Vysoká škola ekonomická v Praze

Národohospodářská fakulta

Hlavní specializace: Národní hospodářství



SDÍLENÁ EKONOMIKA JAKO INOVATIVNÍ NÁSTROJ SMĚNY V OBLASTI FINANČNÍCH SLUŽEB V KONTEXTU PŘETRVÁVAJÍCÍ DIGITÁLNÍ REVOLUCE NA ÚZEMÍ ČR V ROCE 2016

bakalářská práce

Autor: Sergey Demyanenko

Vedoucí práce: Mgr. Vladimír Barák

Rok: 2017

Prohlašuji na svou čest, že jsem bakalářskou práci vypracoval samostatně a s použitím uvedené literatury.

Sergey Demyanenko

V Praze, dne 1. 5. 2017

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Mgr. Vladimíru Barákovi za vedení mé bakalářské práce, jeho užitečné rady a nezaměnitelné zkušenosti, které mi předal během sepsání této odborné práce.

Vysoká škola ekonomická v Praze
Katedra hospodářské a sociální politiky

Národohospodářská fakulta
Akademický rok: 2016/2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Zpracovatel : **Sergey Demyanenko**

Studijní program: Ekonomie a hospodářská správa

Obor: Národní hospodářství

Název tématu: **Sdílená ekonomika jako inovativní nástroj směny v oblasti finančních služeb v kontextu přetrvávající digitální revoluce na území ČR v roce 2016**

Zásady pro vypracování:

1. Cíl práce:
   Bakalářská práce se bude zabývat problematikou tzv. sdílené ekonomiky, která je založena na myšlence pronájmu, sdílení a výměně kapitálu a služeb. Primárním cílem práce bude určit dopad finančního sektoru sdílené ekonomiky na preference vybraných skupin spotřebitelů, jako jsou studenti vysokých škol a osoby zaměstnané na plný úvazek, a definovat její hlavní přínosy v porovnání s již zavedenými tradičními službami. Sekundárním cílem práce bude analýza vnímání sdílené ekonomiky jako celku buď jako dočasného fenoménu, nebo dalším stupněm směny v kontextu neustále se digitalizující společnosti.
2. Význam, aktuálnost nebo očekávaný přínos zvoleného tématu:
   Sdílená ekonomika, „spoluspotřebitelství" a peer-to-peer služby jsou novodobými pojmy, které vznikají společně s rozvojem technologií umožňujících efektivnější optimalizaci zdrojů skrze sdílení přebytečných zásob kapitálu a služeb. Důležitou roli v rozvoji těchto technologií beze sporu hraje neustále se zdokonalující technologické inovace, přístup ke globální síti i v těch nejvzdálenějších částech světa a samozřejmě ochota lidí minimalizovat své transakční náklady. Sdílená ekonomika mimo jiné přináší i efektivnější využití dostupných zdrojů na makroekonomické úrovni a dává možnost držitelům tohoto kapitálu zpeněžit dostupný zdroj.
3. Charakteristika teoretické části práce:
   Teoretická část bakalářské práce bude věnována vymezení pojmu sdílené ekonomiky a popisu jejího uplatnění v různých sférách sociální interakce. Tato část podrobně nahlédne na dopad komercializace „spoluspotřebitelství" jako na faktor pro její dynamický rozvoj a popíše konkrétní rozdělení finančního sektoru sdílené ekonomiky na crowdfundingové společnosti, tzv. peer-to-peer banking, peer-to-peer lending, peer-to-peer směnárny a virtuální měny.
4. Charakteristika praktické části práce:
   Praktická část práce bude pojata formou kvantitativního výzkumu skrze dotazníkového šetření, které má zmapovat přístup veřejnosti ke službám sdílené ekonomiky. Cílem této části je zjistit, zda jsou si čeští zákaznicí vědomi existence těchto služeb, mají důvěru a úspěch u českých zákazníků v porovnání s běžnými službami a určit hlavní přínos podobných projektů.
5. Klíčová slova:
   Sdílená ekonomika, finanční sektor, peer-to-peer, spoluspotřebitelství

Rozsah práce: min. 45 normostran

Seznam odborné literatury:

1. *Collaborative communities [elektronický zdroj] : partnering for profit in the networked economy.* Chicago: Dearborn Trade, 2001.
2. *P2P [elektronický zdroj] : how peer-to-peer technology is revolutionizing the way we do business.* Chicago, IL: Dearborn Trade Pub., 2002.
3. TAPSCOTT, D. *Digitální ekonomika : naděje a hrozby věku informační společnosti.* Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-176-2.
4. MOENNINGHOFF, Sebastian C. a Axel WIEANDT. The Future of Peer-to-Peer Finance. Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung [online]. 2013, 23 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: https://ssrn.com/abstract=2439088
5. OECD. OECD Digital Economy Outlook 2015 [online]. 2015, 284 s. [cit. 2017-03-02]. ISBN 9789264232440. DOI 10.1787/9789264232440-en. Dostupné z: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-digital-economy-outlook-2015_9789264232440-en

Datum zadání bakalářské práce: březen 2017

Termín odevzdání bakalářské práce: květen 2017

Sergey Demyanenko
Řešitel

Mgr. Vladimír Barák
Vedoucí práce

doc. Ing. Miroslav Ševčík, CSc.
Vedoucí katedry

doc. Ing. Miroslav Ševčík, CSc.
Děkan NF VŠE

Abstrakt

Bakalářská práce zkoumá problematiku tzv. sdílené ekonomiky a jejího dopadu na spotřebitelské chování jedinců v České republice. Teoretická část práce vymezuje historický, sociální a ekonomický kontext, jenž umožnil zrod tohoto moderního modelu směny, a poskytuje přehled o finančních službách sdílené ekonomiky, které působí na českém trhu. Empirická část pojatá formou dotazníkového šetření odhaluje hlavní přínosy služeb sdílené ekonomiky, charakterizuje vnímání finančních služeb spoluspotřebitelství vymezenou skupinou obyvatelstva České republiky a zkoumá potenciální vývoj tohoto modelu jako celku. Z výsledků výzkumného šetření vyplývá, že nehledě na poměrně nízkou úroveň důvěry ve služby spoluspotřebitelství a jen velice omezené povědomí o finančních službách sdílené ekonomiky, lze předpokládat budoucí pozitivní vývoj tohoto modelu směny, který za správných podmínek nabyde značného národohospodářského významu.

Klíčová slova: sdílená ekonomika, spoluspotřebitelství, peer-to-peer, digitální revoluce, finanční služby, internet, P2P úvěrování, inovace

JEL klasifikace: E21, L86, O30, O33

Abstract

The bachelor thesis examines the issue of so called sharing economy and its impact on consumer behavior of individuals in the Czech Republic. The theoretical part of thesis defines the historical, social and economic context, that enabled the emergence of this modern exchange model and provides an overview of the financial services in the sharing economy operating on the Czech market. The empirical part presented in the form of a questionnaire survey reveals the main benefits of services of the sharing economy, defines the perception of financial services of collaborative consumption by a specific group of population of the Czech Republic and examines the potential development of this model as a whole. The results of the research indicate that, notwithstanding the relatively low level of trust in the collaborative consumption services and quite limited familiarity with the financial services of the sharing economy, the future positive development of this exchange model, which under the right conditions will gain significant national economic significance, may be expected.

Key words: sharing economy, collaborative consumption, peer-to-peer, digital revolution, financial services, internet, P2P lending, innovation

JEL classification: E21, L86, O30, O33

OBSAH

Úvod **10**

TEORETICKÁ ČÁST

1. Digitální revoluce **12**

1.1 Sociální význam digitální revoluce **13**

1.2 Digitální demence **14**

1.3 Digitální revoluce v České republice **15**

1.4 Proces prohlubování digitální revoluce v ČR z pohledu rozvoje telekomunikačních technologií **16**

1.5 Digitalizace služeb **16**

2. Sdílená ekonomika **17**

2.1 Historický vývoj sdílené ekonomiky **18**

2.2 Prvopočátky moderní sdílené ekonomiky **19**

2.3 Působení sdílené ekonomiky **20**

2.3.1 Peer-to-peer tržiště 20

2.3.2 Přerozdělovací trhy 20

2.3.3 Kolaborativní životní styl 21

2.4 Přínosy sdílené ekonomiky **21**

2.5 Výhody sdílené ekonomiky **22**

2.6 Kritika sdílené ekonomiky **23**

2.6.1 Vliv na existující odvětví 23

2.6.2 Omezení ze strany provozovatelů služeb 23

2.6.3 Vliv na zaměstnanost 23

2.6.4 Regulace odvětví sdílené ekonomiky 24

2.7 Ekonomické a sociální dopady sdílené ekonomiky **26**

3. Druhy a produkty spoluspotřebitelství **28**

3.1 Nemovitostí a ubytovací služby **28**

3.1.1 Airbnb 29

3.1.2 CouchSurfing 31

3.2 Osobní doprava **33**

3.2.1 Uber 33

3.2.2 BlaBlaCar 35

3.3 Finanční služby **35**

3.3.1 Peer-to-peer úvěrování 36

3.3.2 Peer-to-peer pojišťovnictví 38

3.3.3 Crowdfunding ... 40
3.3.4 Peer-to-peer směnárny ... 42
3.3.5 Kryptoměny ... 43

4. Ekonomické učení ... 44

4.1 Behaviorální ekonomie ... 44

4.1.1 Charakteristika ... 44
4.1.2 Význam důvěry ve sdílené ekonomice ... 45

EMPIRICKÁ ČÁST

5. Výzkumné šetření ... 48

5.1 Metodika výzkumného šetření ... 51
5.2 Výzkumná technika ... 52
5.3 Výzkumný soubor ... 53

6. Výsledky výzkumného šetření ... 55

6.1 Oddíl A: Identifikační otázky ... 55
6.2 Oddíl B: Sdílená ekonomika ... 60
6.3 Oddíl C: Hodnocení na základě kritérií ... 65
6.4 Oddíl D: Hodnoty a priority ... 71
6.5 Oddíl E: Hodnocení důvěryhodnosti ... 79
6.6 Oddíl F: Obecná tvrzení o finančních službách sdílené ekonomiky ... 85

7. Zhodnocení výsledků výzkumného šetření ... 88

Závěr ... 93

Seznam použitých zkratek ... 96

Seznam tabulek a grafů ... 97

Zdroje ... 99

Přílohy ... 109

Úvod

Již od prvopočátků digitální revoluce jsme svědky neustálého technologického pokroku, rozvoje osobní přenosné výpočetní techniky a prohloubení globálního propojení, které umožňuje snazší komunikaci a přenos dat ve světovém měřítku. Všechny tyto faktory stojí za zrodem fenoménu tzv. sdílené ekonomiky čili moderního směru v oblasti výměny kapitálu a služeb umožňujícího lidem zpeněžit své nevyužité prostředky. Sdílená ekonomika, často taktéž označovaná pojmem spoluspotřebitelství, je novodobým pojmem, který vzniká společně s rozvojem technologií umožňujících efektivnější optimalizaci zdrojů skrze sdílení přebytečných zásob kapitálu a služeb. Hlavní potenciál tohoto modelu spočívá v možnostech jeho použití v téměř všech existujících odvětvích ekonomiky, včetně dopravy, ubytování, vzdělání, výroby, ale taky i oblasti finančních služeb. Z makroekonomického hlediska se tak jedná o model, který je schopen značně ovlivnit alokaci dostupných zdrojů, jenž zajistí dlouhodobý a udržitelný růst ekonomiky i v době nečekaných ekonomických fluktuací.

První polovina teoretické části práce se věnuje vymezení pojmů, jenž umožnily vznik moderního modelu sdílené ekonomiky, a to konkrétně pojmům digitální revoluce a digitalizace služeb. Zde se na digitální revoluci nahlíží z hlediska jejího sociálního významu, stejně jako jejího dopadu na obyvatele České republiky. Dále se teoretická část zaměřuje na základní charakteristiku fenoménu sdílené ekonomiky, její historický vývoj od samých prvopočátků, a podrobně popisuje aktuální oblast působení principu spoluspotřebitelství v dílčích odvětvích národního hospodářství. Nedílnou součástí charakteristiky sdílené ekonomiky je samozřejmě definice jejich přínosů a výhod, které nabízí v porovnání s konvenčními službami, ale také i kritika, s níž se setkávají projekty založené na principu spoluspotřebitelství. Druhá polovina teoretické části práce popisuje členění služeb sdílené ekonomiky do celkem tři odvětví s vymezením jednotlivých projektů spadajících do příslušných odvětví.

Empirická část práce pojatá formou kvantitativního výzkumu se pak soustředí na určení dopadu finančního sektoru sdílené ekonomiky na preference vybraných skupin spotřebitelů. Tato část nicméně svým obsahem značně přesahuje původní záměr a nabízí tak zcela komplexní přehled služeb spoluspotřebitelství umožňujícího vytvořit si všestranný náhled na vnímání současných služeb sdílené ekonomiky i mimo finanční

oblast. Kvantitativní výzkum se dále zaměřuje na získání poznatků o povaze interakce zákazníka se službami sdílené ekonomiky potřebných k testování definovaných hypotéz ohledně charakteru konceptu spoluspotřebitelství, buď pouze jako dočasného fenoménu, nebo dalšího stupně směny v kontextu neustále se digitalizující společnosti. Vzhledem ke skutečnosti, že se finanční služby sdílené ekonomiky svou strukturou a principem fungování zásadně neliší od jiných služeb sdílené ekonomiky, je přístup veřejnosti k celému konceptu spoluspotřebitelství zkoumán prostřednictvím základních tvrzení, z nichž lze vyvodit jednoznačné a jasné závěry.

Záměrem práce je tedy, mimo primárně vymezený cíl, pokus o vytvoření explikativního uceleného pohledu na služby sdílené ekonomiky a určení hlavních motivačních faktorů ovlivňujících uživatele v rozhodovacím procesu týkajících výběru konvenčních nebo alternativních služeb.

TEORETICKÁ ČÁST

1. Digitální revoluce

Stejně jako první a druhá průmyslová revoluce, která kompletně změnila veškerá odvětví hospodářského sektoru přechodem od manufakturní ruční výroby k strojní velkovýrobě za pomoci nových zdrojů energie, tak i digitální revoluce, která je často označovaná jako třetí průmyslová revoluce, mění odvětví a dává výrobním postupům nový rozměr.[1]

Nejvýznamnějším vynálezem druhé poloviny 40. let 20. století, který napomohl dynamičtějšímu rozvoji digitálních technologií, bylo vytvoření tranzistoru neboli polovodičové součástky, která tvoří základ téměř všech dnešních integrovaných obvodů, jako jsou například procesory, paměťové karty a další.[2]

Postupným přesunem mechanických a analogových elektronických technologií k vyspělejším digitálním započal proces celosvětové globalizace a vzájemného propojení světa. Počátkem digitální revoluce mimo jiné započíná proces tzv. „informační éry“, ve které nové technologie zcela mění obchodní modely společnosti, která začíná zvažovat alternativní způsoby nakládání s dostupnými zdroji za účelem snížení transakčních nákladů.[3] Právě díky počítačovým a komunikačním prostředkům dnes máme možnost využívat zcela nových služeb, které operují pouze na online bázi, ku příkladu rezervační systémy ubytování, prodej místenek a letenek, elektronické platby, automatizované řízení výroby a další.[4]

---

[1] SAXENIAN, AnnaLee a GLUSHKO, Robert. *Technology and Workforce: Comparison between the Information Revolution and the Industrial Revolution* [online]. Berkeley, 2007 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://infoscience.epfl.ch/record/146804/files/ InformationSchool.pdf

[2] KEATING, Bernie. A ROMP THRU SCIENCE: *Plato and Einstein to Steve Jobs.* Bloomington: AuthorHouse, 2012. ISBN 978-1-4772-2380-2

[3] What is the Digital Revolution? In: *International Telecommunication Union* [online]. United Nations Development Group [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.itu.int/net/wsis/basic/faqs_answer.asp?lang=en&faq_id=42

[4] SKRBEK, Jan a LAMER, Marina. Informatika 1-2. In: *TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI. Depozitář studijních materiálů MultiEdu: Ekonomická fakulta EFIS* [online]. [vid. 2017-04-01].
Dostupné z: http://multiedu.tul.cz/~jan.skrbek/multiedu/IN2/INN1-14-02.pdf

1.1 Sociální význam digitální revoluce

Přetrvávající digitální revoluce bez pochyby způsobuje významné změny v životním stylu mnoha jedinců a umožňuje čím dál, tím více skupinám obyvatelstva bezbariérovou komunikaci a neomezený přístup k informacím. Tyto dva pozitivní faktory zároveň mají podstatný vliv na celkovou globalizaci světových ekonomik díky změnám povahy interakcí mezi zákazníkem a firmou a efektivnější alokaci dostupných zdrojů.[5]

Dopad technologického pokroku může být hodnocen z pohledu rychlosti, jakou dokáže jistá technologie nebo produkt ovlivnit spotřebitelské chování širších skupin zákazníků. Ve svém výzkumu technologií, která přinesla digitální revoluce, se analytik G. Kofi Annan pokusil stanovit časové rozmezí potřebné pro dosažení 50 milionů uživatelů jako jistého milníku v otázce vlivu technologií. Dospěl k výsledkům, že pro dosažení tohoto počtu uživatelů telefonní technologie potřebovaly 75 let, rádio 38 let, televize 13 let, internet čtyři roky, sociální síť Facebook tři a půl roku a mobilní aplikace Angry Birds pouhých 35 dnů.[6] Z těchto závěrů je zřejmě patrné, že digitální revoluce přináší téměř okamžitý přístup k nejnovějším technologiím, a především také informacím.

Jednou z nejdůležitějších technologií zrozenou v období digitální revoluce je beze sporu celosvětový systém propojených počítačových sítí, obecně známý jako síť internet. Od roku 1995 celosvětový počet uživatelů vzrostl z 16 milionů uživatelů, což představovalo zhruba 0,4 % obyvatelstva Země, na 3696 milionů uživatelů ke konci roku 2016, což představovalo 49,5 % celkové populace na Zemi (viz Tabulka 1).[7]

---

[5] BRYNJOLFSSON, Eric a HITT, Lorin. Computing Productivity: Firm-Level Evidence. *The Review of Economics and Statistics* [online]. Cambridge, MA: The MIT Press, 2003, 85(4), 793–808 [vid. 2017-04-01]. ISSN 00346535. Dostupné z: http://www.jstor.org/stable/3211806

[6] ANNAN, G. Kofi. Radio took 38 yrs to get 50 million users, Angry Birds Space took 35 days [Infographic]. In: *Trickle-Up: G. Kofi Annan's Innovation & Culture musings* [online]. 2012-05-01 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://innovation.gkofiannan.com/2012/05/01/radio-took-38-yrs-to-reach-50-million-users-o/

[7] Internet Growth Statistics: Today's road to e-Commerce and Global Trade Internet Technology Reports. In: *Internet World Stats: Usage and Population Statistics* [online]. Miniwatts Marketing Group, 2017-03-26 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm

Tabulka 1 – celosvětový počet uživatelů internetu ke dni 25. 03. 2017

Světové regiony	Počet obyvatel (2017)	% obyv. Země	Počet uživatelů k 31. 03. 2017	Průnik (% obyv. regionu)	Růst 2000-2017	% uživatelů
Afrika	1 246 504 865	16,6 %	345 676 501	27,7 %	7 557,2 %	9,3 %
Asie	4 148 177 672	55,2 %	1 873 856 654	45,2 %	1 539,4 %	50,2 %
Evropa	822 710 362	10,9 %	636 971 824	77,4 %	506,1 %	17,1 %
Jižní Amerika	647 604 645	8,6 %	385 919 382	59,6 %	2 035,8 %	10,3 %
Blízký východ	250 327 574	3,3 %	141 931 765	56,7 %	4 220,9 %	3,8 %
Severní Amerika	363 224 006	4,8 %	320 068 243	88,1 %	196,1 %	8,6 %
Oceánie	40 479 846	0,5 %	27 549 054	68,1 %	261,5 %	0,7 %
CELKEM	**7 519 028 970**	**100,0 %**	**3 731 973 423**	**49,6 %**	**933,8 %**	**100,0 %**

Zdroj: Internet Growth Statistics, 2017 [8]

Digitální revoluce nicméně má dle názoru určitých skupin obyvatelstva i značně negativní dopady, konkrétně v oblasti ochrany soukromí,[9] závislosti na světových finančních trzích a zranitelnosti intelektuálního vlastnictví.[10]

1.2 Digitální demence

O dalším negativním dopadu neustále se digitalizující společnosti hovoří německý psychiatr a psycholog Manfred Spitzer, který přichází s pojmem tzv. digitální demence. Digitální demence popisuje stav člověka, jenž má poruchy soustředění pozornosti a samostatnosti myšlení v důsledku dlouhodobého použití moderních technologií. Ztráta

[8] Internet Growth Statistics: Today's road to e-Commerce and Global Trade Internet Technology Reports. In: *Internet World Stats: Usage and Population Statistics* [online]. Miniwatts Marketing Group, 2017-03-26 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm

[9] BROOKE, Heather. INSIDE THE DIGITAL REVOLUTION. *Journal of International Affairs* [online]. 2016, vol. 70, no. 1, s. 29-53,10. ISSN 0022197X. Dostupné z: https://search-proquest-com.zdroje.vse.cz/docview/1855797544?accountid=17203

[10] HOWARD-JONES, Paul. The impact of digital technologies on human wellbeing: Evidence from the sciences of mind and brain. In: Nominet Trust [online]. 2011-07 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.nominettrust.org.uk/sites/default/files/NT%20SoA%20-%20The%20impact%20of%20digital%20technologies%20on%20human%20wellbeing.pdf

řady mentálních dovedností, jako například schopnost si zapamatovat důležité detaily, je dle Spitzera způsobena extrémní a dlouhodobou závislostí na elektronických zařízeních.[11]

Ve svých výzkumech Spitzer dospěl k závěrům, že kontinuálním využitím digitálních médií výkonnost lidského mozku klesá, což zároveň ovlivňuje naši vůli, emoce, a především sociální chování. Dále zdůraznil, že vlivem digitálních médií na mentální vývoj mladých lidí je duševní výkonnost takových jedinců pod úrovní jejich možností.[12]

1.3 Digitální revoluce v České republice

Česká republika, jakožto malá a velmi otevřená ekonomika, se aktivně podílí na procesu digitalizace téměř ve všech odvětvích své ekonomiky a rozhodně v tomto ohledu nezaostává za vyspělejšími západními státy. Jednou z nejdůležitějších součástí digitalizace je umožnění jednoduššího přístupu k výpočetní technice, mobilním zařízením a globální síti internet. Od 90. let 20. st. v České republice počet uživatelů přenosné osobní výpočetní techniky a mobilních zařízení prudce vzrostl na 40,6 % a na 96 % (viz Příloha 2).[13]

Dle odhadů má počet uživatelů s přístupem k celosvětové síti internet v České republice nárůst na 8,2 milionů uživatelů v roce 2019 oproti 7,2 milionům uživatelům v roce 2014.[14] Podíl uživatelů s přístupem k celosvětové síti internet z mobilních zařízení v tomtéž období zaznamenal narůst z 68 % na 77 % (pozn.: jedinci všech věkových kategorií, kteří používají internet kdekoliv na území České republiky prostřednictvím jakéhokoliv zařízení alespoň jednou za měsíc).[15]

---

[11] SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sebe a naše děti o rozum*. Přeložil František Ryčí. Czech edition. Brno: Host — vydavatelství, s. r. o., 2014. ISBN 978-80-7294-872-7

[12] Tamtéž

[13] Tabulka 16: Jednotlivci v České republice používající vybrané informační a komunikační technologie; 2. čtvrtletí 2014. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/23164307/0620041416.pdf

[14] LIU, Cindy. WORLDWIDE INTERNET AND MOBILE USERS: eMarketer's Updated Estimates for 2015. In: *AP INSIGHTS* [online]. eMarketer, 2015-08 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://insights.ap.org/uploads/images/eMarketer_Estimates_2015.pdf

[15] Tamtéž

1.4 Proces prohlubování digitální revoluce v ČR z pohledu rozvoje telekomunikačních technologií

Význam přístupu k vysokorychlostnímu internetu, jako jednoho z faktorů prohloubení procesu digitalizace ekonomiky, zdůrazňuje národní plán rozvoje sítí nové generace Ministerstva průmyslu a obchodu (dále MPO) České republiky. Dle MPO „*má dostupnost vysokorychlostního připojení k síti internet pro občany a podnikatele […] strategický význam pro udržitelný a inkluzívní růst hospodářství a implementaci inovací, a také povede ke zlepšení podmínek sociální a územní soudržnosti*“.[16] Navíc, vyspělost telekomunikačních technologií nemá pouze socioekonomické výhody, ale taktéž podporuje i sociální začleňování a zaměstnanost.

Rostoucí poptávku po digitálních službách ze strany domácností a firemních účastníků v České republice potvrzuje neustále zvyšující se narůst nabídky a kontinuální pokles cen za tyto služby. Tyto faktory dohromady vytváří nové příležitosti, dávají základ novým pracovním místům a posilují moderní druhy práce, např. práci z domova. Nicméně, probíhající digitalizace má i svá rizika, jako třeba „*nedostatečný stupeň digitální gramotnosti a dovednosti obyvatelstva či neadekvátní obrana vůči kybernetické kriminalitě*.“[17]

1.5 Digitalizace služeb

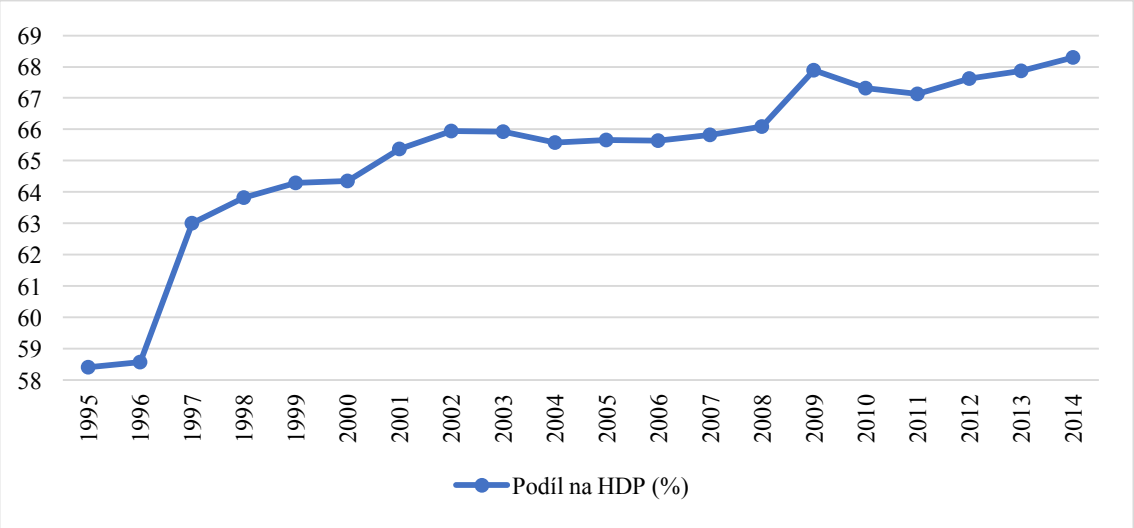
V posledních desetiletích digitální revoluce ovlivnila všechna odvětví ekonomiky, a to jak primárního a sekundárního sektoru národního hospodářství, tak především i sektoru terciální. Terciální sektor, jakožto nejdynamičtější složka národního hospodářství, definuje vyspělost země, a proto se i tento sektor musel silně digitalizovat za účelem zvýšení konkurenceschopnosti ekonomik a případného vytvoření komparativních výhod.

[16] Národní plán rozvoje sítí nové generace. In: *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2016 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.mpo.cz/assets/cz/e-komunikace-a-posta/elektronicke-komunikace/koncepce-a-strategie/narodni-plan-rozvoje-siti-nga/2016/11/NPRSNG-27-9-2016.pdf

[17] Tamtéž

Současný význam terciálního sektoru potvrzuje i jeho podíl na celosvětovém hrubém domácím produktu (viz Graf 1).[18]

Graf 1 – podíl terciálního sektoru na celosvětovém HDP



Zdroj: The World Bank, 2017 [18]

Příkladem digitalizace služeb ve vládním sektoru mohou být opatření vládních organizací, která mají umožnit občanům jednodušší přístup občanů k informacím, zlepšit účinnost dopravy a zjednodušit komunikaci s úřady. V soukromém sektoru se pak může jednat třeba o elektronické platby, rezervační systémy nebo o sdílení intelektuálního vlastnictví.[19]

2. Sdílená ekonomika

Dle definice oxfordského slovníku je sdílená ekonomika definována jako „*ekonomický systém, v němž soukromé osoby obvykle prostřednictvím internetu sdílí statky nebo služby, a to buď zdarma nebo za poplatek*“.[20] Pojem „sdílená ekonomika“ (mnohdy také nazývaná „spoluspotřebitelství“, sdílená spotřeba či peer-to-peer ekonomika) nicméně dle mnoha odborníků nemá pevně vymezenou definici a označuje spíše soubor

[18] Services, etc., value added (% of GDP) [tabulka]. In: *The World Bank* [online]. Vygenerováno 07.04.2017 17:00:00 [vid. 2017-04-07]. Dostupné z: http://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.ZS

[19] Our Solutions – Digitization of Services. In: *Citi* [online]. 2016 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.citigroup.com/citi/citiforcities/solutions/digitization.htm

[20] Definition of sharing economy in English: sharing economy. *English: Oxford Living Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2017 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy

ekonomických a společenských aktivit založených na myšlence směny kapitálu a služeb za účelem snížení nákladů při spotřebě či správě osobního vlastnictví.[21] Sdílená ekonomika především popírá tzv. „hyperkonzumerismus“ (spotřební chování podporující bezúčelové nadměrné nakupování nových věcí) a klade velký důraz na přínos společné spotřeby jako způsobu optimalizace výroby statků a služeb.[22]

2.1 Historický vývoj sdílené ekonomiky

Mnozí vědci a sociologové se domnívají, že druh Homo sapiens sapiens využíval výhod sdílení a společné spotřeby za účelem přežívání už od samých prvopočátku své existence. Dle autora knihy „*Wired for Culture: the Natural History of Cooperation”* Marka Pegla, lidé začali využívat výhod kooperativního chování z důvodů jeho nezaměnitelného přínosu. Argumentuje, že se díky lidským obzvlášť pokročilým kognitivním, jazykovým a jiným dovednostem vyvíjela sociální interakce takovým způsobem, který umožnil rozkvět altruistické spolupráce. Lidé si brzy uvědomili, že výnosy kooperativního chování značně převyšuje náklady, a že právě skupiny s velkou mírou kooperace mají větší šance na přežití.[23]

Tato primitivní vzájemně přínosná kooperace se časem transformovala do jednoduchého barterového systému, kde se naplňovala tzv. „dvojnásobná shoda potřeb“ neboli situace, kdy jiný jedinec vlastní přesně takové zboží, které já potřebuji, a současně ten jedinec potřebuje přesně to zboží, které vlastním já.[24] S růstem populace a s příchodem komplexnějších potřeb lidstva ale bylo stále obtížnější naplnit tyto shody potřeb, a proto se zavádí univerzální prostředek směny v podobě peněz.

Právě vynález peněz významně přispěl budoucímu rozvoji sdílené ekonomiky, například systému vzájemného pojištění námořníků v Itálii, kteří prostřednictvím pravidelných příspěvků do společného fondu získávali odškodnění v případě nečekaných událostí.

---

[21] BOTSMAN, Rachel. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. In: *Fast Company* [online]. Fast Company, 2013-11-21 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition

[22] SIRGY, M. Joseph, 2001. Handbook of Quality-of-Life Research [online]. Dordrecht: Springer Netherlands. Social Indicators Research Series [vid. 2017-04-07]. ISBN 978-90-481-5891-1. Dostupné z: doi:10.1007/978-94-015-9837-8

[23] PAGEL, Mark D, 2013. Wired for culture: the natural history of human cooperation. London: Penguin. ISBN 978-0-14-1031606.

[24] JEVONS, William Stanley. *Money and the mechanism of exchange*. 2nd ed. London: Henry S. King, 1876. xviii, 349 s., 47 s. příl. The international scientific series; vol. XVII.

2.2 Prvopočátky moderní sdílené ekonomiky

Pojem „spoluspotřebitelství“ se poprvé objevuje počátkem 21. století společně s rostoucím počtem celosvětové populace a otázkou efektivní alokace zdrojů. V otázce prvopočátků moderní sdílené ekonomiky je proto zcela nezbytné vymezit makroekonomický a sociologický kontext, jenž umožnil zrod tohoto modelu a definoval jeho budoucí vývoj.[25]

Zaprvé, technologické inovace a s ním spojený vývoj marketingových služeb sehrál klíčovou roli ve vývoji platforem umožňujících spojení jedinců hledajících možnosti ke zhodnocení svého vlastnictví či naopak těch, kteří vyhledávají levnější alternativy potřebných statků či služeb. Prvním příkladem moderního digitálního spoluspotřebitelství se stalo tzv. Open Source hnutí v 90. letech 20. století propagující veřejný přístup ke zdrojovým kódům, které později napomohlo k prudkému vývoji počítačových systému a programů. Dalším stupněm digitální směny se staly platformy k výměně intelektuálního vlastnictví, jako třeba hudby, filmů či elektronických knih. Tyto platformy se následně přesunuly z prostředí virtuálního do prostředí fyzického, například v podobě služeb k výměně zboží, oblečení či jiných každodenních věcí.

Zadruhé, nestabilní situace na světových finančních trzích na počátku 21. století donutila spotřebitele vyhledávat méně rizikové a levnější alternativy konvenčních služeb. Ve spojení s dostupnějšími informačními prostředky se takto vytvořila ohromná poptávka po alternativních službách a v reakci na to postupně vznikala i odpovídající nabídka.[26]

Zatřetí, politická angažovanost státu v osobních záležitostech občanů, stále silnější regulace sektoru služeb, a naopak neschopnost státu zajistit přiměřenou úroveň životní pro všechny své občany, nutí lidí využívat služeb, které mají tato omezení buď odstranit či nedostatky doplnit.[27]

---

[25] ERTZ, Myriam, Fabien DURIF a Manon ARCAND, 2016. An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and Its Implications for Marketing [online]. SSRN Scholarly Paper ID 2799862. Rochester, NY: Social Science Research Network [vid. 2017-04-07]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/abstract=2799862

[26] SUNDARAJAN, Arun. The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism. 1. Cambridge, MA: The MIT Press, 2016. ISBN 978-026-2034-579.

[27] Tamtéž

Začtvrté, veškeré společenské změny, jako jsou technologické inovace, nestabilita na finančních trzích a státní kontrola, je třeba pojmout v širším sociálním kontextu myšlenkového směru postmodernismu. Postmodernismus uznává jistou úroveň kontroly v důsledku vědeckého progresu jako potřebnou v otázce lepší kvality života, ale zároveň přehodnocuje tradiční hodnoty západních společností.[28] Spotřeba již není vertikálně organizovanou strukturou stanovenou kolektivními normami, nýbrž horizontální, založenou na systému „sociálních sítí".

