidenta spojených států amerických. Na toto shromáždění se chystalo přes dvacet tisíc návštěvníků, což vyvolalo obdobnou situaci s hotely, jako předtím na designové konferenci v San Franciscu. Všechny hotely byly vyprodané. Přes 600 lidí se tenkrát ubytovalo přes Airbnb. Zde nastal problém s původní myšlenkou pronajímání postele plus poskytování snídaně druhý den ráno. Se snídaní byl problém, protože společnost neměla peníze ani kapacity na to, aby svým uživatelům byla schopna dodat nějakou formu snídaně. V tu chvíli Brian, Joe a Nathan přišli s nápadem, co kdyby měli svoji značku cereálií, které by pak mohli svým uživatelům nabízet. Protože to bylo akorát v období kdy se ve městě konalo již zmíněné shromáždění demokratické strany ke příležitosti oznámení kandidáta na prezidenta, tak je napadlo vytvořit řadu tematických cereálií ke příležitosti amerických prezidentských voleb. Tak vznikly "Obama O's a Cap'n McCains", které můžete vidět na obrázku níže. (Ptáček, 2014; Jasper, 2019)

Obrázek 6: Cereálie Obama O's a Cap'n McCains



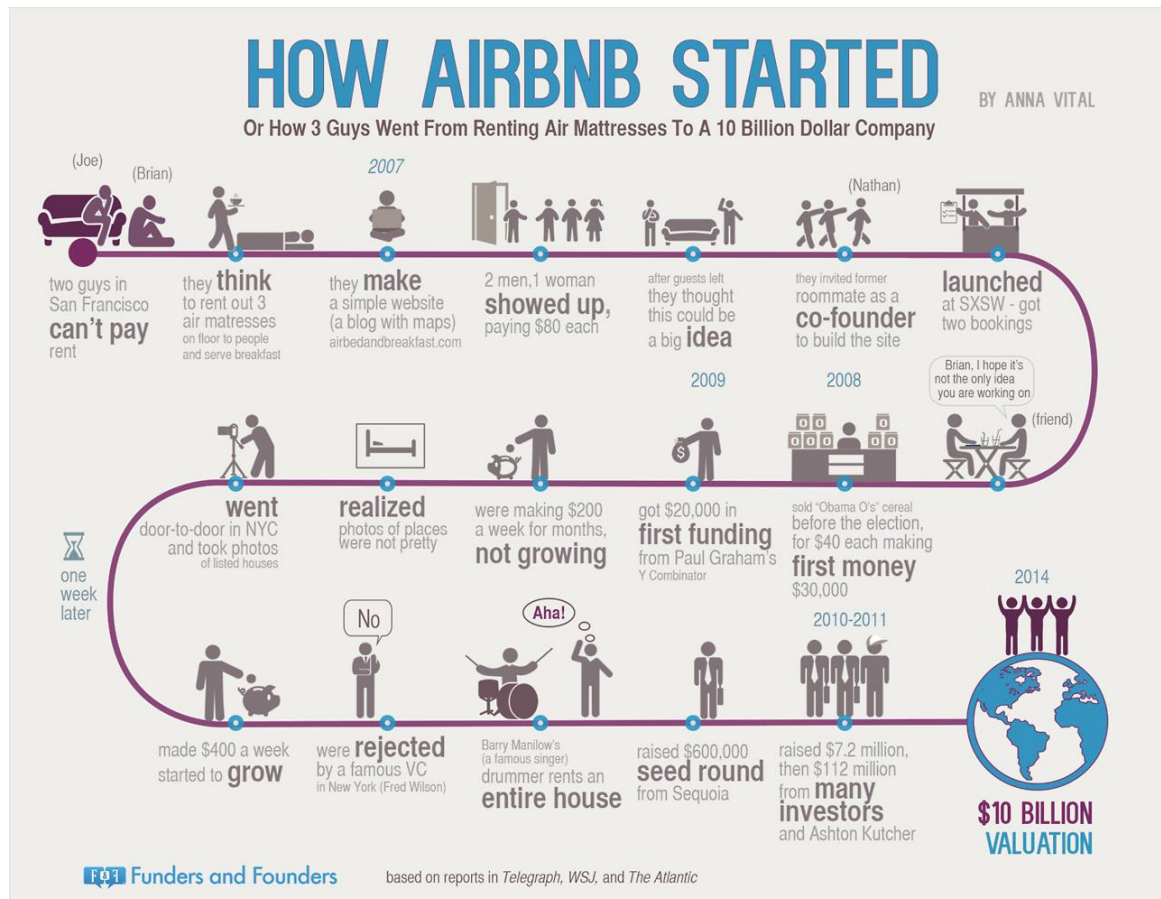
Zdroj: Carney, 2013

Prodejem těchto tematických cereálií se podařilo společnosti vydělat prvních 30 000 amerických dolarů na její financování. V této době společnost také získala svou první investici 20 000 amerických dolarů, kterou provedl kalifornský akcelerátor Y Combinator. Problém byl, že po skončení shromáždění návštěvnost Airbnb zase klesla a společnost vydělávala pouhých 200 dolarů týdně. Brian, Joe a Nathan se rozhodli tyto peníze využít na to, aby se vydali do New Yorku, který byl tenkrát největším trhem, ve kterém Airbnb působilo, prohlédnout i své uživatele. Při této cestě přišli na to, že velký problém je v tom, že velké množství fotografií ubytování nabízených přes platformu Airbnb je ve velice špatné kvalitě. Rozhodli se tedy koupit fotoaparát a začali obcházet jednotlivé uživatele, které nabízeli své ubytovací jednotky a pořizovali fotografie, které pak prostory vyobrazovaly v mnohem lepším světle a v mnohem vyšší kvalitě. (Ptáček, 2014; Jasper, 2019)

Změna fotografií se ukázala jako velmi klíčová, protože po tom týdenní výtěžky společnosti vzrostly na 400 amerických dolarů týdně a společnost se začala konečně rozjíždět. V roce 2011 do společnosti zainvestovalo mnoho investorů a některé slavné osobnosti jako například americký herec Ashton Kutcher. Investice byly v hodnotě 112 milionů dolarů. V roce 2014 byla hodnota společnosti 10 miliard dolarů. (Ptáček, 2014; Jasper, 2019)

Na obrázku níže je zachycena časová osa zobrazující důležité momenty v historii společnosti Airbnb od jejího založení až do roku 2014 kdy její hodnota dosáhla 10 miliard dolarů.

Obrázek 7: Časová osa společnosti Airbnb



Zdroj 2: Ptáček, 2014

## 4.2 Uber

Obrázek 8: Logo Uber



Zdroj: McCauley, 2018

Dalším velkým hráčem na poli sdílené ekonomiky je jednoznačně americký start-up Uber. Uber vytváří alternativu ke klasickým taxislužbám. Služba pracuje na principu společného sdílení. Platforma spojuje dva uživatele. Jeden, který se potřebuje někam dopravit a druhý který přepravu nabízí. Největší rozdíl oproti klasickým taxislužbám je, že auta řidičů, kteří nabízejí své služby, nejsou oproti autům běžných taxikářů vybaveny taxametry. Rozdíl je tedy v tom, že zatímco běžné taxislužby do výsledné ceny za službu zahrnují délku trasy a čas, za kterých je ta konkrétní vzdálenost zajeta, v případě Uberu je hlavním faktorem vzdálenost, a tak zákazník vždy dopředu ví kolik za cestu zaplatí. (-mic-, 2018; Uber, 2021)

Pro platformy fungující na principech sdílené ekonomiky je zásadní, aby služba byla pro uživatele co nejjednodušší a co nejpohodlnější. To není výjimkou ani v případě společnosti Uber. Celý proces probíhá přes mobilní aplikaci, ve které člověk, který shání dopravu vyplní svou adresu své aktuální polohy. Pokud ji neví, aplikace nabízí možnost sdílení aktuální polohy konkrétního mobilního telefonu podle zabudované funkce GPS. Po zadání aktuální polohy aplikace zobrazí volné řidiče, kteří se pohybují v okolí a jednotlivé dostupné varianty služeb, které jsou aktuálně k dispozici. S tím, kolik bude každá jednotlivá varianta stát peněz a za jak dlouho by řidič cca měl dorazit na místo. Zákazník si vybere pro něho nejvhodnější volbu a dalším kliknutím ji potvrdí. Následně ho aplikace propojí rovnou s řidičem a na mapce se zobrazí ikonka auta, takže je možné sledovat, jak moc se řidič už přibližuje. Poté co řidič dorazí na adresu, aplikace zobrazí oznámení. Platba probíhá buď online rovnou skrze kartu uloženou v aplikaci nebo prostřednictvím hotovosti u řidiče. (-mic-, 2018; Uber, 2021)

Společnost Uber nabízí v celku širokou škálu variant nabízených služeb:

### UberX

- UberX je nejčastější varianta nabízené služby. Jedná se o běžná auta spíše nižší třídy. (Uber, 2021)

#### Uber Comfort

- V případě Uber Comfort se jedná o novější auta vyšší třídy poskytující vyšší bezpečnost a pohodlí pro zákazníka. Tato varianta je však vždy o něco dražší. (Uber, 2021)

#### Uber Black

- Uber Black je nejdražší varianta nabízené služby. Jedná se totiž o prémiové jízdy luxusními vozy. (Uber, 2021)

#### Uber Green

- Varianta Uber Green nabízí jízdy automobily na elektrický pohon, které jsou ohleduplné k životnímu prostředí. (Uber, 2021)

#### UberXL

- Varianta jízdy UberXL je realizována většími automobily s kapacitou až pro šest osob. (Uber, 2021)

#### Uber WAV

- Uber WAV nabízí možnost jízdy auty, které mají bezbariérový přístup. (Uber, 2021)

#### Uber Lux

- Uber lux je nejdražší varianta. Nabízí však možnost přepravy luxusními vozy a nejlépe hodnocenými řidiči. (Uber, 2021)

#### Uber Taxi

- Varianta Uber Taxi je realizována autem, které je vybaveno taxametrem. Zákazník v tomto případě neví, kolik přesně předem zaplatí, ví jen odhadovanou cenu. Cena však nesmí překročit více jak 28 korun za kilometr. Zákazník má v tomto případě větší flexibilitu během jízdy, může například změnit konečnou destinaci cesty. (Uber, 2021)

Obdobou společnosti Uber na českém trhu a zároveň její největší konkurencí je platforma Bolt. Ta funguje na obdobném principu jako platforma Uber.

