



FAKULTA
HUMANITNÍCH STUDIÍ
Univerzita Karlova

**Sdílená ekonomika a její místo v moderním
hospodářském systému**

bakalářská práce

Autor: Michal Marek

Vedoucí práce: Ing. Petr Špecián, Ph.D

Praha, 2016

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 23. 6. 2016

.....

podpis

Poděkování

Na tomto místě bych rád poděkoval Ing. Petru Špeciánovi Ph.D. za odborné vedení práce, velkou ochotu a mnoho podnětných připomínek.

Obsah

Úvod	5
1. Teoretický rámec sdílené ekonomiky	6
1. 1 Definice sdílené ekonomiky	7
1. 2 Modely sdílené ekonomiky	8
1. 3 Druhy sdílení z hlediska aktérů	10
2. Příklady služeb sdílené ekonomiky	12
2. 1 Peer-to-peer půjčky	12
2. 2 Crowdfunding	13
2. 3 Pronájem ubytování a couchsurfing	14
2. 4 Ridesharing a carsharing	15
2. 5 Bikesharing	17
2. 6 Coworking	18
2. 7 Časové banky	19
2. 8 Mikropráce	20
2. 9 Přeprodej a darování použitých věcí	20
3. Akcelerátory sdílené ekonomiky	23
3. 1 Rozvoj komunikačních technologií	23
3. 2 Environmentální hledisko	24
3. 3 Sociální hledisko	26
3. 4 Změna pohledu na vlastnictví	26
4. Výhody sdílené ekonomiky	28
4. 1 Sdílení je ekologické	28
4. 2 Lákavá možnost přivýdělku	29

4. 3 Podstatné snížení transakčních nákladů	30
4. 4 Sdílená ekonomika přináší neobyčejné pohodlí	31
4. 5 Posilování komunit	32
5. Kritika sdílené ekonomiky	34
5. 1 Sdílená ekonomika nemá se sdílením nic společného	34
5. 2 Nekalá konkurence	35
5. 3 Za úspěchem sdílené ekonomiky stojí krize	36
5. 4 Vykořisťování a ohýbání trhu práce	38
5. 5 Odcizení od původních ideálů	39
5. 6 Systém hodnocení nefunguje napříč platformami	40
6. Sřet sdílené ekonomiky s regulacemi	43
Závěr	47
Zdroje	49

Úvod

Sdílená ekonomika je fenomén, který se v současném světě skloňuje čím dál častěji. Zatímco nyní se jedná o byznys v hodnotě 15 miliard dolarů ročně, do roku 2025 by dle analytiků toto ekonomické odvětví mělo globálně generovat 335 miliard dolarů (PwC, 2015). Moderní mobilní technologie a rozvoj internetových služeb umožnil efektivně propojit nabídku s poptávkou a lidé si čím dál častěji věci půjčují a sdílejí je, než aby vše vlastnili.

Ačkoliv je téma sdílené ekonomiky velice živé, zatím není příliš teoreticky zakotveno a akademických prací, které by se jím zabývaly, není mnoho. Sdílená ekonomika stojí na ušlechtilých ideálech a přináší mnoho pozitivního, ale má také své stinné stránky a nese s sebou mnoho kontroverze. V důsledku toho se i lidé dělí na tábor zastánců a tábor odpůrců tohoto nového typu chování na trhu, což se odráží i v často jednostranném zaměření teoretických prací o sdílené ekonomice.

Cílem této bakalářské práce je proto systematizovat dostupné zdroje a podat souhrnný přehled o tom, čím sdílená ekonomika vlastně je. Pokusím se toto rychle se rozvíjející hospodářské odvětví patřičně teoreticky zakotvit, popsat, jak přesně sdílení v rámci „sharing economy“ funguje, a názorně ukázat, jaké služby v rámci ní operují a co je přes ně možné sdílet.

V práci budou rozebrány rovněž faktory, které dopomohly k boomu sdílené ekonomiky a stojí za tím, že se stala jedním z ekonomických fenoménů posledních let. Analyzována budou pozitiva služeb sdílené ekonomiky a zazní samozřejmě i argumenty jejích odpůrců, kteří upozorňují na její nedostatky, slabé stránky a především na její střet se zákonem. Na závěr pak bude pečlivě rozebrán právě i střet sdílené ekonomiky s regulacemi, popsána situace, ve které se služby sdílené ekonomiky momentálně nacházejí, a nastíněn výhled do budoucna.