2.3 Působení sdílené ekonomiky

Během své poměrně krátké existence moderní spoluspotřebitelství zasáhlo do mnoha odvětví ekonomiky a dá se proto celkem jasně rozdělit spotřebitelství do několika kategorií dle povahy interakci jejich uživatelů.

2.3.1 Peer-to-peer tržiště

Peer-to-peer neboli „person-to-person" prostředí ve sdílené ekonomice nejčastěji popisuje vztah dvou či více uživatelů, jenž mezi sebou prostřednictvím internetu uzavírají obchody, sdílí data a vyměňují informace. Uživatelé zde platí za možnost využití statků, aniž by je měli přímo ve vlastnictví a nesli tak nevyžádané nadměrné náklady na jejich pořízení či údržbu. Příkladem podobných služeb může být sdílení dopravních prostředků (aut, městských kol, lodí atd.), nemovitostí (pronájem chat, chalup či apartmánů) nebo dokonce spotřebních statků každodenního charakteru, jako třeba nářadí (zahradního, stavebního atd.).[29]

2.3.2 Přerozdělovací trhy

Hlavním konceptem tzv. přerozdělovacích trhů sdílené ekonomiky je naplnění paradigmatu „dvojnásobné shody potřeb". Díky dokonalejším informacím o vlastnictví jiných subjektů a výměně již existujících statků se snižují transakční náklady jednotlivých hráčů na trhu a dochází k celkové efektivnější alokaci statků za předpokladu téměř

[28] BERTENS, Johannes Willem, 1995. The idea of the postmodern: a history. London ; New York: Routledge. ISBN 978-0-415-06011-0.

[29] RIEDY, Chris. Collaborative consumption in Australia. In: *Planetcentric* [online]. 2012-09-25 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://chrisriedy.me/collaborative-consumption-in-australia-35a30f80fb97

nulových finančních nákladů.[30] Kromě toho koncept přerozdělovacích trhů aktivně podporuje iniciativu Zero Waste[31] a tzv. princip „Reduce Reuse Recycle“,[32] který usiluje o to, aby se minimalizovalo množství neodůvodněného odpadu, nevyráběly se nové statky, ale naopak, aby byly co nejdéle a opakovaně využívány.[33]

2.3.3 Kolaborativní životní styl

Služby kolaborativního životního stylu založené na principu peer-to-peer umožňují jedincům vyměňovat aktiva, jako třeba čas, dovedností či dokonce peníze. Konkrétně se může jednat o nabídky ubytovacích služeb, plnění drobných domácích práci či crowdfundingové platformy určených k financování start-upů.[34]

2.4 Přínosy sdílené ekonomiky

Oproti tradičním tržním službám a finančním modelům spoluspotřebitelství nabízí řadu jak primárních, tak i sekundárních benefitů.

Prvním primárním benefitem je bez pochyb ekonomická stránka konceptu spoluspotřebitelství, který dává držitelům statků možnost zapojit se do určitého modelu „mikro podnikání“. Tento model se vyznačuje velkou mírou nezávislosti, flexibility, absenci vstupních bariér a soběstačnosti založené na decentralizovaném systému. Skrze společné sdílení se pak jednotlivé subjekty, které jsou ochotnější využívat nových alternativních služeb, mohou snížit své náklady a zvýšit své výnosy, což je silně motivuje k větší angažovanosti, a tudíž i způsobuje dynamičtější rozvoj tohoto druhu interakce. Dále se díky společné spotřebě nepřímo snižuje znečištění životního prostředí, což je způsobeno dlouhodobějším využitím dílčích zdrojů a poklesem poptávky po nových statcích, jejichž výrobní procesy často obnáší větší zátěž ve smyslu využití přírodních

---

[30] HENTEN, Anders Hansen a WINDEKILDE, Iwona Maria. Transaction costs and the sharing economy. *The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media* [online]. 29 October 2015, 18(1), s. 1-15. [vid. 2017-04-01]. ISSN 1463-6697. Dostupné z: doi:10.1108/info-09-2015-0044

[31] Home. *Zero Waste International Alliance: Working towards a World without taste* [online]. 2015 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://zwia.org/

[32] Reduce, Reuse, Recycle. *United States Environmental Protection Agency* [online]. 2017 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.epa.gov/recycle

[33] RIEDY, Chris. Collaborative consumption in Australia. In: *Planetcentric* [online]. 2012-09-25 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://chrisriedy.me/collaborative-consumption-in-australia-35a30f80fb97

[34] Tamtéž

zdrojů. Mezi primární benefity samozřejmě patří i zvýšení flexibility nezávislé pracovní síly zapojené do nabídky služeb sdílené ekonomiky, což má bezprostřední vliv na její efektivitu a kvalitu.[35]

Mezi sekundárními benefity pak lze zařadit vliv spoluspotřebitelství na sociální vazby ve společnosti a prohloubený pocit sounáležitosti, který mimo jiné podporuje participativní demokracii a maximální zapojení občanů do politického a veřejného života společnosti.[36] Výraznému zlepšení kvality služeb napomáhají i samoregulační systémy založené na ratingovém hodnocení spokojenosti uživatelů, které zabraňuje kvalitativní stagnaci nabízených statků a služeb a motivuje všechny účastníky k technologickému pokroku.[37]

2.5 Výhody sdílené ekonomiky

Z pohledu úspěšnosti stávajících služeb sdílené ekonomiky je potřeba charakterizovat hlavní výhody tohoto ekonomického modelu, které lze shrnout do pěti primárních atributů, jež odůvodňují rozkvět spoluspotřebitelství.

Zaprvé, služby sdílené ekonomiky společně s novými technologiemi poskytují skutečné řešení základních potřeb člověka, jako třeba osobní přepravy, zajištění krátkodobého ubytování či získání potřebné likvidity, což zároveň způsobuje i nezadržitelný exponenciální růst poptávky po těchto službách. Zadruhé, sofistikovaná technologická architektura a uživatelská jednoduchost těchto webových služeb pozitivně ovlivňuje preference uživatelů ve prospěch těchto služeb a vytváří nové inovativní způsoby ke řešení požadavků zákazníků. Zatřetí, téměř kompletní transparentnost odvětví sdílené ekonomiky zvyšuje ochotu uživatele zapojit se do procesu vzájemné výměny kapitálu a služeb. Začtvrté, škálovatelnost těchto služeb je umožněna podstatou virtuální podoby, která nevyžaduje velké investice a dopřává tak zrodu inovativních projektů tam, kde jsou

---

[35] RUDENKO, Anna. The collaborative consumption on the rise: why shared economy is winning over the "capitalism of me". In: *Popsop* [online]. Popsop, 2013-08-16 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://popsop.com/2013/08/the-collaborative-consumption-sharing-wins-over-ownership/

[36] Evropský hospodářský a sociální výbor. Skupina Různé zájmy (Skupina III): Participativní demokracie v 5 bodech. In: *EU Bookshop* [online]. Evropská unie, 2011 [vid. 2017-04-02]. ISBN 978-92-830-1702-8. 10.2864/49950. Dostupné z: http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2011-10-cs.pdf

[37] RUDENKO, Anna. The collaborative consumption on the rise: why shared economy is winning over the "capitalism of me". In: *Popsop* [online]. Popsop, 2013-08-16 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://popsop.com/2013/08/the-collaborative-consumption-sharing-wins-over-ownership/

nejvíce potřeba. Zapáté, psychologická zkušenost založena na zážitku má klíčovou roli v rozhodovacím procesu jedince při výběru alternativních možností využití služeb, a zde sdílená ekonomika bez pochyb vyhrává, protože je dostupnější, snadnější a obnáší méně administrativních úkonů.[38]

2.6 Kritika sdílené ekonomiky

Spoluspotřebitelství, jakožto poměrně nový ekonomický a finanční model, není dokonalý, má své nevýhody a je často kritizován za řadu nedostatků, které ovlivňují jiná již zavedená odvětví.

2.6.1 Vliv na existující odvětví

Prvním a největším argumentem odpůrců principů spoluspotřebitelství je nepříznivý dopad služeb sdílené ekonomiky na konvenční odvětví, jako například hotelnictví, osobní přepravu, bankovnictví atd. Tento nepříznivý dopad spočívá převážně v poklesu poptávky po konvenčních službách v důsledku růstu nabídky obvykle finančně výhodnějších služeb, často fungujících pouze v online prostředí, a které jsou méně náročné ve smyslu interakce s poskytovatelem služby.[39]

2.6.2 Omezení ze strany provozovatelů služeb

Převážná část stávajících webových platforem sdílené ekonomiky má plně pod kontrolou stanovení cen služeb, za které její uživatelé mohou směňovat nabízené statky nebo služby. Tento systém je kritizován hlavně z hlediska absence prostoru pro volnou soutěž či využití systému komparativních výhod. Uživatele těchto služeb tak nemohou být opravdovými podnikateli, ale stejně nesou veškerou odpovědnost za nabízené služby.

2.6.3 Vliv na zaměstnanost

Současný vliv spoluspotřebitelství na trh práce může být označen za významný, ale zároveň za velice nestálý. Jenom v roce 2015 se více jak 120 milionů lidí ve Spojených

---

[38] MATHEWS, Simon. The Uberization of Banking. In: *The Financial Brand* [online]. 2015-06-03 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://thefinancialbrand.com/52148/uber-financial-services-banking-disruption/

[39] SUNDARAJAN, Arun. *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. 1. Cambridge, MA: The MIT Press, 2016. ISBN 978-026-2034-579.

státech amerických zapojilo do sdílené ekonomiky buď jako poskytovatelé nebo uživatelé služeb. Do roku 2020 se dále očekává, že téměř 40 % pracovní síly v USA bude ve zkráceném či polovičním pracovněprávním vztahu se zaměstnavatelem v důsledku růstu popularity služeb sdílené ekonomiky. Nestálost tohoto trendu nicméně spočívá v tom, že většina služeb sdílené ekonomiky konvenční služby nikoliv nahrazuje, ale pouze je doplňuje, čímž se vlastně nezajišťuje kompletní stabilita na pracovním trhu sdílené ekonomiky. Příkladem podobné nestability mohou být chybějící bezpečnostní opatření, nedostatečná kvalifikace poskytovatelů služeb nebo mezery v legislativních ustanoveních, které mají nové typy služeb kontrolovat. Nejznámějším konfliktem konvenčních služeb a služeb sdílené ekonomiky na území České republiky v roce 2016 může být kauza řidičů s taxikářskou licencí a řidičů poskytujících odvoz pomocí mobilní aplikace Uber.[40]

Společnost Uber nicméně argumentuje, že její služby mají velmi pozitivní dopad na zaměstnanost. „*Jako příklad uvedla oblast pařížského předměstí se zvýšenou kriminalitou, kdy Uber aplikace představuje ideální řešení pro místní obyvatele – potenciální řidiče, jak se vypořádat s vysokou úrovní nezaměstnanosti, která dosahuje více jak 50 %.*“[41]

2.6.4 Regulace odvětví sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika bývá často přirovnávána k tzv. šedé ekonomice, která se vyznačuje svou neformální povahou a porušováním etických, společenských, morálních a obchodních zásad. Stejně jako v šedé ekonomice, aktivity jedinců využívajících služeb sdílené ekonomiky nemohou být kontrolovaný státními orgány, a tudíž ani nemohou být zdaňovány dle příslušných právních předpisů. Z tohoto důvodu se ve společnosti začíná čím dál tím více řešit otázka regulace aktivit sdílené ekonomiky, a nejvíce kontroverzním aspektem této regulace je právě její rozsah. Dle prezidentky Svazu obchodu a cestovního ruchu České republiky Marty Novákové „*sdílená ekonomika představuje*

[40] POKORNÝ, Marek. Praha neuznává verdikt v kauze Uber. Řidiče bude pokutovat dál. In: *Hospodářské noviny* [online]. 2016-11-08 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: http://archiv.ihned.cz/c1-65510140-praha-neuznava-verdikt-v-kauze-uber-ridice-bude-pokutovat-dal

[41] DLABAJOVÁ, Martina. Uber usiluje o soulad svých služeb s právními normami v zemích EU. In: *Parlamentní listy* [online]. 2016-03-09 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1214-3154. Dostupné z: http://www.parlamentnilisty.cz/profily/Martina-Dlabajova-46586/clanek/UBER-USILUJE-O-SOULAD-SVYCH-SLUZEB-S-PRAVNIMI-NORMAMI-V-ZEMICH-EU-67978

nepřehlédnutelný fenomén současnosti a nemá cenu proti ní nějak razantně vystupovat.“ V této souvislosti zdůrazňuje potřebu „*rozlišovat mezi občasným přivýdělkem a podnikáním*.“[42] Není ovšem zcela jasné, kde končí sdílená a začíná šedá ekonomika, a proto by se regulace služeb sdílené ekonomiky dle Novákové měla omezit na nezbytně nutný rozsah a měla by být jednotná na evropské úrovni. Tento rozsah má zkoumat nejen dopady na ochranu spotřebitele, daňová pravidla a pracovní právo, ale i možnou diskriminaci vzniklou v souvislosti s omezením těchto služeb.[43]

Evropská komise v doporučení určeném členským státům EU vyzvala státy Unie k tomu, aby sdílenou ekonomiku neomezovaly, ale naopak vyjednávaly o tom, jak nejlépe nastavit podmínky pro její fungování.[44] V poslání ke členským státům místopředseda Jyrki Katainen, zodpovědný za zaměstnanost, růst, investice a konkurenceschopnost, prohlásil: „*Konkurenceschopná evropská ekonomika potřebuje inovace, ať už v oblasti výrobků či služeb. Další evropský „drahokam“ se může objevit právě ve službách sdílené ekonomiky. Naším úkolem je podpořit regulační prostředí, které umožňuje rozvoj nových obchodních modelů a zároveň chrání spotřebitele a zajišťuje spravedlivé zdanění a pracovní podmínky*.“[45]

Po největším rozsahu regulace služeb sdílené ekonomiky v České republice volá Asociace koncesionářů v taxislužbě (dále jen AKT) a Sdružení pražských provozovatelů TAXIslužby z.s. (dále jen SPPT) v odvětví osobní přepravy. Dle AKT a SPPT „v Česku působí firma [Uber], která poskytuje komerční osobní přepravu, ale ignoruje přitom regulace. Tím poškozuje trh, ostatní soutěžitele, řidiče i spotřebitele.“ České

---

[42] ROKLEN24 a ČTK. Sdílená vs. šedá ekonomika: V ČR chybí pravidla a regulace. In: *Roklen24* [online]. 2012-12-12 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://roklen24.cz/a/w52Y9/sdilena-vs-seda-ekonomika-v-cr-chybi-pravidla-a-regulace

[43] Tamtéž

[44] European Commission. A European agenda for the collaborative economy. In: *European Commission*: *Press release database* [online]. Brusel: European Commission, 2016-06-02 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_en.htm

[45] “A competitive European economy requires innovation, be it in the area of products or services. Europe's next unicorn could stem from the collaborative economy. Our role is to encourage a regulatory environment that allows new business models to develop while protecting consumers and ensuring fair taxation and employment conditions.”

zastupitelství společnosti Uber nicméně argumentuje tím, že „Uber podniká v souladu se směrnicí EU o službách informačních společností z roku 2000.“[46]

Konkrétně v České republice mají služby sdílené ekonomiky být zkoumány i z pohledu zavedení tzv. elektronické evidence tržeb (dále jen EET) od začátku roku 2017. Dosud se státní orgány podrobně nezabývaly otázkou regulace aktivit fyzických osob, ale obecně se podle náměstkyně ministra financí Aleny Schillerové má za to, že pokud *„jsou tržby z nich [aktivit sdílené ekonomiky] inkasovány hotově, kartou či obdobným způsobem, pak tyto tržby podléhají EET a je nutno je evidovat.“*[47]

2.7 Ekonomické a sociální dopady sdílené ekonomiky

Krátkodobé ekonomické dopady sdílené ekonomiky v Evropské unii lze analyzovat na základě výzkumu společnosti PricewaterhouseCoopers připravenou pro Generální ředitelství pro vnitřní trh, průmysl, podnikání a malé a střední podniky Evropské komise v roce 2016. Výzkum byl zaměřen na hodnocení ekonomického dopadu služeb spoluspotřebitelství v zemích Evropské unie, a to konkrétně sektorů sdíleného ubytování, financování, plnění drobných domácích a profesních úkolů a tzv. carsharingu. V roce 2015 těchto pět sektorů generovalo tržby ve výši téměř čtyři miliard EUR a celkem zprostředkovalo transakce ve výši 28 miliard EUR. I přes to, že tato částka představuje pouhý zlomek hrubého domácího produktu Evropské unie, lze hovořit o rostoucím trendu ve využití služeb sdílené ekonomiky, který při stejném tempu růstu může již za několik let tvořit významnou složku hrubého domácího produktu členských států. Graf 2a a Graf 2b ukazuje růst tržeb služeb sdílené ekonomiky a objemu celkových transakcí na území Evropské unie v letech 2013 až 2015.[48] Dále se ve výzkumu odhaduje, že počet spoluspotřebitelských start-upů v devíti největších evropských ekonomikách meziročně vzrostl o 275 projektů. Celkově autor výzkumu tvrdí, že nejaktuálnější zjištění posiluje předchozí závěr z výzkumu na stejné téma v roce 2014, že sdílená ekonomika je

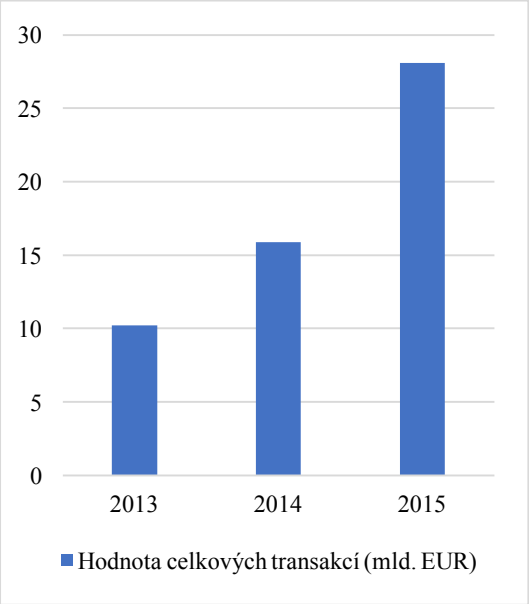
[46] ČERNÝ, Aleš. Soud podržel Uber. Zamítl návrh pražských taxislužeb na jeho okamžitý zákaz. In: *iDnes* [online]. 2016-07-25. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/taxisluzby-neuspely-s-navrhem-predbezneho-opetreni-proti-uberu-ph2-/eko-doprava.aspx?c=A160721_221505_eko-doprava_rny

[47] ROKLEN24 a ČTK. Sdílená vs. šedá ekonomika: V ČR chybí pravidla a regulace. In: *Roklen24* [online]. 2012-12-12 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://roklen24.cz/a/w52Y9/sdilena-vs-seda-ekonomika-v-cr-chybi-pravidla-a-regulace

[48] VAUGHAN, Robert a DAVERIO, Raphael. Analytical paper on the economic scale and growth of the collaborative economy: Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. In: *European Commission* [online]. PwC UK, 2016-06-02 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16952

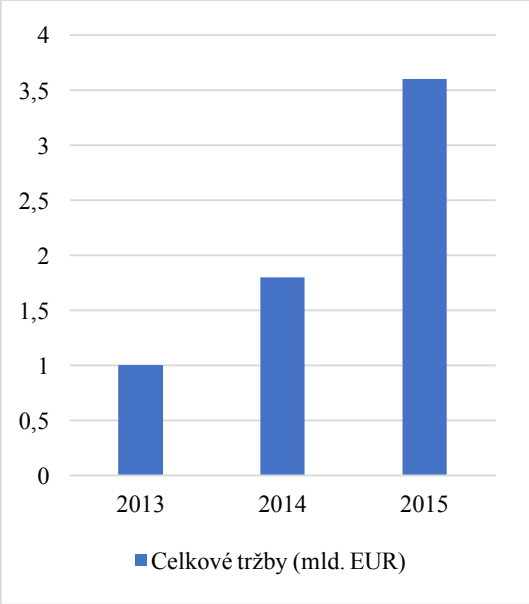
výjimečným socioekonomickým trendem, který zásadně mění způsob, jakým žijí životy průměrní občané Evropské unie.[49]

Graf 2a – hodnota celkových transakcí



Zdroj: Vaughan, 2016 [50]

Graf 2b – celkové tržby



Zdroj: Vaughan, 2016 [50]

Sociální dopady principů sdílené ekonomiky pak ve své knize „The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World" hodnotí Lewis Hyde a přirovnává je k dávání darů. Tvrdí, že na rozdíl od prodeje zboží, dávání darů má tendenci navázat vztah mezi zúčastněnými stranami. Kromě toho, když jeden dar je používán několika jedinci ve skupině, jejich vzájemná interakce vytváří systém propojených vztahů, ve kterém se objevuje určitý druh decentralizovaného pocitu soudržnosti.[51] Obecně lze předpokládat, že jakýkoliv druh sdílení ekonomiky nabídne širší škálu dostupných možností pro jeho účastníky a bude z dlouhodobého hlediska věnovat větší pozornost udržitelnosti. Jednou z možných výhod sdílené ekonomiky tedy bude závislost nabídky služeb spíše na sociálních a nikoli hospodářských fluktuacích.[52]

---

[49] VAUGHAN, Robert a DAVERIO, Raphael. Analytical paper on the economic scale and growth of the collaborative economy: Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. In: *European Commission* [online]. PwC UK, 2016-06-02 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16952

[50] Tamtéž

[51] HYDE, Lewis. *The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World*. 25th Anniversary edition. New York: Random House, 2007, 464 s. ISBN 978-0-307-27950-7.

[52] Tamtéž

3. Druhy a produkty spoluspotřebitelství

Ekonomický model sdílené ekonomiky již v dnešní době lze rozdělit do kategorií dle oblastí jejich působení, nicméně nelze spoléhat na to, že toto rozdělení bude i nadále aktuální, vzhledem k rapidnímu vývoji celého odvětví. Pro účely této odborné práce budou vymezeny tří hlavní odvětví sdílené ekonomiky, které jsou relevantní ve vztahu k praktické části práce zaměřené na výzkum přístupu veřejnosti ke službám sdílené ekonomiky v České republice. Jednotlivé kategorie budou zaměřené na oblasti nemovitostí a ubytovacích služeb, osobní dopravu a služby sdílené ekonomiky ve finančním sektoru. Ke každé kategorii bude uveden jeden příklad zahraniční služby působící pouze v zahraničí a jeden příklad české či zahraniční služby působící na území České republiky.

3.1 Nemovitostí a ubytovací služby

Služby sdílení soukromých nemovitostí jsou jednou z nejdynamičtěji rozvíjejících se složek spoluspotřebitelství a jejich hlavní výhody spočívají ve výrazně nižších cenách ubytování oproti konvenčním ubytovacím službám, a hlavně větší nabídce po celém světě. Rozmach ubytovacích zprostředkovatelů ve sdílené ekonomice představuje i značné riziko pro hotelové řetězce a drobná ubytovací střediska. Jelikož spotřebitelé s postupem času získávají lepší přehled o nových webových platformách sdíleného ubytování, budou hotelům i nadále klesat zisky, pokud nebudou správně reagovat. Rozhodnutí spotřebitelů totiž nejsou ovlivněna pouze ekonomickou stránkou výběru ubytování, ale především umístěním ubytovacích jednotek a kulturními zážitky, jež mohou cestovatelé prožít díky bezprostřednímu kontaktu s tamními obyvateli a místní kulturou.[53] Společnosti, jako Airbnb a CouchSurfing, jsou zajisté velice inovativní, zpochybňují tradiční obchodní modely a podporují vytvoření pružnějších a transparentnějších podmínek v odvětví pohostinných služeb, a to především pro spotřebitele.

[53] SUNDARAJAN, Arun. *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. 1. Cambridge, MA: The MIT Press, 2016. ISBN 978-026-2034-579.

3.1.1 Airbnb

Airbnb je peer-to-peer tržiště a ubytovací služba, která umožňuje jejich uživatelům krátkodobě pronajmout svou nemovitost buď jako hostitel nebo jako host.[54] Hostitel si sám stanoví cenu, za kterou je ochoten svou nemovitost nabídnout k pronájmu, což silně přispívá spotřebitelům z důvodu snížení cen způsobeném zvýšenou konkurenci. K dnešnímu dní se přes webové stránky Airbnb ubytovalo přes 150 milionů lidi a v nabídce uživatel najde přes 3 milionů ubytovacích jednotek v 65 tisících městech 191 zemí světa.[55]

Projekt Airbnb byl založen v roce 2008 a mezi jeho hlavní výhody patří bezplatná registrace. Za každou uskutečněnou rezervaci si společnost hostům účtuje administrativní poplatek ve výši 6 % - 12 % z celkové částky a tříprocentní servisní poplatek hostům.[56] Nedílnou součástí Airbnb je systém recenzí, na jejichž základě si host a hostitel může vybrat, zda do vzájemného obchodu vstoupí. Vedení Airbnb obzvlášť dbá na spokojenost hostitelů, a proto všem ubytovatelům nabízí bezplatné pojištění majetku do výše jednoho milionů amerických dolarů. V porovnání s největšími hotelovými řetězci Airbnb může být zařazen mezi 7 největších ubytovatelů na světě (viz Tabulka 2).[57]

---

[54] ZERVAS, Georgios, PROSERPIO, Davide a BYERS, John W. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research* [online]. 2017, 6.1. [vid. 2017-04-07]. ISSN 0022-2437, 1547-7193. Dostupné z: doi:10.1509/jmr.15.0204

[55] About Us. *Airbnb* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.airbnb.com/about/about-us

[56] What are guest service fees? *Airbnb Help Centre* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.airbnb.com/help/article/104/what-are-guest-service-fees

[57] Airbnb Vs. Hospitality Industry: A comparison of valuation and expected 2015 revenue. In: *The Wall Street Journal* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://graphics.wsj.com/table/Airbnb_0615

Tabulka 2 - tržní cena společnosti Airbnb ve srovnání s největšími hotelovými řetězci na světě

Společnost	Ocenění (mld. USD)	Tržby v roce 2015 (mld. USD)	Ocenění tržbami v roce 2015	Meziroční růst (v %)
Priceline	59,5	9,3	6,4	17
HomeAway	3	0,5	6	20
Hilton	27,6	11,5	2,4	9
Airbnb	25,5	0,9	28,3	90
Marriott	20,9	14,8	1,4	8
Starwood	14	5,9	2,4	-2
Expedia	13,8	6,5	2,1	17

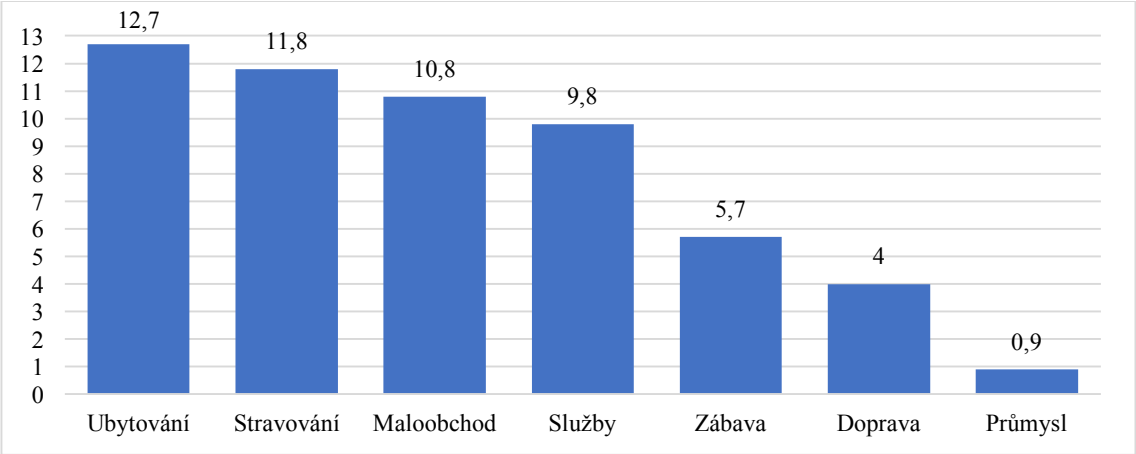
Zdroj: The Wall Street Journal, 2015 [58]

Hlavními přínosy projektu Airbnb je úspora nákladů oproti tradičním ubytovacím službám, dodatečný příjem majitelům nemovitostí, možnosti ubytování v oblastech s nedostatečným počtem příslušných zařízení a samozřejmě celkový kladný ekonomický dopad v oblastech, kde hostitelé nabízí své služby. Dle údajů společnosti Airbnb v období od května roku 2011 do června roku 2012 její uživatelé přispěli ekonomice města San Francisco celkem přes 55 milionů dolarů amerických. Z této částky 12,7 milionů dolarů bylo utraceno bezprostředně k uhrazení částky ubytování a dalších 43,1 milionů dolarů bylo utraceno za vedlejší služby, např. stravování, dopravu či nákupy, které navíc přispěly vytvoření 430 nových pracovních míst (viz Graf 3).[59]

[58] Airbnb Vs. Hospitality Industry: A comparison of valuation and expected 2015 revenue. In: *The Wall Street Journal* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://graphics.wsj.com/table/Airbnb_0615

[59] LAWLER, Ryan. Airbnb: Our Guests Stay Longer And Spend More Than Hotel Guests, Contributing $56M To The San Francisco Economy. In: *TechCrunch* [online]. 2012-11-09 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://techcrunch.com/2012/11/09/Airbnb-research-data-dump/

Graf 3 – přínos služby Airbnb pro ekonomiku San Francisca v období květen 2011 až červen 2012



Zdroj: TechCrunch, 2012 [60]

Projekt Airbnb je však často kritizován za poskytování služeb v rozporu s legislativními opatřeními mnoha zemí, konkrétně například zákazem pronájmu bytových prostor na území města New York po dobu kratší než 30 kalendářních dnů[61] nebo zákazem pronájmu celých bytových jednotek na území hlavního města Německa skrze webové stránky Airbnb.[62]

3.1.2 CouchSurfing

Webová služba CouchSurfing může být charakterizována jako sociální síť pro bezplatné ubytování. Odlišnost projektu CouchSurfing od jiných pohostinných služeb spočívá v principu výměny za předpokladu absence jakýchkoliv finančních transakcí mezi hostitelem a hostem.[63] Dle provozovatele služby usnadnění výměny služeb pohostinství povzbuzuje členy k společnému sdílení kulturních zážitků a životních zkušeností, což

[60] LAWLER, Ryan. Airbnb: Our Guests Stay Longer And Spend More Than Hotel Guests, Contributing $56M To The San Francisco Economy. In: *TechCrunch* [online]. 2012-11-09 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://techcrunch.com/2012/11/09/Airbnb-research-data-dump/

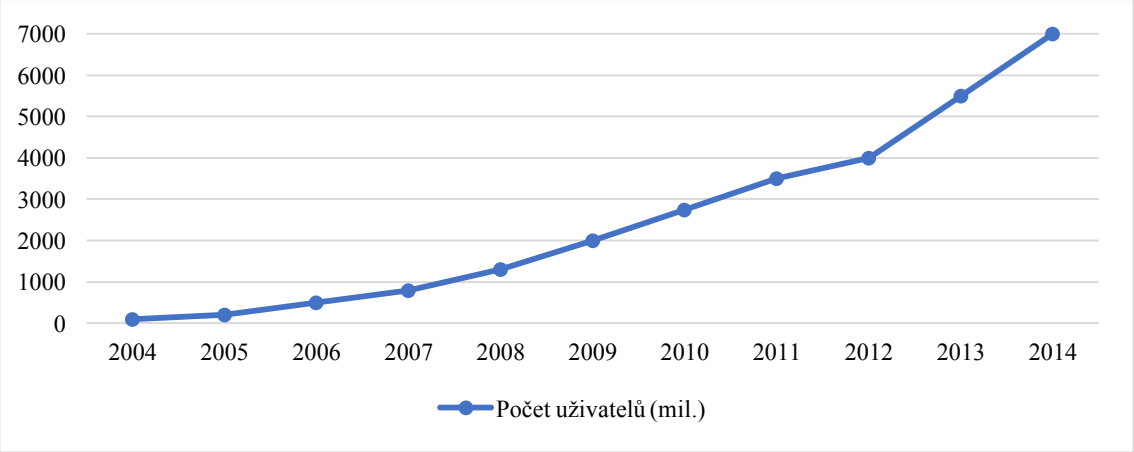
[61] BENNER, Katie. Airbnb Sues Over New Law Regulating New York Rentals. In: *The New York Times* [online]. 2016-10-21 [vid. 2017-04-07]. ISSN 0362-4331. Dostupné z: https://www.nytimes.com/2016/10/22/technology/new-york-passes-law-airbnb.html

[62] AGENCE FRANCE-PRESSE IN BERLIN. Berlin's government legislates against Airbnb. In: *The Guardian* [online]. 2016-05-01 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0261-3077. Dostupné z: https://www.theguardian.com/technology/2016/may/01/berlin-authorities-taking-stand-against-airbnb-rental-boom

[63] PICARD, David a BUCHBERGER, Sonja. *Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a Better World? (Culture and Social Practice)*. Bielefeld: Transcript-Verlag, 2014, ISBN 978-3-8376-2255-3.

následně přispívá prohloubení pocitu sounáležitosti a principu kulturní globalizace.[64] V roce 2014 službu aktivně využívalo 7 milionů uživatelů[65] (viz Graf 4) a každoročně projekt využije přes 400 tisíc hostitelů, kteří ubytují minimálně přes 4 miliony hostů ve 200 tisících měst světa.[66]

Graf 4 - počet aktivních uživatelů služby Couchsurfing (tis.)



Poznámka: Aktivním uživatelem je myšlen ta osoba, která alespoň jednou využil služeb sdíleného ubytování v průběhu jednoho kalendářního roku

Zdroj: Couchsurfing [65]

Webový portál CouchSurfing byl spuštěn v roce 2004 jako neziskový projekt financovaný primárně s dobrovolných příspěvků, a stejně tak jako ku příkladu služba Airbnb, je založen primárně na důvěře obou zúčastněných stran. Proto se i zde klade velký důraz na úplnost profilů jednotlivých hostitelů a hostů, bezpečnost komunikace a ověření poskytnutých údajů.[67] Od roku 2011 ovšem společnost provozující službu CouchSurfing oznámila orientaci projektu na ziskový model, čímž vyvolala vlnu kritiky, ale toto zároveň přineslo i velké vylepšení služby, hlavně po technické stránce.