## 4.2.1 Historie Uber

Společnost Uber byla oficiálně založena v roce 2009, v americkém San Franciscu. Společnost však začala pomalu vznikat již o rok dříve v roce 2008. Na jejím počátku stojí kanadský softwarový designer Garrett Camp, který právě prodal svůj první startup, společnost StumbleUpon za sedmdesát pět milionů dolarů a stal se tak milionářem. Dalo by se říct, že si Camp jeho čerstvě nabytého bohatství náležitě užíval, v podobě rušného nočního života v San Franciscu. První myšlenka, která lehce nastínila nápad na společnost Uber, pochází z filmu o agentovi britské tajné služby Jamesovi Bondovi, v hlavní roli s anglickým hercem Danielem Craigem, Casino Royale. V jedné scéně se James Bond podívá na displej svého mobilního telefonu, na kterém je na mapě vyobrazena ikonka jeho automobilu, jak se přibližuje k cíli. Dalším dílem do skládačky byla situace okolo dostupnosti taxíků ve městě. Protože Camp se po městě pohyboval výhradně pomocí taxíků, rozhodl se, že si do telefonu uloží telefonní čísla dispečinků, které poskytovaly taxislužby ve městě. Systém však nefungoval podle jeho představ, uvádí například, že zavolal na dispečink s tím, že potřebuje přistavit taxík, ale ten posléze nedorazil, zatímco kolem volné taxíky projížděly. Přišel tak s nápadem, jak by tento stav mohl vyřešit a obvolával všechny taxislužby nabízející služby ve městě a objednal si odvoz u každé z nich. Nasedl pak do toho z taxíků, který k němu dorazil jako první. Tohoto způsobu jednání si taxislužby začaly po nějakém čase všímat. Campa posléze zařadili na černou listinu. Jinými slovy mu přestali zvedat telefon. Camp se tak ocitl v situaci, kdy musel hledat jinou alternativu přepravy po městě. Objevil, že ve městě působí spousta takzvaných černých taxíků, to byly vozy, které nebyly vedeny pod žádnou taxislužbou. Svoje služby tak tito řidiči provozovali na černo. Většinou stáli kousek od hotelů nebo míst, kde se mohli vyskytovat potenciální zákazníci. Těm posléze dávali najevo, že jsou volné a k dispozici tak že na ně problikávali svými světly. Za nedlouho už se Camp plně věnoval rozvoje jeho nápadu, jak posunout využívání taxislužeb na další úroveň. Camp věděl, že s moderními technologiemi to bude možné, protože začínaly být chytré telefony, které v sobě měly zabudovaný akcelerometr a funkci GPS. Telefon tak dokázal identifikovat, jestli je v pohybu nebo není a zároveň zobrazit jeho polohu v mapě, která se promítala na jeho displeji. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

V srpnu roku 2008 Camp zaregistroval internetovou doménu [www.ubercab.com](http://www.ubercab.com). Následně začal pro svůj nápad shánět finance a další potenciální spolupracovníky mezi svými přáteli. Jedním z takových lidí byl Travis Kalanick. Travis Kalanick se ke společnosti připojil jako spoluzakladatel. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Původní Campův návrh byl takový, že nakoupí několik aut, které pak budou řidiči používány. To mu však nakonec Kalanick vymluvil a vznikl tak náhled na model fungování společnosti, tak jak ho známe teď. Společnost nevlastní žádné vozy, ale nabízí aplikaci jednotlivým řidičům, kteří používají auta, které sami vlastní. Řidiči jsou také sobě

vlastními pány, čímž je myšleno, že mohou jezdit podle toho, jak se to hodí jim. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Proces vývoje aplikace trval více než rok. Její první verze byla hotová a připravená na spuštění v lednu roku 2010. Ve stejné době se také odstartoval proces spuštění společnosti Uber v San Franciscu. První verze mobilní aplikace, která byla dostupná pro uživatele, kteří vlastnili Iphone od společnosti Apple, pracovala na principu, že umožňovala jejímu uživateli zaslat jeho aktuální adresu nebo adresu na které chce být vyzvednut. Aplikace následně podle zadané adresy vyhledala auto, které se pohybovalo v nejbližším okruhu zadaného místa a přivolala jeho řidiče. Řidiči se na druhé straně obdržel adresu, na které měl zákazníka vyzvednout. První verze této aplikace nebyla ani z daleka dokonalá, princip ale splnila, a tak dokázala že společnost se vydává tím správným směrem. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Ani jeden ze zakladatelů se v danou chvíli necítily na to, aby se postavili do čela společnosti. Rozhodli se proto, že se pokusí sehnat někoho kdo by se postavil do čela a společnost by řídil. Kalanick, proto napsal krátkou nabídku na Twitter. Tweet s nabídkou je možné vidět na obrázku níže. Na tento tweet odpověděl Ryan Graves, který do té doby pracoval ve firmě General Electric Ryan Graves, která se nacházela v Chicagu. Po tom, co se s ním následně Kalanick osobně setkal, představil mu prototyp aplikace a posléze ho najal jako generálního ředitele společnosti. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Obrázek 9: Tweet Travise Kalanicka



Zdroj: Erlichman, 2020

Později roku 2010 se podařilo získat do společnosti investice v hodnotě 1,25 milion dolarů. Ve stejné době Kalanick převzal funkci generálního ředitele společnosti od Ryana Gravesa, který do té doby funkci zastával. Ten se stal provozním ředitelem a členem představenstva. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)



Následně se aplikace začala vyvíjet. v novější verzi už bylo například možné využít funkce GPS zabudované v mobilním telefonu. Jedním kliknutím tak aplikace zjistila aktuální adresu a uživatel ji tak nemusel ručně zadávat. Společnost uber začala být více populární. Toho si však začaly všímat i běžné taxislužby, které ve městě fungovaly a podaly stížnost. Kalanick následně problém vyřešil tím, že z názvu společnosti vynechali slovo "cab" česky "taxi". Společnost se nově jmenovala jen Uber. Dále pak přišel s vysvětlením, že společnost Uber nikdy nebyla taxislužbou ale jen portálem, který využívá funkcí moderních technologií k propojení nezávislých řidičů s potenciálními zákazníky. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

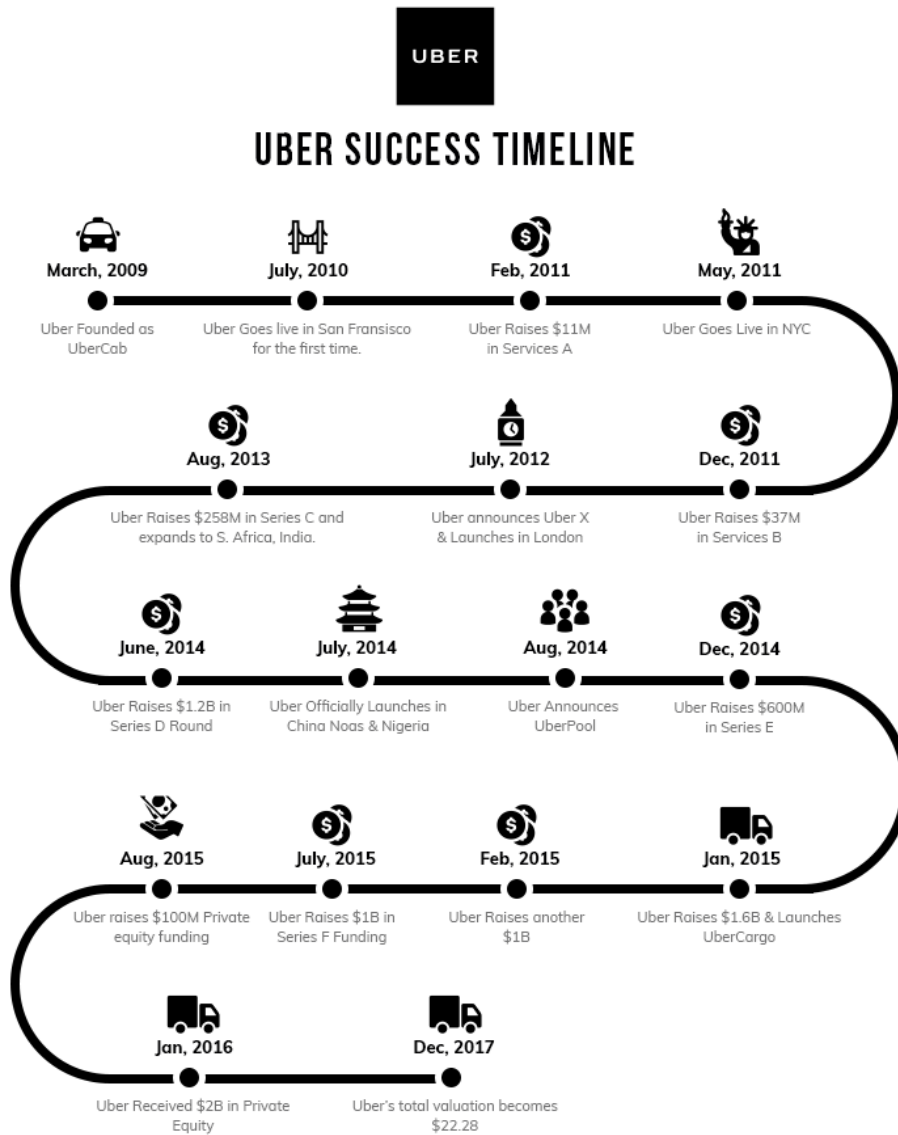
Pod Kalanikovým vedením se společnost začala velice rychle rozrůstat. Po tom, co se Uber úspěšně uchytil v San Franciscu, tak Společnost začala expandovat i do dalších měst ve Spojených státech amerických. Jakmile byla společnost rozšířena po Spojených státech amerických, tak se její pozornost zaměřila na expanzi i mimo americký kontinent. První zemí, ve které uber spustil svou činnost byla Francie, konkrétně v jejím hlavním městě Paříži. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Na začátku roku 2014 společnost provedla další velké úpravy v její mobilní aplikaci. Byla přidána funkce, ve které mohl zákazník předem vložit, jak adresu, na které chce být vyzvednut ale i cílovou adresu na kterou chce odvézt. V aplikaci pro řidiče se pak automaticky otevřela navigace, ve které byla adresa rovnou zadána. Tento krok vše urychlil a usnadnil pro obě strany. Uber jako takový v tuto chvíli stal hitem a velice rychle se rozšířil do celého světa. Na konci roku 2014 už společnost fungovala v 266 městech v 53 různých zemích. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

V roce 2020 byla celková hodnota společnosti Uber 78 miliard amerických dolarů. (Stone, 2019; BIOGRAPHICS, 2018)

Na obrázku níže je vyobrazena časová osa společnosti uber od jejího založení do roku 2017.