1. Teoretický rámec sdílené ekonomiky

Sdílená ekonomika, někdy označovaná také termínem spoluspotřebitelství či sdílená spotřeba, je hybridním ekonomickým modelem, který je založený na sdílení, výměnách, půjčování či pronájmu statků namísto jejich bezpodmínečného vlastnění. Pro současnou podobu tohoto způsobu směny jsou základem moderní technologie, které umožnily výrazně snížit transakční náklady a propojovat nabídku s poptávkou i u lidí, kteří spolu nesdílí stejný fyzický prostor. Místem (médiem), kde je uskutečňována směna, je tedy buďto webová nebo mobilní aplikace.

Koncept sdílení samozřejmě není ve společnosti ničím novým. Půjčování si věcí mezi sebou a vzájemná výpomoc byla v rodinách i mezi známými vždy základním nástrojem udržování sociálních vazeb (Graeber, 2011). Až donedávna ovšem bylo sdílení založeno především na principu osobní známosti a z toho vyplývající důvěry. Toto se změnilo právě s příchodem moderních technologií, které umožňují sdílet prakticky cokoli s kýmkoli. Nabídku s poptávkou spojí moderní služba, která díky důmyslnému systému vzájemných hodnocení a bezhotovostní platby překonává i nedůvěru mezi účastníky směny vyplývající z toho, že se neznají. A právě sdílená ekonomika v této podobě je v poslední době na obrovském vzestupu.

Boomem sdílené ekonomiky („sharing economy“) se v březnu roku 2013 zabýval i článek renomovaného ekonomického týdeníku *The Economist* a začínal následovně: „Včera si 40 000 lidí pronajalo ubytování skrze službu, která nabízí 250 000 pokojů ve 30 000 městech ve 192 zemích světa. Vybrali si své pokoje a za vše zaplatili po internetu. Jejich nocleh ale nebyl zajištěn řetězci hotelů, nýbrž soukromníky. Hostitelé s hosty byli spárováni díky Airbnb, firmou se sídlem v San Franciscu. Od jejího založení v roce 2008 byla služba využita více než 4 miliony lidí (2,5 miliony jen v roce 2012). Jedná se o jedinečný příklad nového fenoménu sdílené ekonomiky, v rámci kterého si lidé pronajímají noclehy, auta, lodi a další zařízení přímo mezi sebou a jsou přitom koordinováni přes internet.“

Při prvním pohledu se zdá, že něco takového není příliš odlišné od klasického penzionu či sdílení automobilu. Moderní komunikační technologie ale sdílení výrazně

zlevnily, zjednodušily a díky tomu i podstatným způsobem rozšířily mezi mnohem větší okruh lidí. Stejně jako například eBay umožňuje každému stát se obchodníkem, služby tzv. sdílené ekonomiky jako Uber, Airbnb nebo TaskRabbit umožňují prakticky komukoli, aby za peníze sdílel svůj majetek či dovednosti. Stačí si jen stáhnout příslušnou aplikaci a díky GPS v telefonu najdete tu nejdosažitelnější vhodnou nabídku, nebo naopak nejbližší odpovídající poptávku.

1. 1 Definice sdílené ekonomiky

Definice pojmu „sdílená ekonomika“ pocházejí z různých vědních disciplín a rozlišovat můžeme také mezi makroekonomickou a mikroekonomickou perspektivou. Mezitímco první z obou pohledů se zaměřuje na zařazení sdílené ekonomiky do ekonomického systému a k příslušnému ekonomickému modelu, ten druhý se věnuje rozboru strategií a systémů, které firmy zapojené do sdílené ekonomiky využívají při vytváření platform pro koordinaci směny mezi svými zákazníky a uživateli.

Z makroekonomického hlediska lze sdílenou ekonomiku označit za hybridní model, který lze zařadit někam mezi vlastnictví a darování. Tento model odkazuje ke sdílení přístupu k věcem a službám, a to na principu peer-to-peer a za pomoci moderních technologií, které směnu a transakce koordinují (Scaraboto, 2015).

Pojem „sdílená spotřeba“ či jinak „spoluspotřebitelství“ se v literatuře poprvé objevuje již v roce 1978, a to v knize *Community Structure and Collaborative Consumption: a routine activity approach*, za kterou stojí Marcus Felson a Joe L. Spaeth. Tato kniha pojednávala o carsharingu, tedy sdílení automobilů, což je dodnes jedna z esencí sdílené ekonomiky. Felson se s Speathem definovali činnost spoluspotřebitelství jako „...takové události, ve kterých jedna či více osob spotřebovávají ekonomické statky nebo služby v procesu zapojování se do společných aktivit s jedním či více lidmi“. Toto pojetí ovšem zahrnovalo i činnosti jako např. telefonování, pití piva s přáteli či návštěvu fotbalového utkání.