Hlavní přínosem projektu Couchsurfing je to, že umožňuje jeho uživatelům si výrazně snížit náklady na ubytování během cest a také značně přispívá kulturnímu propojení světa. Projekt CouchSurfing je nicméně často kritizován za nedostatečnou úroveň

[64] About. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.com/about/about-us/

[65] Statistics. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.org/statistics

[66] About. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.com/about/about-us/

[67] Safety Basics. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.com/about/safety/

bezpečnosti osobních údajů uživatelů, množství technických nedostatků, a hlavně případů trestných činů spáchaných jeho uživateli, konkrétně například znásilnění nezletilé uživatelky ve Francii,[68] či dokonce vraždy uživatelky v USA v Nepálu v roce 2015.[69]

3.2 Osobní doprava

Úspěch fenoménu sdílení dopravních prostředků může být vysvětlen především díky jeho schopnosti využít dostupných kapacit bez téměř žádných investičních nákladů a technologickému pokroku v oblasti mobilní výpočetní techniky s přístupem k internetu. Průměrné auto se většinou po dobu zhruba 23 hodin denně nevyužívá, což představuje skutečně obrovskou investici do nadbytečné kapacity, a to jak pro majitele vozu, tak pro orgány veřejné správy, které poskytují a udržují veřejné infrastruktury.

3.2.1 Uber

Nejúspěšnějším a nejdiskutovanějším projektem zprostředkující služby osobní dopravy je v dnešní době bez pochyb mobilní aplikaci Uber. Aplikace provozována americkou nadnárodní dopravní a mobilní společnosti Uber Technologies Inc. funguje na principu propojení uživatelů hledajících možnosti dopravy do cílové destinace a uživatelů-řidičů nabízejících služby odvozu za určitý finanční poplatek.[70]

Společnost Uber byla založena v roce 2009 a již v roce 2014 vstoupila na český trh. Dnes Uber operuje v 579 městech světa, převáží 40 milionů cestujících měsíčně a projekt je často označován za „průkopníka“ v oblasti spoluspotřebitelství.[71] Proto může být dnes

[68] SQUIRES, Nick. Italian policeman 'drugged and raped' couch-surfing guests. In: *The Telegraph* [online]. 2015-03-17 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0307-1235. Dostupné z: http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/italy/11478713/Italian-policeman-drugged-and-raped-couch-surfing-guests.html

[69] HAMMER, Joshua. The Disappearance of Dahlia Yehia. In: *Foreign Policy* [online]. 2016-07-05 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0015-7228. Dostupné z: http://foreignpolicy.com/2016/07/05/the-disappearance-of-dahlia-yehia-nepal-sharing-economy-couchsurfing-earthquake-disappearance/

[70] Sign up to Drive or Tap and Ride. *Uber*[online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.uber.com/en-CZ/

[71] Tamtéž

proces digitalizaci konvenčních služeb nazýván pojmem „Uberifikace“.[72] Cena dopravného skrze službu Uber se počítá následovně:[73]

$$((\alpha + \beta + \gamma) * \delta) - \varepsilon + \lambda, \textit{ kde}$$

α .....základní tarif: cena za vyzvednutí

β.....čas: od začátku do konce cesty

γ.....vzdálenost: kilometry trasy

δ.....navýšení ceny (definováno podmínkami)

ε.....poplatek společnosti Uber

λ.....mýtné a další poplatky (definováno podmínkami)

Služba podporuje mobilitu obyvatel všech věkových skupin na světové úrovni a dle vedení společností Uber projekt také významně přispívá městům, ve kterých operuje a pomáhá s oživováním místních ekonomik. Jako příklad uvádí srovnání míry nezaměstnanosti, vyplývající z údajů britského národního statistického úřadu, a míry zaměstnanosti jejich řidičů v jednotlivých městských částech Londýna. Zřejmou korelaci podporuje i tvrzení společnosti, že zhruba třetina londýnských partnerských řidičů žije ve čtvrtích s největší nezaměstnaností. Dalším pozoruhodným přínosem projektu Uber je jeho vliv na počet nehod pod vlivem alkoholu, který dle poskytnutých údajů poklesl o 6,5 % v oblastech státu Kalifornie, kde služba Uber funguje.[74] V Seattlu dále například poklesl počet zatčených podnapilých řidičů od doby představení projektu Uber o celých 10 %.[75] Projekt mimo jiné má i řadů pozitivních externalit, jako je menší množství spotřebovaného paliva, a tudíž i pokles emisí oxidu uhličitého.

---

[72] Anonymous. Embracing change. *Supply Management* [online]. 2015, vol. 20, no. 6, s. 23. ISSN 13622021 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1689883352

[73] How are fares calculated? In: *Uber: Help* [online]. [vid. 2017-04-21]. Dostupné z: https://help.uber.com/h/33ed4293-383c-4d73-a610-d171d3aa5a78

[74] UBER a MOTHERS AGAINST DRUNK DRIVING. DRIVING BETTER CHOICES.: MORE OPTIONS. SHIFTING MINDSETS. In: *Uber: Newsroom* [online]. 2015-01 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://newsroom.uber.com/wp-content/uploads/madd/

[75] CHRIS. DUI Rates Decline in Uber Cities. In: *Uber: Newsroom* [online]. 2014-05-05 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://newsroom.uber.com/us-illinois/dui-rates-decline-in-uber-cities/

Uber se opakovaně stává terčem útoků kritiků a je mu dáváno za vinu porušení jistých sociálních vazeb a značné pokřivení konkurenčního prostředí v oblasti osobní dopravy. Této otázce se podrobně věnuje kapitola 2.6.4 Regulace odvětví sdílené ekonomiky.

3.2.2 BlaBlaCar

Projekt BlaBlaCar je moderní webová a mobilní platforma nabízející společnou dopravu, kdy se cestující předem domluví s řidičem automobilu na společné jízdě nebo pravidelném společném dojíždění.[76] Této společné dopravě se říká spolujízda a její hlavní výhodou je využití dopravního prostředku, který by jinak nebyl plně vytížen nebo jehož jízda s méně přepravovanými osobami by nebyla efektivní.

Francouzská služba založená v roce 2006 ročně „přepraví" zhruba 40 milionů lidi ve 22 zemích světa. Dle provozovatele, díky službě BlaBlaCar celosvětově její řidiči ušetří přibližně 8035 milionů Kč a společná jízda sníží produkci emisí CO2 vypuštěných do ovzduší o 1 000 000 tun.[77]

Ekonomický model BlaBlaCar je založen na myšlence propojení lidí cestujících na delší vzdálenosti a řidičů ochotných nabídnout místo ve svém autě za příspěvek určeném k úhradě cestovních nákladů. Statistická data na oficiálních webových stránkách ukazují, že průměrná obsazenost auta zaneseného do databáze služby je 2,8 lidí, což je o 1,1 osoby více v porovnání s evropským průměrem, který činí 1,7 osob.[78]

3.3 Finanční služby

Stejně jako každé odvětví národního hospodářství se rozvíjí s technologickým pokrokem, tak i odvětví finančních služeb nezůstává stranou, již dnes trh finančních služeb nabízí řadů inovativních služeb fungujících na principech sdílené ekonomiky. Stále oblíbenější peer-to-peer půjčky, peer-to-peer pojištění, tzv. crowdfunding a digitální platby využívají decentralizovaného vlastnictví majetku a inovací, které spojuje finanční subjekty

[76] Anonymous. Something to chat about; BlaBlaCar [online]. 2015, vol. 417, no. 8961, s. 61. ISSN 00130613 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1726816582/

[77] BlaBlaCar ve zkratce. *BlaBlaCar* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.blablacar.cz/o-nas

[78] Tamtéž

způsobem, který dříve nebyl možný, a čímž dokážou uspokojovat neustále rostoucí požadavky spotřebitelů a podniků.

3.3.1 Peer-to-peer úvěrování

Tzv. peer-to-peer úvěrování neboli sociální půjčky je moderní model obchodní interakce dvou či více osob prostřednictvím webové služby za účelem půjčení či zhodnocení dostupných finančních prostředků. Na trhu peer-to-peer úvěrování se nejčastěji manipuluje s menšími částkami a setkávají se zde věřitelé vyhledávající způsoby zhodnocení přebytečné likvidity s dlužníky, jež tuto likviditu z různých důvodů potřebují. Na rozdíl od konvenčních finančních služeb veškeré transakce probíhají bez účasti jakéhokoliv nadřízeného orgánu, ale přímo mezi jejími uživateli, kteří se sami domlouvají na podmínkách vzájemného obchodu. Webové služby tudíž v tomto modelu zastupují roli pouhého prostředníka nabízejícího prostor k vyhledání obchodních příležitostí.[79]

3.3.1.1 Lending Club

Americká společnost Lending Club je první a největší online službou na světě zprostředkující peer-to-peer půjčky ve výši od tisíc až 40 tisíc dolarů. Investoři zde mohou vybrat úvěry, do nichž chtějí investovat na základě informací poskytnutých o dlužníkovi, výši úvěru, hodnocení rizikovosti úvěru a jeho účelu. Zisk investorů plyne z úroků pohybujících se v rozmezí od 7,42 % do 24,02 % (viz Graf 5),[80] a dle statistických údajů společnosti, od jejího založení v roce 2006 do konce roku 2015 Lending Club zprostředkoval transakce ve výši téměř 16 miliard dolarů.[81]

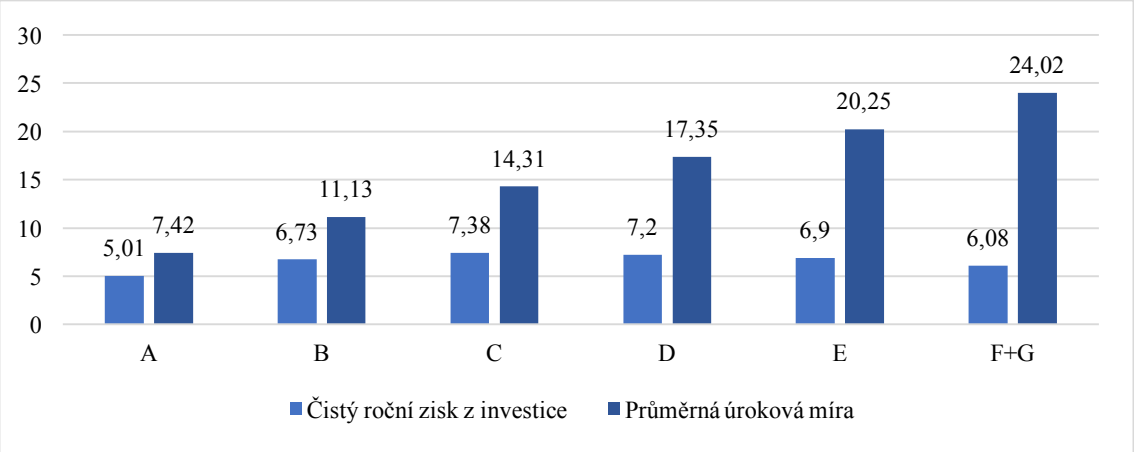
---

[79] DUARTE, Jefferson, SIEGEL, Stephan a YOUNG, Lance. Trust and Credit: The Role of Appearance in Peer-to-peer Lending. *The Review of Financial Studies*. 2012. **25**(8), 2455–2483. ISSN 0893-9454 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.jstor.org.zdroje.vse.cz/stable/23263634

[80] Lending Club Statistics: As of December 31, 2016. *Lending Club* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.lendingclub.com/info/demand-and-credit-profile.action

[81] Tamtéž

Graf 5 – historická výnosnost půjček zprostředkovaných skrze službu Lending Club



Poznámka: Graf zahrnuje všechny úvěry, které byly vydány před 18 nebo více měsících ke dni 31. 12. 2016. Údaje jsou seřazeny od nejméně rizikových úvěrů (skupina A) po nejvíce rizikové (skupina F+G)

Zdroj: Lending Club, 2017 [82]

Původní projekt Lending Club měl podobu aplikace fungující na sociální síti Facebook, ale pouhých pár měsíců po jejím uvedení na trh vedení společnosti získalo investici a založilo službu na vlastním technickém řešení. Dnes lze v nabídce Lending Club najít nejen nabídky spotřebitelského úvěrování, ale také úvěrů určených k nákupu auta, podnikatelských půjček a úvěrů určených k úhradě zdravotních poplatků.[83]

3.3.1.2 Zonky

Filozofii projektu Zonky vyjadřuje její celkem výstižné motto „Lidé půjčují lidem“. Nejznámější česká peer-to-peer platforma je jedním z nejlépe fungujících českých projektů sdílení ekonomiky a v mnoha aspektech kopíruje již zmíněnou americkou službu Lending Club. Projekt financovaný skupinou PPF Group založený v roce 2015 zprostředkovává půjčky mezi fyzickými osobami na území České republiky zaměřené téměř na jakékoliv užíti, ať už se jedná o úvěr určený k nákupu elektroniky či auta, tak i k financování cestování a vzdělání.[84]

---

[82] Lending Club Statistics: As of December 31, 2016. *Lending Club* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.lendingclub.com/info/demand-and-credit-profile.action

[83] The Leader in Peer-to-peer Lending: Loans and Investing. *Lending Club* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.lendingclub.com/

[84] Lidé půjčují lidem. *Zonky.cz* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://zonky.cz/#jak-to-funguje

Služba ihned po představení zaznamenala velký úspěch jak u uživatelů, tak u investorů, a to hlavně z důvodů celkové jednoduchosti, rychlosti celého procesu půjčení a možností sjednat úvěr v situacích, ve kterých ani běžné bankovní instituce nebyly ochotné nabídnout adekvátní podmínky. Navíc, na rozdíl od bankovních institucí, které hodnotí žádosti na základě pevně vymezených kritérií, investoři v oboru sdílené ekonomiky hledají hlavně zajímavé příběhy a inovativní myšlenky, za kterými stojí talentovaní jedinci motivovaní k osobnímu a profesnímu rozvoji.[85]

3.3.2 Peer-to-peer pojišťovnictví

Vznik služeb peer-to-peer pojišťoven je nikoliv revolucí v tomto odvětví, ale spíše ho lze charakterizovat jako návrat ke kořenům a primitivnímu fungování systému společných fondů. Dávno před zrodem moderních pojišťovacích společností se princip společných pojišťovacích fondů využíval v profesních skupinách, ve kterých její členové mohli čerpat výhody za podmínky pravidelných příspěvků. Trh pojišťovacích služeb od těch dob prošel výraznými změnami, ale základní definice pojištění jako vzájemného podílu na ztrátách se nezměnila.[86]

3.3.2.1 Friendsurance

Německý projekt Friendsurance je první peer-to-peer pojišťovací službou svého druhu. Samotný projekt se popisuje jako revoluční peer-to-peer pojišťovací koncept, který odměňuje malé skupiny uživatelů finančními bonusy na konci každého roku, které vznikají z peněz nevyužitých k pokrytí vzniklých škod v průběhu roku (viz Graf 6).[87] Tím se pojištění stává nejen levnějším pro spotřebitele, ale také poskytuje motivaci ve formě finančních odměn za opatrné a bezrizikové chování, což zároveň snižuje pravděpodobnost pojišťovacích podvodů. V této souvislosti Friendsurance dokonce zaznamenává sníženou frekvenci hlášení pojistných událostí oproti tržnímu průměru.

---

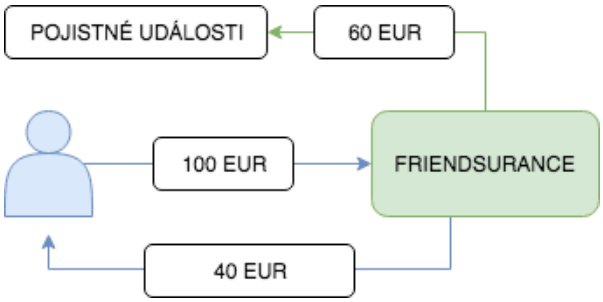
[85] VESECKÝ, Zdeněk. Investoři si oblíbili peer to peer půjčky, čekají zajímavé podnikatelské nápady. In: *Podnikatel.cz* [online]. 2016-05-23 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1802-8012. Dostupné z: http://www.podnikatel.cz/clanky/investori-si-oblibili-peer-to-peer-pujcky-cekaji-zajimave-podnikatelske-napady/

[86] HUCKSTEP, Rick. Peer 2 Peer Insurance is taking the industry back to its roots!. In: *Daily Fintech* [online]. 2015-12-23 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://dailyfintech.com/2015/12/23/peer-2-peer-insurance-is-taking-the-industry-back-to-its-roots/

[87] Friendsurance: The P2P Insurance Concept. *FriendSurance* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.friendsurance.com/

Primární myšlenkou Friendsurance je tedy zjednodušení pojišťovacích služeb, cenově dostupnějších pro zákazníky, které pomáhají šetřit zákazníkům čas a peníze.[88]

Graf 6 – grafické znázornění finančního konceptu služby Friendsurance



Zdroj: Friendsurance, 2017 [88]

3.3.2.2 První klubová

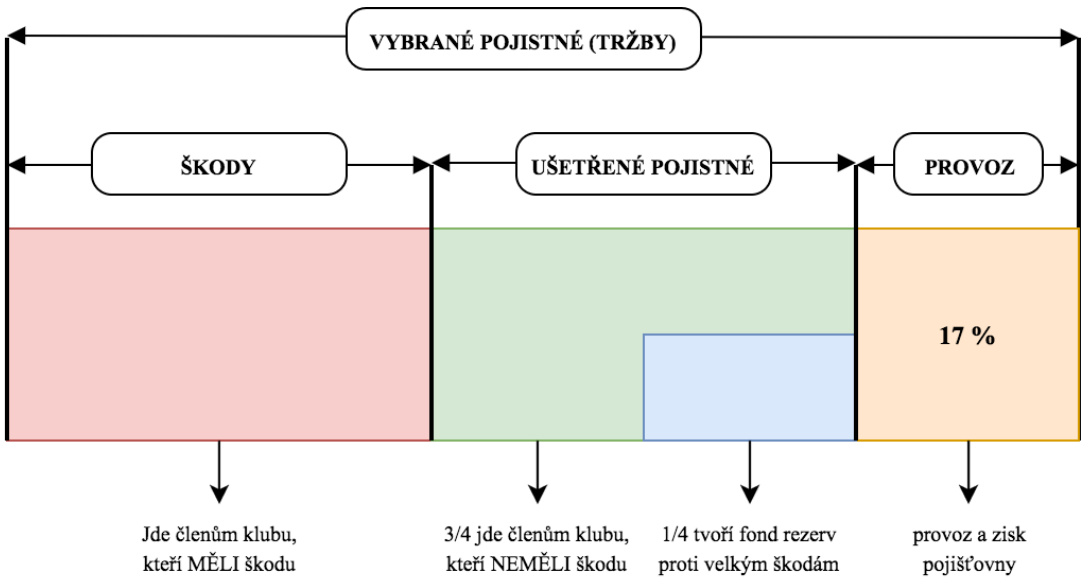
První a doposud jediná česká peer-to-peer pojišťovna se poprvé představila v roce 2015 a stejně jako Friendsurance přináší osobnější přístup ke pojišťovacím službám oproti korporátním pojišťovnám.[89] První klubová se zakládá na efektivnějším ekonomickém modelu, který na rozdíl od korporátních pojišťoven neplýtvá prostředky na provoz sítě agentů, zákaznických poboček nebo na marketing. Ve své podstatě První klubová funguje na téměř totožném principu jako Friendsurance, s výjimkou toho, že nabízí transparentnější přehled o nakládání se všemi finančními prostředky včetně provozních nákladů nezbytných pro provoz celého projektu (viz Graf 7).[90]

[88] Friendsurance: The P2P Insurance Concept. *FriendSurance* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.friendsurance.com/

[89] BUKOVSKÝ, Jaroslav. Janečkova RSJ spouští první českou peer-to-peer pojišťovnu. In: *E15* [online]. 2015-07-16 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: http://zpravy.e15.cz/byznys/finance-a-bankovnictvi/janeckova-rsj-spousti-prvni-ceskou-peer-to-peer-pojistovnu-1210019

[90] Jak to funguje. *První klubová* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.prvniklubova.cz/cs/jak-to-funguje.aspx

Graf 7 – grafické znázornění finančního konceptu služby První Klubová



Zdroj: První Klubová, 2017 [91]

3.3.3 Crowdfunding

Crowdfunding je model alternativního financování založený na dobrovolných příspěvcích velkých skupin lidí.[92] Ačkoliv samotný koncept tohoto typu alternativního financování není ve své podstatě nový, lze ho charakterizovat jako inovativní díky rozsáhlému využití moderních způsobů komunikace k získání potřebných prostředků. Z hlediska druhu služeb se crowdfunding dělí na benefiční (lidé neočekávají žádnou návratnost ze své investice), odměnový (lidé za svůj příspěvek získávají jakýkoliv nepeněžní benefit), půjčkový (stejný princip jako peer-to-peer úvěrování) a podílový (investice je podílem ve společnosti).[93]

3.3.3.1 Kickstarter

Jednou z nejznámějších crowdfundingových platforem světa je bez pochyb webová služba Kickstarter. Americký projekt představený v roce 2009 do dnešního dne zprostředkoval investice v celkové výši téměř 3 miliard dolarů pro 121 tisíc projektů

[91] Jak to funguje. *První klubová* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.prvniklubova.cz/cs/jak-to-funguje.aspx

[92] BRÜNTJE, Dennis, ed. a GAJDA, Oliver, ed. *Crowdfunding in Europe: state of the art in theory and practice*. Cham: Springer, 2015, 2016. xiv, 251 stran. FGF studies in small business and entrepreneurship. ISBN 978-3-319-18016-8.

[93] Možnosti crowdfundingu. *Crowder.cz* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.crowder.cz/moznosti-crowdfundingu

(viz Tabulka 3).[94] Projekt je příkladem tzv. odměnového modelu crowdfundingu a investujícím uživatelům, výměnou za investici jsou nabízeny různé nefinanční benefity, třeba v podobě technických novinek, přístupu k testovacím verzím webových produktů či odborné literatury.

Tabulka 3 – celkový počet úspěšně financovaných projektů skrze službu Kickstarter

Vybraná částka (USD)	Počet celkem úspěšně financovaných projektů
1 – 1 000	14 765
1 000 – 9 999	69 099
10 000 – 19 999	17 444
20 000 – 99 999	16 556
100 000 – 999 999	3 633
1 000 000 a více	220

Zdroj: Kickstarter, 2017 [94]

Doposud nejhodnotnějším projektem financovaným skrze platformu Kickstarter je produkt značky Foxlink tzv. Pebble Time. Pebble Time jsou moderní chytré hodinky fungující na technologii elektronického inkoustu, taktéž často známého z elektronických čteček knih. Hodnota celkové investice dosáhla 20,9 milionů dolarů s celkovým počtem 78741 investorů s tím, že limit první milionů dolarů byl překonán za 49 minut od zveřejnění projektu na webové službě Kickstarter.[95]

3.3.3.2 Fundlift

Crowdfundingový projekt Fundlift finanční skupiny Roklen je jedním z nejúspěšnějších ryze českých projektů zaměřených na propojení investorů s ambiciózními projekty. Investování na platformě Fundlift je aktivitou na kapitálových trzích, tudíž patří do tzv. půjčkové skupiny crowdfundingových projektů. Investování probíhá formou koupě konvertibilních investičních certifikátů nebo minibondů a veškeré finanční transakce jsou uskutečňovaný skrze obchodníka s cennými papíry Roklen, nad kterým vykonává dohled

[94] Stats. *Kickstarter* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/help/stats

[95] PEBBLE TECHNOLOGY. Pebble Time – Awesome Smartwatch, No Compromises. In: *Kickstarter* [online]. Poslední aktualizace 2016-12-07 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises/

Česká národní banka. Mezi úspěšně financované projekty Fundlift patří například projekt z oblasti fast-casual stravování inspirovaného asijskou kuchyní Sushi Time[96] nebo tzv. carsharingová platforma Ajo.cz.[97]

3.3.4 Peer-to-peer směnárny

Nejnovějším finančním produktem sdílené ekonomiky, který naplno využívá výhod technologického pokroku, jsou tzv. peer-to-peer směnárny. Tyto směnárny fungují na stejném principu jako služby peer-to-peer úvěrování, konkrétně umožňují uživatelům koupit nebo prodat cizí měnu bez směnárenských poplatků a zásahu brokerů.

3.3.4.1 MidPoint

Britská společnost MidPoint poskytuje zprostředkování mezinárodních plateb a služby peer-to-peer směnárny, a to jak pro fyzické osoby, tak i firemní zákazníky.[98]. MidPoint je první specializovanou službou na světě, umožňující uživatelům vzájemnou směnu cizí měny, a v porovnání s klasickými směnárnami poskytuje výhodnější směnný kurz v rozmezí od dvou do pěti procent. V okamžiku transakce směnný mechanismus MidPoint je nastaven tak, že každý uživatel obdrží stejnou mezibankovní sazbu, která má přispívat zabránění diskriminace menších finančních transakcí. Celkem MidPoint nabízí možnost směny 17 světových měn.[99]

3.3.4.2 Valutomat

Polský projekt Valutomat byl první online směnárnou na českém trhu, kde si peníze bezprostředně mezi sebou navzájem směňovali lidé a Valutomat vystupoval pouze v roli zprostředkovatele. V první polovině roku 2015 bylo možné směňovat českou korunu, euro, americký dolar, britskou libru a polský zlotý.[100] Hlavní výhodou Valutomatu oproti

---

[96] OPTIFORM, S.R.O. Sushi Time. In: *FundLift* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.fundlift.cz/#/projekt/512

[97] KLIMEK MOTION S.R.O. Carsharing AJO.cz. In: *FundLift* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.fundlift.cz/#/projekt/365

[98] Consumer Finance: Company Overview of Midpoint Holdings Ltd. *Bloomberg* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapid=224962780

[99] P2P (Peer-to-peer) Currency and Money Exchange. *Midpoint* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.midpoint.com/

[100] NOVÁK, Petr. Valutomat: Vyplatí se online směnárna, ve které si kurz stanovují sami uživatelé? In: *Skrblík.cz* [online]. PUEBLO, 2015-03-24 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.skrblik.cz/blog/valutomat-vyplati-se-online-smenarna-ve-ktere-si-kurz-stanovuji-sami-uzivatele/

konvenčním bankám měl být výhodnější kurz a výrazně nižší provize na transakcích, které se u bank v závislosti na měně pohybují od jednoho do 10 %, a u Valutomatu pouze v rozmezí od 0,1 do 0,3 %. Celkem projekt zprostředkoval směny v hodnotě okolo dvou miliard korun, nicméně v půlce roku 2016 se vedení polské společnosti rozhodlo opustit český trh a věnovat se pouze tomu domácímu.[101]

3.3.5 Kryptoměny

Kryptoměna, nezávislá na žádné centrální bance, je digitální měna založena na kryptografických technologiích omezujících nelegální emisi dalších jednotek měny a dohlížejících na převod finančních prostředků.[102] Nejšíře užívanou kryptoměnou dnešní doby je Bitcoin, jehož konečné množství je předem známo a uvolňování Bitcoinů do oběhu je definováno ve zdrojovém kódu sítě.[103]

3.3.5.1 Bitcoin

Hlavní výhodou kryptoměny Bitcoin (dále jen BTC) je decentralizovaný systém, jež umožňuje obchodování s nízkými nebo zcela nulovými poplatky za provedení transakcí. Veškeré směny probíhají skrze tzv. síť „block chain“, databázi všech proběhlých transakcí. V současné době je emitováno 16 235 100 BTC (viz Graf 8)[104] a hodnota jednoho BTC se pohybuje okolo 24,5 tisíc Kč,[105] což aktuálně dokonce převyšuje cenu zlata za jednu trojskou unci[106]. Obecné využití kryptoměn je prozatím fenoménem poměrně výjimečným, patrně kvůli příliš proměnlivé povaze měny a proměnlivým legislativním opatřením obchodníků.

---

[101] BERÁNEK, Jan. Valuto v Česku končí.: Poláci se chtějí věnovat jen domácímu trhu. In. *Lupa.cz* [online]. 2016-06-23 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/valuto-v-cesku-konci-polaci-se-chteji-venovat-jen-domacimu-trhu

[102] Definition of cryptocurrency in English: cryptocurrency. *English: Oxford Living Dictionaries* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/cryptocurrency

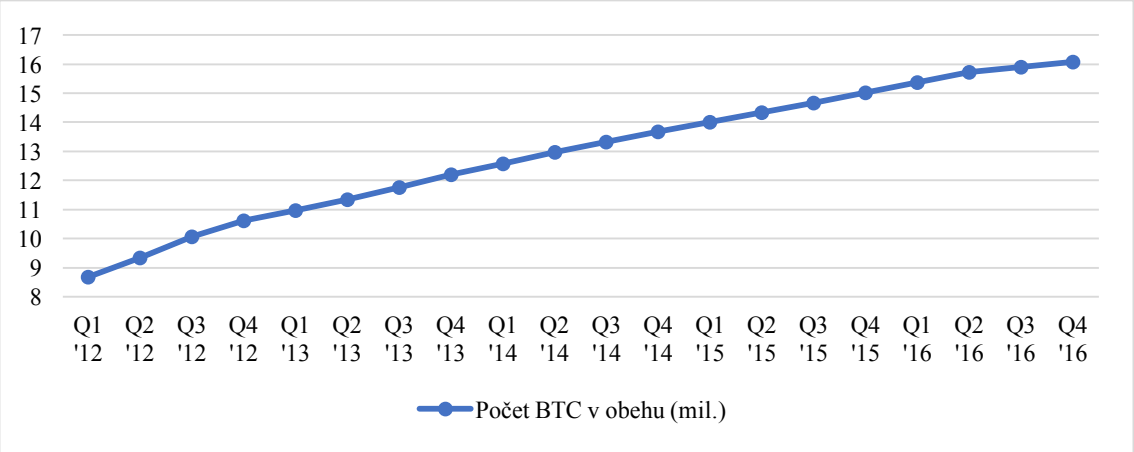
[103] STROUKAL, Dominik a SKALICKÝ, Jan. *Bitcoin: peníze budoucnosti: historie a ekonomie kryptoměn, stručná příručka pro úplné začátečníky*. Praha: Ludwig von Mises Institut Česko & Slovensko, 2015. 167 stran. ISBN 978-80-87733-26-4.

[104] Bitcoins in circulation. *Blockchain* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://blockchain.info/charts/total-bitcoins

[105] Bitcoin to Czech Koruna. *PREEV* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://preev.com/btc/czk

[106] GARRET, Olivier. Bitcoin Price Rises Higher Than Gold. But Its Value Is A Different Story. In: *Forbes* [online]. 2017-03-26 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0015-6914. Dostupné z: https://www.forbes.com/sites/oliviergarret/2017/03/26/bitcoin-price-rises-higher-than-gold-but-its-value-is-a-different-story/#5b18d27c3807

Graf 8 – počet BTC v oběhu ke dni 01. 04. 2017 (v mil. BTC)



Zdroj: Blockchain, 2017 [107]

4. Ekonomické učení

4.1 Behaviorální ekonomie

4.1.1 Charakteristika

Behaviorální ekonomie je poměrně mladý ekonomický směr zabývající se vztahem mezi ekonomií a psychologií. Snaží se o vnesení psychologie do ekonomie a o tzv. psychologický realismus v ekonomii. Behaviorální ekonomie se vyvinula jako kritická reakce na neoklasickou ekonomii, která pouze předpokládala racionalitu člověka, ale nikdy ji podrobně nezkoumala. Ekonomové racionalitu vždy brali jako něco daného a nikdy se hlouběji nezabývali chováním lidí, které by mělo psychologické základy. Behaviorální ekonomie se tedy snaží psychologickými testy ověřovat, jak se člověk skutečně chová a co ho motivuje k určitým rozhodnutím. Základem těchto psychologických testů jsou nejrůznější experimenty – např. dotazníky či testování lidí v laboratoři. Behavioristé tvrdí, že jejich snahou není vytvořit nové paradigma, snaží se pouze doplnit neoklasickou ekonomii a určité nové pohledy a přístupy, především o zmíněný psychologický realismus. Metodologie behaviorální ekonomie ale může být

[107] Bitcoins in circulation. *Blockchain* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://blockchain.info/charts/total-bitcoins

považována za vadnou, protože dokáže zjistit pouze konstatované preference – co lidé říkají, že by udělali, ale už nezkoumá, co lidé opravdu udělají.

4.1.2 Význam důvěry ve sdílené ekonomice

Jak již poukázal představitel klasické ekonomické školy Adam Smith, základní úroveň důvěry ve společnosti je nezbytná pro možnost profesního zaměření a všeobecný ekonomický růst.[108] V tržní ekonomice důvěra hraje významnou roli téměř ve všech obchodních transakcích, ve kterých zákazník pevně věří v prohlašovanou kvalitu výrobků, za které platí. Absence této důvěry by značně omezovala zapojení jedinců do vzájemných obchodních vztahů a narušovala celý systém ekvivalentní směny prostřednictvím peněz.

Sdílená ekonomika nicméně vyžaduje téměř „slepou“ úroveň důvěry často založenou pouze na profilovém foto a systému nepříliš důvěryhodných recenzí. Obecně viditelný pokrok ve vývoji služeb sdílené ekonomiky potvrzuje ochotu se svěřovat jiným lidem výměnou za jisté benefity, ovšem i zde dochází ke zneužití důvěry ku vlastnímu prospěchu. Behavioralisté se proto pokouší o vymezení jistých principů popisujících, jak důvěra skutečně funguje a jaké významné důsledky důvěra má na firmy působící ve sdílené ekonomice.

Behavioralisté věří, že signalizace důvěry určitému subjektu vyvolá zpětnou reakci subjektu, který bude taktéž reagovat důvěryhodnějším způsobem. Armin Falk a Michael Kosfeld ve svém výzkumu “The Hidden Costs of Control” tuto myšlenku potvrdili na experimentu dvou subjektů, jejichž společný výnos závisel na ochotě spolupracovat a navzájem si důvěřovat.[109] Tato myšlenka a výsledný prudký nárůst aktivit založených na důvěře pomohly rozmachu, z pohledu mnoha behavioralistů, utopické sdílené ekonomice, ve které by všichni mohli spolupracovat na základě dobré vůle.

Dalším nedostatkem systému založeného na důvěře popisuje myšlenka, že úroveň vzájemné důvěry postupem času klesá, a čím delší doba uběhla od okamžiku projevené

---

[108] EVENSKY, Jerry. ADAM SMITH’S ESSENTIALS: ON TRUST, FAITH, AND FREE MARKETS. *Journal of the History of Economic Thought* [online]. 2011, 6., 33(2), 249–267 [vid. 2017-04-07]. ISSN 1053-8372, 1469-9656. Dostupné z: doi:10.1017/S1053837211000034

[109] COFFMAN, Lucas. What’s trust really worth? Turns out a lot. In: *HiFrank* [online]. 2016-06-01 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://blog.hifrank.com/whats-trust-really-worth-turns-out-a-lot/

důvěry, tím méně je pravděpodobné, že opačná strana bude jednat důvěryhodným způsobem. Konkrétním příkladem může být postupně klesající ochota dlužníka včasně splácet svůj dlouhodobý závazek vůči věřiteli třeba během prvních měsíců, kdy cítí větší závaznost, oproti splacení v pozdějších etapách, kdy tento pocit závaznosti vůči věřiteli vyprchává.