Obrázek 10: Časová osa společnosti Uber



Zdroj: White Orange Software, nedatováno

## 4.3 Wolt

Obrázek 11: Logo Wolt



Zdroj: Dolinová, 2020

Velkých společností, které fungují na principu sdílené ekonomiky na trhu s rozvozem jídla z restaurací je hned několik. Dva největší jsou finská společnost Wolt a estonská společnost Bolt, která postupuje obdobným způsobem jako společnost Uber. Nejprve začínala pouze jako platforma, která propojovala řidiče, kteří nabízejí své služby v oblasti přepravy osob. Později však odstartovala svou divizi na trhu s rozvozem jídla z restaurací. Společnost Wolt se na rozdíl od těchto společností zabývá výhradně trhem v oblasti rozvozu jídel z restaurací.

Pro potřeby této práce si zde blíže představíme společnost Wolt, která má na českém v této oblasti největší zastoupení, mezi společnostmi, které fungují na principu sdílené ekonomiky.

Tato platforma spojuje hned tři různé strany, které se podílí vy celém procesu. Na jedné straně je člověk, který si chce objednat jídlo z nějaké restaurace. Na druhé straně je ta konkrétní restaurace, která inzeruje své produkty skrze danou platformu. A jako třetí strana je zde kurýr, který produkty vyzvedává a doručuje.

Celý tento proces probíhá přes mobilní aplikaci. Zákazník, který si chce objednat jídlo z nějaké restaurace si vybere z možností, které mu aplikace nabízí buď na základě aktuální adresy, na které se právě nachází, anebo adresy, kterou tam sám vyplní. Následně provede objednávku, přímo v aplikaci. Ta ho potom postupně informuje o stavu jeho objednávky, ve chvíli, kdy ji restaurace přijala ke zpracování, když je hotova, když je vyzvednuta kurýrem a když kurýr dorazil na cílovou adresu. Po celou dobu tohoto procesu je možné v aplikaci vidět předpokládaný čas doručení, který se lehce upravuje, například podle vytíženosti restaurace nebo podle dopravní situace. Po vytvoření objednávky se objednávka objeví v aplikaci pro restaurace, kterou má každá s partnerských restaurací, které nabízejí své služby přes tuto platformu. Ta následně objednávku přijme nebo odmítne. Pokud restaurace objednávku odmítne tak se poté tato zpráva objeví i v aplikaci zákazníka, který objednávku vytvořil. Pokud restaurace objednávku přijme, aplikace ji přiřadí kurýrovi, který je volný a nachází se v blízkosti dané restaurace. Ve chvíli, kdy je objednávka připravena, restaurace to v aplikaci potvrdí. Kurýrovy se v aplikaci zobrazí, že může objednávku vyzvednout a následně ji odvézt na místo určení.

Po doručení každé objednávky je pak možnost skrze aplikaci odeslat hodnocení jídla i kurýra.

### **4.3.1 Historie Wolt**

Společnost Wolt byla založena v Helsinkách v roce 2014 šesti mladými podnikateli. Miki Kuusi, Juhanai Mykkänen, Mika Matikainen Elias Aalto, Oskar Pétaš a Lauri Andlet spojili síly, aby společně dovedli myšlenku, se kterou o již o několik let dříve přišel Miki Kuusi, když si chtěl objednat taxi, ale jeho kamarád mu doporučil, aby využil společnosti Uber. V tu chvíli si uvědomil, jak velký potenciál by mohl být ve využití moderních technologií, jako jsou mobilní telefony. (Wolt, 2021; admin, 2017)

Na úplném začátku, když byla společnost v Helsinkách oficiálně zpuštěna v roce 2015, tak nabízela pouze službu vlastního vyzvednutí. Celý systém spočíval v tom, že společnost Wolt spravovala internetovou platformu, skrze kterou bylo na počátku inzerováno pouze deset restaurací. Zákazník si v aplikaci vybral restauraci, která se mu zamlouvala a z té si objednal. Restaurace následně objednávku připravila a zákazník si ji později osobně vyzvedl. (Wolt, 2021; admin, 2017)

Ve stejném roce také získala financování v hodnotě 2,5 milionů euro. (Wolt, 2021; admin, 2017)

O rok později společnost rozšířila nabídku svých služeb o možnost rozvozu jídel z restaurací přímo až k zákazníkovi. Tato služba je realizována takzvanými partnerskými kurýry, které platforma propojuje s restauracemi a se zákazníky. (Wolt, 2021; admin, 2017)

Během dalších čtyř let společnost expandovala do dalších 22 zemí, ve kterých teď operuje. (Wolt, 2021; admin, 2017)

# **PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 Dotazníkové šetření

Tato teoretická část je věnována dotazníkovému šetření. Dotazník byl sestaven tak, aby se na jeho základě dalo sesbírat potřebné množství dat pro zodpovězení cílů práce.

### 5.1 Cíle práce

Autor si pro tuto práci stanovil hned několik cílů týkajících se sdílené ekonomiky. Některé jsou více teoretické, kterými chce docílit rozšíření povědomí a znalostí o sdílené ekonomice. Další jsou spíše praktického rázu, kde je hlavním záměrem zjistit celkové povědomí o tomto druhu ekonomiky v České republice s ohledem na různé věkové skupiny.

Jedním z hlavních cílů této práce je rozšíření znalostí v oblasti sdílené ekonomiky. Ta je již nyní důležitou součástí celkové ekonomiky a do budoucna bude mít velký význam na jejím dalším formování. Po přečtení této práce by měl čtenář mít alespoň základní povědomí o sdílené ekonomice jako takové.

Další cíl, který si autor stanovil, je zjištění, jakým způsobem se lidé staví ke konceptu společného sdílení produktů s ostatními, namísto soukromého vlastnictví.

Jako další cíl je zjistit, jaké mají lidé povědomí o sdílené ekonomice a o možnostech, které jejím prostřednictvím mohou využívat na českém trhu.

Posledním cílem této práce je zjistit, zda lidé preferují použití služeb sdílené ekonomiky, místo společností, které nabízejí obdobné služby v klasickém stylu. Pro tento cíl autor vybral tři konkrétní ekonomická odvětví. Těmi jsou ubytování, doprava a rozvoz jídel z restaurací.

### 5.2 Metodika praktické části

Jako součást této bakalářské práce je i praktická část, ve které byl proveden průzkum pomocí kvantitativní výzkumné metody. Dotazník, byl vytvořen pomocí nástroje Microsoft Forms a následně elektronicky vyplněn 370 respondenty různého věkového složení, kteří dohromady tvoří vzorek populace. V tomto vzorku bylo zahrnuto pět věkových skupin, které byly obsazeny, co nejvíce vyváženě.

Obsah dotazníku se zaměřuje na téma sdílené ekonomiky a byl navržen tak, aby poskytl dostatečné množství dat pro zodpovězení cílů práce.

Dotazník je rozdělen na několik částí. První část, konkrétně prvních 12 otázek (vyjma dvou otázek na začátku, které se týkají pohlaví a věkového rozložení), je věnována

snaze zjistit, jak se lidé staví ke konceptu společného sdílení a jaké mají celkové povědomí o možnostech, které mohou v rámci sdílené ekonomiky využívat na českém trhu.

Druhá část dotazníku, konkrétně zbylých 17 otázek, je rozdělena na tři dílčí části. Každá z těchto částí se věnuje jednomu ekonomickému odvětví, které bylo zvoleno na začátku práce, s cílem zjistit, zda lidé v tom konkrétním odvětví preferují spíše společností fungující na principu sdílené ekonomiky, anebo klasické společnosti, které nabízejí obdobné služby. Tyto odvětví jsou ubytování, doprava a rozvoz jídel z restaurací.

### **5.3 Otázky dotazníku**

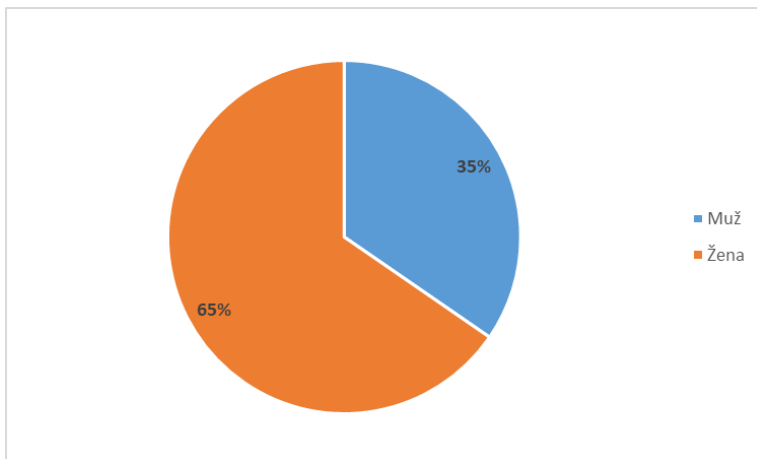
1. Jaké je vaše pohlaví?
2. Do jaké věkové skupiny spadáte?
3. Víte, co znamená pojem: "sdílená ekonomika"?
4. Víte, co znamená pojem: "spoluspotřebitelství"?
5. Jak moc je pro vás důležité mít majetek v soukromém vlastnictví?
6. Vlastníte auto?
7. Používáte sdílená auta? (společnosti typu Car4way, Anytime, Uniqway atd.)
8. Z jakého důvodu využíváte sdílená auta?
9. Z jakého důvodu nevyžíváte sdílená auta?
10. Vlastníte nějakou nemovitost?
11. Z jakého důvodu nemáte žádnou nemovitost v soukromém vlastnictví?
12. Jaký typ nemovitosti vlastníte?
13. Poskytujete vaši nemovitost ke krátkodobému pronájmu?
14. Pokud ano, kde vaši nabídku inzerujete?
15. Kterou z těchto možností preferujete, při výběru krátkodobého ubytování?
16. Z jakého důvodu preferujete právě Airbnb?
17. Z jakého důvodu preferujete právě Booking.com?
18. Z jakého důvodu preferujete výběr ubytování přímo na stránkách poskytovatele?
19. Z jakého důvodu preferujete hledání ubytování až v místě pobytu osobně?
20. Z jakého důvodu preferujete právě tuto možnost?
21. Kterou formu taxislužeb preferujete?
22. Z jakého důvodu preferujete tuto možnost oproti běžným taxislužbám?
23. Z jakého důvodu preferujete běžné taxi?
24. Proč nepoužíváte sdílené taxi?
25. Nechali jste si někdy dovézt jídlo z restaurace?