Russel Belk (2007) nicméně tento výklad pojmu spoluspotřebitelství odmítl. Argumentoval tím, že taková definice se sice zaměřuje na společné aktivity, jejichž součástí je spotřeba, ale je příliš obecná a nedostatečně se věnuje problematice získávání a přerozdělování zdrojů. Belk (2014) proto definoval spoluspotřebitelství

jako činnost lidí koordinující získávání prostředků a jejich rozdělování za poplatek či jinou kompenzaci. Oněmi „jinými“ kompenzacemi zde mohou být i kompenzace nemonetární, mezi které lze řadit například vyměňování. Belkova definice tedy vylučuje takové sdílení, ve kterém nejsou žádné kompenzace zahrnuty. Vyřazeno je rovněž darování daru, při kterém dochází ke kompletnímu přenesení vlastnictví.

Dnes se místo pojmu spoluspotřebitelství používá spíše označení „sdílená ekonomika“, které reflektuje rostoucí trend tohoto druhu směny a jeho přerod v byznys. Podle Rachel Botsmanové a Roo Rogerse, předních teoretiků zabývajících se tímto fenoménem a autorů knihy s názvem *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, se jedná o ekonomický model, který podporuje využívání vlastnictví a umožňuje optimalizaci spotřeby skrze sdílení, výměnu (bartering), pronajímání a půjčování zboží a služeb (Botsmanová a Rogers, 2010). Velkou výhodou konceptu sdílené ekonomiky má přitom být její schopnost snižovat náklady na průzkum trhu a další transakční náklady, což přispívá i k vyššímu pohodlí uživatelů služeb, které z konceptu sdílené ekonomiky vycházejí.

Botsmanová s Rogersem (2010) dále sdílenou ekonomiku definují jako způsob ekonomického uspořádání, ve kterém účastníci preferují sdílení přístupu k výrobkům nebo službám, spíše než individuální vlastnictví. Jedná se zároveň o systém, který je řízen webovou technologií umožňující sdílení a směnu aktiv od prostor a dovedností až po auta, a to takovým způsobem, který až doposud nebyl možný (Botsmanová, 2012).

Botsmanová (2013) rovněž ekonomiku spoluspotřebitelství popsala jako ekonomiku postavenou na distribučních sítích, které jsou tvořeny jednotlivci a komunitami. Tento typ hospodářství, který je založen na přímé směně a spolupráci mezi lidmi, lze podle ní označit za protiklad k centralizované institucionalizované ekonomice.

1. 2 Modely sdílené ekonomiky

Sdílení může mít mnoho podob. Teoretikové, kteří se sdílenou ekonomikou zabývají, tedy přicházejí s různými děleními, díky nimž lze jednotlivé formy sdílení logicky utřídit. Podíváme se na dvě konkrétní dělení:

Lisa Ganskyová (2010) rozlišuje dva modely sdílení. První je označován „**Full Mesh Model**“. Sem můžeme zařadit sdílení takového typu, kdy máme firmu (například autopůjčovnu), která vlastní určité statky. Tyto statky (v tomto případě automobily) si pak lidé mohou pronajímat skrze aplikaci nebo webové rozhraní. Oproti normální autopůjčovně se takováto firma liší v tom, že si uživatel po internetu objedná nejbližší vůz, skrze aplikaci a potažmo například čipovou kartu k němu získá přístup a za hodinovou či denní sazbu si ho vypůjčí. Odpadá tedy jakýkoli kontakt se zaměstnanci firmy a celá transakce včetně samotného placení je zajištěna bezhotovostně za pomoci mobilní technologie. Příkladem modelu „Full Mesh“ je například americká společnost Zipcar nebo její český ekvivalent CAR4WAY.

Druhým modelem, s nímž Lisa Ganskyová pracuje, je „**Own To Mesh Model**“. Ten se od prvního popsaného výrazně liší v tom, že firmy sdílení pouze zprostředkovávají, ale předměty sdílení nevlastní. Typickými zástupci této oblasti sdílené ekonomiky jsou společnosti Uber a Airbnb. Ty stojí za veleúspěšnými platformami pro sdílení a staly se symbolem pro dnešní podobu sdílené ekonomiky. Mezitímco Uber je jedním z předních poskytovatelů alternativní taxislužby, Airbnb je stejně dominantní v oblasti zprostředkovávání ubytování. Uber ale nevlastní žádný vůz a Airbnb nepatří žádný z nabízených bytových prostorů. Obě služby jsou pouze prostředníkem pro uskutečnění směny mezi dvěma nezávislými stranami.