Stejně tak jako čas může snižovat úroveň vzájemné důvěry, tak i odlišný sociální původ dokáže snižovat důvěryhodnost dvou „obchodujících" subjektů. Odborná práce „Social Networks as Contract Enforcement" ze Stanfordské univerzity potvrzuje, že vzájemná důvěryhodná kooperace je mnohem pravděpodobnější mezi těmi jedinci, jež sdílejí řadu společných sociálních atributů jako jejich protějšky.[110] S větším rozdílem ve společných sociálních atributech míra spolupráce významně klesá. Sociálním atributem zde může být ku příkladu náležitost k určité sociální skupině (profesní, národnostní, rasové atd.), úroveň příjmů, věk či dokonce společenské vystupování jedince.

Behaviorální ekonomie opakovaně zdůrazňuje význam důvěry v procesu zahájení vzájemné interakce mezi účastníky sdílené ekonomiky, ale je taktéž nezbytné zdůraznit závaznost ztráty důvěry v kontextu fungování jednotlivých odvětví sdílené ekonomiky a opakovaného zapojení jedinců do jejich služeb. Ztráta důvěry, ať už v jednotlivé uživatele či jednotlivé služby sdílené ekonomiky, může mít katastrofální důsledek pro celé odvětví s novým inovativním přístupem. Ukazuje se, že se znovuzískání důvěry veřejnosti poté, co bylo ztracena, jeví jako mimořádně obtížný úkol. Příkladem mohou být případy zneužití uživatelů služeb sdílené ekonomiky či různé podvody, které probíhají skrze technické nedokonale a zranitelné start-upy.[111]

Obecný přístup současných behavioralistů vůči modernímu spoluspotřebitelství tedy lze shrnout do několika bodů. Zaprvé, ne každý model výměny je ještě připraven k fungování v rámci sdílené ekonomiky. Zadruhé, ne všechny platformy sdílené ekonomiky musí fungovat v globálním měřítku. Zatřetí, důvěra má tendence "vytrácet se" a pouze

---

[110] CHANDRASEKHAR, Arun G, KINNAN, Cynthia a LARREGUY, Horacio. Social etworks as contract enforcement: evidence from a lab experiment in the field. In: *Stanford University* [online]. 2016-12 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://stanford.edu/~arungc/CKL.pdf

[111] COOLICAN, D'Arcy a COFFMAN, Lucas. Trust, the Sharing Economy and Behavioral Economics. In: *Behavioraeconomics.com* [online]. 2016-07-14 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.behavioraleconomics.com/trust-the-sharing-economy-and-behavioral-economics/

opakovaným zapojením do sdílené ekonomiky se důvěra „nevytratí“. Začtvrté, technologický pokrok v objektivním vnímání „zmenšuje“ svět a odstraňuje dříve nepřekonatelné bariéry v důvěře. Zapáté, neúspěchy jednotlivých inovativních start-upů mají dlouhodobý nepříznivý dopad na celkový vývoj odvětví sdílené ekonomiky.[112]

[112] COOLICAN, D’Arcy a COFFMAN, Lucas. Trust, the Sharing Economy and Behavioral Economics. In: *Behavioraeconomics.com* [online]. 2016-07-14 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.behavioraleconomics.com/trust-the-sharing-economy-and-behavioral-economics/

EMPIRICKÁ ČÁST

5. Výzkumné šetření

Empirická část této práce má za cíl zanalyzovat přístup široké veřejnosti v České republice k moderním finančním službám sdílené ekonomiky a určit hlavní faktory ovlivňující spotřební chování jedinců na tomto trhu. Analýza výstupů z šetření má charakterizovat úroveň povědomí o existenci konceptu spoluspotřebitelství, definovat nejrozšířenější služby sdílené ekonomiky a vymezit hlavní tendence ve spotřebních návycích ovlivněných současným vývojem technologií.

Za účelem získání relevantních a jednotných závěrů z výstupů šetření je třeba vymezit seznam jednoduchých tvrzení neboli hypotéz, jež se mají na základě výzkumu potvrdit či naopak vyvrátit.

Hypotéza 1: Čeští spotřebitelé nemají povědomí o existenci služeb sdílené ekonomiky.

- Vzhledem k faktu, že služby sdílené ekonomiky jsou poměrně novodobým fenoménem, lze předpokládat, že i v ekonomicky vyspělejších zemích, jako je například Česká republika, bude mít převážná část obyvatelstva omezené povědomí o existenci konceptu spoluspotřebitelství, a tudíž i služeb sdílené ekonomiky.

Hypotéza 2: Čeští spotřebitelé nemají povědomí o existenci finančních služeb sdílené ekonomiky.

- Vzhledem k výše uvedenému by se dalo předpokládat i to, že ještě omezenější povědomí českých spotřebitelů bude převládat v otázce existence finančních služeb sdílené ekonomiky.

Hypotéza 3: Čeští spotřebitelé většinou nepoužívají služeb sdílené ekonomiky, ale rádi by si je případně vyzkoušeli.

- Omezené povědomí o určitých konceptech spotřebního chování nemusí znamenat jistou averzi vůči ochotě je potenciálně vyzkoušet a podrobně se seznámit s principy jeho fungování.

Hypotéza 4: Čeští spotřebitelé v převážné míře nemají důvěru ve služby sdílené ekonomiky.

- Spotřebitelský konzervatismus, jenž se zakládá na zachování stávajících forem spotřebního chování z ideologických, finančních či jiných důvodů, stále přetrvává v moderní společnosti, což může značně ovlivnit i přístup českých spotřebitelů k inovativním službám.

Hypotéza 5: Muži v České republice využívají služeb sdílené ekonomiky více než ženy.

- Spotřební chování mužů je obecně více rizikově neutrální v porovnání s ženami, které jsou méně ochotny nést potenciální náklady bez jistého výnosu. Toto obecné tvrzení lze na základě výzkumu přístupu ke službám sdílené ekonomiky celkem buď jednoznačně vyvrátit či naopak potvrdit.

Hypotéza 6: Studenti mají lepší povědomí o službách sdílené ekonomiky nežli zaměstnané osoby.

- Spotřebitelské preference různých jedinců jsou silně závislé na jejich finančních možnostech, a proto lze předpokládat, že osoby s průměrným či podprůměrným příjmem budou vyhledávat příležitosti k získání většího užitku ze spotřeby za předpokladu menší či neměnné finanční náročnosti k pořízení statků a služeb.

Hypotéza 7: Starší lidé obecně projevují menší zájem o služby sdílené ekonomiky

- Význam technologií v životech mladých jedinců hraje klíčovou roli v jejich vývoji a způsobu interakce se jejich okolím. Větší míra užití technologií v porovnání se staršími osobami může znamenat i lepší přehled o současných spotřebitelských trendech, včetně rozkvětu služeb sdílené ekonomiky.

Hypotéza 8: Čeští spotřebitelé raději budou sdílet své osobní věci s jinými osobami, nežli jim svěří své finanční prostředky.

- Stejně jako k věcem osobního charakteru, tak i k finančním prostředkům člověk mívá jistou formu psychologické vazby, a proto může být důvěra člověka v otázce svěření svých finančních prostředků omezena na určitou skupinu lidi.

Hypotéza 9: Služeb sdílené ekonomiky využívají spíše lidé s průměrným či podprůměrným příjmem

- Tato teze má za cíl určit, zda vyhledání alternativních a případně levnějších statků a služeb hraje roli v otázce použití služeb sdílené ekonomiky.

Hypotéza 10: Služeb sdílené ekonomiky využívají spíše lidé s dětmi.

- Osoby s dětmi, stejně jako studenti, často z důvodu vyšší finanční náročnosti k zajištění živobytí rodiny vyhledávají příležitosti ke zvýšení svého užitku ze spotřeby za předpokladu menší či neměnné finanční náročnosti k pořízení statků a služeb.

Hypotéza 11: Pro ženy je osobní bezpečnost nejdůležitějším aspektem v rozhodování o využití finančních služeb sdílené ekonomiky.

- Naprostá jistota v otázce vlastní bezpečnosti a integrity svých osobních údajů hraje pro ženy klíčovou roli při rozhodování o užití či dokonce zapojení se do poskytování služeb sdílené ekonomiky.

Hypotéza 12: Pro muže je možnost si vydělat nejdůležitějším aspektem v rozhodování o využití finančních služeb sdílené ekonomiky.

- Potenciální zisk ze zužitkování dostupných zdrojů pro muže představuje největší motivaci k zapojení do systému vzájemné směny ve službách sdílené ekonomiky.

Hypotéza 13: Recenze jiných uživatelů a počet fanoušků na sociálních sítích hrají největší roli v rozhodovacím procesu o využití finanční služby.

- Důvěra jiných osob ve zdánlivě anonymní službu a pozitivní reakce jiných uživatelů ohledně jejich kvality založené na vlastních zkušenostech může přimět jedince změnit své spotřební chování.

Zhodnocení výše uvedených tezí se bude podrobně věnovat analytická část výstupů z výzkumného šetření a závěr empirické části práce, kde k jednotlivým tézím bude uvedeno, zda došlo k jejich potvrzení či vyvrácení.

5.1 Metodika výzkumného šetření

Pro účely zmapování přístupu široké veřejnosti ke službám sdílené ekonomiky se v této práci používá metoda tzv. kvantitativního šetření, jež je založena na principu dotazování velkých souborů jednotek (lidských jedinců).[113] Vzhledem k tomu, že se otázka služeb sdílené ekonomiky se jeví jako relativně jednoduchá a v jisté míře prozkoumaná, ve smyslu toho, že není skryta smyslovému poznávání a má jednoznačný výraz, je možné ji zkoumat prostřednictvím nástrojů k zajištění hromadných dat. Ve výzkumném šetření je tedy jev sdílené ekonomiky popsán dostatečně přesně, a to jak ve své struktuře, tak i dynamice. Kvantitativní výzkum proto bude zaměřen na následující charakteristiky jevů:[114]

- **Rozsah výskytu a zastoupení**. Určí počet sociálních subjektů, který přišel do styku se službami sdílené ekonomiky, a vymezí konkrétní sociální skupiny, u kterých se taková interakce vyskytuje nejčastěji.
- **Frekvence**. Zaměří se na zjištění opakovatelnosti projevu užití služeb sdílené ekonomiky v čase a pokusí se odpovědět na otázku, zda se jedná o jev dočasného či spíše trvalého charakteru.
- **Intenzita**. Definuje hlavní překážky a motivace sociálních subjektů při užití služeb sdílené ekonomiky a pokusí se tyto výsledky interpretovat na základě údajů o pohlaví, věku, vzdělání a sociálním postavení jedinců.

Dále se výzkumné šetření z hlediska členění jeho funkcí dá označit za výzkum aplikovaný a z hlediska poznávacích cílů za explikativní, hlavně z důvodu vazeb sledovaných jevů, jejich podmínění a zdůvodnění. Primárním úkolem kvantitativního šetření je tudíž měření výše uvedených charakteristik a jejich vzájemných souvislostí, jehož výsledkem bude statistické testování hypotéz.[115]

---

[113] SURYNEK, Alois, KAŠPAROVÁ, Eva a KOMÁRKOVÁ, Růžena. Základy sociologického výzkumu. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.

[114] Tamtéž

[115] Tamtéž

5.2 Výzkumná technika

Za účelem získání značného počtů respondentů se v této práci využívá metoda dotazování prostřednictvím technických zařízení, konkrétně adresného elektronického písemného dotazování umožňujícího zcela anonymní a poměrně rychlý sběr potřebných dat. Respondenti, kteří otázkám nerozuměli, si mohli kdykoliv vyžádat doplňující informace a případně požádat o finální výsledky šetření.

Tento nástroj získávání informací byl vybrán na základě podmínky, že si respondent sám určí potřebnou dobu na zodpovězení otázek v dotazníku, a nedojde tak k nežádoucímu ovlivnění působením osoby tazatelem. Při hodnocení výsledků šetření je však nezbytné uvědomit si, že při použití této metody výzkumu může dojít k omezeným možnostem zachycení spontánních odpovědí a k absenci kontroly nad pravdivosti údajů o skutečných respondentech.[116]

Pro objektivnější poznání výsledků výzkumu a zajištění věrohodnosti výpovědí je šetření sestaveno na základě odborných doporučení k sestavení sociologických výzkumů. Dotazy jsou orientovány pouze na existující a jasné skutečnosti, které jsou objektivně formulovány a žádným způsobem nesnižují prestiž dotazovaného.

Dotazník

Dotazník, použitý v této práci k získání potřebných dat, je vyplňován bezprostředně samotnými respondenty a vyznačuje se jednoznačně formulovanými variantami odpovědí a pevně fixovaným pořadím a formou otázek. Dotazník je zpracován v digitální podobě ve službě Google Formuláře (www.google.com/forms), která umožňuje anonymní sběr dat. Respondenti byli osloveni osobním zasláním odkazu k vyplnění formuláře a z celkového počtu 200 oslovených dotazovaných ho vyplnilo 154 osob. Úspěšnost návratnosti odpovědí byla tedy 77 %, což lze hodnotit jako mírně nadprůměrný výsledek. Struktura dotazníku se skládá z celkem šesti na sebe nezávislých sekcí:

[116] SURYNEK, Alois, KAŠPAROVÁ, Eva a KOMÁRKOVÁ, Růžena. Základy sociologického výzkumu. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.

- Úvodní část dotazníku je věnována získání základních údajů a sociálních charakteristik o respondentovi, na jejichž základě se v dalších částech potvrdí či vyvrátí předurčené hypotézy.
- Druhá část seznamuje respondenta s problematikou, kterou zkoumá dotazník a poskytuje mu stručnou definici tzv. „sdílené ekonomiky“. Tato definice má za účel i neobeznámeného respondenta uvést do problematiky zkoumané záležitosti. Tato část dotazníku se věnuje zjištění stupně obeznámenosti se službami spoluspotřebitelství.
- Třetí část obsahuje škálové otázky zaměřené na získání údajů o osobních preferencích jednotlivých respondentů ovlivňujících jejich spotřebitelské chování.
- Čtvrtá část má stejnou strukturu jako část třetí a zaměřuje se na zjištění hodnot a priorit respondentů, založených na škále významnosti určitých aspektů při rozhodování o použití služeb sdílené ekonomiky.
- Pátá část se věnuje hodnocení důvěryhodnosti služeb sdílené ekonomiky založené na množství přímých či vedlejších atributů.
- Závěrečná část dotazníku získává názory respondentů na obecná tvrzení o finančních službách sdílené ekonomiky.

5.3 Výzkumný soubor

Objektem výzkumného šetření je standardně sociální jednotka nebo subjekt, na který je vázán sledovaný problém.[117] Část společenské reality, na kterou se zaměřuje proces poznávání této práce, se od počátku orientuje spíše na osoby studující na vysokých školách a čerstvé absolventy mladších 35 let. Toto vymezení je především odůvodněno větší mírou digitální gramotnosti, která je podle Ministerstva práce a sociálních věcí České republiky definována jako „*soubor kompetencí nutných k identifikaci, pochopení, interpretaci, vytváření, komunikování a účelnému a bezpečnému užití digitálních technologií (jejich technických vlastností i obsahu) za účelem udržení či zlepšení své kvality života a kvality života svého okolí, tj. např. za účelem pracovní i osobní seberealizace, rozvoje svého potenciálu a udržení či zvýšení participace na*

[117] NOVÝ, Ivan a kol. Sociologie pro ekonomy a manažery. 2. přeprac. a rozšířené vyd. Praha: Grada, 2006. 287 s. Manažer. Management. ISBN 80-247-1705-0.

společnosti“,[118] u jedinců narozených na počátku nebo již v průběhu digitální revoluce. Celkový počet dotazovaných činil 154 osoby.

[118] MPSV. Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020. In: *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. [vid. 2017-04-08]. Dostupné z: http://www.mpsv.cz/files/clanky/21499/Strategie_DG.pdf

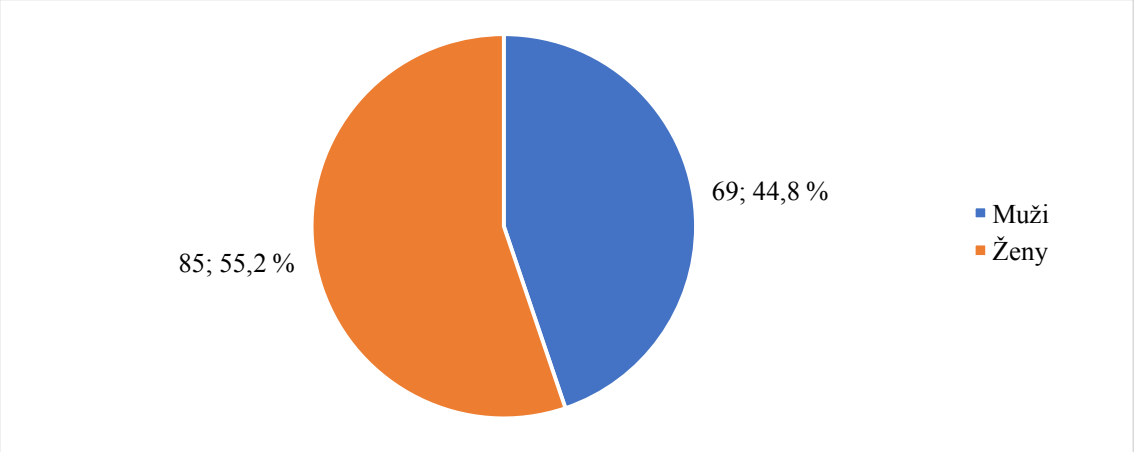
6. Výsledky výzkumného šetření

Tato část práce se podrobně věnuje analýze dat získaných od oslovených respondentů a formulování závěrů o souvislostech jednotlivých stránek zkoumané problematiky. Jednotlivá data jsou názorně zpracovaná do grafické podoby, zařazena do soustavy poznatků dříve získaných, a jsou vždy doprovázena komentářem autora a explikativním zhodnocením odpovědí ve vztahu k definovaným hypotézám.

6.1 Oddíl A: Identifikační otázky

Otázka 1: Vaše pohlaví

Graf 9 – pohlaví respondentů výzkumného šetření

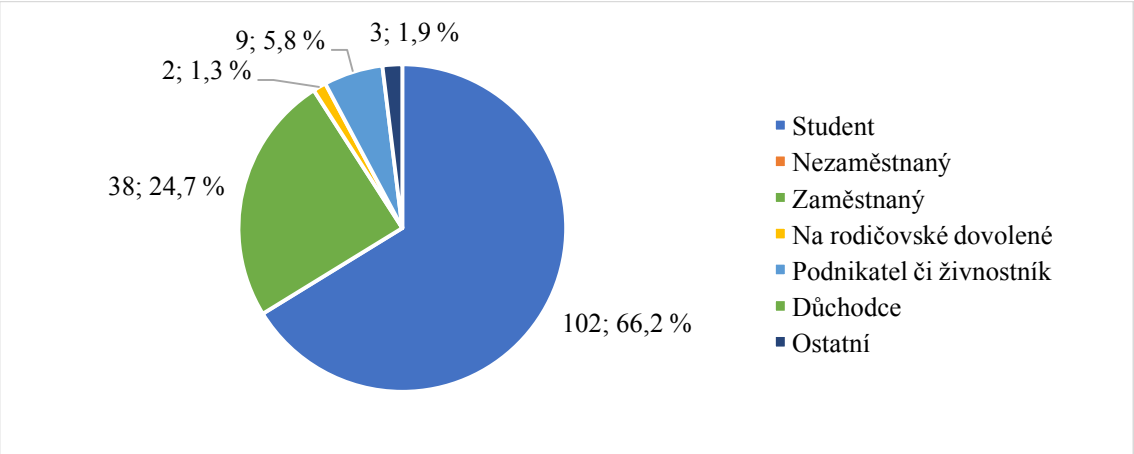


Zdroj: Vlastní výzkum

Z celkového počtu 154 respondentů více jak polovinu tvořily ženy s celkovým počtem 85 respondentek (55,2 %), kdežto muže s počtem 69 respondentů tvořilo pouhých 44,8 %.

Otázka 2: Vaše pracovní postavení

Graf 10 – pracovní postavení respondentů výzkumného šetření

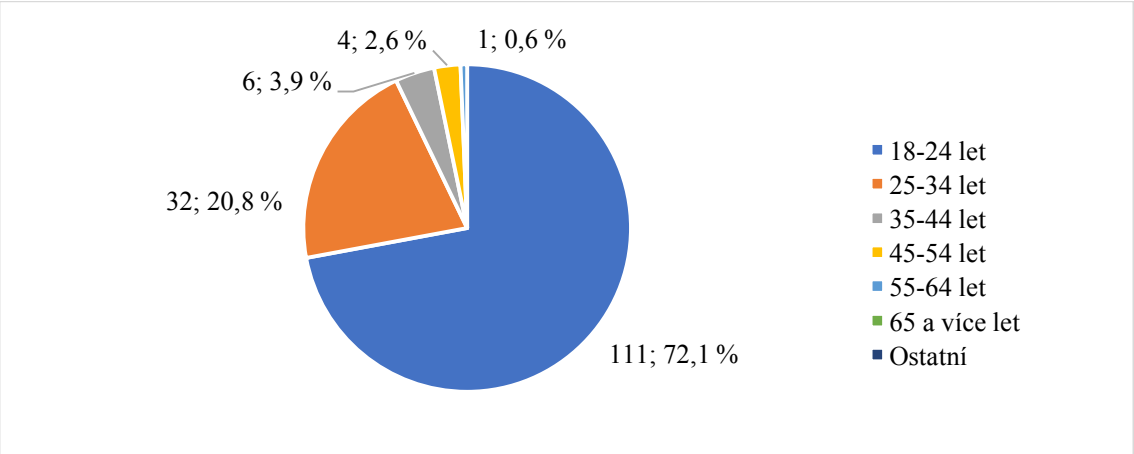


Zdroj: Vlastní výzkum

Z údajů získaných z dotazníku vyplývá, že převážnou část dotazovaných s celkovým počtem 102 respondentů (66 %) tvoří ti jedinci, kteří z hlediska primárního sociálního statusu patří ke skupině studentů. Druhou nejpočetnější skupinu dotazovaných tvoří osoby zaměstnané, s celkovým podílem 25 % neboli 38 osob. 6 % dotazovaných jsou osobami samostatně výdělečně činnými či podnikajícími skrze registrovaný právní subjekt. 2 % respondentů uvedlo, že nepatří do žádné uvedené skupiny, a tudíž byli zařazení do skupiny „Ostatní“. Pouhé 1 % dotazovaných bylo v době průzkumu na rodičovské dovolené s celkovým počtem dvou respondentů. Žádný z dotazovaných nespadá do skupiny nezaměstnaných osob, zároveň žádný z nich není v důchodu.

Otázka 3: Váš věk

Graf 11 – věk respondentů výzkumného šetření

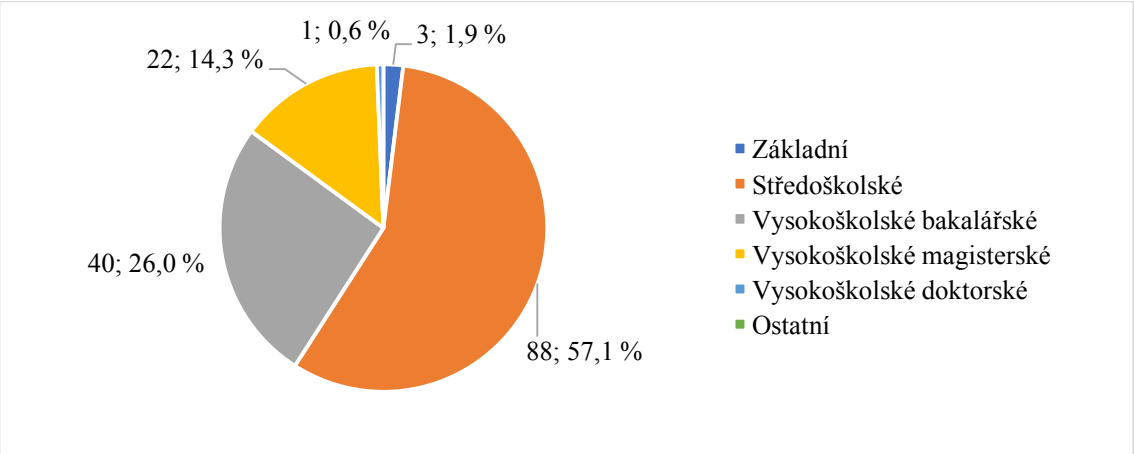


Zdroj: Vlastní výzkum

Na základě předchozího zjištění o tom, že nejpočetnější skupinu respondentů zapojených do výzkumu tvořili studenti, lze s jistotou předpokládat, že nejpočetnější věkovou skupinu budou tvořit právě jedinci ve věku 18-24 let. Tento předpoklad se potvrzuje s celkovým počtem 111 respondentů (72 %), po kterém následuje navazující věková skupina jedinců ve věku 25-34 let s poměrem 21 % neboli 32 respondentů. Pouhých 6 respondentů (4 %) patří do věkové skupiny 35-44 let, další 4 respondenti (2 %) do skupiny 45-54 let a 1 respondent (1 %) do skupiny 55-64 let. Žádný z oslovených osob nepatří do skupiny 65 a více let, což odpovídá předchozímu zjištění o tom, že se průzkumu nezúčastnil žádný důchodce.

Otázka 4: Nejvyšší dosažené vzdělání

Graf 12 – nejvyšší dosažené vzdělání respondentů výzkumného šetření

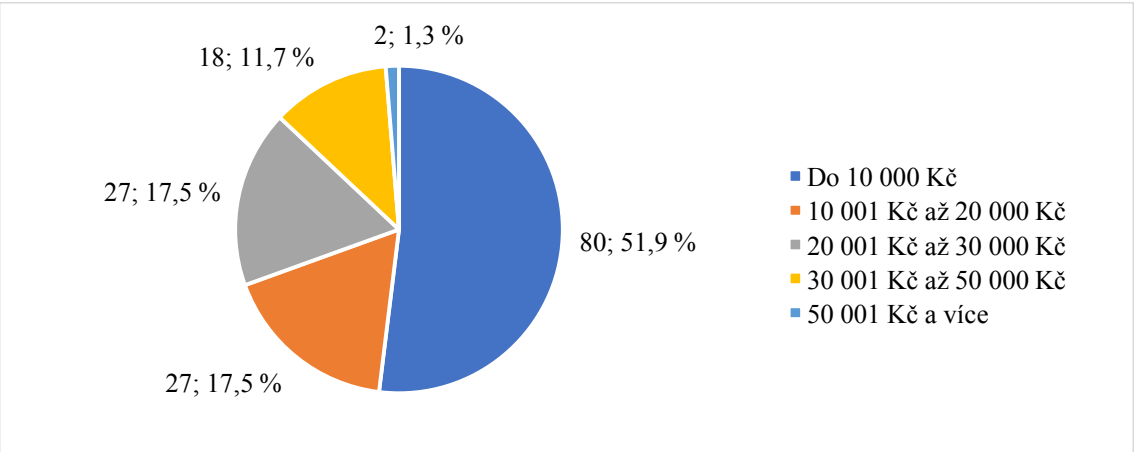


Zdroj: Vlastní výzkum

Více než polovina respondentů uvádí středoškolské vzdělání jako své nejvyšší dosažené vzdělání, konkrétně 88 osob (57 %). Celkem 63 osob (41 %) dále jsou absolventy vysokých škol, s největším podílem absolventů bakalářského stupně (26 %), značným podílem absolventů magisterského stupně (14 %) a pouhým jedním zástupcem stupně doktorského (1 %).

Otázka 5: Váš čistý měsíční výdělek činí

Graf 13 – nejvyšší dosažené vzdělání respondentů výzkumného šetření



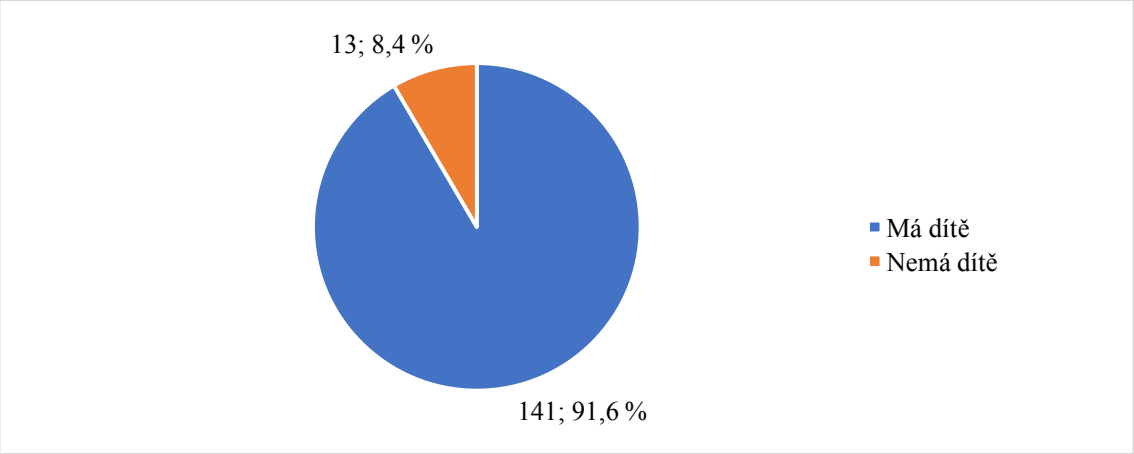
Zdroj: Vlastní výzkum

Zcela očekávatelným zjištěním o čistých měsíčních výdělcích založených na údajích o pracovním postavení respondentů je to, že více jak polovina dotazovaných, konkrétně 80 osob (51,9 %), má příjmy do výše 10 000 Kč. Stejný poměr k celkovému počtu

dotazovaných mají respondenti spadající do příjmových skupin 10 001 Kč až 20 000 Kč a 20 001 Kč až 30 000 Kč, s celkovým podílem 35 % neboli 54 respondentů. Do minoritních příjmových skupin 30 001 Kč až 50 000 Kč a 50 001 Kč a více spadá pouhých 20 respondentů s podílem 13 %.

Otázka 6: Máte děti

Graf 14 – počet respondentů výzkumného šetření, kteří mají dětí



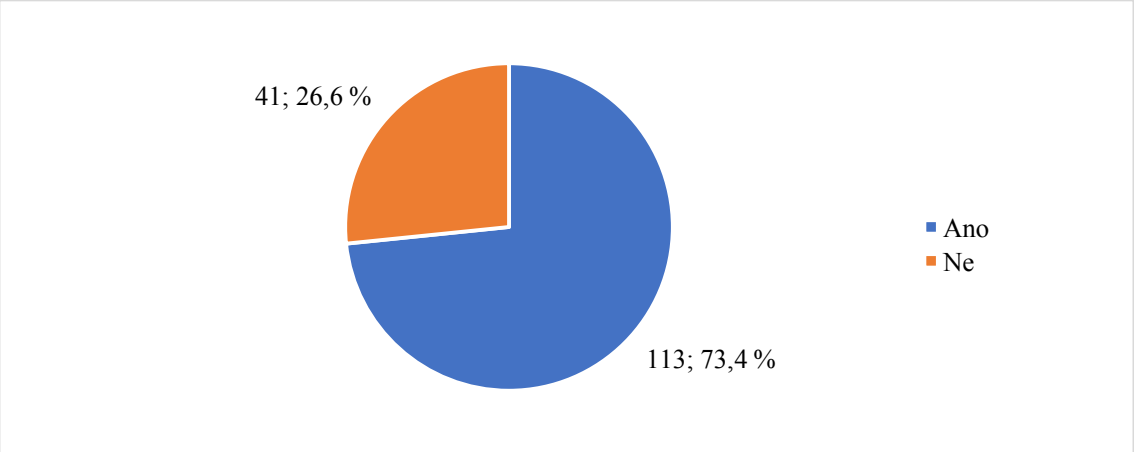
Zdroj: Vlastní výzkum

Doplňujícím dotazem určeným k testování hypotézy číslo 9 této práce je otázka zaměřena na zjištění, zda respondent má dítě či nikoliv. Pouhých 13 dotazovaných (8,4 %) odpovědělo, že dítě má, a zbylých 141 (91,6 %) jsou prozatím bezdětní.

6.2 Oddíl B: Sdílená ekonomika

Otázka 7: Setkali jste se někdy s pojmem „sdílená ekonomika" nebo „spoluspotřebitelství"?

Graf 15 – počet respondentů, kteří se setkali s pojmy „sdílená ekonomika“ a „spoluspotřebitelství“



Zdroj: Vlastní výzkum

Téměř tři čtvrtiny respondentů (73,4 %) se již před vyplněním dotazníku setkalo s pojmy „sdílená ekonomika“ a „spoluspotřebitelství“, z toho 60 mužů (53,1 %) a 53 žen (46,9 %). Specifickou odlišností však je to, že poměr mužů seznámených s konceptem spoluspotřebitelství k mužům, kteří se s tímto pojmem nikdy nesetkali, je výrazně větší oproti stejnému poměru u žen ve vztahu ke stejnému ukazateli (viz Tabulka 4). Tato odlišnost může být vysvětlena různými socioekonomickými a sociologickými rozdíly mezi muži a ženami, ale nejpravděpodobnějším faktorem je větší zájem mužské části populace o moderní technologie a obecně rizikově neutrálnější postoj vůči novým příležitostem poskytujícím například větší výnosnost oproti klasickým službám.

Naopak se s těmito pojmy nikdy nesetkalo 41 respondentů (26,6 %), z toho pouze 9 mužů (22 %) a 32 žen (78 %). Je důležité taktéž poznamenat, že u žen starších 25 let se zvyšuje povědomí o službách sdílené ekonomiky, kde pouhých 20 % respondentek neví, o co se konkrétně jedná. Tento jev může být vysvětlen větší snahou žen o optimalizaci svých výdajů po ukončení studia na vysoké škole a vyhledáním alternativních zdrojů, které dokážou nasytit poptávku za předpokladu menších finančních ztrát.