26. Proč ne?
27. Jakou variantu preferujete při objednávání dovozu jídel z restaurace?
28. Z jakého důvodu preferujete právě Wolt?
29. Z jakého důvodu preferujete právě DámeJídlo?
30. Z jakého důvodu preferujete právě Boltfood?
31. Z jakého důvodu preferujete právě vlastní rozvozové služby restaurací?
32. Z jakého důvodu preferujete právě tuto možnost?

## 5.4 Výsledky dotazníku

V této kapitole jsou odpovědi na jednotlivé otázky vyobrazeny do grafů a detailně rozebrány a popsány.

### 5.4.1 Jaké je vaše pohlaví?

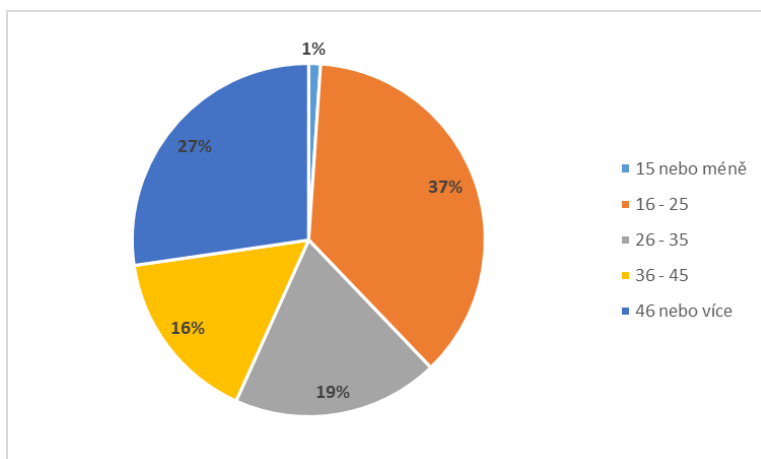


Graf 1: Jaké je vaše pohlaví?

První graf ukazuje, že se dotazníkového šetření zúčastnilo více žen než mužů. Žen konkrétně odpovídalo 65 procent, zatímco mužů jen 35 procent.



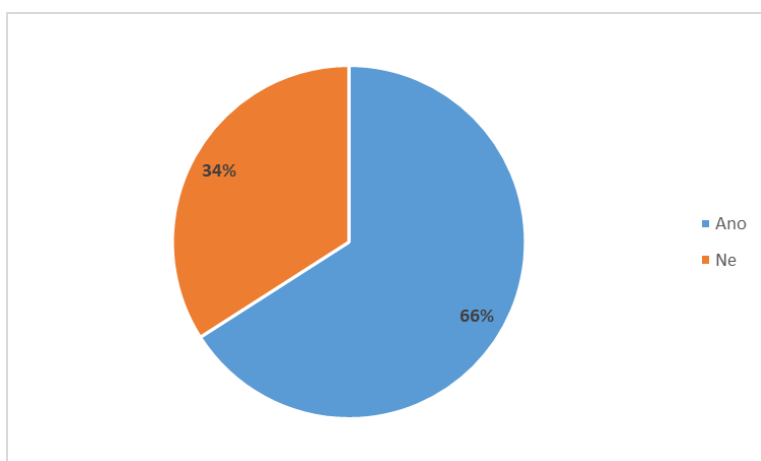
## 5.4.2 Do jaké věkové skupiny spadáte?



Graf 2: Do jaké věkové skupiny spadáte?

Na grafu výše je vidět věkové rozložení respondentů. Můžeme pozorovat, že z kategorie „15 nebo méně“ odpovídalo nejméně dotazovaných, konkrétně pouze 1 procento. Ostatní kategorie už mají podobné zastoupení. Z kategorie „16–25“ se zúčastnilo nejvíce respondentů a to konkrétně 37 procent. Jako další bylo největší zastoupení respondentů ve věku 46 a více let, s celkovým součtem 27 procent. Dále pak skupina ve věku 26–35 let, která tvořila 19 procent a na konec skupina respondentů z věkové skupiny 26–35 let, která tvořila 16 procent.

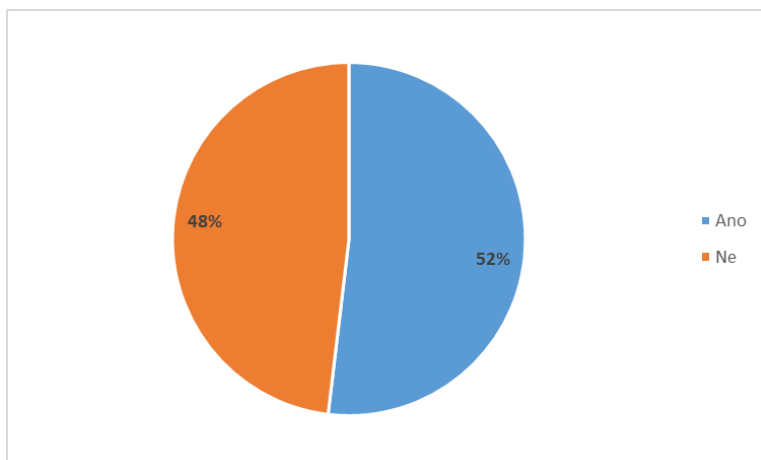
## 5.4.3 Víte, co znamená pojem: "sdílená ekonomika"?



Graf 3: Víte, co znamená pojem: "sdílená ekonomika"?

Na otázku, zda lidé vědí, co to znamená pojem „sdílená ekonomika“, 66 procent respondentů uvedlo, že jeho význam znají. Naopak zbylých 34 procent uvedlo, že nevědí, jaký má daný pojem význam

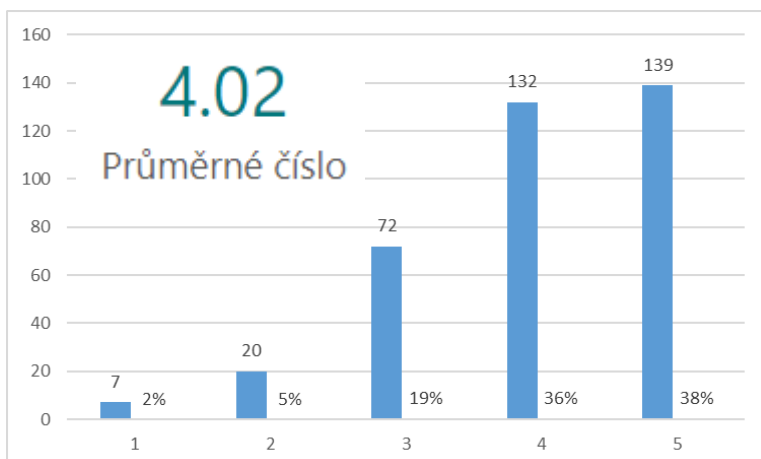
#### 5.4.4 Víte, co znamená pojem: "spoluspotřebitelství"?



Graf 4: Víte, co znamená pojem: "spoluspotřebitelství"?

Na otázku, zda lidé vědí, co to znamená pojem „spoluspotřebitelství“, jsou odpovědi víceméně vyrovnané. 52 procent dotazovaných uvedlo, že vědí, co daný pojem znamená. Oproti tomu zbylých 48 procent uvedlo, že jeho význam neznají.

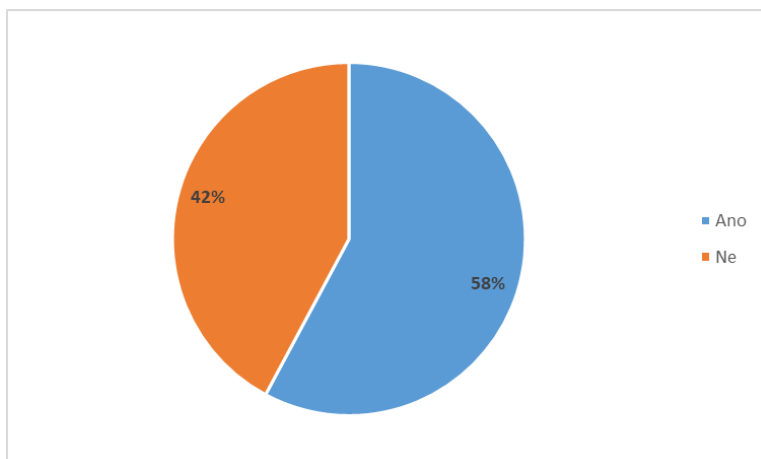
#### 5.4.5 Jak moc je pro vás důležité mít majetek v soukromém vlastnictví?



Graf 5: Jak moc je pro vás důležité mít majetek v soukromém vlastnictví?

V této otázce měli lidé volit, jak moc je pro ně důležité mít majetek v soukromém vlastnictví, na stupnici od 1 do 5, s tím že 1 znamenala „nedůležité“ a 5 „velice důležité“ nejvíce lidí uvedlo spíše vysoké hodnoty 4 a 5. 19 procent uvedlo střední hodnotu 3 a zbylých 7 procent nízké hodnoty 1 a 2. Průměr dosahoval hodnoty 4,02.

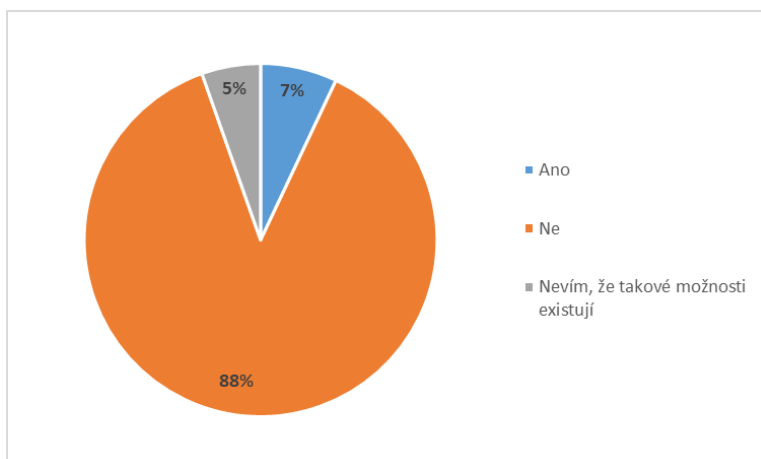
## 5.4.6 Vlastníte auto?