Kritériem, dle kterého Lisa Ganskyová služby působící v prostředí sdílené ekonomiky rozlišuje, je tedy vlastnictví. Rachel Botsmanová (2012) naproti tomu volí kritérium jiné a k tomu, kdo dané statky vlastní, naopak nepřihlíží vůbec. Botsmanová rozlišuje tři typy sdílení, které vycházejí z toho, co je sdíleno. Těmito třemi typy jsou: 1) „Product Service Systems“, 2) „Redistribution Market“ a 3) „Colaborative Lifestyles“.

Mluvíme-li o kategorii „**Product Service Systems**“, máme na mysli služby, jež umožňují sdílení věcí nebo jejich pronájem. Jak již bylo řečeno, nezáleží na tom, kdo dané věci vlastní, takže sem můžeme zařadit jak Uber, tak i Zipcar. Podmínkou pro klasifikaci dané služby pod tuto skupinu je jednoduše to, že je skrze ni pronajímán statek materiálního charakteru.

Pod pojem „**Redistribution Market**“, tedy pod druhou kategorii Rachel Botsmanové, řadíme platformy a sociální sítě, které slouží k přeprodeji či výměnám

použitého zboží. Do této podoblasti sdílené ekonomiky tedy spadá například i u nás dobře známé eBay a jeho český ekvivalent s názvem Aukro.

Třetí kategorie je pak pojmenována „**Collaborative Lifestyles**“. Ta se vyznačuje tím, že skrze služby spadající do tohoto podtypu jsou sdíleny statky nemateriálního typu, mezi něž může patřit dovednost, čas, prostor atp. Sem tedy patří například ve Spojených státech velice populární TaskRabbit, který slouží k nabízení a poptávání různých řemeslných a jiných prací či úkolů. Spadají sem rovněž i služby pro sdílení ubytování, z nichž lze jmenovat například již zmíněné Airbnb či Couchsurfing.

1. 3 Druhy sdílení z hlediska aktérů

Kromě výše nastíněných dělení z hlediska vlastnictví sdílených statků, nebo z hlediska jejich typů, můžeme oblasti sdílené ekonomiky rozdělit také dle toho, jací aktéři se do směny zapojují (Puschmann a Alt, 2016). Různé druhy sdílení mohou probíhat mezi dvěma jednotlivci (person-to-person), mezi firmou a zákazníkem (business-to-consumer), nebo mezi dvěma různými firmami (business-to-business). Na tyto jednotlivé výseče sdílené ekonomiky se blíže podíváme a uvedeme si konkrétní příklady

Person-to-person (jinak také peer-to-peer či P2P) je takový způsob sdílení, kdy směna probíhá mezi dvěma jednotlivci. Ti vlastní konkrétní statky nebo nabízejí konkrétní služby a přímo mezi sebou je sdílejí. Obvykle jim přitom poslouží moderní technologie, která jejich nabídku a poptávku efektivně spojí bez nutnosti toho, aby se museli přímo znát a sdíleli spolu fyzický prostor. Hledat příklady takovýchto služeb příliš práce nedá. Patří sem ty nejznámější služby sdílené ekonomiky, jako je Uber, Airbnb, TaskRabbit a podobně. V rámci peer-to-peer sdílení se lze podělit prakticky o cokoli. Sdílet lze věci denní potřeby, auta, bydlení i své schopnosti a podobně. Z pohledu Lisy Ganskyové by se v tomto případě jednalo o model „Own to Mesh“.

Business-to-consumer (jinak B2C) je forma sdílení, která se v podstatě překrývá s modelem „Full Mesh“ popsáním Lisou Ganskyovou. V rámci tohoto druhu směny vlastní jistý podnik či instituce konkrétní statky a jednotlivci si je za úplatu propůjčují.

Daný podnik se stará o veškerý servis a zákazníci opět získávají přístup ke kýženým produktům skrze moderní nástroje, jako je mobilní aplikace či webové rozhraní. Typickým příkladem je již zmíněná americká služba Zipcar pro sdílení automobilů, která působí napříč Spojenými státy i západní Evropou, vlastní mnoho vozů a poskytují je k pronájmu za hodinovou či denní sazbu.