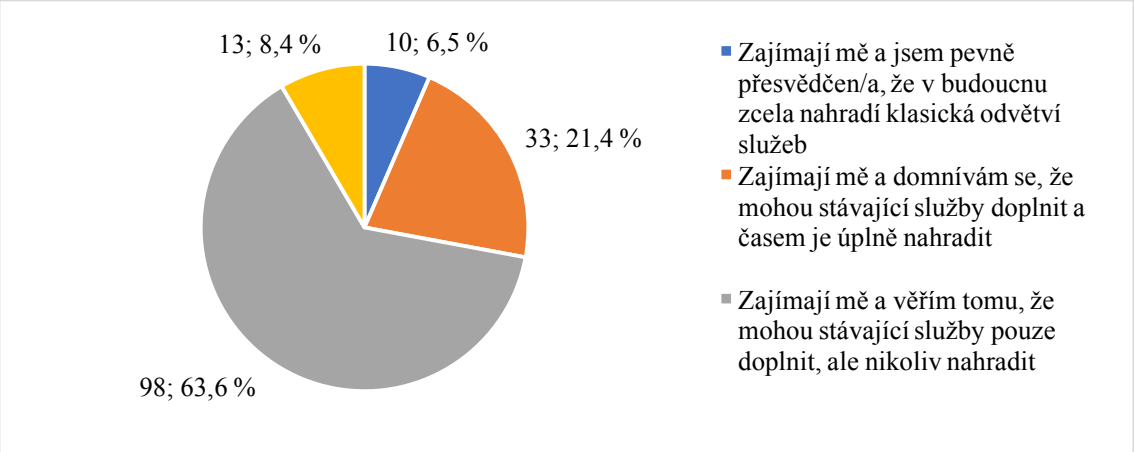
Tabulka 4 – věková struktura mužů a žen, kteří jsou seznámeni s konceptem spoluspotřebitelství

Pohlaví a věk	Ne	Ano	Celkový součet
Muž	9	60	69
18-24 let	8	38	46
25-34 let		22	22
35-44 let	1		1
Žena	32	53	85
18-24 let	27	38	65
25-34 let	2	8	10
35-44 let	2	3	5
45-54 let	1	3	4
55-64 let		1	1
Celkový součet	**41**	**113**	**154**

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 8: Služby sdílené ekonomiky vnímáte takto

Graf 16 – vnímání služeb sdílené ekonomiky respondenty výzkumného šetření



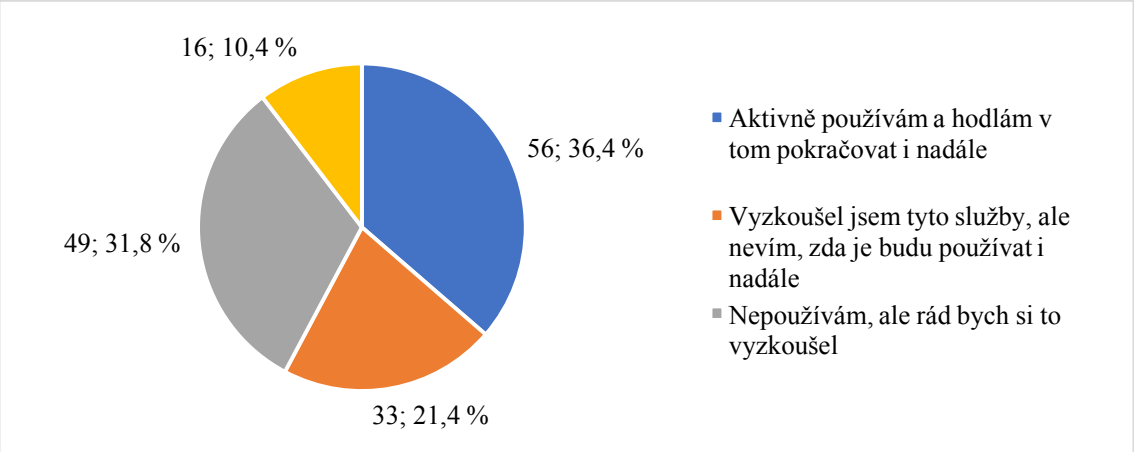
Zdroj: Vlastní výzkum

První otázka zaměřena na zjištění osobního vnímání služeb spoluspotřebitelství ukazuje, že téměř všichni respondenti (91.6 %) projevují zájem, ať už aktivní či pasivní, o služby sdílené ekonomiky. 98 respondentů (63,6 %) nicméně tvrdí, že i přes to, že peer-to-peer služby jsou schopny doplnit odvětví konvenčních služeb, nevěří tomu, že mají potenciál je kdykoliv v budoucnu úplně nahradit. Tento názor může především panovat z důvodu přetrvávající důvěry v konvenční odvětví a přesvědčení, že tyto služby jsou dostatečně konkurenceschopné a dokážou vytvořit takovou nabídku, která uspokojí potřeby veškerých poptávajících.

Opačného názoru jsou respondenti, jenž se domnívají, že koncept spoluspotřebitelství dokáže konvenční služby nahradit (21,4 %) a respondenti, jenž pevně věří tomu, že v budoucnu určitě nahradí služby v tom pojetí, jaké je známe dnes (6,5 %). Pouhých 13 respondentů (8,4 %) za žádnou cenu nepřipouští to, že by mohla nastat výraznější transformace odvětví služeb, a tudíž o koncept spoluspotřebitelství neprojevuje větší zájem.

Otázka 9: Služby sdílené ekonomiky

Graf 17 – přístup k použití služeb sdílené ekonomiky



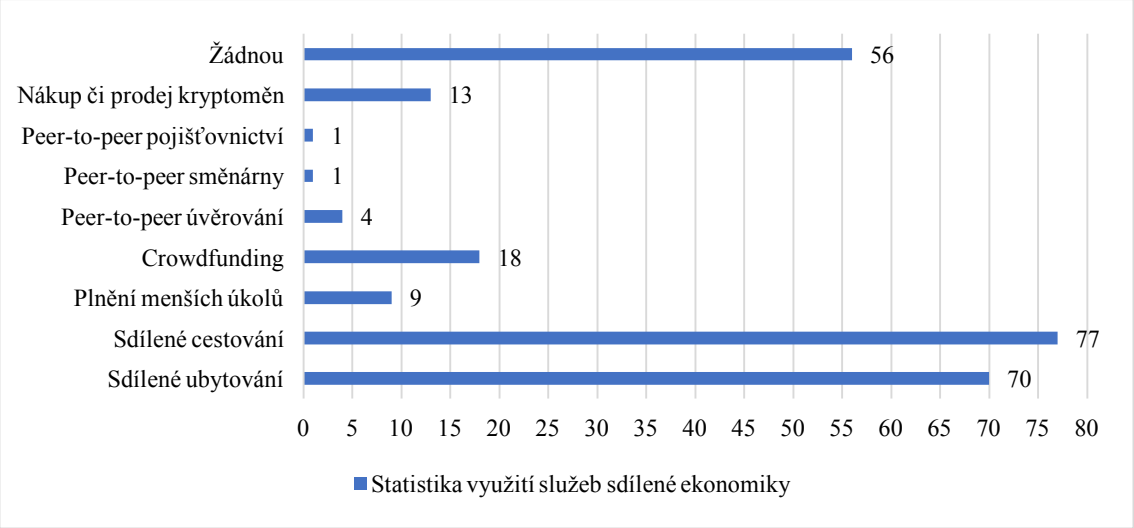
Zdroj: Vlastní výzkum

V dotazníku bylo zaznamenáno celkem 56 respondentů (36,4 %) aktivně užívajících služeb sdílené ekonomiky, z toho 31 mužů (55,4 %) a 25 žen (44,6 %). Pozoruhodným zjištěním je fakt, že do skupiny aktivních uživatelů služeb sdílené ekonomiky patří téměř polovina (45 %) všech zaměstnaných osob zapojených do výzkumu. Stejnou tendenci lze vysledovat i u osob samostatně výdělečně činných a podnikatelů, kde více jak polovina (55 %) všech dotazovaných aktivně využívá těchto služeb a zbytek by si rád tyto služby vyzkoušel.

Dalším překvapivým závěrem analýzy výsledků je skutečnost, že 38 studentů (37,3 %) vyjádřilo spíše neutrální („*Vyzkoušel jsem tyto služby, ale nevím, zda je budu používat i nadále*“) a negativní („*Nepoužívám je a ani je nemám v úmyslu používat*“) postoj vůči použití služeb sdílené ekonomiky. Stejný poměr u skupiny zaměstnaných tvoří pouhých 26,3 %, což vyvrací obecný předpoklad většího zájmu o alternativní služby u osob s nižšími příjmy.

Otázka 10: Které z těchto služeb sdílené ekonomiky jste použil/a aspoň jednou?

Graf 18 – použití služeb sdílené ekonomiky



Zdroj: Vlastní výzkum

I přes to, že služby sdílené ekonomiky jsou poměrně novým trendem, značná část českých spotřebitelů již měla příležitost se do tohoto modelu směny zapojit, a dokonce si vyzkoušet řadu z nich na území České republiky. Ze statistik vyplývá, že mezi nejpopulárnější služby u nás patří sdílené cestování, které vyzkoušelo celkem 50 % všech dotazovaných, a sdílené ubytování, které vyzkoušelo 45,5 % respondentů. Tento závěr není žádným způsobem překvapující, především z důvodu toho, že se jedná o nejrozšířenější modely vzájemné směny, které řeší dva skutečně významné problémy v každodenních životech jedinců, a to otázku mobility a ubytování mimo oblast běžného pobytu.

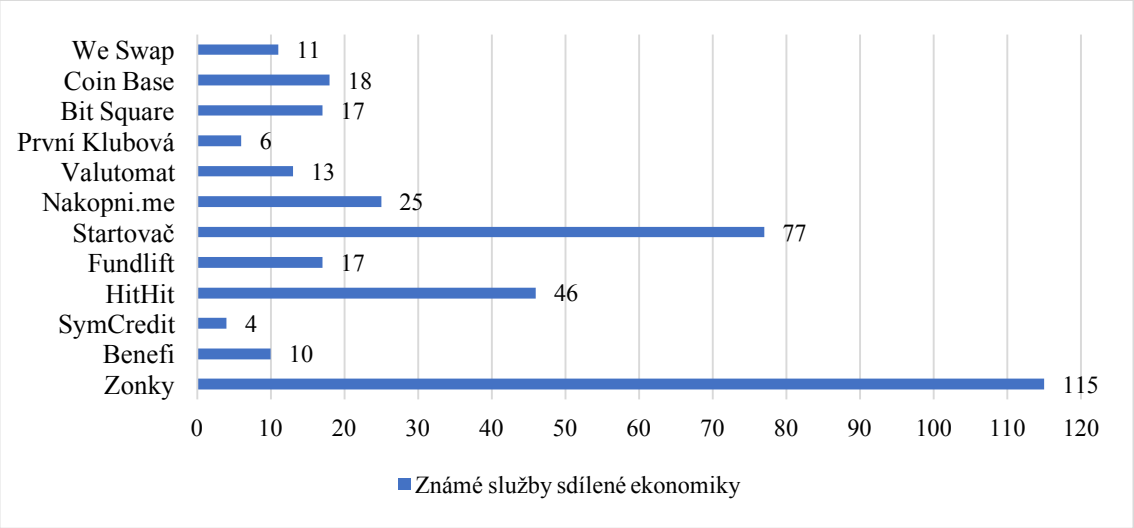
Třetím nejpopulárnějším produktem sdílené ekonomiky jsou tzv. crowdfundingová tržiště, která se zaměřují na dobrovolné, mnohdy i dobročinné, financování start-upů a veřejně prospěšných projektů. Ten však ve srovnání s předchozími službami tvoří pouhý zlomek s celkovým počtem 18 uživatelů (11,7 %), společně s portály určenými k nákupu a prodeji kryptoměn (8,4 %). Zcela nevyužitou kategorii sdílené ekonomiky zůstávají služby tzv. peer-to-peer (dále jen P2P) charakteru, konkrétně P2P úvěrování (2,6 %), P2P směnáren (0,6 %) a P2P pojišťovnictví (0,6 %).

Více jak třetina, s celkovým počtem 56 respondentů (36,3 %), zatím nikdy nevyužila žádných služeb spoluspotřebitelství, což ovšem může být vysvětleno menší mírou

dostupnosti těchto produktů na českém trhu či nedostatečnou důvěrou v nové, a z pohledu mnoha jedinců, „neozkoušené“ služby.

Otázka 11: Zaškrtněte prosím služby, které znáte

Graf 19 – známé služby sdílené ekonomiky v České republice



Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka číslo 11 obsahovala seznam celkem 12 finančních produktů sdílené ekonomiky, které fungují v České republice a s nimiž by respondenti mohli přijít do kontaktu. Naprosto očekávatelným zjištěním byla skutečnost, že zdaleka nejpopulárnější službou je český projekt Zonky zaměřený na P2P úvěrování, což je snadno vysvětlitelné rozsáhlou marketingovou kampani, kterou vedení této společnosti provádí od půlky roku 2016. Nicméně i přes to, že projekt zná celkem 115 respondentů (74,7 %), je toto zjištění částečně nečekané z důvodu toho, že pouze 1 respondent (0,6 %) využil služeb sdíleného úvěrování.

Dále se sleduje jistá korelace mezi počtem uživatelů crowdfundingových platforem a popularitou služeb Startovač, HitHit, Nakopni.me a Fundlift. Startovač, jakožto nejpopulárnější z crowdfundingových platforem, je známa 77 respondentům (50 %), po které hned následuje projekt HitHit s počtem 46 odpovědí (29,9 %).

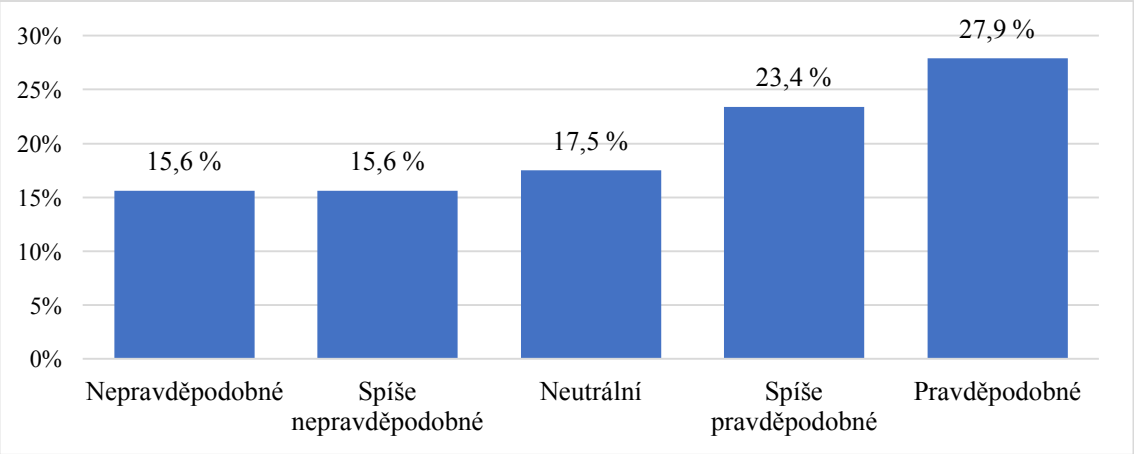
Mezi nejméně známé služby patří ku příkladu První Klubová, první P2P pojišťovna zakládající se na principu společného sdělení rizik a benefitu, která se vyznačuje svým transparentním obchodním modelem a slibuje menší finanční náročnost pro své uživatele v otázce pojištění zdraví, majetku, a dokonce i odpovědností.

6.3 Oddíl C: Hodnocení na základě kritérií

V této části respondenti hodnotili otázky, nakolik je pravděpodobné, že by využili služeb sdílené ekonomiky na základě předurčených kritérií.

Otázka 12: Sdílení cesty v autě s absolutně neznámým člověkem

Graf 20 – hodnocení pravděpodobnosti využití služeb sdíleného cestování



Zdroj: Vlastní výzkum

První otázka oddílu C je věnována vyhodnocení pravděpodobnosti využití služeb sdíleného cestování v autě, ať už v roli spolujezdce či řidiče, s absolutně neznámým člověkem. I přes to, že služby sdíleného cestování, jak již bylo několikrát zmíněno v této práci, patří k nejrozšířenějším svého druhu, odpovědí vykazují zcela nejednoznačné výsledky. Obecný předpoklad toho, že služeb sdíleného cestování raději využijí muži než ženy, se rozhodně nepotvrzuje. Ve skupině respondentů ve věku 18-24 let téměř polovina dotazovaných označuje možnost využití takových služeb za „pravděpodobnou“ a „spíše pravděpodobnou“, ovšem stejně tak u mužů i žen další třetina to vnímá jako „nepravděpodobné“ a „spíše nepravděpodobné“. Podobnou tendenci lze najít i osob věkové kategorie 24-35 let s výjimkou toho, že 50 % všech žen, které patří do této skupiny, neshledávají žádný problém se sdíleným cestováním. Ačkoliv u osob starších 45 let nelze vyvodit věrohodné závěry z důvodu nedostačujícího počtu respondentů, je zajímavým poznatkem skutečnost, že ženy jsou ochotnější použít službu sdíleného cestování než muži, u nichž 100 % respondentů zvolila možnost „nepravděpodobné“ (viz Tabulka 5).

Tabulka 5 – podíl odpovědí respondentů na otázku č. 12 dle pohlaví a věkové skupiny

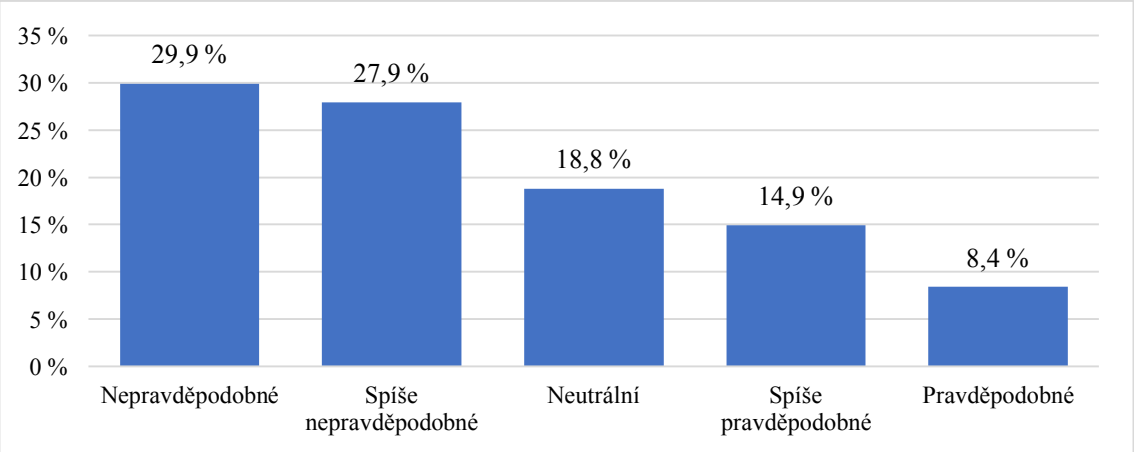
Pohlaví a věk	1	2	3	4	5	Celkový součet
Muž	17,39 %	13,04 %	15,94 %	24,64 %	28,99 %	100,00 %
18-24 let	13,04 %	15,22 %	19,57 %	23,91 %	28,26 %	100,00 %
25-34 let	22,73 %	9,09 %	9,09 %	27,27 %	31,82 %	100,00 %
35-44 let	100,00 %					100,00 %
Žena	14,12 %	17,65 %	18,82 %	22,35 %	27,06 %	100,00 %
18-24 let	12,31 %	18,46 %	15,38 %	26,15 %	27,69 %	100,00 %
25-34 let	30,00 %		10,00 %	10,00 %	50,00 %	100,00 %
35-44 let	20,00 %	20,00 %	40,00 %	20,00 %		100,00 %
45-54 let		50,00 %	50,00 %			100,00 %
55-64 let			100,00 %			100,00 %
Celkový součet	**15,58 %**	**15,58 %**	**17,53 %**	**23,38 %**	**27,92 %**	**100,00 %**

Poznámka: 1 – nepravděpodobné, 2 – spíše nepravděpodobné, 3 – neutrální, 4 – spíše pravděpodobné, 5 – pravděpodobné

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 13: Dovolíte neznámé osobě přespat u sebe doma

Graf 21 – hodnocení pravděpodobnosti nabídky služeb sdíleného ubytování



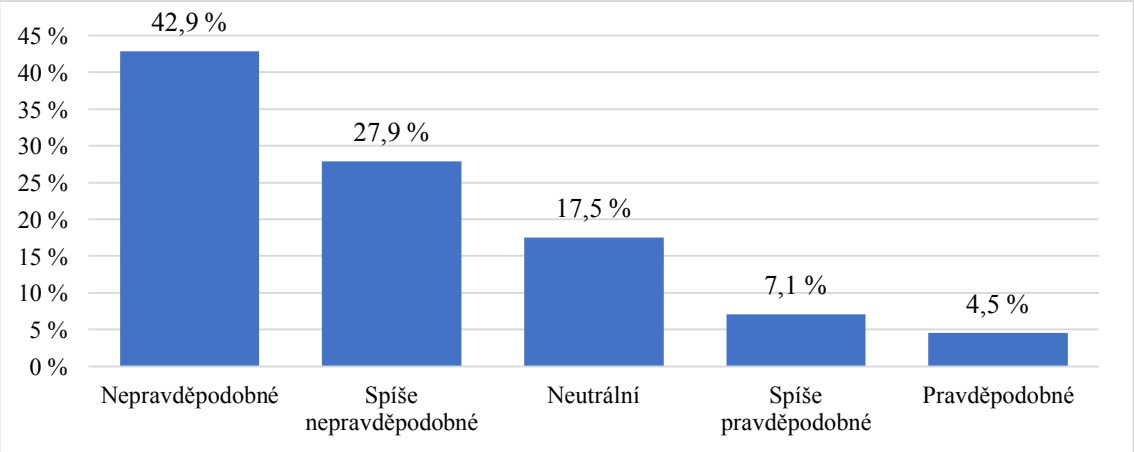
Zdroj: Vlastní výzkum

Stejně jako v otázce předchozí, o službách sdíleného ubytování lze mluvit jako o jedné z nejrozšířenějších služeb svého druhu, což potvrzuje rozmach projektů jako třeba Airbnb a Couchsurfing v posledních několika letech. Nicméně, nehledě na výjimečnou popularitu těchto služeb, největší překážkou ve využití těchto služeb zůstává otázka soukromí a neochota lidí se o toto soukromí podělit. Z analýzy získaných údajů je zřejmé, že se nadpoloviční většina respondentů neztotožňuje s myšlenkou toho, že by byli schopní dobrovolně nabídnout ubytování u sebe doma cizí osobě, ať už v bytě či domě. Zhruba čtvrtina respondentů odpověděla, že si dokáže představit situaci, ve které by nabídli

ubytovaní cizí osobě, což může být vysvětleno ochotou těchto respondentů zpeněžit dostupné zdroje (konkrétně například nemovitost v osobním vlastnictví či pronájmu) či pouhým zájmem o inovativní služby, které umožňují propojení s lidmi z jiných zemí.

Otázka 14: Půjčení peněz neznámé osobě

Graf 22 – hodnocení pravděpodobnosti půjčení peněz neznámé osobě

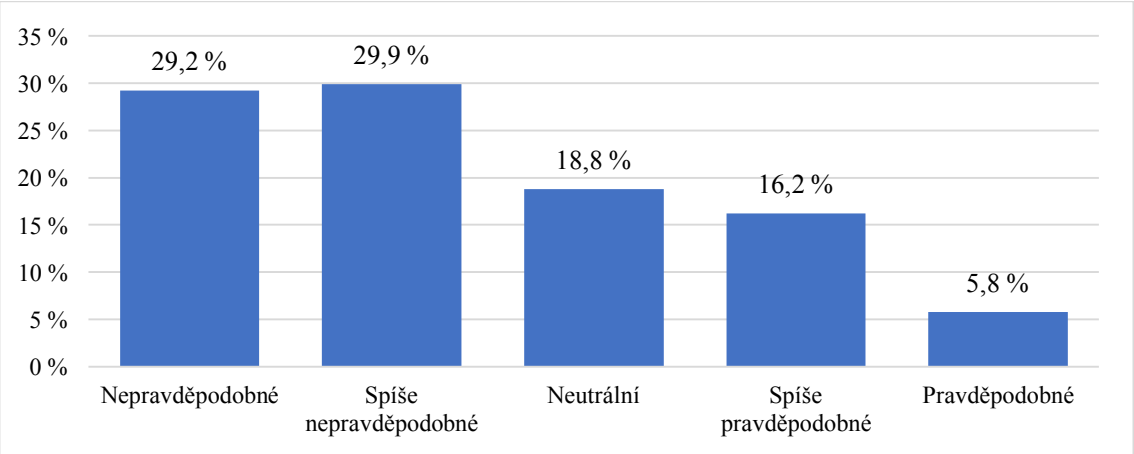


Zdroj: Vlastní výzkum

Z pohledu svěření svých finančních prostředků se zcela naplnilo očekávání, že čeští uživatelé jsou opatrní v otázce rizikových investicí. Necelé tři čtvrtiny respondentů hodnotí možnost půjčení vlastních peněžních prostředků úplně cizí osobě jako úplně či částečně nepravděpodobnou, kdežto pouhých 11,6 % dotazovaných takovou možnost připouští. Zajímavým poznatkem je skutečnost, že obecný přístup k financím vykazuje stejné tendence u všech věkových skupin a u obou pohlaví. Jediná odchylka byla zaznamenána u žen ve věkové skupině 18-24 let, kde 7,69 % této skupiny označila možnost půjčení peněz za pravděpodobnou, na rozdíl od mužů ve stejné věkové skupině (2,17 %).

Otázka 15: Půjčíte si peníze od neznámé osoby

Graf 23 – hodnocení pravděpodobnosti půjčení peněz od neznámé osoby

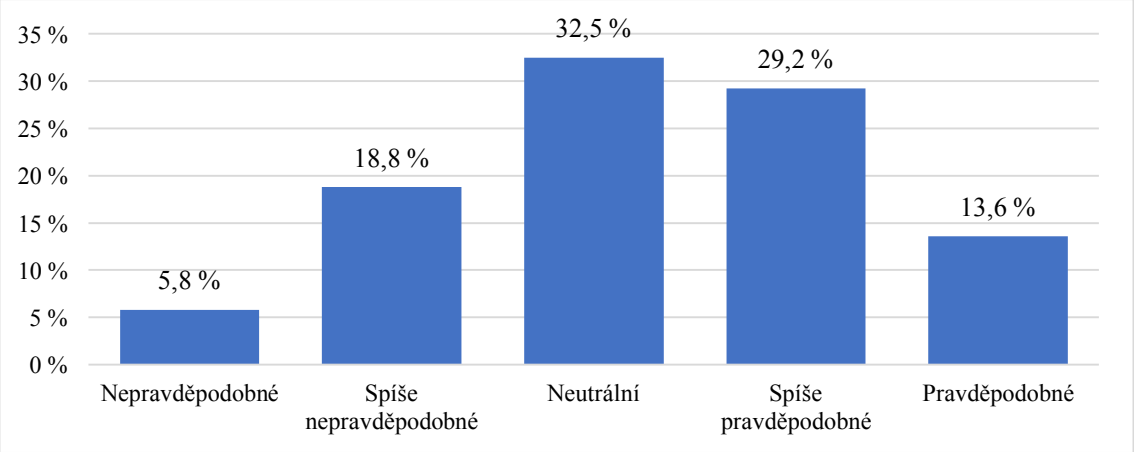


Zdroj: Vlastní výzkum

Tato otázka se zaměřuje na zhodnocení pravděpodobnosti půjčení peněz, tentokrát však od cizí osoby. Oproti předchozí otázce je vidět nárůst podílu respondentů (22 %), jež označili tuto možnost za spíše pravděpodobnou či pravděpodobnou. Podíl dotazovaných zastupujících spíše opačný názor se nijak oproti předešlé otázce výrazně nezměnil, ovšem značně poklesl podíl respondentů s naprosto zamítavým postojem na necelých 30 %. Je důležité poznamenat, že i v této otázce ženy spadající do věkové skupiny 25-44 projevují zřetelně větší důvěru (40 % respondentek), kde označily možnost půjčení si finančních prostředků od cizí osoby jako spíše pravděpodobnou.

Otázka 16: Zainvestujete peníze do internetového projektu za jakýkoliv nepeněžní benefit

Graf 24 – hodnocení pravděpodobnosti uskutečnění investice za nepeněžní benefit



Zdroj: Vlastní výzkum

Z výsledků výzkumu plyne, že 42,8 % dotazovaných připouští možnost investování svých finančních prostředků do projektů za jakýkoliv nepeněžní benefit, tzn. aniž by tato investice přinesla potenciální peněžní výnos. Nepeněžním benefitem je zde myšlena řada fyzických či digitálních odměn, které projekty skrze crowdfundingové platformy nabízejí výměnou za minimální investiční příspěvek. Jednat se může například o knihu, vstupenku či dokonce jedinečný přístup k prototypům financovaného produktu.

Největší podíl z celkového počtu dotazovaných označujících takovou investici za spíše pravděpodobnou tvoří ženy ve věku 18-24 let. Ačkoliv by se podobný přístup dalo očekávat i u mužů, jenž spadají do stejné věkové kategorie, jsou muži na rozdíl od žen skeptičtější vůči nepeněžním benefitům, které slibují investice skrze crowdfundingové platformy. Toto tvrzení je podpořeno skutečností, že téměř polovina všech respondentů spadajících do této skupiny zaujala neutrální postoj (viz Tabulka 6).

Tabulka 6 – podíl odpovědí respondentů na otázku č. 16 dle pohlaví a věkové skupiny

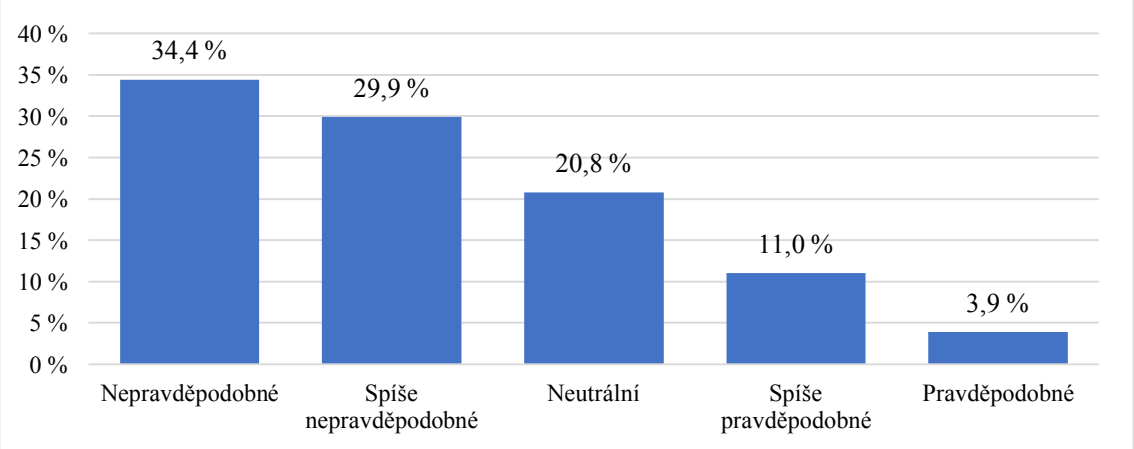
Pohlaví a věk	1	2	3	4	5	Celkový součet
Muž	3,25 %	5,19 %	18,18 %	12,99 %	5,19 %	44,81 %
18-24 let	1,30 %	3,90 %	13,64 %	7,14 %	3,90 %	29,87 %
25-34 let	1,30 %	1,30 %	4,55 %	5,84 %	1,30 %	14,29 %
35-44 let	0,65 %					0,65 %
Žena	2,60 %	13,64 %	14,29 %	16,23 %	8,44 %	55,19 %
18-24 let	1,95 %	9,09 %	11,04 %	14,29 %	5,84 %	42,21 %
25-34 let	0,65 %	0,65 %	1,30 %	1,95 %	1,95 %	6,49 %
35-44 let		1,30 %	1,30 %		0,65 %	3,25 %
45-54 let		1,95 %	0,65 %			2,60 %
55-64 let		0,65 %				0,65 %
Celkový součet	**5,84 %**	**18,83 %**	**32,47 %**	**29,22 %**	**13,64 %**	**100,00 %**

Poznámka: 1 – nepravděpodobné, 2 – spíše nepravděpodobné, 3 – neutrální, 4 – spíše pravděpodobné, 5 – pravděpodobné

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 17: Pojistíte se na webovém portálu, kde lidé vzájemně sdílí rizika a výnosy

Graf 25 – hodnocení pravděpodobnosti využití služeb sdíleného pojišťovnictví



Zdroj: Vlastní výzkum

Naprosto převládající část dotazovaných (64,3 %) neprojevuje důvěru ve služby sdíleného pojišťovnictví, což především může být vysvětleno tím, že se jedná o jedno z nejmladších odvětví sdílené ekonomiky, a český spotřebitel tak nemá dostatečný přehled jak o existenci takových služeb, tak dostatek informací ke zhodnocení potenciálních výnosů a nákladů plynoucích z jejich užití. Kromě toho, důvěru v alternativní pojišťovací služby může snižovat i stávající negativní zkušenost s produkty

korporátních pojišťoven, kdy ku příkladu pojištěný nebyl řádně seznámen s podmínkami pojistné smlouvy, a proto nebyl odškodněn při výskytu pojistné události.

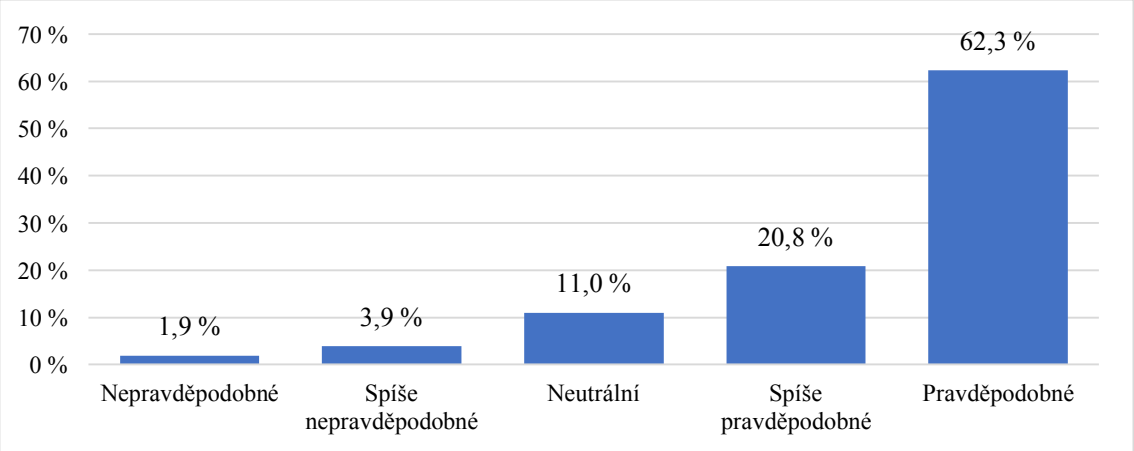
Pozoruhodným postřehem je fakt, že jako pravděpodobnou možnost využití služeb sdíleného pojišťovnictví označili pouze ženy, a to ve věkových skupinách 18-44 let. Jako spíše pravděpodobnou možnost si vybrali jak ženy, tak i muži, ale pouze ve věkových skupinách 18-34 let.

6.4 Oddíl D: Hodnoty a priority

Tento oddíl se věnuje tomu, jak významnou roli při použití služeb sdílené ekonomiky pro respondenty hrají určité aspekty.