Graf 6: Vlastníte auto?

Na grafu je vidět, že více jak polovina, konkrétně 58 procent respondentů uvedla, že vlastní auto. Zbýlých 42 procent auto nevládní.

## 5.4.7 Používáte sdílená auta? (společnosti typu Car4way, Anytime, Uniqway atd.)



Graf 7: Používáte sdílená auta? (společnosti typu Car4way, Anytime, Uniqway atd.)

Graf ukazuje, že většina dotazovaných, konkrétně 88 procent sdílená auta nepoužívá ale vědí, že taková možnost existuje. Dalších 5 procent vůbec neví, že jsou tyto služby dostupné. 7 procent uvedlo, že sdílená auta využívají.

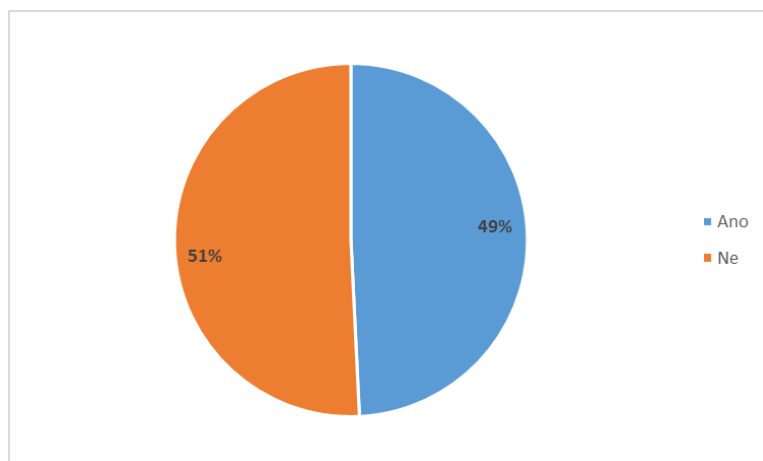
#### 5.4.8 Z jakého důvodu využíváte sdílená auta?

Mezi odpověďmi na tuto otázku se nejčastěji vyskytovaly odpovědi typu, že sdílená auta jsou dobrou alternativou k městské hromadné dopravě, že nepotřebují mít auto pořád po ruce nebo že sdílená auta jsou výhodná, protože jsou lehce dostupná a je možnost je odložit kdekoliv po městě. Také se zde objevily odpovědi, že sdílení aut je šetrnější k životnímu prostředí.

#### 5.4.9 Z jakého důvodu nevyžíváte sdílená auta?

V nejvíce odpovědích bylo, že respondenti mají vlastní auto, a proto nevyžívají aut sdílených. Další častá odpověď se týkala hygienických důvodů, lidé nemají jistotu, že auto je dostatečně čisté, potažmo nevědí, kdo to konkrétní auto využíval před nimi a co v něm dělal. Mnoho lidí také uvedlo, že raději dává možnost hromadné dopravě.

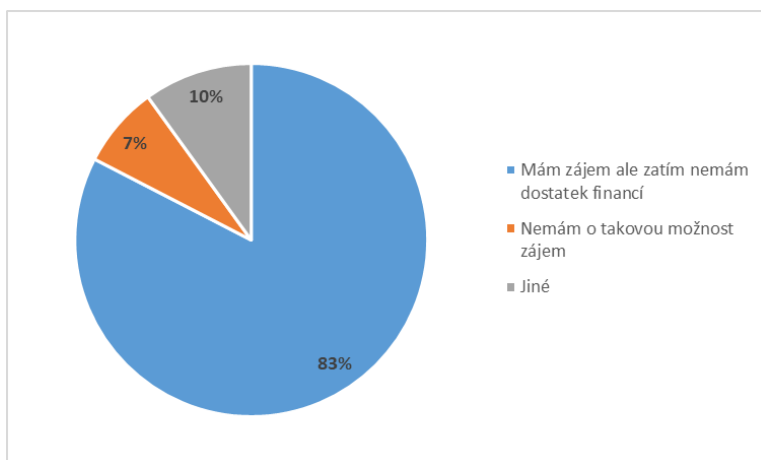
#### 5.4.10 Vlastníte nějakou nemovitost?



Graf 8: Vlastníte nějakou nemovitost?

49 procent respondentů uvedlo, že vlastní nějakou nemovitost, zbylých 51 procent nemovitost nevlastní.

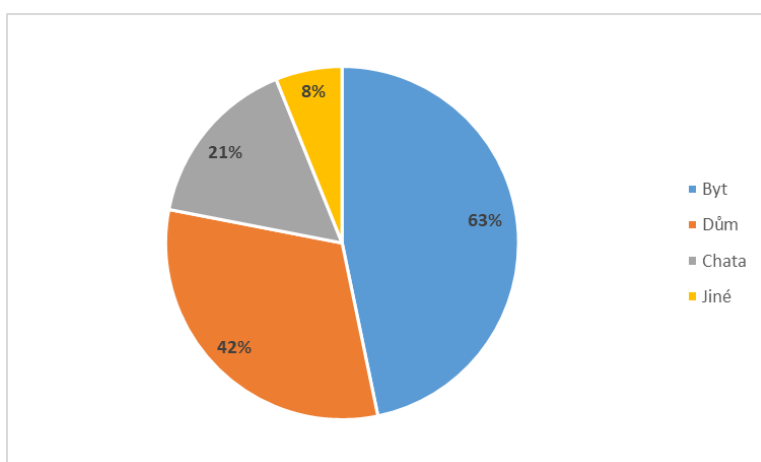
### 5.4.11 Z jakého důvodu nemáte žádnou nemovitost v soukromém vlastnictví?



Graf 9: Z jakého důvodu nemáte žádnou nemovitost v soukromém vlastnictví?

83 procent respondentů, těch, kteří uvedli že nemají žádnou nemovitost, udalo jako důvod, že o vlastnění nemovitosti mají zájem, ale nyní však nemají dostatek financí. Dalších 7 procent uvedlo že nemají zájem nějakou nemovitost vlastnit a zbylých 10 uvedlo jiný důvod. Mezi odpověďmi se nejčastěji objevovalo že respondenti jsou příliš nízkého věku.

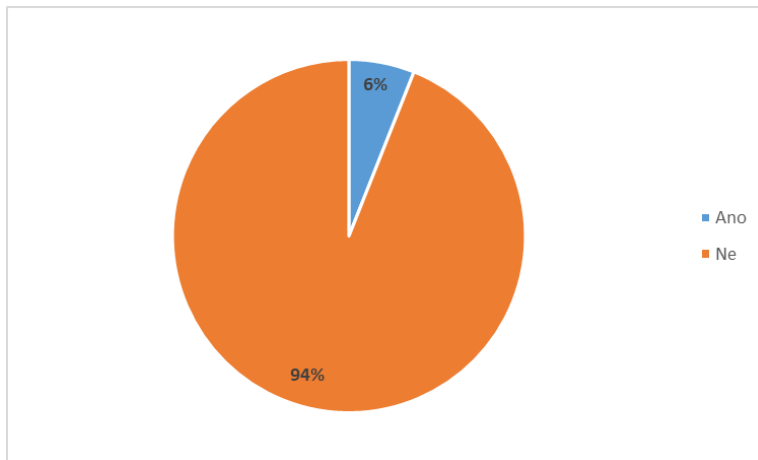
### 5.4.12 Jaký typ nemovitosti vlastníte?



Graf 10: Jaký typ nemovitosti vlastníte?

Mezi odpověďmi respondentů, kteří uvedli že vlastní nějakou nemovitost se s největším procentuálním zastoupením, konkrétně 63 procenty vyskytovala odpověď, že vlastní byt. Ve 42 procentech případů byl uveden dům, ve 21 procentech chata a v pouze 8 procentech jiné. Mezi jinými byly odpovědi: garáž, hotel.

### 5.4.13 Poskytujete vaši nemovitost ke krátkodobému pronájmu?



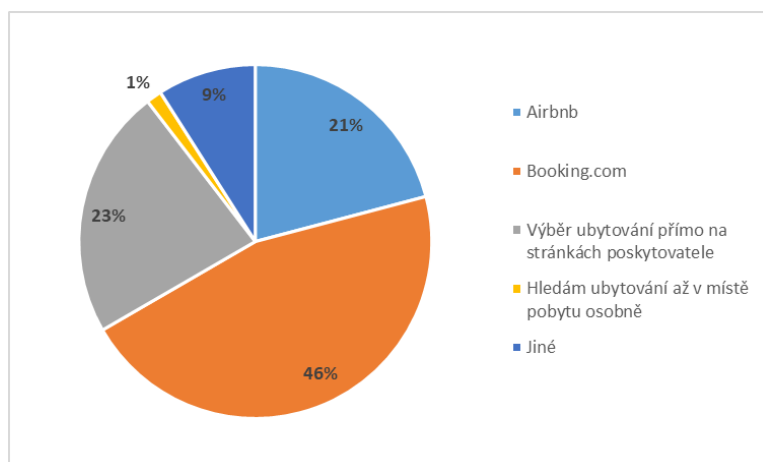
Graf 11: Poskytujete vaši nemovitost ke krátkodobému pronájmu?

Z respondentů, kteří uvedli, že vlastní nějakou nemovitost, uvedlo 94 procent že nemovitost nepronajímají ke krátkodobému pronájmu. Zbýlých 6 procent uvedlo že ano.

### 5.4.14 Pokud ano, kde vaši nabídku inzerujete?

Mezi odpověďmi se nejčastěji objevuje odpověď: Bezrealitky. Dva lidé uvedli, že svou nemovitost pronajímají na Airbnb.

#### 5.4.15 Kterou z těchto možností preferujete, při výběru krátkodobého ubytování?



Graf 12: Kterou z těchto možností preferujete, při výběru krátkodobého ubytování?

V grafu je možné pozorovat, že 46 procent respondentů při výběru krátkodobého ubytování preferuje Booking.com. Dalších 23 procent uvedlo, že preferuje výběr ubytování přímo na stránkách poskytovatele. Airbnb uvedlo 21 procent respondentů. Další 1 procento uvedlo, že hledá ubytování až v místě pobytu osobně. Posledních 9 procent uvedlo jinou odpověď. Mezi dalšími odpověďmi nejčastěji lidé odpovídali, že nemají preference a zkusí více možností.

#### 5.4.16 Z jakého důvodu preferujete právě Airbnb?

Zde lidé nejčastěji jako důvod uváděli cenu, snadné vyhledávání, bohatý výběr, kvalitní aplikace nebo domácí prostředí.