Business-to-business, zkráceně B2B, jsou taková sdílení, která probíhají mezi dvěma institucemi či firmami. V tomto případě jde především o efektivní způsob, jak si firmy mohou za úplatu propůjčovat nevyužité prostory či vybavení. Mezi internetové platformy, které takovouto formu sdílení statků i nákladů poskytují, patří například Liquidspace. Pro tuto službu platí, že její role spočívá pouze ve zprostředkování transakce a sdílení již probíhá přímo mezi dvěma zainteresovanými aktéry, z nichž jeden sdílené statky vlastní a druhý si je pronajímá. Samotná platforma, která vystupuje jako jakési virtuální tržiště, žádné pracovní prostory, kancelářské vybavení apod. nevlastní, což odpovídá modelu „Own to Mesh“.

2. Příklady služeb sdílené ekonomiky

Nejlépe lze princip sdílené ekonomiky ilustrovat při pohledu na konkrétní služby, které jsou do této oblasti hospodářství řazeny a k tomuto novému trendu se hlásí. Jak již bylo nastíněno, sdílení v rámci „sharing economy“ má skutečně mnoho tváří a podob. Jednotlivé služby se liší svou základní filozofií, obchodní strategií a samozřejmě i tím, co je přes ně sdíleno. Představíme si tedy hlavní okruhy služeb z ranku sdílené ekonomiky a jejich čelní představitele. Zajímavé bude podívat se také na to, jak přesně dané typy služeb pro sdílení fungují a proti jakým „tradičním“ službám a odvětvím tyto nové konstrukty sdílené ekonomiky vlastně stojí.

Tato kapitola nemá sloužit jako katalog jednotlivých firem a služeb a rozhodně nemá ambici zmínit je všechny. Takřka nemožné je bohužel i zahrnout do výčtu všechny typy sdílení nebo popsat přesné principy fungování jednotlivých služeb. Následující text má ale posloužit k tomu, aby na konkrétních příkladech přiblížil, co se pojmem „sdílená ekonomika“ vlastně myslí, jaké má podoby a v jaké formě se s ní lidé v dnešním světě setkávají.

2. 1 Peer-to-peer půjčky

První zřetelnou oblastí sdílené ekonomiky jsou tzv. peer-to-peer půjčky. Díky službám zaměřeným na tento typ sdílení je možné si zažádat o půjčku za použití webových stránek a získat ji nikoliv od banky, ale od komunity lidí. Služba tak dává lidem příležitost získat prostředky na prakticky libovolný účel, a to i v situaci, kdy by jim banka nepůjčila. Na jedné straně tak mohou tyto služby dát lidem, kterým peníze scházejí, šanci překonat životní krizi nebo realizovat své plány a projekty. Na straně druhé mají lidé, kterým peníze přebývají, možnost jejich prostřednictvím vhodně investovat.

Výhodou služeb tohoto ražení je, že se částka, o kterou lidé žádají, rozprostře mezi vyšší počet investorů, čímž klesá riziko velkých ztrát. Každá půjčka pak samozřejmě má i v rámci takovýchto platforem svůj rating, který odráží kredibilitu potenciálního dlužníka a od kterého se odvíjí míra rizika a tím pádem i úročení dané půjčky. Úroky jsou ale v průměru znatelně nižší, než je tomu v bankách.

A právě v tomto bodě tkví hlavní výhoda služeb tohoto typu oproti tradičním bankám. Portály, které zprostředkovávají peer-to-peer půjčky, jako jsou Lending Club (lendingclub.com), Prosper (prosper.com) nebo česká služba s názvem Zonky (zonky.cz), jsou pro lidi často výhodnější alternativou. Vzhledem k čím dál přísnějším pravidlům bank pro poskytování úvěrů jsou navíc peer-to-peer půjčky pro mnoho lidí alternativou jedinou.

2. 2 Crowdfunding

Na podobném principu jako peer-to-peer půjčky jsou založeny i crowdfundingové služby. Také ty do sektoru sdílené ekonomiky neodmyslitelně patří a jsou nesmírně populární. Portály jako Kickstarter (kickstarter.com), Indiegogo (indiegogo.com) či český Startovač (startovac.cz) a Hithit (hithit.com) slouží k získání prostředků na realizaci konkrétních projektů a tomu odpovídá i způsob, kterým jim „investoři“ přispívají. V případě těchto služeb se nejedná o komunitní nebankovní půjčky, ale o to, že jednotlivec nebo firma prezentují svůj projekt či produkt a lidé mají možnost přispět na to, aby byl dotažen do konce. Tato podpora přitom většinou spočívá v „předobjednávce“ tohoto produktu.