Otázka 18: Osobní bezpečnost

Graf 26 – hodnocení významu osobní bezpečnosti při použití služeb sdílené ekonomiky

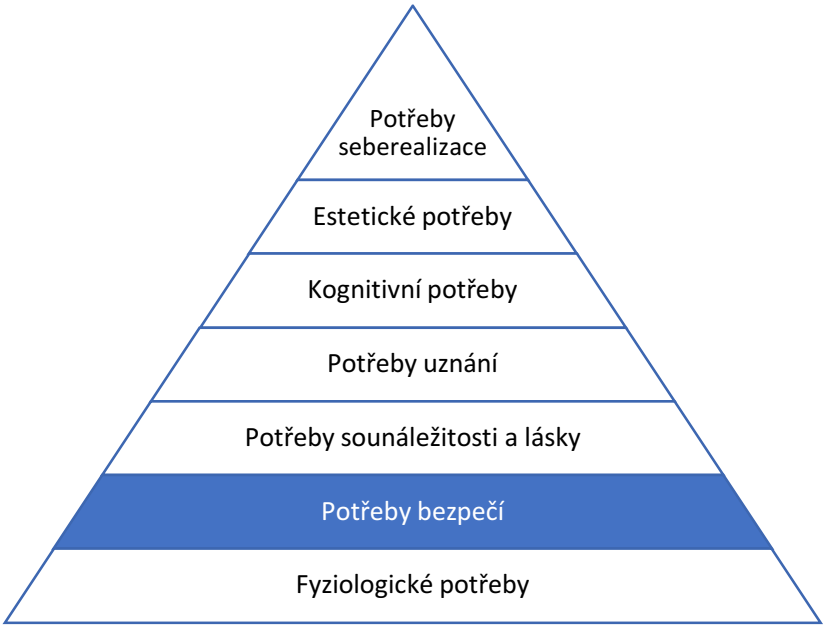


Zdroj: Vlastní výzkum

Jedním ze základních předpokladů výskytu důvěry v určitý subjekt či objekt ve velké míře spočívá v podmínkách vzájemné interakce a řady charakteristik, na jejímž základě jedinec porovnává potenciální výnosy a náklady spojené s takovou interakcí. Potřeba cítit se zabezpečeně a být zajištěn proti rizikům spojených se spotřebou, může být na základě Maslowovy pyramidy potřeb, která mluví o lidských psychologických potřebách, označena jako za jednu z nejdůležitějších aspektů spotřebního chování (viz Graf 25).[119]

[119] VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. 356 s. Expert. ISBN 978-80-247-3528-3.

Graf 27 – Maslowova pyramida potřeb



Zdroj: Vysekalová, 2011 [120]

Předpoklad amerického psychologa Maslowa potvrzují i výsledky otázky číslo 18 tohoto výzkumu, které ukazují, že pro 62,3 % respondentů hraje osobní bezpečnost nejvýznamnější roli při rozhodování o použití služeb sdílené ekonomiky. Z celkového počtu dotazovaných 72,94 % všech žen uvedlo, že pocit osobní bezpečnosti je tím nejdůležitějším aspektem, kdežto u mužů tento podíl tvořil necelou polovinu všech respondentů (49,28 %). Z hlediska věku pak lze usoudit, že bezpečnost je nejvýznamnější především pro respondenty ve věku 18-24 let a 55-64 let, což může být vysvětleno větší sociální „zranitelností“ osob ve školním a důchodovém věku (viz Tabulka 7).

Z výsledků lze taktéž usoudit, že s rostoucím věkem význam osobní bezpečnosti klesá, a to především u mužů, jenž jsou méně rizikově averzní a náchylnější k vyhledání alternativních příležitostí v otázce spotřebních návyků. Tato myšlenka se taktéž potvrzuje na skutečnosti, že osobní bezpečnost nemá žádný význam pouze pro respondenty-muže v tomto výzkumu.

[120] VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. 356 s. Expert. ISBN 978-80-247-3528-3.

Tabulka 7 – význam osobní bezpečnosti při použití služeb sdílené ekonomiky

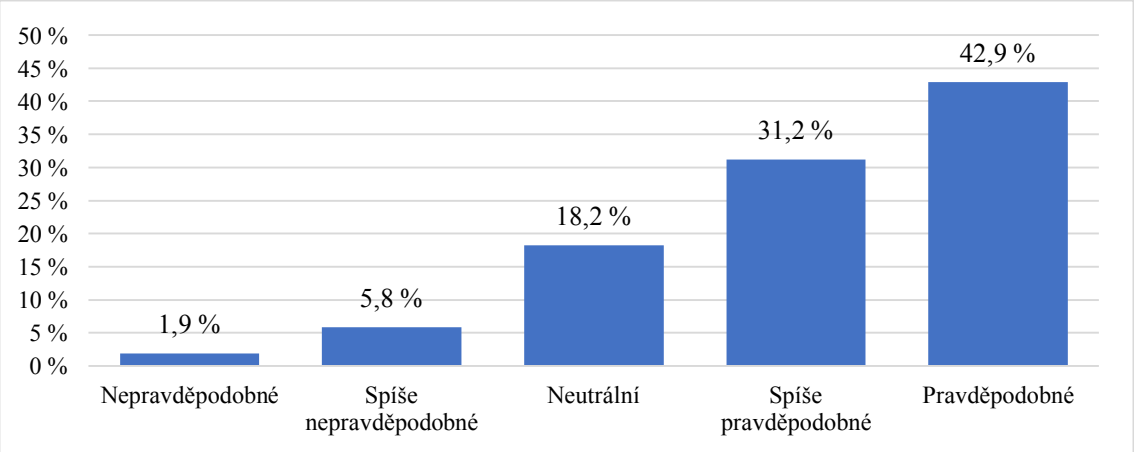
Pohlaví a věk	1	2	3	4	5	Celkový součet
Muž	4,35 %	0,00 %	13,04 %	33,33 %	49,28 %	100,00 %
18-24 let	4,35 %		15,22 %	28,26 %	52,17 %	100,00 %
25-34 let			9,09 %	45,45 %	45,45 %	100,00 %
35-44 let	100,00 %					100,00 %
Žena	0,00 %	7,06 %	9,41 %	10,59 %	72,94 %	100,00 %
18-24 let		7,69 %	6,15 %	9,23 %	76,92 %	100,00 %
25-34 let			10,00 %	20,00 %	70,00 %	100,00 %
35-44 let			60,00 %		40,00 %	100,00 %
45-54 let		25,00 %		25,00 %	50,00 %	100,00 %
55-64 let					100,00 %	100,00 %
Celkový součet	**1,95 %**	**3,90 %**	**11,04 %**	**20,78 %**	**62,34 %**	**100,00 %**

Poznámka: 1 – nepravděpodobné, 2 – spíše nepravděpodobné, 3 – neutrální, 4 – spíše pravděpodobné, 5 – pravděpodobné

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 19: Minimální riziko při finančních transakcích

Graf 28 – hodnocení významu rizika při finančních transakcích ve službách sdílené ekonomiky



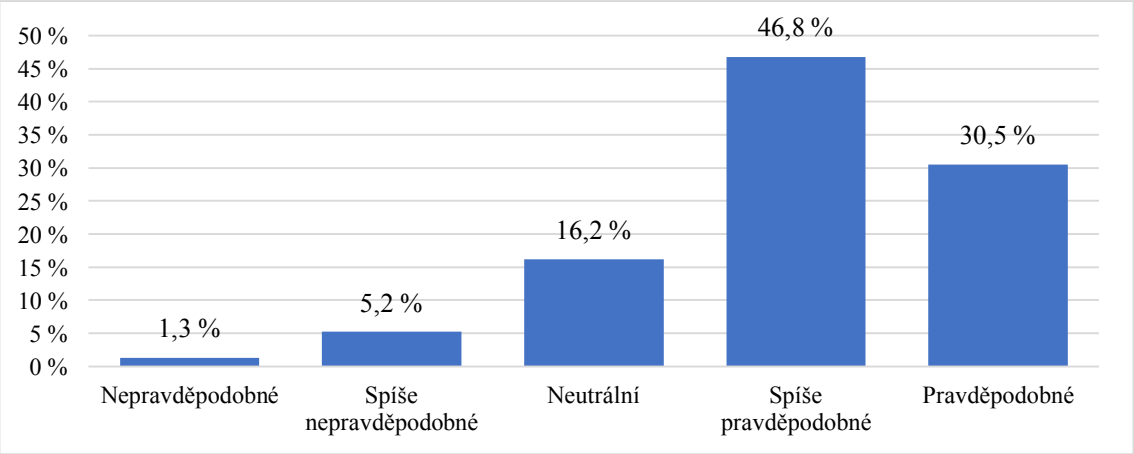
Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka minimálního rizika při finančních transakcích úzce souvisí s problematikou osobní bezpečnosti. Stejně jako v předchozí otázce, i zde bezpečnost hraje významnou či nejvýznamnější roli pro 74,1 % respondentů s tím, že většinu dotazovaných v této skupině tvoří ženy všech věkových skupin. Opět se taktéž ukazuje, že pro žádnou ženu minimální riziko při finančních transakcích nemá žádný význam. Naopak u mužů je tento počet stejný jako v předchozí otázce, což znovu prokazuje méně rizikově averzní spotřební chování mužské části populace. Je ovšem nezbytné zdůraznit, že pro muže ve věkové

skupině 25-34 let převládá důraz na velký význam absence finančních ztrát, což může být způsobeno rostoucími nároky ve financování životních podmínek či potřebou zabezpečovat rodinu.

Otázka 20: Možnost ušetřit

Graf 29 – hodnocení významu možnosti ušetřit při použití služeb sdílené ekonomiky



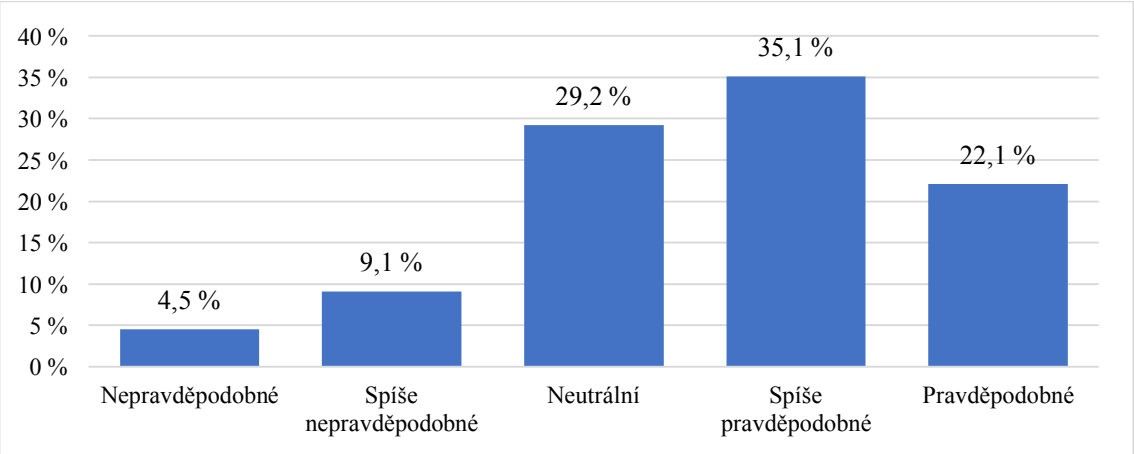
Zdroj: Vlastní výzkum

Obecně se služby sdílené ekonomiky prosazují na základě menší finanční náročnosti a širších alternativních zdrojů, které poskytují příznivé podmínky pro soutěž, a to zároveň tlačí ceny konvenčních služeb dolů. Z tohoto pohledu lze usoudit, že význam menší finanční náročnosti služeb sdílené ekonomiky oproti konvenčním službám, či jinak řečeno možnost ušetřit a při tom nesnížit svůj výnos ze spotřeby, bude hrát významnou roli i pro českého zákazníka.

Tento předpoklad se na základě výsledků výzkumu zcela potvrzuje, a to jak v případě mužů, tak i žen. 77,3 % dotazovaných hodnotí význam možnosti ušetřit jako významnou či nejvýznamnější, přitom struktura respondentů se v jednotlivých věkových skupinách vyznačuje svou konzistentností, a spíše na základě drobných rozdílů by se dalo tvrdit, že možnost ušetřit hraje významnější roli pro muže než ženy.

Otázka 21: Možnost si vydělat

Graf 30 – hodnocení významu možnosti vydělat si při použití služeb sdílené ekonomiky



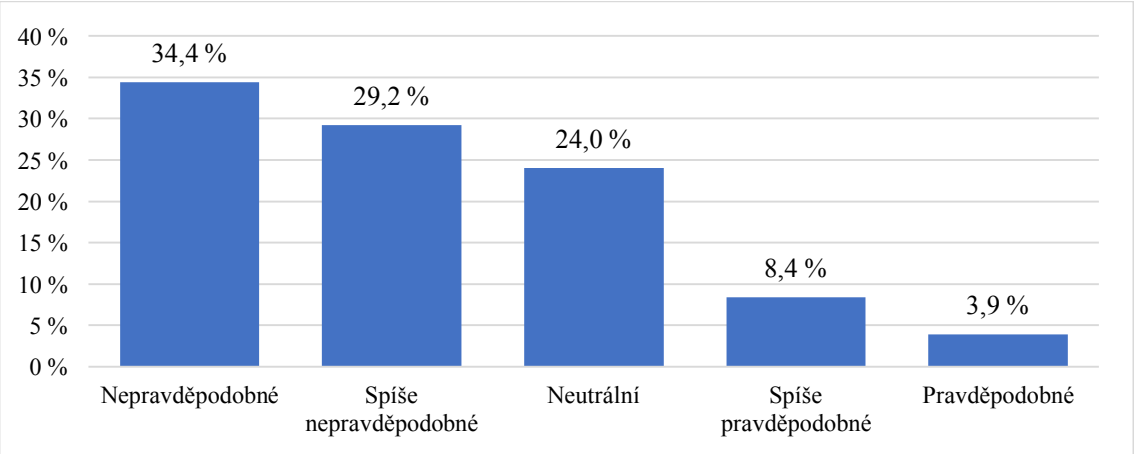
Zdroj: Vlastní výzkum

Další poměrně významnou výhodou, kterou nabízí platformy sdílené ekonomiky, je aktivní zapojení uživatelů nejen do poptávky po statcích a službách, ale taktéž i do nabídky. V praxi to znamená, že díky široké dostupnosti osobní mobilní výpočetní techniky s přístupem na globální síť internet, je mnohem snazší spojit se s osobou, která vyhledává přesně to zboží nebo služby, které jste schopný nabídnout výměnou za finanční obnos.

Tenhle princip se již v současné době využívá i v České republice, například ve službách sdíleného cestování (Uber či BlaBlaCar) nebo sdíleného ubytování (Airbnb nebo Couchsurfing). Relativně velká motivace si vydělat se u českých uživatelů potvrzuje na výsledcích výzkumu, kde 57,2 % dotazovaných souhlasí se značným významem tohoto aspektu při použití služeb sdílené ekonomiky. Při porovnání údajů se nicméně ukazuje, že význam dodatečného výdělků z alternativních zdrojů má větší význam pro ženy nežli muže, což může být způsobeno příjmovými rozdíly mezi muži a ženami. Tento rozdíl pak může ženy motivovat k vyhledání vedlejších příjmů, který jim umožní zvýšit svůj užitek ze spotřeby z již dostupných zdrojů. Pro pouhých 13,6 % respondentů pak možnost vytvoření vedlejšího příjmu nehraje zásadní roli.

Otázka 22: Možnost se zviditelnit

Graf 31 – hodnocení významu možnosti zviditelnit se při použití služeb sdílené ekonomiky

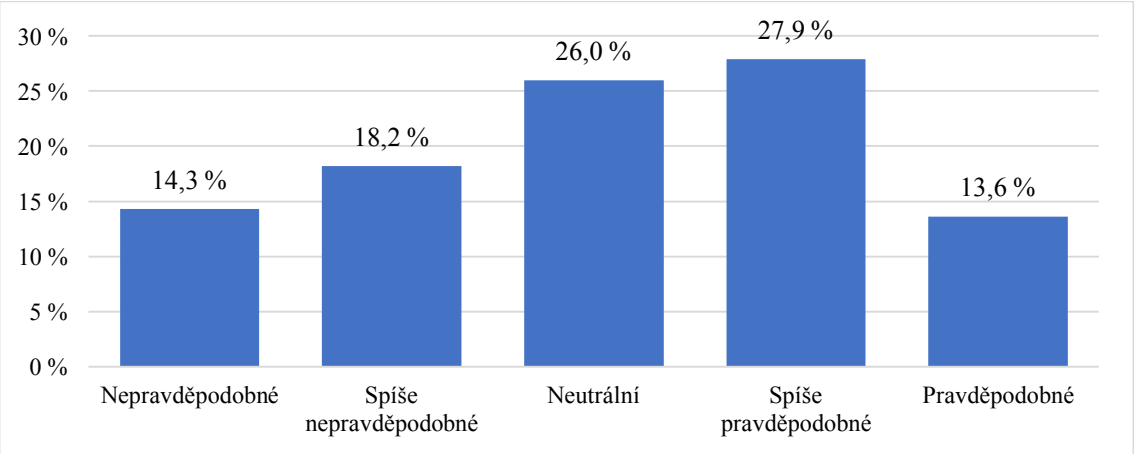


Zdroj: Vlastní výzkum

Stejně jako potřeba bezpečí, tak i potřeba uznání, může výrazně ovlivnit spotřební chování jednotlivců. Potřeba dosáhnout úspěchů, získat souhlas a společenské uznání tak může být hlavním motivačním faktorem v rozhodovacím procesu o vstupu do sdílené ekonomiky. Dle výsledků výzkumu je však zřejmé, že čeští spotřebitelé nevykazují příznaky této potřeby. Pouhých 12,3 % respondentů považuje možnost zviditelnit se za významnou či dokonce nejvýznamnější, a to pravděpodobně z důvodu pokusu o prosazení vlastních schopností či produktů široké skupině lidí. Převážná část respondentů (63,6 %) nicméně nepovažuje tuto možnost za významnou a lze tedy u této skupiny dotazovaných předpokládat, že zastupuje roli spíše poptávajících nežli nabízejících.

Otázka 23: Možnost přispět životnímu prostředí

Graf 32 – hodnocení významu možnosti přispět životnímu prostředí

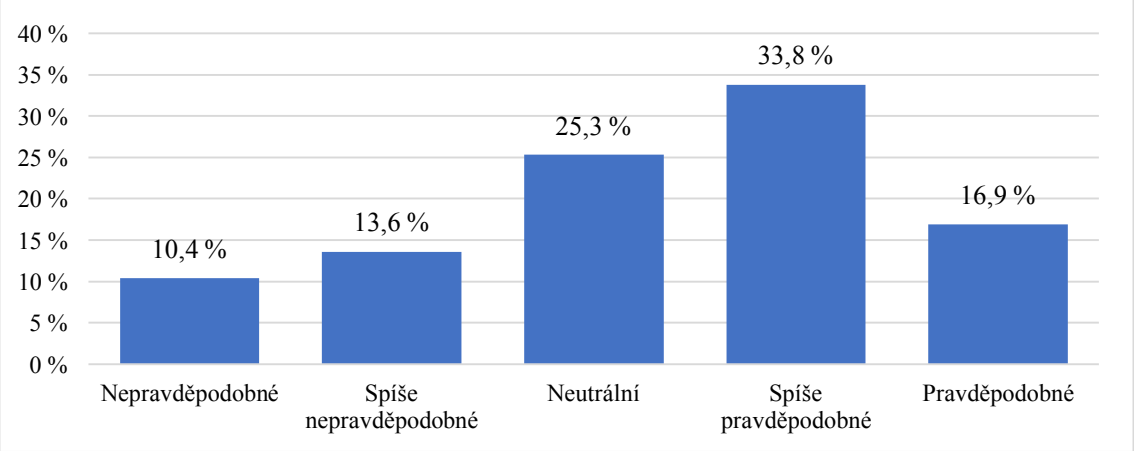


Zdroj: Vlastní výzkum

Mezi sekundární benefity rozvoje služeb sdílené ekonomiky samozřejmě patří i jejích přínos pro životní prostředí. Díky delším spotřebním a životním cyklům výrobků se snižuje poptávka po nových statcích náročných na přírodní zdroje, což zároveň snižuje výrobu oxidu uhličitého a snižuje zátěž na životní prostředí. 41,5 % respondentů souhlasí s významem altruistického spotřebního chování a výběru těch služeb, jenž aktivně či pasivně přispějí zlepšení životního prostředí. Na opačné straně 32,5 % dotazovaných tomu nedává tak velký význam, a pravděpodobně tak pro tyto osoby významnější roli bude hrát třeba cena či rozsah statků a služeb.

Otázka 24: Možnost mít intenzivní či neobvyklý zážitek

Graf 33 – hodnocení významu možnosti intenzivního zážitku



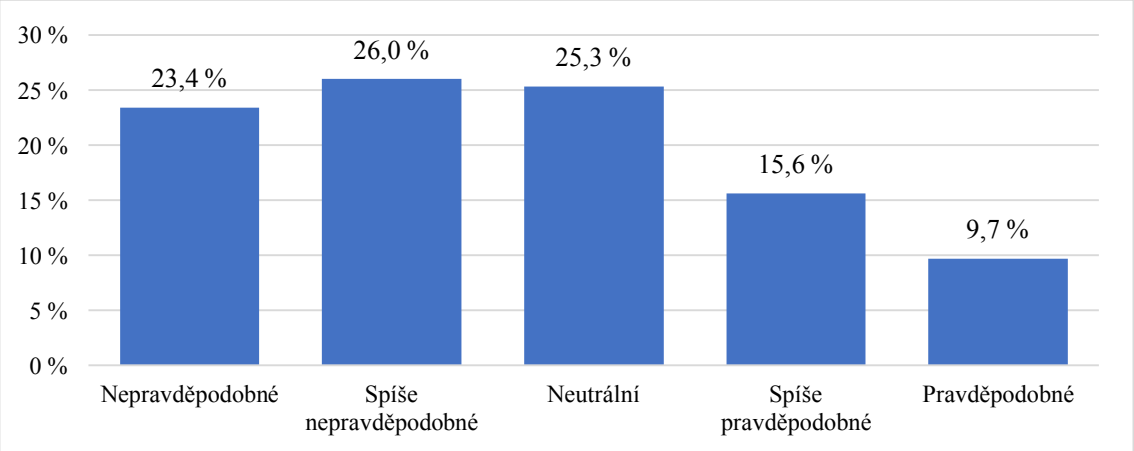
Zdroj: Vlastní výzkum

Mnozí jedinci často upravují své spotřební chování na základě osobních preferencí a jistých priorit, jenž definují rozsah a druh spotřebních statků, které si tito jedinci vybírají. Nemusí se ovšem vždy jednat pouze o technické parametry či vzhled produktů, ale například o to, jaké pocity člověk prožívá při prvotním nebo opakovaném použití určité služby. Konkrétním příkladem mohou být služby sdíleného ubytování, kdy se jedinec rozhodne pro využití možnosti ubytování v soukromém domě místního obyvatele nežli budově hotelového řetězce, z důvodu ochoty prožít nevšední zážitek.

S ohledem na celkem konzervativní vnímání služeb sdílené ekonomiky respondenty tohoto průzkumu je pozoruhodným zjištěním, že více jak polovinu (53,7 %) dotazovaných právě možnost intenzivního a mimořádného zážitku motivuje k užití nekonvenčních služeb. Osobami nejvíce vyhledávajícími nevšední zkušenosti jsou překvapivě ženy ve věku od 18 do 24 let, po kterých následují muži ve věkové skupině 25-34 let. Konzervativní přístup u hlediska užití služeb spoluspotřebitelství se naopak potvrzuje u skupiny mužů starších 35 let.

Otázka 25: Možnost zapojit se do komunity uživatelů

Graf 34 – hodnocení významu možnosti zapojit se do komunity uživatelů



Zdroj: Vlastní výzkum

Potřeba být přijímán, družit se s jinými osobami a někam patřit dle Maslowovy pyramidy potřeb je třetí nejvýznamnější složkou lidského chování. Je tedy zcela očekávatelné, že tato potřeba bude upravovat spotřební chování jedinců tak, aby spotřebovávali takové statky a služby, jež jim zaručí větší společenské uznání. Menší popularita služeb sdílené ekonomiky v České republice se nicméně potvrzuje i na výsledcích výzkumného šetření, a tudíž význam zapojení se do komunity uživatelů hraje roli pouze u čtvrtiny

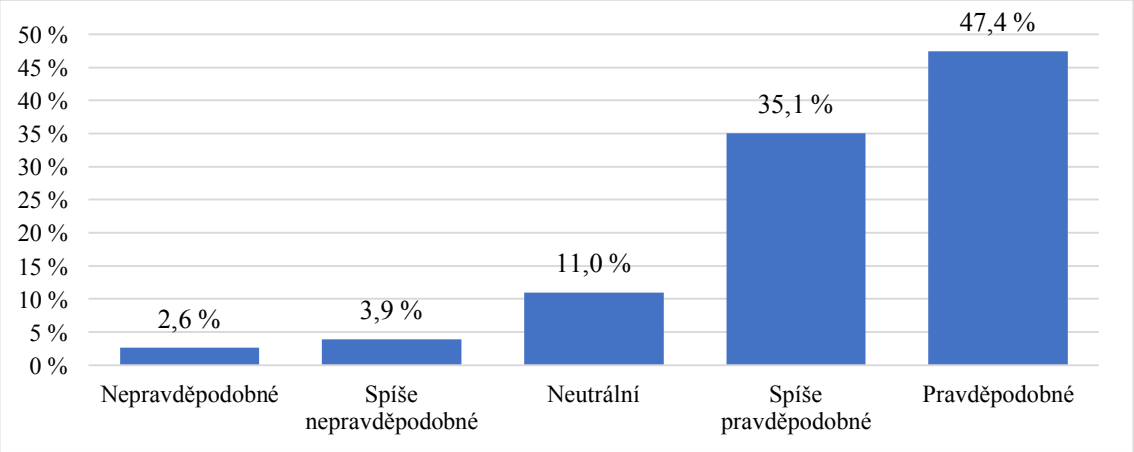
respondentů (25,3 %). Z této části respondentů největší 80% podíl tvoří ženy ve věku 18-24 let. Nejméně významnou či nevýznamnou roli pak možnost zapojení se do určité komunity hraje pro 49,6 % dotazovaných.

6.5 Oddíl E: Hodnocení důvěryhodnosti

Oddíl E se věnuje hodnocení jednotlivých kritérií, které ovlivňují úroveň důvěryhodnosti služeb sdílené ekonomiky.

Otázka 26: Recenze jiných uživatelů

Graf 35 – hodnocení významu recenzí jiných uživatelů služeb



Zdroj: Vlastní výzkum

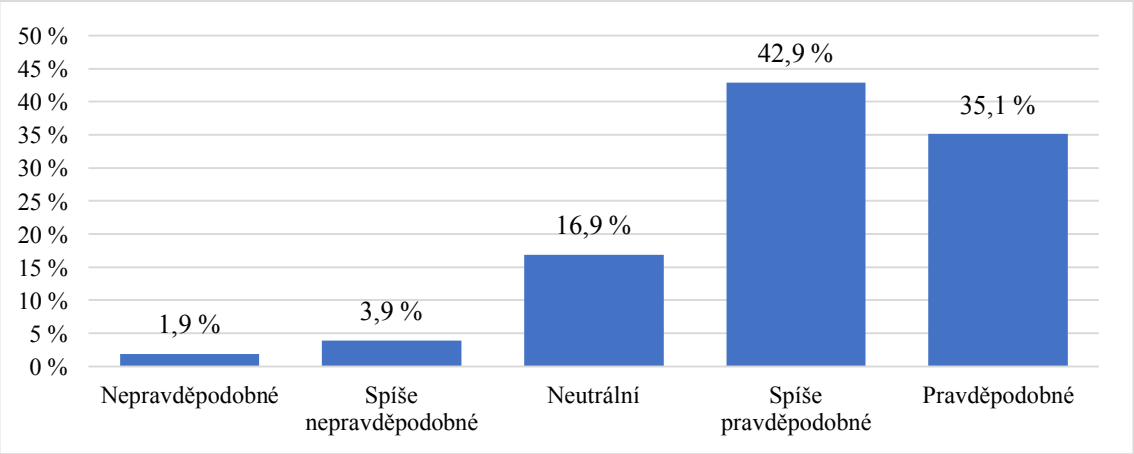
Služby sdílené ekonomiky se ve velké míře zakládají na důvěře, a to jak v poskytovatele služby, tak v jednotlivé uživatele, s nimiž je potřeba v rámci výměny statků a služeb interagovat. Vzájemná interakce uživatelů však může být omezena nedostatečným množstvím informací o protějšku, což často odrazuje jedince od zahájení počáteční spolupráce. Jedním z nástrojů, jak tyto informační náklady snížit je model recenzí založený na předávaní stávajících zkušeností dalším uživatelům, který jim umožní v kratším časovém úseku porovnat potenciální výnosy a náklady spojených se zapojením do systému P2P směny.

Z údajů vyplývajících z výsledků výzkumu lze usoudit, že čeští uživatelé tohoto modelu využívají naplno a činí svá rozhodnutí na základě zkušenosti jiných osob. 82,5 % dotazovaných označují recenze jiných uživatelů za důvěryhodné, kdežto pouhých 6,5 % respondentů tento model vnímá jako nevýznamný či spíše nevýznamný. Mnohem

větší váhu modelu recenzí dávají ženy ve všech věkových skupinách, což může svědčit o větší ochotě žen činit svá spotřební rozhodnutí po důkladném šetření všech možných rizik a případných alternativních možnostech.

Otázka 27: Úplnost profilů jednotlivých poskytovatelů

Graf 36 – hodnocení významu úplnost profilů jednotlivých poskytovatelů



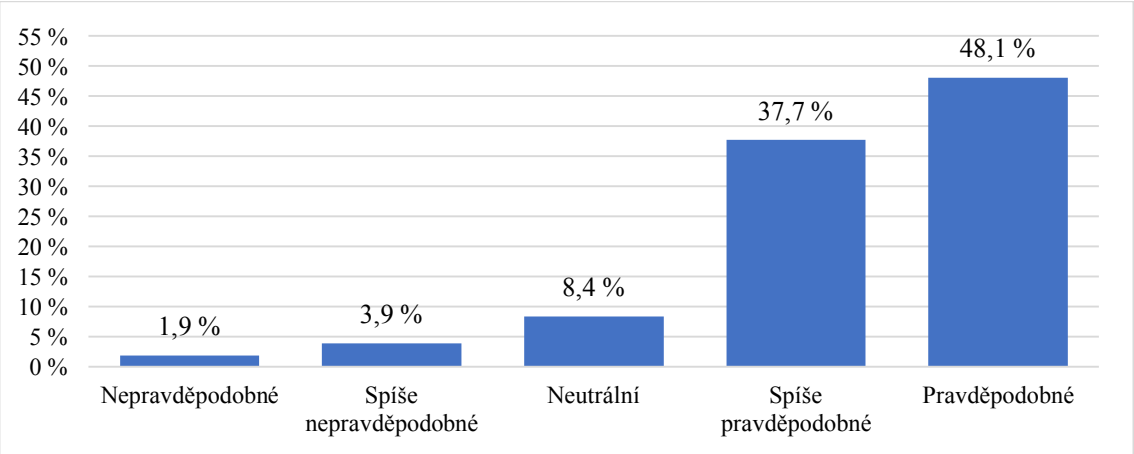
Zdroj: Vlastní výzkum

Přímým způsobem získání údajů o subjektech zapojených do služeb sdílené ekonomiky je seznámení se s profily těchto subjektů vytvořených na příslušných webových službách. Díky pokročilejším technickým provedením webových služeb a široké dostupnosti osobní výpočetní techniky mají uživatelé možnost v krátkém časovém úseku získat vyčerpávající přehled o osobách zapojených do systému vzájemné směny.

Respondenti tohoto výzkumu rozhodně nepodceňují význam úplnosti digitálních profilů poskytovatelů služeb sdílené ekonomiky, a více jak tři čtvrtiny všech dotazovaných (78 %) považují kompletnost dostupných údajů za významnou či dokonce nejvýznamnější. 9 respondentů (5,9 %) naopak tvrdí, že profily na webových službách pro ně nemají naprosto žádný význam.

Otázka 28: Celková reputace webové služby

Graf 37 – hodnocení významu celkové reputace webové služby



Zdroj: Vlastní výzkum

Míru popularity jakékoliv služby značně ovlivňuje její reputace a společenské vnímání hodnot, kterých zastává a které svou aktivitou reprezentuje. Dnes proto používáme pojem tzv. „ekonomiky reputace“, která popisuje povahu interakce osoby, instituce, firmy či produktů s koncovým uživatelem. Ekonomika reputace není fenoménem novodobým, avšak v dnešní době její význam roste z důvodu technologického pokroku a pokročilejších možností sdílení svého názoru s jinými spotřebiteli prostřednictvím moderních komunikačních médií. Právě díky internetu a sociálním sítím se zásadně mění vztah institucí se zákazníky, čímž se dává mnohem větší přednost tomu, jaké hodnoty firma reprezentuje nežli to, co „prodává“. Reputace je tedy kumulativní záležitosti, která v řádech vteřin dokáže ovlivnit spotřební chování jedince a donutit ho substituovat či naopak rozhodnout se ve prospěch určitého výrobku nebo služby.[121]

Význam reputace se potvrzuje i ve výsledcích výzkumu respondentů. Téměř polovina všech respondentů (48,1 %) označuje celkovou reputaci webové služby za nejvýznamnější vlastnost, ke které by přihlíželi při rozhodování použití služeb sdílené ekonomiky a co by je případně od spotřeby mohlo zcela odradit. Více jak třetina dalších dotazovaných (37,7 %) označuje reputaci za významnou a pouhých 5,8 % respondentů žádným způsobem netrvá na dobré reputaci služby. V této otázce se projevuje opakující

[121] KLEIN, Josh, 2013. *Reputation economics: why who you know is worth more than what you have*. First edition. New York, NY: Palgrave Macmillan. ISBN 978-1-137-27862-3.

se trend menšího zájmu ze strany mužů o vlastnosti služeb sdílené ekonomiky, jenž byl zaznamenán i v předešlých otázkách oddílu E (viz Tabulka 8).