#### 5.4.17 Z jakého důvodu preferujete právě Booking.com?

Mezi nejčastějšími odpověďmi se vyskytovala spolehlivost, cena jednoduchá a pohodlná aplikace, velký výběr, možnost jídla (například snídaně), dobrá komunikace v případě potíží.

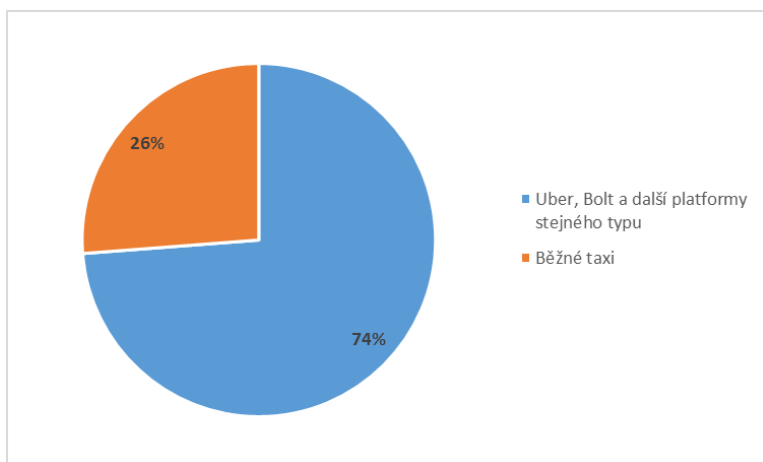
#### **5.4.18 Z jakého důvodu preferujete výběr ubytování přímo na stránkách poskytovatele?**

Lidé zde nejčastěji uváděli snahu podpořit přímo podnikatele, nižší cenu nebo snazší domluvu.

#### **5.4.19 Z jakého důvodu preferujete hledání ubytování až v místě pobytu osobně?**

Tuto možnost lidé nejčastěji preferují, protože nechtějí řešit věci dopředu nebo chtějí ubytování nejdřív osobně vidět.

#### **5.4.20 Kterou formu taxislužeb preferujete?**

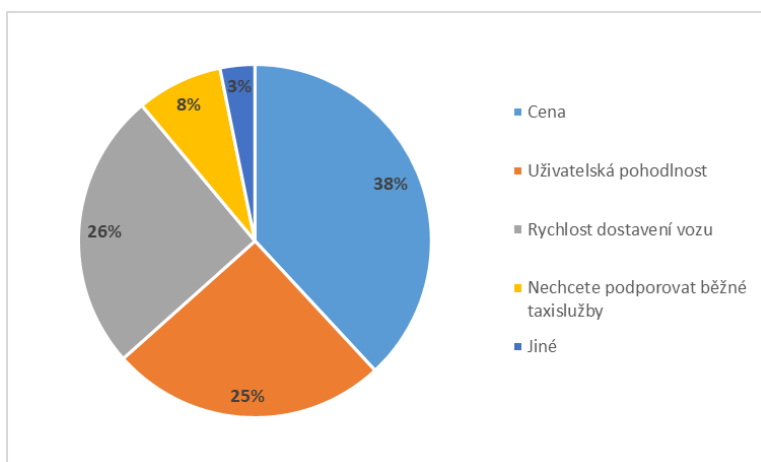


Graf 13: Kterou formu taxislužeb preferujete?

Z grafu je možné pozorovat, že 74 procent respondentů preferuje Uber, Bolt a další platformy stejného typu oproti běžným taxi. Zbylých 26 procent preferuje opak.



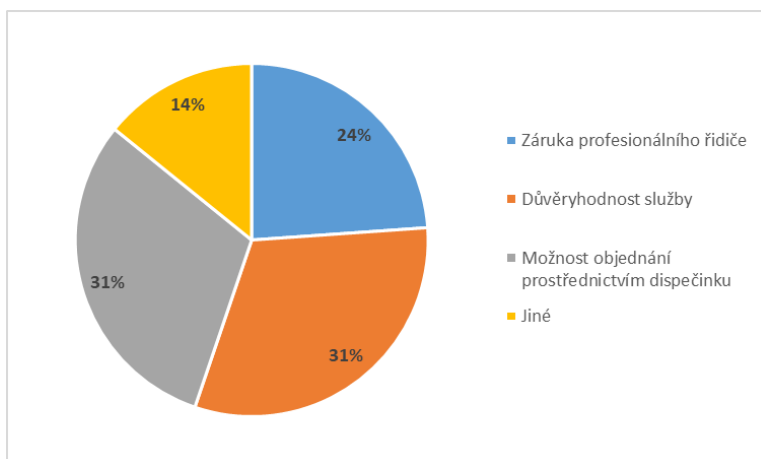
### 5.4.21 Z jakého důvodu preferujete tuto možnost oproti běžným taxislužbám?



Graf 14: Z jakého důvodu preferujete tuto možnost oproti běžným taxislužbám?

Jako nejčastěji uváděná preference byla mezi respondenty cena, která se vyskytovala ve 38 procentech odpovědí. Dále pak rychlost dostavení vozu ve 26 procenty a uživatelská pohodlnost s 25 procenty. V 8 procentech odpovědí se objevilo také že respondenti nechtějí podporovat běžné taxislužby. Ve 3 procentech odpovědí uvedli respondenti jiné. Mezi jinými odpověďmi s nejčastěji vyskytovala bezpečnost.

### 5.4.22 Z jakého důvodu preferujete běžné taxi?

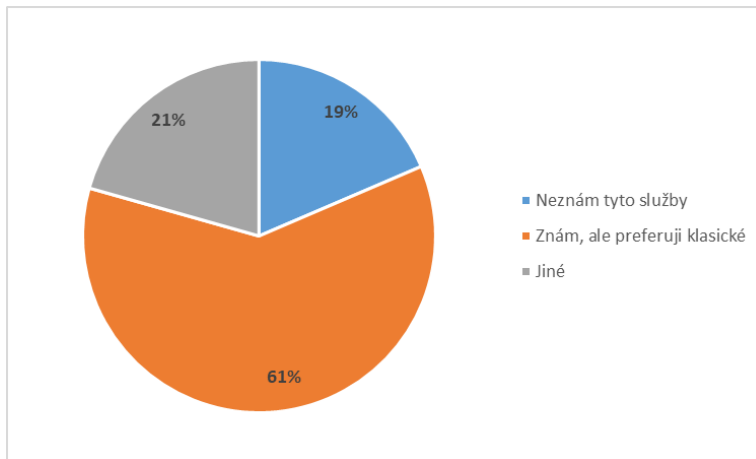


Graf 15: Z jakého důvodu preferujete běžné taxi?

Nejčastěji respondenti uváděli, že tuto variantu preferují, díky možnosti objednání prostřednictvím dispečinku a díky její důvěryhodnosti. Obě tyto volby se vyskytly ve 31 procentech odpovědí. Jako další důvod bylo uváděna záruka profesionálního řidiče v

celkovém zastoupení 24 procent. 14 procent respondentů uvedlo jinou možnost. Mezi jinými možnostmi se nejvíce objevovala odpověď zvyk.

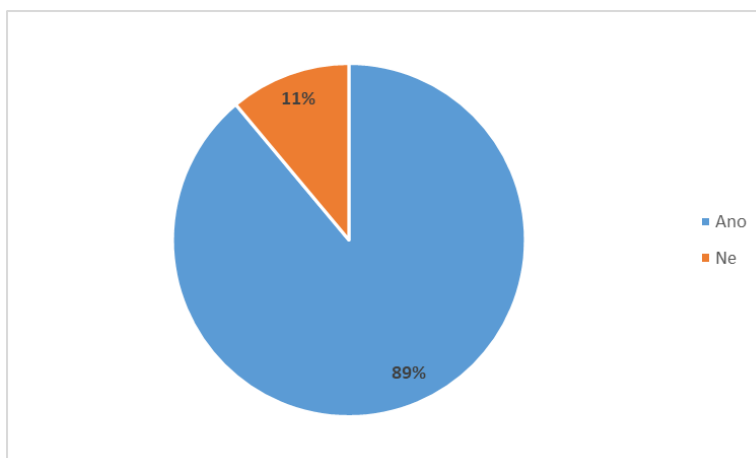
### 5.4.23 Proč nepoužíváte sdílené taxi?



Graf 16: Proč nepoužíváte sdílené taxi?

61 procent respondentů, z těch, kteří nepoužívají sdílené taxi, uvedlo, že sdílené taxi znají, ale preferují klasické. 19 procent uvedlo, že tyto služby vůbec neznají a zbylých 21 procent napsalo jinou odpověď. Nejčastěji se opakující odpověď mezi jinými bylo, že těmto službám nedůvěřují.

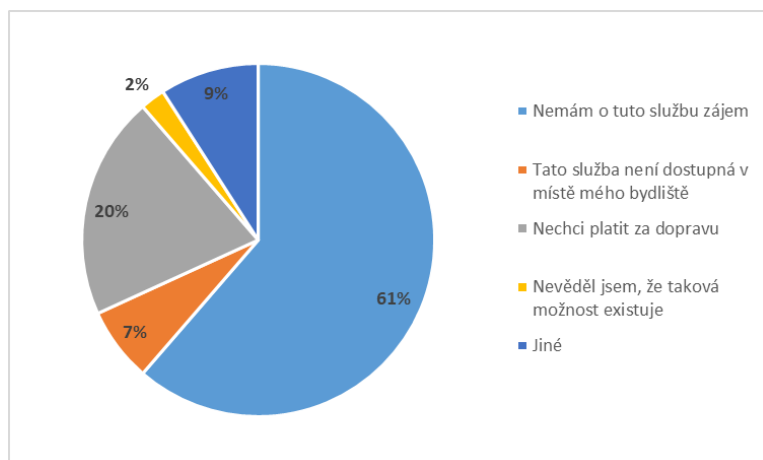
### 5.4.24 Nechali jste si někdy dovést jídlo z restaurace?



Graf 17: Nechali jste si někdy dovést jídlo z restaurace?

89 procent respondentů uvedlo, že si někdy nechali dovést jídlo z restaurace. Zbylých 11 procent uvedlo, že ne.