Díky crowdfundingu mají tedy lidé se zajímavými nápady možnost je uskutečnit, i když by na to za normálních okolností neměli prostředky. Na druhé straně pak mají lidé možnost přispět ke vzniku něčeho, o co stojí a co by jinak nemohlo vzniknout. Pravidla bývají nastavená tak, že je dopředu stanovena minimální částka, kterou musí projekt vybrat, aby mohl být zrealizován, a v případě, že časově omezená kampaň tento cíl nenaplní, vybrané prostředky jsou přispěvatelům vráceny. Pokud cílová částka vybrána je, iniciátoři kampaně jsou zavázáni k tomu, aby projekt zrealizovali.

Služby tohoto typu konkurují stejně jako peer-to-peer půjčky bankovním institucím, protože pro určitý typ jednotlivců, firem či start-upů jsou mnohem snáze dosažitelné a finančně výhodnější. Crowdfunding je ale zároveň alternativou k různým grantům a dalším netržním řešením financování. Výše popsané služby mají nespornou výhodu také v tom, že autoři projektu v rámci kampaně nasbírají také relevantní informace o poptávce po jejich produktu a mohou lépe organizovat jeho případnou výrobu a distribuci.

2. 3 Pronájem ubytování a couchsurfing

Jeden z nejpoblárnějších typů sdílené ekonomiky zahrnuje sdílení ubytovacích prostor v podobě celých domů, bytů, pokojů i třeba jen gaučů. Do této kategorie spadá i jedna z vůbec nejlpsěšnějších služeb sdílené ekonomiky, kterou je známé Airbnb (airbnb.com), jež úspěšně působí i v České republice. Služby založené na tomto principu umožňují nabízet nevyužitý obytný prostor a skrze internetovou platformu ho pronajímat zájemcům především z řad cestovatelů.

Airbnb funguje na principu vzájemných hodnocení hostitelů a hostů, což je pro služby sdílené ekonomiky typické. Platba ubytování probíhá bezhotovostně a z důvodu zvýšení bezpečnosti služby ve dvou fázích. Když si cestovatel skrze stránku nebo aplikaci zarezervuje ubytování, jeho peníze putují k Airbnb. Když pak vše proběhne v pořádku a host z ubytování odejde, peníze z úschovy u Airbnb přecházejí k hostiteli. Tímto je předcházeno jakýmkoli potížím s platbou a je vyloučeno, že by se host ubytoval a poté odešel bez placení.

Na trochu jiném principu funguje Couchsurfing (couchsurfing.com), další služba oblíbená mezi cestovateli z celého světa. Couchsurfing je služba čistě „dobročinného“ charakteru. Cestovatelé na něm jiným cestovatelům nabízejí místo k přespání, kterým může být třeba i jen pohovka nebo nafukovací matrace. Za takové ubytování ale není vyžadována žádná finanční úplata a služba je založena čistě na principu reciprocity. Jejím cílem je umožnit každému co nejlevněji cestovat po světě a setkávat se s místními.

Co se týče bezpečnosti, také Couchsurfing využívá systém vzájemného hodnocení a nabízí rovněž možnost nechat si ověřit svou totožnost zaplacením drobného členského příspěvku. Díky platbě platební kartou může systém srovnat údaje, které uživatel zadal při registraci, s údaji z banky a tím potvrdit, že jste skutečně tím, za koho se vydáváte. Takto ověření hosté i hostitelé mají standardně vyšší šanci sehnat na Couchsurfingu protějšek, protože jsou považováni za důvěryhodnější.

Airbnb, Couchsurfing a další služby zaměřené na poskytování ubytování soupeří s tradičními ubytovacími zařízeními, jako jsou hotely, hostely či penziony. Jejich konkurenční výhodou je obecně o poznání nižší cena a zároveň jistá

autenticita. Jak deklaruje Jonathan Mildenhall z vedení Airbnb (2015), cestovatelé si na službách tohoto typu cení toho, že mohou žít v prostředí domácnosti místních lidí, komunikovat s nimi a dozvědět se tak o dané zemi mnohem více, než kdyby bydleli například ve standardizovaném apartmánu hotelového řetězce. Prostředí domácností navíc často zahrnuje mnohem více vybavení a poskytuje pohodlí i při dlouhodobějším pobytu, při kterém si chce cestovatel či turista například uvařit, vyprat atp.

2. 4 Ridesharing a carsharing

Do další podkategorie sdílené ekonomiky spadají společnosti zaměřené na sdílení aut a jízd. Tato oblast je velice obsáhlá a obsahuje firmy zprostředkovávající celou řadu rozličných forem sdílení. Některé společnosti jsou založeny na veřejně prospěšném charakteru a drží se ideálu sdílení nákladů. Jiné jsou naopak zaměřeny primárně na zisk a fungují spíše jako alternativní taxislužby či moderní autopůjčovny.