Tabulka 8 - hodnocení významu celkové reputace webové služby

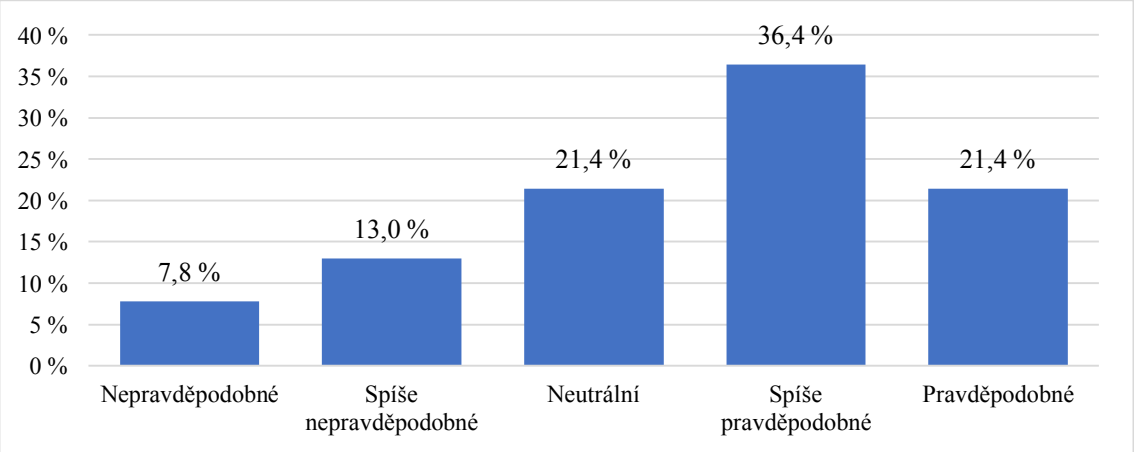
Pohlaví a věk	1	2	3	4	5	Celkový součet
Muž	4,35 %	2,90 %	8,70 %	39,13 %	44,93 %	100,00 %
18-24 let	4,35 %	2,17 %	4,35 %	41,30 %	47,83 %	100,00 %
25-34 let	4,55 %		18,18 %	36,36 %	40,91 %	100,00 %
35-44 let		100,00 %				100,00 %
Žena	0,00 %	4,71 %	8,24 %	36,47 %	50,59 %	100,00 %
18-24 let		6,15 %	6,15 %	43,08 %	44,62 %	100,00 %
25-34 let			20,00 %		80,00 %	100,00 %
35-44 let				40,00 %	60,00 %	100,00 %
45-54 let			25,00 %	25,00 %	50,00 %	100,00 %
55-64 let					100,00 %	100,00 %
Celkový součet	**1,95 %**	**3,90 %**	**8,44 %**	**37,66 %**	**48,05 %**	**100,00 %**

Poznámka: 1 – nepravděpodobné, 2 – spíše nepravděpodobné, 3 – neutrální, 4 – spíše pravděpodobné, 5 – pravděpodobné

Zdroj: Vlastní výzkum

Otázka 29: Možnost osobní komunikace s provozovatelem služby

Graf 38 – hodnocení významu osobní komunikace s provozovatelem služby



Zdroj: Vlastní výzkum

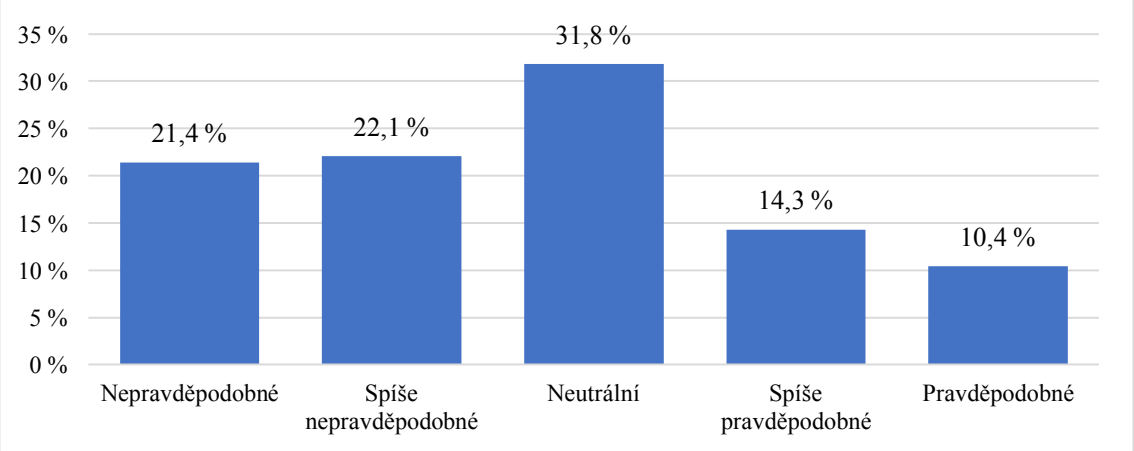
Z hlediska způsobu komunikace s provozovatelem webových služeb mnozí uživatelé mohou preferovat komunikaci tzv. tváří v tvář. Osobní komunikací s provozovatelem získáte jeho okamžitou pozornost, reakci na požadavek či zpětnou vazbu tykající se určitého dotazu. Kromě toho, ve většině případů, kdy člověk vybírá osobní způsob komunikace, to může znamenat, že chce dát svému protějšku najevo, že informace, které

mu sdílí jsou pro ně podstatná, a reakce druhé strany je pro něj důležitá. V moderní době se nicméně taková možnost nenabízí vždy a je často nahrazována univerzálním seznamem otázek a odpovědí, jež mohou být užitečné pro řešení konkrétního problému.

Vzhledem ke skutečnosti, že se služby sdílené ekonomiky mohou jevit jako poměrně neznámé a netransparentní, může mít jejich potenciální uživatel potřebu komunikovat s provozovatelem takových služeb způsobem, jenž ho ujistí, že na jeho požadavek bude reagovat skutečná osoba, která mu bude nápomocná ve všech ohledech. Zhruba pětina všech respondentů (21,4 %) tento aspekt považuje za jeden z nejdůležitějších při použití alternativních služeb, kdežto další pětina (21,8 %) ho považuje spíše či zcela nevýznamný.

Otázka 30: Státní dohled nad webovou službou

Graf 39 – hodnocení významu státního dohled nad webovou službou



Zdroj: Vlastní výzkum

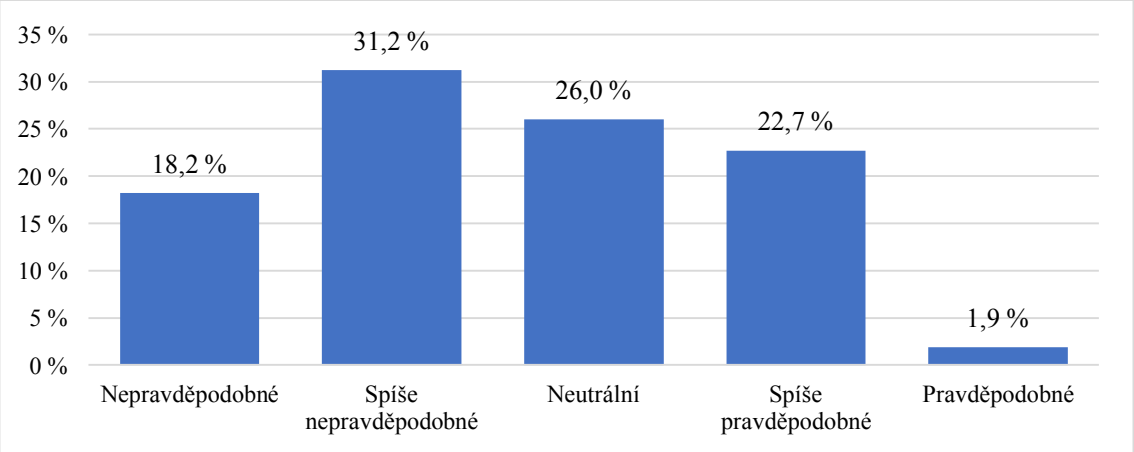
Státní dohled ve věcech právního řádu nejčastěji vykonávají ministerstva, krajské úřady či dokonce jednotlivé městské části. Nejčastěji orgány státního aparátu dohlíží na dodržování stanovených zákonů, právních předpisů vztahujících se k provozování určitých souborů aktivit, jakož i na dodržování opatření obecné povahy.

Velká část respondentů (43,5 %) nepovažuje státní dohled nad webovými službami sdílené ekonomiky za významný, což může být vysvětleno odporem vůči omezením, jež jsou často spojené s orgány státních institucí a silnou mírou zásahu do změny povahy provozu služeb založených na principu směny. Čtvrtina respondentů (24,7 %) na druhou stranu vnímá státní dohled nad službami sdílené ekonomiky pozitivně z důvodu nastavení

kvalitativního minima potřebného pro vstup na tento trh, což především chrání zájmy spotřebitelů, ale zároveň oslabuje konkurenční prostředí.

Otázka 31: Počet fanoušků na sociálních sítích

Graf 40 – hodnocení významu počtu fanoušků na sociálních sítích



Zdroj: Vlastní výzkum

Sociální sítě představují kombinací mnoha společenských proměnných, jako například mezilidské komunikace, nástrojů pro formování vzájemných vztahů, chování spotřebitelů a tvarování identity.[122] Nedílnou součásti sociálních sítí je dnes systém zaznamenávající počet uživatelů, kteří „sledují“ určitou firmu či produkt. Tento systém je ovšem revoluční z hlediska signálu, který vysílá do okolí, a rozsahu informací, jež obsahuje pouhé číslo. Obecným předpokladem je, že čím větší počet „fanoušků“ má prezentace produktu na sociálních sítích, tím je pravděpodobnější, že se jedná o takový produkt, jenž má vysokou kvalitu nebo nabízí řadu výhod oproti konkurenci.

S tímto obecným předpokladem se nicméně neztotožňuje téměř polovina respondentů tohoto výzkumu (49,4 %). Naopak se s tímto předpokladem ztotožňuje pouhá čtvrtina respondentů (24,6 %), což vyvrací jednu z tézí této odborné práci.

[122] PELLETIER, Mark J. a Alisha BLAKENEY HORKY. Exploring the Facebook Like: a product and service perspective. Journal of Research in Interactive Marketing [online]. 2015, vol. 9, no. 4, s. 337-354. ISSN 20407122. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1713904039/

6.6 Oddíl F: Obecná tvrzení o finančních službách sdílené ekonomiky

Oddíl F zkoumá tvrzení, které nejlépe vystihuje postoj respondentů k finančním službám sdílené ekonomiky.

Otázka 32: Finanční služby sdílené ekonomiky jsou

Tabulka 9 – podíl odpovědí týkajících se finančních služeb sdílené ekonomice

Finanční služby sdílené ekonomiky jsou:	Ano	Ne	Nevím
Levnější alternativou konvenčních služeb	**88,31 %**	4,55 %	7,14 %
Bezpečnou alternativou konvenčních služeb	9,74 %	44,81 %	**45,45 %**
Jednodušší v používání a obnášejí méně papírování	**71,43 %**	10,39 %	18,18 %
Přístupnější nežli konvenční služby	**42,21 %**	30,52 %	27,27 %
Přispívají k tzv. principu sociální solidarity	**51,30 %**	15,58 %	33,12 %
Šetrnější vůči životnímu prostředí	**42,86 %**	16,88 %	40,26 %

Zdroj: Vlastní výzkum

Jediná složená otázka posledního oddílu se věnuje zhodnocení vnímání finančních služeb sdílené ekonomiky na základě šesti jednoduchých tvrzení, která mají za účel sumarizovat poznatky z tohoto výzkumu.

Levnější alternativou konvenčních služeb:

Téměř všichni respondenti (88,31 %) se shodují na tom, že finanční služby sdílené ekonomiky jsou levnější alternativou konvenčních služeb. Menší finanční náročnost plyne z absence potřeby velkých investic a minimálních provozních nákladů z důvodu toho, že většina směny skrze projekty sdílené ekonomiky probíhá v online prostředí. Právě tato výhoda dává konceptu spoluspotřebitelství konkurenční výhodu a motivuje všechny věkové skupiny obyvatelstva k tomu, aby se do systému směny zapojily.

Bezpečnou alternativou konvenčních služeb:

Přesto, že se většina dotazovaných shoduje na tom, že spoluspotřebitelství je levnější oproti konvenčním službám, neplatí to samé i v otázce bezpečí. Převládající většina respondentů (90,26 %) buď tvrdí, že spoluspotřebitelství není bezpečnější než konvenční

služby, nebo neví, zda finanční služby sdílené ekonomiky a s nimi spojená výměna je zcela bezpečná, a to pravděpodobně z důvodu toho, že značná část respondentů nikdy finančních služeb spoluspotřebitelství nepoužila. Snížená úroveň důvěry může být ovšem odůvodněna i případy, kdy v ojedinělých případech dochází ke zneužití uživatelů sdílené ekonomiky, což znemožňuje rychlejší pokrok tohoto druhu směny, ale zároveň přispívá aktivitám zaměřeným na zajištění bezpečnějších podmínek směny.

Jednodušší v používání a obnášejí méně papírování:

V této otázce se většina dotazovaných (71,43 %) jednoznačně shodla na tom, že finanční služby sdílené ekonomiky jsou jednodušší ve smyslu interakce a obnášejí méně administrativních úkonů potřebných k užití služby. Toto je snadno vysvětlitelná skutečnost, že koncept spoluspotřebitelství se aktivně prosazuje prostřednictvím projektů v online sféře, kteří umožňují vzájemnou směnu za skoro nulových nákladů bez potřeby bezprostřední přítomnosti osoby v určitém místě.

Přístupnější nežli konvenční služby:

Technologický pokrok, který umožnil širokou dostupnost osobní výpočetní techniky, zcela definuje míru dostupnosti inovativních služeb, a zde se 42,21 % dotazovaných shoduje na tom, že finanční služby sdílené ekonomiky jsou skutečně dostupnější nežli konvenční služby. Nicméně, nelze toto jednoznačně potvrdit či vyvrátit, vzhledem k omezenému počtu respondentů, které z velké části pocházejí z měst s počtem obyvatel v řádech stovek tisíců, což značně zkresluje skutečnou situaci v jiných regionech České republiky.

Přispívají k tzv. principu sociální solidarity:

Princip spoluspotřebitelství, jenž je založen na systému mezilidské směny, může mít i sekundární benefity, které například umožní lepší alokaci zdrojů ve společnosti. Konkrétně se může jednat o alokaci finančních prostředků té osobě, která by se je za jiných podmínek nemohla zajistit. Obecně tak vzájemná směna mezi účastníky sdílené ekonomiky pasivně přispívá principu sociální solidarity, který reprezentuje jistou formu přerozdělování mezi jednotlivými sociálními skupinami. Zhruba polovina respondentů (51,30 %) se i zde shodla na tom, že koncept spoluspotřebitelství přispívá principu sociální solidarity.

Šetrnější vůči životnímu prostředí:

Poslední tvrzení oddílu E je zaměřeno na hodnocení dopadu financích služeb sdílené ekonomiky na životní prostředí. 42,86 % respondentů uvedlo, že souhlasí s přínosem spoluspotřebitelství životnímu prostředí, nicméně zhruba stejný podíl dotazovaných neví, zda mezi těmito dvěma předměty výzkumu existuje nějaká vzájemná závislost.

7. Zhodnocení výsledků výzkumného šetření

Jak již bylo zmíněno v úvodu empirické části této práce, tato kapitola se bude věnovat zhodnocení předem definovaných hypotéz a posouzení úrovně jejich pravdivosti. Jednotlivé hypotézy budou zhodnoceny na základě skutečností popsaných v empirické části práce a bude jednoznačně prohlášeno, zda došlo k vyvracení či potvrzení předpokládaného stavu.

Hypotéza 1: Čeští spotřebitelé nemají povědomí o existenci služeb sdílené ekonomiky. **[Vyvráceno]**

- Předpoklad toho, že si čeští spotřebitelé nejsou vědomi toho, že trh nabízí alternativy konvenčním službám ekonomiky, se zcela vyvrací, což potvrzuje zjištění v otázce číslo 7, kde téměř tři čtvrtiny dotazovaných (73 %) prohlašuje, že se s pojmem sdílená ekonomika či spoluspotřebitelství již před vyplněním dotazníku setkalo.

Hypotéza 2: Čeští spotřebitelé nemají povědomí o existenci finančních služeb sdílené ekonomiky. **[Potvrzeno]**

- Na rozdíl od zjištění vyvracejícího první hypotézu se ve druhé hypotéze částečně potvrzuje předpoklad toho, že finanční služby sdílené ekonomiky jsou poměrně neznámé pro převládající část respondentů. V otázce číslo 11 tak více jak třetina dotazovaných (36,4 %) uvádí, že se s žádnou finanční službou sdílené ekonomiky nikdy nesetkala.

Hypotéza 3: Čeští spotřebitelé většinou nepoužívají služeb sdílené ekonomiky, ale rádi by si je případně vyzkoušeli. **[Vyvráceno]**

- Výsledky otázky číslo 9 tohoto výzkumného šetření ukazuje, že 36 % respondentů služby sdílené ekonomiky již aktivně používá a hodlá v tom pokračovat i nadále. I přes to, že dalších 32 % dotazovaných je nepoužívá, ale rádi by si je případně vyzkoušeli, lze tvrdit, že se testovaná hypotéza vyvrátila.

Hypotéza 4: Čeští spotřebitelé v převážné míře nemají důvěru ve služby sdílené ekonomiky. **[Potvrzeno]**

- Současný přístup široké veřejnosti ke službám sdílené ekonomiky se ve velké míře zakládá na pocitu důvěry v inovativní službu, a potenciální nezaměnitelný přínos takových služeb je právě tím, co stávající úroveň důvěry může prohloubit. Otázka číslo 8, jež se věnovala problematice současného vnímání konceptu spoluspotřebitelství ukazuje, že 64 % dotazovaných se o tento koncept zajímá a věří tomu, že mohou stávající služby pouze doplnit, ale nikoliv nahradit. Toto zjištění se dá interpretovat tak, že i přes zřetelný zájem o služby sdílené ekonomiky, chybí českým zákazníkům jasná představa o přínosech a potenciálu systému vzájemné směny.

Hypotéza 5: Muži v České republice využívají služeb sdílené ekonomiky více než ženy. **[Potvrzeno]**

- Otázka číslo 9 mimo jiné potvrzuje i předpoklad toho, že mužská část populace České republiky nejen projevuje větší zájem o alternativní způsoby získání spotřebních statků, ale taktéž je již aktivně používá. Celkový podíl aktivních uživatelů-mužů tvoří 55,4 % a tentýž podíl u žen tvoří 44,6 %.

Hypotéza 6: Studenti mají lepší povědomí o službách sdílené ekonomiky nežli zaměstnané osoby. **[Vyvráceno]**

- Otázka číslo 7, která se věnovala zjištění, zda se respondenti již někdy setkali s pojmem sdílená ekonomika, částečně vyvrací předpoklad toho, že studenti mají lepší povědomí o konceptu spoluspotřebitelství nežli zaměstnané osoby. Zcela jednoznačně tuto hypotézu vyvrací přehled osob dle pracovního postavení (viz Tabulka 10).

Tabulka 10 – podíl respondentů, kteří se setkali s pojmy „sdílená ekonomika“ a „spoluspotřebitelství“

Pracovní postavení	Ano	Ne	Celkový součet
Na rodičovské dovolené	50,00 %	50,00 %	100,00 %
Podnikatel či živnostník	80,00 %	20,00 %	100,00 %
Student	70,59 %	29,41 %	100,00 %
Zaměstnaný	80,00 %	20,00 %	100,00 %
Celkový součet	**73,38 %**	**26,62 %**	**100,00 %**

Zdroj: Vlastní výzkum

Hypotéza 7: Starší lidé obecně projevují menší zájem o služby sdílené ekonomiky. **[Vyvráceno]**

- Hypotéza, jenž tvrdí, že o služby sdílené ekonomiky budou mít menší zájem osoby starší, je založena na předpokladu, že starší osoby mají méně času k získání informací o alternativních způsobech obdržení spotřebních statků. Tato hypotéza se ovšem vyvrací, a to na základě zjištění, že se o koncept spoluspotřebitelství nezajímají pouze osoby ve věkových skupinách 18-34 let.

Hypotéza 8: Čeští spotřebitelé raději budou sdílet své osobní věci s jinými osobami, nežli jim svěří své finanční prostředky. **[Potvrzeno]**

- Testování této hypotéze se věnovaly otázky 13 a 14, ze kterých jasně vyplývá, že si většina respondentů nedokáže představit situaci, ve které by dobrovolně půjčila své osobní finanční prostředky úplně cizí osobě. Naproti tomu, značně větší část respondentů by dovolila cizí osobě přespat u sebe doma, což jednoznačně potvrzuje tuto hypotézu.

Hypotéza 9: Služeb sdílené ekonomiky využívají spíše lidé s průměrným či podprůměrným příjmem. **[Vyvráceno]**

- Domněnka toho, že nižší příjmy donutí jedince vyhledávat alternativní způsoby pro získání spotřebních statků se na základě výsledků výzkumného šetření zcela vyvrací. Mezi aktivní uživatele služeb sdílené ekonomiky patří 37,04 % osob s příjmem v rozmezí 10 001 Kč – 20 000 Kč, 48,15 % osob s příjmem 20 001 Kč – 30 000 Kč,

ale u skupiny s příjmy v rozmezí 30 001 – 50 000 Kč tento podíl tvoří 55,56 %.

Hypotéza 10: Služeb sdílené ekonomiky využívají spíše lidé s dětmi. **[Vyvráceno]**

- Testování této hypotéze se jevilo jako poměrně obtížný problém, z důvodu malého počtu respondentů s dětmi (8 %). Nicméně, na základě dostupných údajů by danou hypotézu dalo vyvrátit, vzhledem k tomu, že podíl aktivních bezdětných uživatelů (36,88 %) převyšuje podíl aktivních uživatelů-respondentů s dětmi (30,77 %).

Hypotéza 11: Pro ženy je osobní bezpečnost nejdůležitějším aspektem v rozhodování o využití finančních služeb sdílené ekonomiky. **[Potvrzeno]**

- Otázka vlastní bezpečnosti a integrity svých osobních údajů pro ženy hraje skutečně nejdůležitější roli při rozhodování o užití či dokonce zapojení se do poskytování finančních služeb sdílené ekonomiky. 72,94 % všech respondentek považuje tento aspekt za klíčový a žádná z nich netvrdí, že nemá žádný význam.

Hypotéza 12: Pro muže je možnost si vydělat nejdůležitějším aspektem v rozhodování o využití finančních služeb sdílené ekonomiky. **[Vyvráceno]**

- Překvapivým závěrem výzkumu je skutečnost, že pro muže možnost vydělat si nehraje zdaleka tu nejvýznamnější roli. Klíčovou roli ovšem, stejně jako pro ženy, hraje osobní bezpečnost, což tuto hypotézu taktéž vyvrací.

Hypotéza 13: Recenze jiných uživatelů a počet fanoušků na sociálních sítích hrají největší roli v rozhodovacím procesu o využití finanční služby sdílené ekonomiky. **[Vyvráceno]**

- Nejvíce pozoruhodným zjištěním celého průzkumu byl fakt, že pro dotazované nehrál nejvýznamnější roli počet fanoušků na sociálních sítích (1,95 %), ale celková reputace webové služby (48,05 %) a recenze jiných uživatelů (47,40 %). Toto zjištění tedy částečně vyvrací poslední hypotézu.

Z celkového počtu 13 hypotéz je tedy 8 z nich na základě výsledků výzkumného šetření vyvráceno.

Na základě odpovědí otázky číslo 11 lze usoudit, že čeští spotřebitelé mají celkem omezené povědomí o existenci služeb sdílené ekonomiky ve finančním sektoru, což potvrzuje, že více jak třetina z nich nezná žádnou finanční službu fungující na principu spoluspotřebitelství na území České republiky. Dále z výsledků otázky číslo 32 je patrné, že názor respondentů na alternativní finanční služby je celkem vyhraněný, a to konkrétně tak, že nepovažují takové služby za bezpečné, i přes to, že uznávají jejich menší finanční náročnost ve srovnání s konvenčními službami. Kromě tohoto faktoru, lze mezi hlavní přínosy finančních služeb sdílené ekonomiky zařadit i skutečnost, že jsou značně jednodušší v použití, obnášejí menší míru administrativní zátěže ve smyslu interakce s institucí, která provozuje příslušnou službu, a jsou dostupnější pro všechny skupiny obyvatelstva ve všech geografických oblastech země. Sekundární výhodou finančních služeb sdílené ekonomiky je pak jejich přínos životnímu prostředí a podílení se na jistém modelu tzv. sociální solidarity.

Z výsledků výzkumného šetření však nelze jednoznačně určit, zda sdílená ekonomika je fenoménem pouze dočasným nebo spíše dalším evolučním stupněm směny v kontextu neustále se digitalizující společnosti. Význam konvenčních služeb zřejmě neklesá dostatečně rychle, aby umožnil zrod novému modelu, který by byl přijímán širokou veřejnosti. Kromě toho, digitalizace služeb přináší i řadu novodobých rizik, s nimiž se jejich provozovatelé budou muset vypořádat tak, aby došlo ke změně obecného vnímání finančních služeb sdílené ekonomiky.

Závěr

Sdílená ekonomika jako inovativní ekonomický model směny momentálně zažívá svůj největší rozkvět, jenž je umožněn neustálým zdokonalováním dostupných technologií a přetrvávajícím procesem digitalizace služeb. Hlavním faktorem definujícím úspěch tohoto modelu je princip snížení nákladů na získání informací o vlastnictví jiných osob a subjektů, které se dobrovolně zapojují do vzájemně přínosné směny. Zapojení nevyužitých prostředků do systému sdílené směny navíc zvyšuje jejich hodnotu a generuje tak vlastníkům dodatečné příjmy. Tyto příjmy následně vedou k ekvivalentnímu zvýšení spotřeby jiných statků a služeb, což způsobuje větší míru prodeje těchto statků, podporuje vytváření nových pracovních míst a podílí se na růstu hrubého domácího produktu české ekonomiky. Mezi další významné faktory, které definují úspěch konceptu spoluspotřebitelství, lze bez pochyb zařadit výjimečnou uživatelskou vstřícnost, jednoduchost, transparentnost a menší závislost na vnějších faktorech, jenž jedinec dokáže jen těžko ovlivnit.

Původním záměrem práce bylo zmapování přístupu českých obyvatel ke službám finančního sektoru sdílené ekonomiky, ale výzkumné šetření pojaté formou dotazníku umožnilo odhalit vnímání všech služeb sdílené ekonomiky poskytovaných na území České republiky nad rámec původního záměru. Díky tomu se podařilo objasnit hlavní motivační faktory, jež ovlivňují spotřební chování jedinců, a tím i vymezit klíčové aspekty služeb, na kterých český spotřebitel nejvíce zakládá svá rozhodnutí. Mezi tyto aspekty lze rozhodně zahrnout osobní bezpečnost, možnost si vydělat a ušetřit. Výzkumné šetření taktéž poskytlo odpovědi na 3 hlavní otázky, a to konkrétně, zda jsou si čeští zákazníci vědomi existence služeb sdílené ekonomiky ve finančním sektoru, jestli tyto služby dokážou konkurovat konvenčním finančním službám a zda jejich použití je fenoménem pouze dočasným či nikoliv. Na jednu stranu se potvrzuje předpoklad toho, že čeští spotřebitelé mají omezený či dokonce téměř žádný přehled o finančních službách sdílené ekonomiky, což značně ztížilo průběh celého výzkumu a způsobilo změnu struktury dotazníkového šetření tak, aby se z obecných tvrzení o sdílené ekonomice dalo dospět k uceleným závěrům vztaženým ke zkoumané problematice. Na druhou stranu, obecné povědomí o jiných službách sdílené ekonomiky můžeme hodnotit jako nadprůměrné, což potvrzuje skutečnost, že zhruba třetina dotazovaných je již aktivně zapojena do směny prostřednictvím webových platforem. Dále se ukazuje, že obecná

úroveň důvěry ve finanční služby sdílené ekonomiky je zřetelně nedostatečná pro konkurenci s konvenčními službami tohoto odvětví, což je především odůvodnitelné absencí pocitu bezpečí u alternativních služeb. Odpověď na poslední zásadní otázku se jevila jako nejvíce obtížná, nicméně se dá tvrdit, že fenomén sdílené ekonomiky jako celku nemá pouze dočasnou povahu, a proto se za příznivých podmínek dá očekávat rozšíření její působnosti i do budoucna.

Je však nezbytné poznamenat, že zrod modelu sdílené ekonomiky je výsledkem nejen technologického pokroku a inovací, které během několika desetiletí proměnily veškeré obchodní, ekonomické a sociální modely, ale i dlouhotrvajícího evolučního vývoje druhu Homo sapiens sapiens čili člověka moudrého. Obzvlášť pokročilé kognitivní, jazykové a jiné dovednosti lidstva přizpůsobily vzájemnou sociální interakci takovým způsobem, jenž umožnil rozkvět altruistické spolupráce, která zaručila dominantnost našeho druhu. Sdílenou ekonomiku lze tedy vnímat jak novodobý projev primitivního kooperativního chování, který stejně jako na počátku existence našeho druhu nabízí značně vyšší výnosy nežli náklady.

V dnešní době navíc koncept spoluspotřebitelství přináší kromě řady primárních benefitů, jako například efektivnější alokaci zdrojů, i řadu benefitů sekundárních. Mezi ně lze zařadit i vliv na trh práce, který se podmínkám modelu sdílené ekonomiky již aktivně přizpůsobuje, přínos životnímu prostředí a podněty k většímu propojení světových ekonomik. Základním prvkem, na němž je postavena celá nejen sdílená ekonomika, je důvěra. Při dostatečné míře vzájemné důvěry se tak jedinec nemusí obávat podvodů ze strany svého protějšku, vynakládat zbytečné prostředky k zajištění bezproblémové transakce a soustředit se na vedlejší nepodstatné atributy. Obecně viditelný pokrok v míře použití služeb sdílené ekonomiky potvrzuje ochotu se svěřovat jiným lidem, což můžeme vnímat jako zásadní pozitivní signál při zhodnocení vlivu těchto služeb na současnou společnost.

Z výše uvedeného lze tedy konstatovat, že se skrze vymezení historických a socioekonomických podmínek vzniku modelu sdílené ekonomiky a podrobnému zkoumání přístupu široké veřejnosti ke konceptu spoluspotřebitelství, podařilo naplnit původní záměr práce a splnit tak stanovený cíl. Nicméně, je potřeba poznamenat, že zkoumání problematiky bylo ztíženo omezeným rozsahem odborné literatury, a to především v jazyce českém. Stanoveného cíle se tedy podařilo dosáhnout především díky

použití zahraniční odborné a neodborné literatury, a skrze zkoumání problematiky pomocí obecných tvrzení, na jejichž základě se dalo dojít k jednoznačným a zcela podloženým závěrům.

Osobně jsem aktivním uživatelem mnoha služeb sdílené ekonomiky a s velkou pozorností sleduji nejen světovou, ale i českou podnikatelskou scénu, na které během posledních pár let vznikly desítky projektů fungujících na systému vzájemné směny a které zažívají skutečně raketový růst. Zcela se shoduji s názory mnoha uznávaných expertů a odborníků v otázce budoucnosti tohoto modelu a jsem přesvědčen, že časem tyto služby dokážou proniknout do našich každodenních životů a přinesou řadu výhod, jejichž dodatečná hodnota bude ještě vyšší, než je tomu doposud. Zpracování tohoto tématu pro mě tedy bylo osobní záležitostí a mou největší motivaci bylo určit hlavní faktory, jenž motivují jiné osoby k využití inovativních a poměrně neznámých služeb sdílené ekonomiky. Pevně věřím tomu, že se mi tento cíl podařilo naplnit, a s jistotou mohu tvrdit, že zpracování této akademické práci pro mě bylo přínosné jak z hlediska rozšíření mých poznatků týkajících se principů spoluspotřebitelství, tak z hlediska možnosti věnovat se podrobné analýze spotřebního chování na tomto trhu.

Rád bych znovu podotknul význam potřeby zabývat se fenoménem spoluspotřebitelství a touto cestou vyzval další akademické pracovníky k tomu, aby potenciál tohoto odvětví nepodceňovali a věnovali mu dostatečnou pozornost, kterou si náležitě zaslouží. Nesmírně přínosnou by byla i analýza dlouhodobého vývoje služeb sdílené ekonomiky napříč odvětvími, která by zkoumala vývoj jednotlivých druhů služeb sdílené ekonomiky ve vymezeném časovém úseku společně s vývojem hrubého domácího produktu. Případná korelace mezi těmito dvěma proměnnými by se mohla stát základem různorodých ekonomických modelů, na jejichž základě by se dalo prognózovat výchylky hrubého domácího produktu či míry nezaměstnanosti v ekonomice způsobenou sníženou poptávkou po službách spoluspotřebitelství.

Seznam použitých zkratek

AKT ..... Asociace koncesionářů v taxislužbě

SPPT ..... Sdružení pražských provozovatelů TAXIslužby z.s.