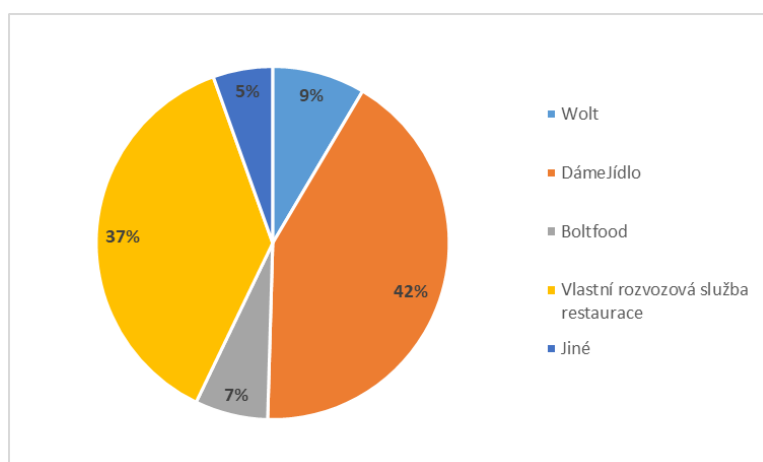
### 5.4.25 Proč ne?



Graf 18: Proč ne?

Respondenti, kteří odpověděli na předchozí otázku, že si nikdy nenechali dovézt jídlo z restaurace nejčastěji uvedli, že o tuto službu nemají zájem. Konkrétně v 61 procentech. Další nejčastěji vyskytující se odpověď, ve 20 procentech, byla že nechtějí platit za dopravu. Dále pak respondenti uváděli, že tato možnost není v dostupná v místě jejich bydliště. Nejméně respondentů uvedlo, že nevěděli že taková možnost existuje. V 9 procentech odpovědí lidé uvedli jiné. Mezi jinými se nejčastěji vyskytovala odpověď, že si raději vaří sami doma.

### 5.4.26 Jakou variantu preferujete při objednávání dovozu jídel z restaurace?



Graf 19: Jakou variantu preferujete při objednávání dovozu jídel z restaurace?

Z těch, kteří odpověděli, kladně na otázku, zda si někdy nechali dovézt jídlo z restaurace, nejvíce respondentů uvedlo, že preferují dovoz přes DámeJídlo. Dále pak 37 procent respondentů uvedlo, že preferují vlastní rozvozovou službu restaurace, 9 procent variantu Wolt a 7 procent Boltfood. Zbýlých 5 procent uvedlo jiné odpovědi. Mezi jinými odpověďmi se nejvíce vyskytovalo, že lidé volí mezi různými variantami vždy podle aktuálních akčních nabídek.

#### **5.4.27 Z jakého důvodu preferujete právě Wolt?**

Mezi odpověďmi se nejčastěji vyskytovaly odpovědi cena, široký výběr restaurací, přístup kurýrů nebo jednoduchá aplikace.

#### **5.4.28 Z jakého důvodu preferujete právě DámeJídlo?**

Zde lidé nejčastěji uváděli dostupnost na mnoha místech v České republice, cena, veliký výběr restaurací, častá nabídka různých slev nebo zvyk.

#### **5.4.29 Z jakého důvodu preferujete právě Boltfood?**

Respondenti nejčastěji uváděli, že preferují Boltfood díky nízkým cenám, častým a vysokým nabízeným slevám.

#### **5.4.30 Z jakého důvodu preferujete právě vlastní rozvozové služby restaurací?**

Zde lidé nejčastěji uváděli, že chtějí podpořit přímo restauraci, že mají špatné zkušenosti se společnostmi zajišťujícími rozvozové služby. Dále pak rychlost dovozu nebo nižší cena.

## 5.5 Vyhodnocení cílů práce

První část dotazníku, konkrétně prvních 14 otázek, bylo zkonstruováno tak, aby data jejich výsledků poskytla odpovědi pro zodpovězení prvního cíle, který si autor stanovil. A to konkrétně jakým způsobem se lidé staví ke konceptu společného sdílení produktů s ostatními, namísto soukromého vlastnictví.

Ukázalo se, že 65 % respondentů má obecně povědomí o tom, co to sdílená ekonomika znamená, ale jen 52 % také ví, že výraz: „spoluspotřebitelství“ je dalším označením toho stejného konceptu. Z toho vyplývá, že podrobnější znalost této tematiky není mezi lidmi příliš vysoká.

Dále bylo zjištěno, že pro většinu respondentů je velice důležité mít majetek v soukromém vlastnictví.

Více jak 50 % respondentů uvedlo, že vlastní auto, a však pouhých 7 % uvedlo, že využívá sdílených aut. V tomto případě je zajímavé, že většina z těch, kteří uvedli, že sdílená auta nepoužívají, tak ne kvůli tomu, že by o této možnosti nevěděli, ale z jiných důvodů. Největším faktorem, proč lidé nevyužívají sdílená auta je to, že mají auto vlastní, ale velkou roli zde hraje i otázka hygieny, ve chvíli, kdy by měli používat něco, co před nimi používal někdo jiný. Mezi těmi, kteří uvedli, že používají sdílená auta se vyskytovaly pouze osoby z věkové kategorie 35 let a níže, z čehož je patrné, že tato služba je preferována výhradně mezi mladšími lidmi.

Co se týče vlastnictví nemovitostí, tak se ukázalo že o něco méně než polovina respondentů nějakou nemovitost vlastní. Však pouze 6 % z nich svou nemovitost dále využívá k pronájmu prostřednictvím platform sdílené ekonomiky. V tomto případě se na rozdíl od otázky sdílených automobilů nejvíce kladných odpovědí vyskytuje mezi osobami ve věkové kategorii 36 let a více, spíše tedy mezi staršími lidmi.

Zbytek dotazníku byl rozdělen do třech bloků, s tím že každý blok se věnoval jinému ekonomickému odvětví.

Prvním odvětvím bylo ubytování. Nejvíce preferovaná možnost v oblasti ubytování, která je vyhledávána 46 % respondentů, je společnost Booking.com. Dále pak výběr ubytování přímo na stránkách poskytovatele, které nejraději využívá 23 % respondentů a až nakonec platforma Airbnb s 21 %. Z tohoto zjištění můžeme předpokládat, že lidé preferují spíše klasické společnosti, namísto těch, které fungují na principu sdílené ekonomiky. Přesto v tomto případě společnost Booking.com je něco mezi tím, zařadili bychom ji mezi platformové podniky.

Dalším odvětvím je doprava. Zde jsou jednoznačně více preferovány společnosti na principu sdílené ekonomiky jako například Uber nebo Bolt, oproti běžným taxislužbám.

Tato skutečnost se potvrdila v 74 % odpovědí. Tyto služby jsou upřednostňovány zejména kvůli výhodnějším cenám, uživatelskému pohodlí a rychlosti dostavení vozu.

Posledním zkoumaným odvětvím je rozvoz jídel z restaurací. V tomto případě je nejvíce preferované využití společnosti DámeJídlo. K této možnosti se přiklání 42 % respondentů. Jako další pak vlastní rozvozové služby restaurací s 37 %. Společnosti, které fungují na principu sdílené ekonomiky jako je například Wolt nebo Bolt food, měly mezi odpověďmi velice nízké zastoupení, konkrétně 16 %. I v tomto odvětví lidé preferují spíše klasické společnosti, namísto těch na principu sdílené ekonomiky. A však i v tomto případě se společnost DámeJídlo nachází někde mezi, stejně jako tomu je v případě společnosti Booking.com.

# Závěr

V první, teoretické části, této práce bylo připomenuto vše o tom, co to sdílená ekonomika znamená a co se pod tímto názvem skrývá. Dále byla rozebrána historie sdílené ekonomiky pomocí několika příkladů firem, které přestože se do sdílené ekonomiky nezařazují tak princip, na kterém fungují, je sdílené ekonomice, jako takové, jak ji známe dnes, velice podobný.

Dále zde bylo představeno několik modelů sdílené ekonomiky, a jejich možné dělení podle různých faktorů.

V poslední kapitole teoretické části byla zmíněna tři konkrétní ekonomická odvětví, která byla zvolena v úvodu práce jako podklady pro jeden z cílů práce. Z každého z těchto odvětví zde byla uvedena a detailněji rozebrána jedna konkrétní společnost, která funguje na principu sdílené ekonomiky a má na českém trhu největší zastoupení.

V praktické části byly na základě dotazníkového šetření a jeho 370 respondenty rozebrány a následně zodpovězeny hlavní cíle práce.

Základní znalost sdílené ekonomiky mezi lidmi je relativně vysoká. Rozsáhlejší znalost tématu je na tom již o něco hůř. Celkově se pak lidé staví ke konceptu sdíleného vlastnictví spíše negativně. Tento postoj však není způsoben tím, že by lidé neměli povědomí o možnostech, které by prostřednictvím sdílené ekonomiky mohli využívat. Co se týče využívání možností sdílené ekonomiky, zajímavostí je veliký rozdíl mezi věkovými skupinami v případě využívání sdílených aut a pronájmu nemovitostí. Sdílená auta využívají spíše mladší lidé, z věkové kategorie 35 let a méně, zatímco pronájem nemovitostí skrze platformy sdílené ekonomiky realizují spíše lidé starší, ve věkové kategorii 36 let a více.

V souvislosti preferování platforem sdílené ekonomiky ve třech zkoumaných ekonomických odvětvích, namísto služeb nabízených v klasickém stylu, se ukázaly velké rozdíly. V případě trhu s krátkodobým ubytováním a rozvozu jídel z restaurací lidé preferují spíše společnosti, které se nezařazují do typu společností fungujících na principu sdílené ekonomiky. Nicméně v obou případech se mezi preferencemi nejvíce objevovaly společnosti, které sice nejsou na principu sdílené ekonomiky, ale využívají podobných prostředků, využívají moderních technologií. Mají vlastní internetovou platformu, skrze kterou komunikují se svými zákazníky.

V případě dopravy jde o úplný opak. Zde lidé preferují sdílené taxi, namísto klasických taxislužeb.

Z tohoto by se dalo soudit, že lidé upřednostňují takové služby, jaké jim nabízejí největší výhody. Ve všech třech případech jsou nejvíce preferovány služby, které jsou zprostředkovávány skrze nějakou internetovou platformu.