V první řadě je potřeba rozlišovat mezi „carsharingem“, tedy sdílením aut, a „ridesharingem“, tedy spolujízdou. Mezi službami zaměřenými na půjčování aut dominují firmy jako Zipcar (zipcar.com), Car2Go (car2go.com) a v České republice například CAR4WAY (car4way.cz), které umožňují skrze aplikaci najít nejbližší vůz patřící dané službě a rovnou si ho vypůjčit. Lidé si tedy v oblastech, kde služba funguje, mohou užívat komfortu osobního automobilu, ale nemusejí se starat o jeho údržbu, servis, o pojištění, o tankování atp. Díky platbám za čas či ujeté kilometry navíc dané auto „žíví“ jen v momentě, kdy ho skutečně využívají. Odpadá tak ono negativum vlastnictví automobilu, kdy vůz po valnou většinu doby stojí v garáži či na parkovacím místě, ale stejně stojí peníze.

Firmy zprostředkovávající spolujízdu se naproti tomu zaměřují na možnost pronájmu automobilu i s řidičem. Služby se mezi sebou liší za prvé v tom, zda je jejich cílem primárně zisk či zda se jedná spíše o iniciativu usilující o řešení environmentálních otázek a sblížení uvnitř komunit, a za další, jestli se zaměřují na pohyb v městském provozu, nebo jestli cílí na dojíždějící na delší vzdálenosti.

Typickým příkladem profitabilních služeb působících v městském provozu jsou americké start-upy Uber (uber.com) a Lyft (lyft.com), které jsou přímou alternativou k taxislužbám. Tyto služby fungují tak, že si uživatel skrze mobilní

aplikaci přivolá nejbližší auto a následně může přímo na displeji svého telefonu sledovat, jak se k němu vůz blíží. Možné je zadat i cílovou destinaci, díky čemuž uživatel rovnou získá informaci o přibližné ceně jízdy a zároveň tím omezí nutnost komunikace s řidičem na minimum. Díky aplikaci může zároveň cestující po celou cestu sledovat na mapě průběh trasy a má tak jistotu, že ho řidič suplující taxikáře nebude vozit oklikou, aby si vydělal více peněz. Mobilní telefon zároveň funguje i jako taxametr a v neposlední řadě jako prostředník pro zaplacení jízdy. Peníze se totiž z účtu cestujícího automaticky strhnou hned poté, co je jízda ukončena, a to díky tomu, že hned při registraci uživatel do aplikace zadává číslo své platební karty.

Těmito mechanismy jsou odbourány jakékoli potenciální problémy s placením, což je jeden z důvodů, proč Uber či Lyft poměrně snadno shánějí řidiče. Dalším důvodem je pak přirozeně to, že tyto služby nabízejí solidní možnost výdělku, volný pracovní rozvrh a vyjma automobilu prakticky nulové požadavky. Pro zákazníky jsou tyto služby atraktivní primárně cenou, která je oproti taxislužbám nižší, ale i již nastíněnými výhodami mobilní aplikace v podobě dobrého přehledu o ceně jízdy, možnosti sledovat její průběh a možnosti snadno ji zaplatit. Zvláště u Uberu, který je po světě ze všech podobných firem zdaleka nejrozšířenější, může svou roli hrát i jeho silná obchodní značka a s ním spojená jistota určitého standardizovaného zážitku.

V městském provozu ale fungují i služby, které na zisk zaměřené nejsou a primárně chtějí docílit snížení hustoty silničního provozu ve městech. Firmy jako Wunder (wunder.org), německý start-up fungující i na území našeho hlavního města Prahy, či Waze (waze.com), izraelský start-up vlastněný Googlem, poskytují aplikaci, díky níž je možné nabízet i poptávat spolujízdu pro pravidelné cesty primárně do práce a z práce. Tyto aplikace nejsou určené k vyhledání okamžitého svezení z bodu A do bodu B a řidič nemá šanci si skrze ně vydělávat a postavit si na nich živnost. Jejich cílem je umožnit dojíždějícím podělit se o náklady na benzín či naftu, čemuž odpovídá jednak výše „jízdného“ a jednak také omezení počtu jízd za den. Waze například umožňuje uskutečnit jen dvě spolujízdy denně, aby bylo zajištěno, že je služba využívána skutečně tak, jak bylo zamýšleno – k cestě z práce a do práce.