EET ..... Elektronická evidence tržeb

BTC..... Bitcoin

P2P ..... Peet-to-peer

KRNAP ..... Krkonošský národní park

Seznam tabulek a grafů

Tabulka 1 – Celosvětový počet uživatelů internetu ke dni 25. 03. 2017 14
Graf 1 – Podíl terciálního sektoru na celosvětovém HDP 17
Graf 2a – hodnota celkových transakcí 27
Graf 2b – celkové tržby 27
Tabulka 2 - tržní cena společnosti Airbnb ve srovnání s největšími hotelovými řetězci na světě 30
Graf 3 – přínos služby Airbnb pro ekonomiku San Francisca (květen 2011 až červen 2012) 31
Graf 4 - počet aktivních uživatelů služby Couchsurfing (tis.) 32
Graf 5 – historická výnosnost půjček zprostředkovaných skrze službu Lending Club 37
Graf 6 – grafické znázornění finančního konceptu služby Friendsurance 39
Graf 7 – grafické znázornění finančního konceptu služby První Klubová 40
Tabulka 3 – celkový počet úspěšně financovaných projektů skrze službu Kickstarter 41
Graf 8 – počet BTC v oběhu ke dni 01. 04. 2017 (mil. BTC) 44
Graf 9 – pohlaví respondentů výzkumného šetření 55
Graf 10 – pracovní postavení respondentů výzkumného šetření 56
Graf 11 – věk respondentů výzkumného šetření 57
Graf 12 – nejvyšší dosažené vzdělání respondentů výzkumného šetření 58
Graf 13 – nejvyšší dosažené vzdělání respondentů výzkumného šetření 58
Graf 14 – počet respondentů výzkumného šetření, kteří mají dětí 59
Graf 15 – počet respondentů, kteří se setkali s pojmy „sdílená ekonomika“ 60
Tabulka 4 – věková struktura mužů a žen, kteří jsou seznámeni s konceptem spoluspotřebitelství 61
Graf 16 – vnímání služeb sdílené ekonomiky respondenty výzkumného šetření 61
Graf 17 – přístup k použití služeb sdílené ekonomiky 62
Graf 18 – použití služeb sdílené ekonomiky 63
Graf 19 – známé služby sdílené ekonomiky v České republice 64
Graf 20 – hodnocení pravděpodobnosti využití služeb sdíleného cestování 65
Tabulka 5 – podíl odpovědí respondentů na otázku č. 12 dle pohlaví a věkové skupiny 66
Graf 21 – hodnocení pravděpodobnosti nabídky služeb sdíleného ubytování 66
Graf 22 – hodnocení pravděpodobnosti půjčení peněz neznámé osobě 67
Graf 23 – hodnocení pravděpodobnosti půjčení peněz od neznámé osoby 68
Graf 24 – hodnocení pravděpodobnosti uskutečnění investice za nepeněžní benefit 69
Tabulka 6 – podíl odpovědí respondentů na otázku č. 16 dle pohlaví a věkové skupiny 70
Graf 25 – hodnocení pravděpodobnosti využití služeb sdíleného pojišťovnictví 70
Graf 26 – hodnocení významu osobní bezpečnosti při použití služeb sdílené ekonomiky 71
Graf 27 – Maslowova pyramida potřeb 72

Tabulka 7 – význam osobní bezpečnosti při použití služeb sdílené ekonomiky 73
Graf 28 – hodnocení významu rizika při finančních transakcích ve službách sdílené ekonomiky 73
Graf 29 – hodnocení významu možnosti ušetřit při použití služeb sdílené ekonomiky 74
Graf 30 – hodnocení významu možnosti vydělat si při použití služeb sdílené ekonomiky..... 75
Graf 31 – hodnocení významu možnosti zviditelnit se při použití služeb sdílené ekonomiky..... 76
Graf 32 – hodnocení významu možnosti přispět životnímu prostředí 77
Graf 33 – hodnocení významu možnosti intenzivního zážitku..... 77
Graf 34 – hodnocení významu možnosti zapojit se do komunity uživatelů 78
Graf 35 – hodnocení významu recenzí jiných uživatelů služeb 79
Graf 36 – hodnocení významu úplnost profilů jednotlivých poskytovatelů..... 80
Graf 37 – hodnocení významu celkové reputace webové služby 81
Tabulka 8 - hodnocení významu celkové reputace webové služby 82
Graf 38 – hodnocení významu osobní komunikace s provozovatelem služby 82
Graf 39 – hodnocení významu státního dohled nad webovou službou 83
Graf 40 – hodnocení významu počtu fanoušků na sociálních sítích..... 84
Tabulka 9 – podíl odpovědí týkajících se finančních služeb sdílené ekonomice 85
Tabulka 10 – podíl respondentů, kteří se setkali s pojmy..... 90

Zdroje

Knižní zdroje:

BERTENS, Johannes Willem, 1995. *The idea of the postmodern: a history*. London ; New York: Routledge. ISBN 978-0-415-06011-0.

BRÜNTJE, Dennis, ed. a GAJDA, Oliver, ed. *Crowdfunding in Europe: state of the art in theory and practice*. Cham: Springer, 2015, 2016. xiv, 251 stran. FGF studies in small business and entrepreneurship. ISBN 978-3-319-18016-8.

FATTAH, Hassan M. *P2P: how peer-to-peer technology is revolutionizing the way we do business*. Chicago, IL: Dearborn Trade Pub. 2002. ISBN 978-0-7931-4878-3.

HYDE, Lewis. *The Gift: Creativity and the Artist in the Modern World. 25th Anniversary edition*. New York: Random House, 2007, 464 s. ISBN 978-0-307-27950-7.

KEATING, Bernie. *A ROMP THRU SCIENCE: Plato and Einstein to Steve Jobs*. Bloomington: AuthorHouse, 2012. ISBN 978-1-4772-2380-2

KLEIN, Josh. *Reputation economics: why who you know is worth more than what you have*. First edition. New York, NY: Palgrave Macmillan, 2013. ISBN 978-1-137-27862-3.

NOVÝ, Ivan a kol. *Sociologie pro ekonomy a manažery*. 2. přeprac. a rozšířené vyd. Praha: Grada, 2006. 287 s. Manažer. Management. ISBN 80-247-1705-0.

PAGEL, Mark D. *Wired for culture: the natural history of human cooperation*. London: Penguin, 2013. ISBN 978-0-14-1031606.

PICARD, David a BUCHBERGER, Sonja. *Couchsurfing Cosmopolitanisms: Can Tourism Make a Better World? (Culture and Social Practice)*. Bielefeld: Transcript-Verlag, 2014. ISBN 978-3-8376-2255-3.

SHUMAN, Jeffrey C., TWOMBLY, Janice a ROTTENBERG, David. *Collaborative communities: partnering for profit in the networked economy*. Chicago: Dearborn Trade, 2001. ISBN 978-0-7931-4435-8.

SPITZER, Manfred. *Digitální demence: jak připravujeme sebe a naše děti o rozum*. Přeložil František Ryčí. Czech edition. Brno: Host — vydavatelství, s. r. o., 2014. ISBN 978-80-7294-872-7

STROUKAL, Dominik a SKALICKÝ, Jan. *Bitcoin: peníze budoucnosti: historie a ekonomie kryptoměn, stručná příručka pro úplné začátečníky*. Praha: Ludwig von Mises Institut Česko & Slovensko, 2015. 167 stran. ISBN 978-80-87733-26-4.

SUNDARAJAN, Arun. *The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. 1. Cambridge, MA: The MIT Press, 2016. ISBN 978-026-2034-579.

SURYNEK, Alois, KAŠPAROVÁ, Eva a KOMÁRKOVÁ, Růžena. *Základy sociologického výzkumu*. Praha: Management Press, 2001. 160 s. ISBN 80-7261-038-4.

TAPSCOTT, D. *Digitální ekonomika: naděje a hrozby věku informační společnosti*. Brno: Computer Press, 1999. ISBN 80-7226-176-2.

VYSEKALOVÁ, Jitka a kol. *Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství "černé skříňky"*. Vyd. 1. Praha: Grada Publishing, 2011. 356 s. Expert. ISBN 978-80-247-3528-3.

Elektronické zdroje:

About Us. *Airbnb* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.airbnb.com/about/about-us

About. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.com/about/about-us/

AGENCE FRANCE-PRESSE IN BERLIN. Berlin's government legislates against Airbnb. In: *The Guardian* [online]. 2016-05-01 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0261-3077. Dostupné z: https://www.theguardian.com/technology/2016/may/01/berlin-authorities-taking-stand-against-airbnb-rental-boom

Airbnb Vs. Hospitality Industry: A comparison of valuation and expected 2015 revenue. In: *The Wall Street Journal* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://graphics.wsj.com/table/Airbnb_0615

ANNAN, G. Kofi. Radio took 38 yrs to get 50 million users, Angry Birds Space took 35 days [Infographic]. In: *Trickle-Up*: G. Kofi Annan's Innovation & Culture musings [online]. 2012-05-01 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z:

http://innovation.gkofiannan.com/2012/05/01/radio-took-38-yrs-to-reach-50-million-users-o/

Anonymous. Embracing change. Supply Management [online]. 2015, vol. 2, no. 6, s. 23. ISSN 00130613 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1689883352

Anonymous. Something to chat about; BlaBlaCar [online]. 2015, vol. 417, no. 8961, s. 61. ISSN 00130613 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1726816582/

BENNER, Katie. Airbnb Sues Over New Law Regulating New York Rentals. In: *The New York Times* [online]. 2016-10-21 [vid. 2017-04-07]. ISSN 0362-4331. Dostupné z: https://www.nytimes.com/2016/10/22/technology/new-york-passes-law-airbnb.html

BERÁNEK, Jan. Valuto v Česku končí.: Poláci se chtějí věnovat jen domácímu trhu. In. *Lupa.cz* [online]. 2016-06-23 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1213-0702. Dostupné z: http://www.lupa.cz/clanky/valuto-v-cesku-konci-polaci-se-chteji-venovat-jen-domacimu-trhu/

Bitcoin to Czech Koruna. *PREEV* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://preev.com/btc/czk

Bitcoins in circulation. *Blockchain* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://blockchain.info/charts/total-bitcoins

BlaBlaCar ve zkratce. *BlaBlaCar* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.blablacar.cz/o-nas

BOTSMAN, Rachel. The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. In: *Fast Company* [online]. Fast Company, 2013-11-21 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition

BROOKE, Heather. INSIDE THE DIGITAL REVOLUTION. *Journal of International Affairs* [online]. 2016, vol. 70, no. 1, s. 29-53,10. ISSN 0022197X. Dostupné z: https://search-proquest-com.zdroje.vse.cz/docview/1855797544?accountid=17203

BRYNJOLFSSON, Eric a HITT, Lorin. Computing Productivity: Firm-Level Evidence. *The Review of Economics and Statistics* [online]. Cambridge, MA: The MIT Press, 2003, 85(4), 793–808 [vid. 2017-04-01]. ISSN 00346535. Dostupné z:

http://www.jstor.org/stable/3211806

BUKOVSKÝ, Jaroslav. Janečkova RSJ spouští první českou peer-to-peer pojišťovnu. In: *E15* [online]. 2015-07-16 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1804-7238. Dostupné z: http://zpravy.e15.cz/byznys/finance-a-bankovnictvi/janeckova-rsj-spousti-prvni-ceskou-peer-to-peer-pojistovnu-1210019

ČERNÝ, Aleš. Soud podržel Uber. Zamítl návrh pražských taxislužeb na jeho okamžitý zákaz. In: *iDnes* [online]. 2016-07-25. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://ekonomika.idnes.cz/taxisluzby-neuspely-s-navrhem-predbezneho-opetreni-proti-uberu-ph2-/eko-doprava.aspx?c=A160721_221505_eko-doprava_rny

CHANDRASEKHAR, Arun G, KINNAN, Cynthia a LARREGUY, Horacio. Social etworks as contract enforcement: evidence from a lab experiment in the field. In: *Stanford University* [online]. 2016-12 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://stanford.edu/~arungc/CKL.pdf

CHRIS. DUI Rates Decline in Uber Cities. In: *Uber: Newsroom* [online]. 2014-05-05 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://newsroom.uber.com/us-illinois/dui-rates-decline-in-uber-cities/

COFFMAN, Lucas. What's trust really worth? Turns out a lot. In: *HiFrank* [online]. 2016-06-01 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://blog.hifrank.com/whats-trust-really-worth-turns-out-a-lot/

Consumer Finance: Company Overview of Midpoint Holdings Ltd. *Bloomberg* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.bloomberg.com/research/stocks/private/snapshot.asp?privcapid=224962780

COOLICAN, D'Arcy a COFFMAN, Lucas. Trust, the Sharing Economy and Behavioral Economics. In: *Behavioraeconomics.com* [online]. 2016-07-14 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.behavioraleconomics.com/trust-the-sharing-economy-and-behavioral-economics/

Definition of cryptocurrency in English: cryptocurrency. *English: Oxford Living Dictionaries* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/cryptocurrency

Definition of sharing economy in English: sharing economy. *English: Oxford Living Dictionaries* [online]. Oxford University Press, 2017 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy

DLABAJOVÁ, Martina. Uber usiluje o soulad svých služeb s právními normami v zemích EU. In: *Parlamentní listy* [online]. 2016-03-09 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1214-3154. Dostupné z: http://www.parlamentnilisty.cz/profily/Martina-Dlabajova-46586/clanek/UBER-USILUJE-O-SOULAD-SVYCH-SLUZEB-S-PRAVNIMI-NORMAMI-V-ZEMICH-EU-67978

DUARTE, Jefferson, SIEGEL, Stephan a YOUNG, Lance. Trust and Credit: The Role of Appearance in Peer-to-peer Lending. *The Review of Financial Studies*. [online]. 2012. 25(8), 2455–2483. ISSN 0893-9454 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.jstor.org.zdroje.vse.cz/stable/23263634

ERTZ, Myriam, Fabien DURIF a Manon ARCAND, 2016. An Analysis of the Origins of Collaborative Consumption and Its Implications for Marketing [online]. SSRN Scholarly Paper ID 2799862. Rochester, NY: Social Science Research Network [vid. 2017-04-07]. Dostupné z: https://papers.ssrn.com/abstract=2799862

European Commission. A European agenda for the collaborative economy. In: *European Commission: Press release database* [online]. Brusel: European Commission, 2016-06-02 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-2001_en.htm

EVENSKY, Jerry. ADAM SMITH'S ESSENTIALS: ON TRUST, FAITH, AND FREE MARKETS. *Journal of the History of Economic Thought* [online]. 2011, 6., 33(2), 249–267 [vid. 2017-04-07]. ISSN 1053-8372, 1469-9656. Dostupné z: doi:10.1017/S1053837211000034

Evropský hospodářský a sociální výbor. Skupina Různé zájmy (Skupina III): Participativní demokracie v 5 bodech. In: *EU Bookshop* [online]. Evropská unie, 2011 [vid. 2017-04-02]. ISBN 978-92-830-1702-8. 10.2864/49950. Dostupné z: http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/eesc-2011-10-cs.pdf

Friendsurance: The P2P Insurance Concept. *FriendSurance* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.friendsurance.com/

GARRET, Olivier. Bitcoin Price Rises Higher Than Gold. But Its Value Is A Different Story. In: *Forbes* [online]. 2017-03-26 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0015-6914. Dostupné z: https://www.forbes.com/sites/oliviergarret/2017/03/26/bitcoin-price-rises-higher-than-gold-but-its-value-is-a-different-story/#5b18d27c3807

HAMMER, Joshua. The Disappearance of Dahlia Yehia. In: *Foreign Policy* [online]. 2016-07-05 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0015-7228. Dostupné z: http://foreignpolicy.com/2016/07/05/the-disappearance-of-dahlia-yehia-nepal-sharing-economy-couchsurfing-earthquake-disappearance/

HENTEN, Anders Hansen a WINDEKILDE, Iwona Maria. Transaction costs and the sharing economy. *The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications, Information and Media* [online]. 29 October 2015, 18(1), s. 1-15. [vid. 2017-04-01]. ISSN 1463-6697. Dostupné z: doi:10.1108/info-09-2015-0044

Home. *Zero Waste International Alliance: Working towards a World without taste* [online]. 2015 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://zwia.org/

How are fares calculated? In: *Uber: Help* [online]. [vid. 2017-04-21]. Dostupné z: https://help.uber.com/h/33ed4293-383c-4d73-a610-d171d3aa5a78

HOWARD-JONES, Paul. The impact of digital technologies on human wellbeing: Evidence from the sciences of mind and brain. In: *Nominet Trust* [online]. 2011-07 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.nominettrust.org.uk/sites/default/files/NT%20SoA%20-%20The%20impact%20of%20digital%20technologies%20on%20human%20wellbeing.pdf

HUCKSTEP, Rick. Peer 2 Peer Insurance is taking the industry back to its roots!. In: *Daily Fintech* [online]. 2015-12-23 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://dailyfintech.com/2015/12/23/peer-2-peer-insurance-is-taking-the-industry-back-to-its-roots/

Internet Growth Statistics: Today's road to e-Commerce and Global Trade Internet Technology Reports. In: *Internet World Stats: Usage and Population Statistics* [online]. Miniwatts Marketing Group, 2017-03-26 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm

Jak to funguje. *První klubová* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.prvniklubova.cz/cs/jak-to-funguje.aspx

JEVONS, William Stanley. Money and the mechanism of exchange. 2nd ed. London: Henry S. King, 1876. xviii, 349 s., 47 s. příl. The international scientific series; vol. XVII.

KLIMEK MOTION S.R.O. Carsharing AJO.cz. In: *FundLift* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.fundlift.cz/#/projekt/365

LAWLER, Ryan. Airbnb: Our Guests Stay Longer And Spend More Than Hotel Guests, Contributing $56M To The San Francisco Economy. In: *TechCrunch* [online]. 2012-11-09 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://techcrunch.com/2012/11/09/Airbnb-research-data-dump/

Lending Club Statistics: As of December 31, 2016. *Lending Club* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.lendingclub.com/info/demand-and-credit-profile.action

Lidé půjčují lidem. *Zonky.cz* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://zonky.cz/#jak-to-funguje

LIU, Cindy. WORLDWIDE INTERNET AND MOBILE USERS: eMarketer's Updated Estimates for 2015. In: *AP INSIGHTS* [online]. eMarketer, 2015-08 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://insights.ap.org/uploads/images/eMarketer_Estimates_2015.pdf

MATHEWS, Simon. The Uberization of Banking. In: *The Financial Brand* [online]. 2015-06-03 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://thefinancialbrand.com/52148/uber-financial-services-banking-disruption/

MOENNINGHOFF, Sebastian C. a Axel WIEANDT. The Future of Peer-to-Peer Finance. *Zeitschrift für Betriebswirtschaftliche Forschung* [online]. 2013, 23 [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: https://ssrn.com/abstract=2439088

Možnosti crowdfundingu. *Crowder.cz* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.crowder.cz/moznosti-crowdfundingu

MPSV. Strategie digitální gramotnosti ČR na období 2015 až 2020. In: *Ministerstvo práce a sociálních věcí* [online]. [vid. 2017-04-08]. Dostupné z: http://www.mpsv.cz/files/clanky/21499/Strategie_DG.pdf

Národní plán rozvoje sítí nové generace. In: *Ministerstvo průmyslu a obchodu* [online]. 2016 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.mpo.cz/assets/cz/e-komunikace-a-

posta/elektronicke-komunikace/koncepce-a-strategie/narodni-plan-rozvoje-siti-nga/2016/11/NPRSNG-27-9-2016.pdf

NOVÁK, Petr. Valutomat: Vyplatí se online směnárna, ve které si kurz stanovují sami uživatelé? In: *Skrblík.cz* [online]. PUEBLO, 2015-03-24 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.skrblik.cz/blog/valutomat-vyplati-se-online-smenarna-ve-ktere-si-kurz-stanovuji-sami-uzivatele/

OECD. *OECD Digital Economy Outlook 2015* [online]. 2015, 284 s. [cit. 2017-03-02]. ISBN 9789264232440. DOI 10.1787/9789264232440-en. Dostupné z: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-digital-economy-outlook-2015_9789264232440-en

OPTIFORM, S.R.O. Sushi Time. In: *FundLift* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.fundlift.cz/#/projekt/512

Our Solutions – Digitization of Services. In: *Citi* [online]. 2016 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://www.citigroup.com/citi/citiforcities/solutions/digitization.htm

P2P (Peer-to-peer) Currency and Money Exchange. *Midpoint* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.midpoint.com/

PEBBLE TECHNOLOGY. Pebble Time – Awesome Smartwatch, No Compromises. In: *Kickstarter* [online]. Poslední aktualizace 2016-12-07 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises/

PELLETIER, Mark J. a Alisha BLAKENEY HORKY. Exploring the Facebook Like: a product and service perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing* [online]. 2015, vol. 9, no. 4, s. 337-354. ISSN 20407122. Dostupné z: http://search.proquest.com.zdroje.vse.cz/docview/1713904039/

POKORNÝ, Marek. Praha neuznává verdikt v kauze Uber. Řidiče bude pokutovat dál. In: *Hospodářské noviny* [online]. 2016-11-08 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1213-7693. Dostupné z: http://archiv.ihned.cz/c1-65510140-praha-neuznava-verdikt-v-kauze-uber-ridice-bude-pokutovat-dal

Reduce, Reuse, Recycle. *United States Environmental Protection Agency* [online]. 2017 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.epa.gov/recycle

RIEDY, Chris. Collaborative consumption in Australia. In: *Planetcentric* [online]. 2012-09-25 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://chrisriedy.me/collaborative-consumption-in-australia-35a30f80fb97

ROKLEN24 a ČTK. Sdílená vs. šedá ekonomika: V ČR chybí pravidla a regulace. In: *Roklen24* [online]. 2012-12-12 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://roklen24.cz/a/w52Y9/sdilena-vs-seda-ekonomika-v-cr-chybi-pravidla-a-regulace

RUDENKO, Anna. The collaborative consumption on the rise: why shared economy is winning over the "capitalism of me". In: *Popsop* [online]. Popsop, 2013-08-16 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://popsop.com/2013/08/the-collaborative-consumption-sharing-wins-over-ownership/

Safety Basics. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.com/about/safety/

SAXENIAN, AnnaLee a GLUSHKO, Robert. Technology and Workforce: Comparison between the Information Revolution and the Industrial Revolution [online]. Berkeley, 2007 [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://infoscience.epfl.ch/record/146804/files/InformationSchool.pdf

Services, etc., value added (% of GDP) [tabulka]. In: *The World Bank* [online]. Vygenerováno 07.04.2017 17:00:00 [vid. 2017-04-07]. Dostupné z: http://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.ZS

Sign up to Drive or Tap and Ride. *Uber*[online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.uber.com/en-CZ/

SIRGY, M. Joseph, 2001. *Handbook of Quality-of-Life Research* [online]. Dordrecht: Springer Netherlands. Social Indicators Research Series [vid. 2017-04-07]. ISBN 978-90-481-5891-1. Dostupné z: doi:10.1007/978-94-015-9837-8

SKRBEK, Jan a LAMER, Marina. Informatika 1-2. In: *TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI. Depozitář studijních materiálů MultiEdu: Ekonomická fakulta EFIS* [online]. [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: http://multiedu.tul.cz/~jan.skrbek/multiedu/IN2/INN1-14-02.pdf

SQUIRES, Nick. Italian policeman 'drugged and raped' couch-surfing guests. In: *The Telegraph* [online]. 2015-03-17 [vid. 2017-04-02]. ISSN 0307-1235. Dostupné z:

http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/italy/11478713/Italian-policeman-drugged-and-raped-couch-surfing-guests.html

Statistics. *Couchsurfing* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://www.couchsurfing.org/statistics

Stats. *Kickstarter* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.kickstarter.com/help/stats

Tabulka 16: Jednotlivci v České republice používající vybrané informační a komunikační technologie; 2. čtvrtletí 2014. In: *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/23164307/0620041416.pdf

The Leader in Peer-to-peer Lending: Loans and Investing. *Lending Club* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.lendingclub.com/

UBER a MOTHERS AGAINST DRUNK DRIVING. DRIVING BETTER CHOICES.: MORE OPTIONS. SHIFTING MINDSETS. In: *Uber: Newsroom* [online]. 2015-01 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://newsroom.uber.com/wp-content/uploads/madd/

VAUGHAN, Robert a DAVERIO, Raphael. Analytical paper on the economic scale and growth of the collaborative economy: Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe. In: *European Commission* [online]. PwC UK, 2016-06-02 [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/16952

VESECKÝ, Zdeněk. Investoři si oblíbili peer to peer půjčky, čekají zajímavé podnikatelské ná-pady. In: *Podnikatel.cz* [online]. 2016-05-23 [vid. 2017-04-02]. ISSN 1802-8012. Dostupné z: http://www.podnikatel.cz/clanky/investori-si-oblibili-peer-to-peer-pujcky-cekaji-zajimave-podnikatelske-napady/

What are guest service fees? *Airbnb Help Centre* [online]. [vid. 2017-04-02]. Dostupné z: https://www.airbnb.com/help/article/104/what-are-guest-service-fees

What is the Digital Revolution? In: *International Telecommunication Union* [online]. United Nations Development Group [vid. 2017-04-01]. Dostupné z: https://www.itu.int/net/wsis/basic/faqs_answer.asp?lang=en&faq_id=42

ZERVAS, Georgios, PROSERPIO, Davide a BYERS, John W. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research* [online]. 2017, 6.1. [vid. 2017-04-07]. ISSN 0022-2437, 1547-7193. Dostupné z: doi:10.1509/jmr.15.0204

Přílohy

Příloha 1

Dotazníkové šetření k problematice vnímání služeb sdílené ekonomiky v ČŘ

Tento dotazník se věnuje otázce tzv. "sdílené ekonomiky" a službám, které nabízí na českém trhu. Druhá část tohoto zcela anonymního šetření podrobně vysvětluje, co přesně "sdílená ekonomika" či "spoluspotřebitelství" je, a vyplnění celého dotazníku by Vám nemělo zabrat více jak 5 minut.

Děkuji Vám předem za vyplnění dotazníku a za Váš čas. V případě Vašeho zájmu o podrobné výstupy či o jakékoliv další informace týkající se tohoto výzkumu mě, prosím, kdykoliv kontaktujte.

Sergey Demyanenko
dems00@vse.cz

Oddíl A: Identifikační otázky

---

1. **Vaše pohlaví:**
   A) Žena
   B) Muž

2. **Vaše pracovní postavení:**
   A) Student
   B) Nezaměstnaný
   C) Zaměstnaný
   D) Na rodičovské dovolené
   E) Podnikatel či živnostník
   F) Důchodce

3. **Váš věk:**
   A) 18-24 let
   B) 25-34 let

C) 35-44 let

D) 45-54 let

E) 55-64 let

F) 65 a více let

4. Nejvyšší dosažené vzdělání:

A) Základní vzdělání

B) Středoškolské vzdělání

C) Vysokoškolské bakalářské vzdělání

D) Vysokoškolské magisterské vzdělání

E) Vysokoškolské doktorské vzdělání

5. Váš čistý měsíční výdělek činí:

A) do 10 000 Kč

B) 10 001 - 20 000 Kč

C) 20 001 - 30 000 Kč

D) 30 001 - 50 000 Kč

E) 50 001 Kč a více

6. Máte děti:

A) Ano

B) Ne

Oddíl B: Sdílená ekonomika

Sdílená ekonomika je moderní směr v oblasti výměny kapitálu a služeb umožňující lidem zpeněžit své nevyužité prostředky. Ku příkladu, majitel horské chaty v Krkonošském národním parku (dále jen KRNAP) může svou chatu po dobu své nepřítomnosti pronajímat ostatním návštěvníkům KRNAPu za určitý poplatek, čímž získává peníze na provoz či případnou opravu chaty a návštěvník minimalizuje své náklady na ubytování v porovnání s dražšími hotely ve stejné oblasti.

Příkladem sdílené ekonomiky ve finančních službách mohou být služby tzv. "peer-to-peer" půjček, směnáren či pojišťovnictví. Tyto služby vynechávají tradiční instituce jako

prostředníka finančních transakcí a umožňují lidem směňovat za zjednodušených podmínek.

7. Setkali jste se někdy dříve s pojmem "Sdílená ekonomika" nebo "Spoluspotřebitelství"?

A) Ano
B) Ne

8. Služby sdílené ekonomiky vnímáte takto:

A) Zajímají mě a jsem pevně přesvědčen/a, že v budoucnu zcela nahradí klasická odvětví služeb (např. spotřebitelské financování)
B) Zajímají mě a domnívám se, že mohou stávající služby doplnit a časem je úplně nahradit
C) Zajímají mě a věřím tomu, že mohou stávající služby pouze doplnit, ale nikoliv nahradit
D) Vůbec se o tyto služby nezajímám a jsem pevně přesvědčen/a, že stávající služby nemohou doplnit ani nahradit

9. Služby sdílené ekonomiky:

A) Aktivně používám a hodlám v tom pokračovat i nadále
B) Vyzkoušel jsem tyto služby, ale nevím, zda je budu používat i nadále
C) Nepoužívám, ale rád bych si to vyzkoušel
D) Nepoužívám je a ani je nemám v úmyslu používat

10. Které z těchto služeb sdílené ekonomiky jste použil aspoň jednou?

A) Sdílené ubytování (např. Airbnb, Couchsurfing atd.)
B) Sdílené cestování (např. Uber, BlaBlaCar atd.)
C) Plnění menších úkolů (např. EasyTask, Super Soused atd.)
D) Crowdfunding (např. Fundlift, Startovač atd.)
E) Peer-to-peer lending (např. Zonky, Benefi atd.)
F) Peer-to-peer směnarna (např. Valutomat, Midpoint atd.)
G) Peer-to-peer pojišťovnictví (např. První Klubová)
H) Nákup či prodej kryptoměn (např. Bitcoin)
I) Žádnou

11. Zaškrtněte prosím služby, které znáte:

A) Zonky
B) Benefi
C) SymCredit
D) HitHit
E) Fundlift
F) Startovač
G) Nakopni.me
H) Valutomat
I) První Klubová
J) Bit Square
K) Coin Base
L) We Swap

Oddíl C: Hodnocení na základě kritérií

Ohodnoťte prosím nakolik je pravděpodobné, že byste využili služby sdílené ekonomiky na základě následujících kritérií.

12. Sdílení cesty v autě s absolutně neznámým člověkem:

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

13. Dovolíte neznámé osobě přepsat u sebe doma:

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

14. Půjčení peněz neznámé osobě:

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

15. Půjčíte si peníze od neznámé osoby:

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

16. Zainvestujete peníze do internetového projektu za jakýkoliv nepeněžní benefit (např. vstupenka, kniha atd.)

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

17. Pojistíte se na webovém portálu, kde lidé vzájemně sdílí rizika a výnosy

Nepravděpodobné	○	○	○	○	○	Velice pravděpodobné

Oddíl D: Hodnoty a priority

Ohodnoťte prosím, jak významnou roli při použití služeb sdílené ekonomiky pro Vás hrají následující aspekty.

18. Osobní bezpečnost:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

19. Minimální riziko při finančních transakcích:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

20. Možnost ušetřit:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

21. Možnost si vydělat:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

22. Možnost se zviditelnit:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

23. Možnost přispět životnímu prostředí:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

24. Možnost mít intenzivní či neobvyklý zážitek:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

25. Možnost zapojit se do komunity uživatelů:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

Oddíl E: Hodnocení důvěryhodnosti

Ohodnoťte prosím, jak velkou roli pro Vás hrají jednotlivá kritéria při použití služby.

26. Recenze jiných uživatelů:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

27. Úplnost profilů jednotlivých poskytovatelů:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

28. Celková reputace webové služby:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

29. Možnost osobní komunikace s provozovatelem služby:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

30. Státní dohled nad webovou službou:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

31. Počet fanoušků na sociálních sítích:

Žádnou	○	○	○	○	○	Velmi významnou

Oddíl F: Obecná tvrzení o sdílené ekonomice

Vyberte zde prosím možnost, která nejlépe vystihuje Váš postoj ke službám sdílené ekonomiky.

32. Finanční služby sdílené ekonomiky jsou:

Finanční služby sdílené ekonomiky jsou:	**Ano**	**Ne**	**Nevím**
Levnější alternativou tradičních služeb	○	○	○
Bezpečnou alternativou tradičních finančních služeb	○	○	○
Jednodušší v používání a obnášejí méně papírování	○	○	○
Přístupnější nežli tradiční služby	○	○	○
Přispívají k tzv. principu sociální solidarity	○	○	○
Šetrnější vůči životnímu prostředí	○	○	○

Příloha 2: Jednotlivci v České republice používající vybrané informační a komunikační technologie; 2. čtvrtletí 2014

	mobilní telefon		počítač - uživatelé počítače*						internet - uživatele internetu*			
			celkem		*přenosný počítač*		*tablet*		celkem		*z toho mobilní internet*	
	v tis.	% 1)	v tis.	% 1)	v tis.	% 1)	v tis.	% 1)	v tis.	% 1)	v tis.	% 1)
Celkem 16+	**8 479,9**	***96,8***	**6 435,6**	***73,5***	***4 577,7***	***52,3***	***542,2***	***6,2***	**6 500,8**	***74,2***	**3 052,9**	***34,9***
*Celkem 16-74***	7 959,2	*98,6*	6 367,8	*78,9*	*4 557,0*	*56,5*	*538,2*	*6,7*	6 431,6	*79,7*	3 043,3	*37,7*
Pohlaví												
muži 16+	4 174,9	*97,4*	3 298,2	*76,9*	*2 409,8*	*56,2*	*281,7*	*6,6*	3 313,5	*77,3*	1 749,5	*40,8*
ženy 16+	4 305,1	*96,3*	3 137,4	*70,2*	*2 167,9*	*48,5*	*260,5*	*5,8*	3 187,3	*71,3*	1 303,4	*29,2*
Věková skupina												
16–24 let	1 001,9	*99,3*	981,8	*97,3*	*867,0*	*85,9*	*129,7*	*12,9*	988,7	*98,0*	761,6	*75,5*
25–34 let	1 451,2	*99,6*	1 387,5	*95,2*	*1 139,9*	*78,2*	*156,6*	*10,7*	1 396,4	*95,8*	890,8	*61,1*
35–44 let	1 722,6	*99,9*	1 567,1	*90,9*	*1 132,2*	*65,7*	*133,3*	*7,7*	1 590,1	*92,2*	709,8	*41,2*
45–54 let	1 333,7	*99,2*	1 130,2	*84,1*	*730,9*	*54,4*	*70,6*	*5,2*	1 135,1	*84,4*	399,0	*29,7*
55–64 let	1 400,2	*98,5*	900,9	*63,4*	*497,2*	*35,0*	*33,9*	*2,4*	910,0	*64,0*	207,3	*14,6*
65+	1 570,4	*87,2*	468,2	*26,0*	*210,4*	*11,7*	*18,2*	*1,0*	480,5	*26,7*	84,3	*4,7*
Vzdělání (25+)												
základní	650,7	*85,8*	174,9	*23,1*	*96,0*	*12,7*	*16,0*	*2,1*	184,5	*24,3*	40,5	*5,3*
střední bez maturity	2 896,2	*96,4*	1 790,6	*59,6*	*1 023,2*	*34,1*	*94,8*	*3,2*	1 828,1	*60,8*	514,1	*17,1*
střední s maturitou	2 462,1	*98,5*	2 074,2	*82,9*	*1 416,0*	*56,6*	*145,0*	*5,8*	2 089,6	*83,6*	875,7	*35,0*
vysokoškolské	1 313,2	*98,9*	1 266,0	*95,4*	*1 046,4*	*78,8*	*138,5*	*10,4*	1 261,3	*95,0*	756,2	*57,0*
Zaměstnanecký status												
zaměstnaní	4 907,6	*99,8*	4 418,2	*89,8*	*3 204,3*	*65,2*	*362,6*	*7,4*	4 444,4	*90,4*	2 143,5	*43,6*
nezaměstnaní	312,8	*99,0*	238,2	*75,4*	*162,5*	*51,5*	*13,5*	*4,3*	250,8	*79,4*	108,7	*34,4*
ženy na RD	364,0	*100,0*	332,9	*91,5*	*261,9*	*71,9*	*36,6*	*10,1*	344,4	*94,6*	138,8	*38,1*
studenti	725,2	*99,8*	725,2	*99,8*	*662,7*	*91,2*	*116,5*	*16,0*	724,3	*99,7*	582,2	*80,1*
starobní důchodci	2 052,7	*89,6*	688,5	*30,1*	*306,8*	*13,4*	*26,1*	*1,1*	705,8	*30,8*	104,3	*4,6*

1) Hodnota je procentem z celkového počtu jednotlivců v dané socio-demografické skupině

* *Uživatel počítače/internetu je jednotlivec, který v době šetření uvedl, že použil počítač/internet alespoň jednou v posledních 3 měsících, a to kdekoliv a pro jakýkoliv účel.*

** *Údaje, které uvádí Eurostat za Českou republiku, zahrnují pouze jednotlivce ve věku 16 až 74 let. ČSÚ u tohoto šetření standardně uvádí data za všechny jednotlivce starší 16 let.* Z tohoto důvodu jsou v jednotlivých tabulkách za ČR uvedeny dvoje hodnoty celkem: celkem 16+ a celkem 16-74.

Zdroj: Český statistický úřad, 2014