# Seznam použitých zdrojů

ADMIN, 2015. Co je sdílená ekonomika. [online]. [cit. 5.4.2021]. Dostupné z: <http://ekonomikaonline.cz/357/co-je-sdilena-ekonomika/>

ADMIN, 2017. Wolt & Its Story. [online]. [Cit. 4.4.2021]. Dostupné z: <https://go-grow.dk/wolt-its-story/>

BENONITA Sabine, L.BAKER Thomas, BOLTON Ruth N., GRUBERD Thorsten, KANDAMPULLY Jay, 2017. A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. [online]. [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296317301509?via%3Dihub>

BIOGRAPHICS, 2018. The History of Uber. [online]. [cit. 25.3.2021]. Dostupné z: <https://biographics.org/the-history-of-uber/>

CARNEY Michael, 2013. Brian Chesky: I lived on Cap'n McCain's and Obama O's got Airbnb out of debt. [online]. [cit. 17.3.2021]. Dostupné z: <https://pando.com/2013/01/10/brian-chesky-i-lived-on-capn-mccains-and-obama-os-got-airbnb-out-of-debt/>

CATALYST COMPANIES, 2017. Framework: Collaborative Economy Honeycomb. [online]. [cit. 15.3.2021]. Dostupné z: <http://www.catalystcompanies.co/framework-collaborative-economy-honeycomb/>

CLIFFORD, Catherine, 2014. Airbnb, Why the New Logo?. [online]. [cit. 19.3.2021]. Dostupné z: <https://www.entrepreneur.com/article/235709>

ČESKO V DATECH, 2018. budoucnost ve sdílení. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/92-budoucnost-ve-sdileni-velky-prehled-toho-co-uz-v-cesku-sdilime/#article-content>

DOLINOVÁ, Tereza, 2020. Finská rozvážková služba Wolt sází na design. Pyšní se logem od mistra grafiky Mackeyho Saturdaye nebo oceněním za UX aplikaci roku. [online]. [cit. 5.4.2021]. Dostupné z: <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/finska-rozvakova-sluzba-wolt-sazi-na-design-pysni-se-logem-od-mistra-grafiky-mackeyho-saturdaye-nebo-ocenenim-za-ux-aplikaci-roku>

EBAY, nedatováno. Our History. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://www.ebay-inc.com/company/our-history/>

ELLIOTT, Christopher (2020). How is an Airbnb different from a B&B? Which is better for your vacation. [online]. [cit.17.3.2021]. Dostupné z:

<https://eu.usatoday.com/story/travel/hotels/2020/01/24/airbnb-vs-b-b-whats-difference-and-which-is-better-for-you/4552257002/>

ERLICHMAN, Jon, 2020. [On this day in...] In: Twitter. [online]. 13. ledna. [cit. 23.3.2021] Dostupné z: <https://twitter.com/jonerlichman/status/1213823503847370752?lang=fi>

FLEXI OFFICE, 2017. JAK FUNGUJE SDÍLENÁ EKONOMIKA?. [online]. [cit. 29.4.2019]. Dostupné z: <https://www.flexiooffice.cz/jak-funguje-sdilena-ekonomika>.

GREGERSEN, Erik, 2021. Wikipedia. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/Wikipedia>

CHEN, James, 2020. Collaborative consumption. [online]. [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://www.investopedia.com/terms/c/collaborative-consumption.asp>

JASPER, 2019. The Airbnb Founder Story: From Selling Cereals To A \$25B Company. [online]. [cit. 17.3.2021]. Dostupné z: <https://getpaidforyourpad.com/blog/the-airbnb-founder-story/>

JOHNSON, Dave, 2019. Dvě tváře sdílené ekonomiky. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: 11 mind-blowing facts about Craigslist, which makes more than \$1 billion a year and employs just 50 people

KEYCAFE TEAM, 2019. The History of the Sharing Economy. [online]. [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://medium.com/keycafe/the-history-of-the-sharing-economy-b139e55cdf47>

KOVAČEVIČ, Vedran, 2019. Český mileniál dělí potřeby na třetiny. Jeden dře, druhý moc ne a třetí chce zázemí. [online]. [cit. 1.3.2021]. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/cesky-milenial-deli-potreby-na-tretiny-jeden-dre-druhy-moc-ne-a-treti-chce-zazemi-77228>

MCCAULEY, Jim, 2018. All hail the new Uber logo. [online]. [cit. 5.4.2021]. Dostupné z: <https://www.creativebloq.com/news/uber-hails-its-new-logo>

OSKAM, Jeroen A., 2019. The Future of Airbnb and the 'Sharing Economy'. The Collaborative Consumption of our Cities. Channel View Publications. ISBN 9781845416720.

OWYANG Jeremiah (nedatováno). About. [online]. [cit. 15.3.2021]. Dostupné z: <https://web-strategist.com/blog/about/>

OWYANG, Jeremaiah, MIRKOVIC, Vladimir, 2016. Honeycomb 3.0: The Collaborative Economy Market Expansion. [online]. [cit. 16.3.2021]. Dostupné z: <https://web-strategist.com/blog/2016/03/10/honeycomb-3-0-the-collaborative-economy-market-expansion-sxsw/>

OWYANG, Jeremaiah, MIRKOVIC, Vladimir, 2014. Framework: Collaborative Economy Honeycomb. [online]. [2.3.2021]. Dostupné z: <http://www.catalystcompanies.co/framework-collaborative-economy-honeycomb/>

PTÁČEK, Michal, 2014. Jak začalo a následně uspělo Airbnb, jehož hodnota se dnes odhaduje na 10 miliard dolarů?. [online]. [cit. 17.3.2021]. Dostupné z: <https://www.czechcrunch.cz/2014/05/jak-zacalo-a-nasledne-uspelo-airbnb-jehoz-hodnota-se-dnes-odhaduje-na-10-miliard-dolaru/>

SCHOLZOVÁ, Lucie, 2020. Dvě tváře sdílené ekonomiky. [online]. [1.3.2021]. Dostupné z: <https://medium.com/edtech-kisk/dv%C4%9B-tv%C3%A1%C5%99e-sd%C3%ADlen%C3%A9-ekonomiky-8f83930765a>

SOU, 2018. Kontroverzní sdílená ekonomika. Čtěte, jak funguje Uber a další služby. [online]. [cit. 5.4.2019]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/kontroverzni-sdilena-ekonomika-ctete-jak-funguje-uber-a-dalsi-sluzby-1344230>

STATISTA RESEARCH DEPARTMENT, 2020. Value of the sharing economy worldwide in 2014 and 2025. [online]. [cit. 10.3.2021]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/830986/value-of-the-global-sharing-economy/>

STONE, Brad, 2019. Uber a Airbnb mění svět: Příběhy sdílené ekonomiky. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-0779-7.

THE EDITORS OF ENCYCLOPAEDIA BRITANNICA, 2021. eBay online auction company. [online]. [cit. 2.3.2021]. Dostupné z: <https://www.britannica.com/topic/eBay>

UBER, 2021. [online]. [cit. 19.3.2021]. <https://www.uber.com/cz/cs/ride/ride-options/>

ÚŘAD VLÁDY ČR, 2017. Analýza sdílené ekonomiky a digitální platform. [online]. [cit. 14.3.2021]. Dostupné z: [https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha\\_\\_4\\_\\_Material\\_\\_Analyza.pdf](https://www.vlada.cz/assets/urad-vlady/poskytovani-informaci/poskytnute-informace-na-zadost/Priloha__4__Material__Analyza.pdf)

VALENTOVÁ, Michaela, 2018. Sdílená ekonomika – nový druh podnikání. [online]. [cit. 5.3.2021]. Dostupné z: <https://portal.pohoda.cz/pro-podnikatele/uz-podnikam/sdilena-ekonomika-%E2%80%93-novy-druh-podnikani/>

WHITE ORANGE SOFTWARE, nedatováno. [Uber success timeline] In: Pinterest. [online]. [cit. 25.3.2021]. Dostupné z: <https://www.pinterest.de/pin/795377984174647791/>

WOLT, 2021. About. [online]. [cit. 4.4.2021]. Dostupné z: <https://wolt.com/en/about>

-MIC-, 2018. Je UBER taxi? Jak funguje, proč proti němu protestují taxikáři a proč ho chtějí zakázat. [online]. [19.3.2021]. Dostupné z: <https://www.reflex.cz/uber-taxi-protesty>

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Triangular realitionship.....	8
Obrázek 2: Hodnota sdílené ekonomiky v roce 2014 a 2025.....	12
Obrázek 3: Collaborative economy Honeycomb.....	17
Obrázek 4: Collaborative economy Honeycomb version 3.0.....	18
Obrázek 5: Logo Airbnb.....	19
Obrázek 6: Cereálie Obama O's a Cap'n McCains.....	20
Obrázek 7: Časová osa společnosti Airbnb.....	22
Obrázek 8: Logo Uber.....	23
Obrázek 9: Tweet Trávise Kalanicka.....	26
Obrázek 10: Časová osa společnosti Uber.....	28
Obrázek 11: Logo Wolt.....	29

## Seznam grafů

Graf 1: Jaké je vaše pohlaví?.....	34
Graf 2: Do jaké věkové skupiny spadáte?.....	35
Graf 3: Víte, co znamená pojem: "sdílená ekonomika"?.....	35
Graf 4: Víte, co znamená pojem: "spoluspotřebitelství"?.....	36
Graf 5: Jak moc je pro vás důležité mít majetek v soukromém vlastnictví?.....	36
Graf 6: Vlastníte auto?.....	37
Graf 7: Používáte sdílená auta? (společnosti typu Car4way, Anytime, Uniqway atd.) ..	37
Graf 8: Vlastníte nějakou nemovitost?.....	38
Graf 9: Z jakého důvodu nemáte žádnou nemovitost v soukromém vlastnictví?.....	39
Graf 10: Jaký typ nemovitosti vlastníte?.....	39
Graf 11: Poskytujete vaši nemovitost ke krátkodobému pronájmu?.....	40
Graf 12: Kterou z těchto možností preferujete, při výběru krátkodobého ubytování? ..	41
Graf 13: Kterou formu taxislužeb preferujete?.....	42
Graf 14: Z jakého důvodu preferujete tuto možnost oproti běžným taxislužbám? .....	43
Graf 15: Z jakého důvodu preferujete běžné taxi?.....	43
Graf 16: Proč nepoužíváte sdílené taxi?.....	44
Graf 17: Nechali jste si někdy dovézt jídlo z restaurace?.....	44
Graf 18: Proč ne?.....	45
Graf 19: Jakou variantu preferujete při objednávání dovozu jídel z restaurace? .....	45

# Evidence výpůjček

Prohlášení:

Dávám svolení k půjčování této bakalářské práce. Uživatel potvrzuje svým podpisem, že bude tuto práci řádně citovat v seznamu použité literatury.

Jméno a příjmení: Roman Pištora

V Praze dne:

Podpis:

<b>Jméno</b>	<b>Oddělení/ Pracoviště</b>	<b>Datum</b>	<b>Podpis</b>