Podobně funguje i služba BlaBlaCar (blablacar.com), za kterou stojí stejnojmenný francouzský start-up. Tato služba je rovněž navržena tak, aby lidem umožnila podělit se při cestování autem o náklady. Cílí ale na delší trasy. Na BlaBlaCar si samotný řidič rovněž živnost nepostaví a cestami si nevydělá ani tehdy, když by naplnil celý vůz (pro představu, cena za 150km spolujízdu se v Čechách pohybuje okolo stokoruny). Z pohledu řidiče se jedná opět o službu se spíše komunitním a environmentálním zaměřením. Faktem ale je, že samotná francouzská firma čistě dobročinná není. Na většině trhů, kde působí, si BlaBlaCar z jízdného všech spolujezdců vezme svou provizi. Výjimkou jsou trhy, kam firma dorazila teprve nedávno, mezi něž patří i trh český. Do České republiky společnost počátkem roku 2016 vstoupila akvizicí českého Jízdomatu, který byl do té doby jedničkou na českém trhu spolujízd.

Služby tohoto ražení konkurují prostředkům hromadné dopravy, a to jak pohodlím, tak často i cenou. Pro mnoho lidí je navíc lákadlem sociální stránka věci. Díky BlaBlaCar a jejím konkurentům se lidé mohou v autě seznamovat s novými lidmi a při cestování snáze navázat kontakt s místními. Tento druh spolujízdy tedy může cestovatele přitahovat z podobných důvodů, jako je v oblasti ubytovacích služeb přitahuje třeba Airbnb či Couchsurfing.

2. 5 Bikesharing

Kromě sdílení aut či konkrétních jízd se v rámci sdílené ekonomiky těší čím dál větší popularitě také sdílení jízdnicích kol, neboli „bikesharing“. Tento druh sdílení je již poměrně tradiční a zavedený, ale je zajímavé sledovat, jak se v průběhu desetiletí proměňoval, až dosáhl současné podoby, která většinou aspektů plně odpovídá těm nejcharakterističtějším rysům sdílené ekonomiky.

Počátky bikesharingu v Evropě sahají do počátku druhé poloviny 20. století, přičemž od té doby můžeme postupně sledovat čtyři generace bikesharingu (McBeth, 2012). První generace sdílení kol v městském prostoru spočívala v tom, že město nakoupilo běžná městská kola jednotné barvy a jednoduše je dala k dispozici obyvatelům. Tento typ sdílení, který bylo možné pozorovat již od roku 1965 v Amsterdamu nebo o devět let později ve francouzském La Rochelle, se ovšem příliš neosvědčil, protože jízdnicích kola rychle zlikvidovali vandalové a rozkradli zloději.

V reakci na tuto negativní zkušenost se na přelomu tisíciletí začala hlavně ve Skandinávii prosazovat 2. generace bikesharingu, v rámci které byla po městě rozptýlena kola speciálně navržená pro provoz v městském prostředí. Měla zvýšenou odolnost a disponovala také reklamní plochou, což umožňovalo provoz kol snáze financovat. Kola navíc byla podobně jako nákupní vozíky půjčována za pomoci mince ze speciální stanice. Odcizení kol pak mělo zabránit omezení provozu těchto kol pouze do vyhrazených částí města, a to pod hrozbou vysokých pokut. O kontrolu toho, zda kola nevyjíždějí z povolených zón, se měla starat městská policie. Ani tato opatření ale krádežím a vandalismu nezabránila a systém příliš neuspěl.

V Anglii a ve Francii se tedy rychle začala prosazovat 3. generace sdílení kol, v rámci níž již byly využívány automatizované systémy zahrnující čip umístěný v kole a čipovou kartu pro uživatele služby. Díky tomuto systému si již kolo mohli půjčit pouze zaregistrovaní uživatelé a riziko krádeží tak bylo sníženo.

V současné době již ovšem převládá bikesharing 4. generace, který má ke sdílené ekonomice v podobě, jak si ji v této práci popisujeme, nejbližší. Podstatou tohoto nového bikesharingu je kolo s GPS lokátorem, díky kterému je možné polohu kol v reálném čase sledovat a provádět online diagnostiku jejich využívání. Zásadou GPS technologie je navíc možné zamknout kolo po jeho využívání kdekoli ve městě, protože další uživatel si ho snadno najde pomocí mobilní aplikace s interaktivní mapou. Příkladem bikesharingu čtvrté generace je český projekt Rekola (rekola.cz), který funguje přesně na výše popsaném principu s využitím GPS a mobilní aplikace.

2. 6 Coworking

Dynamické změny v pracovních návycích dnešních podnikatelů přispěly k rozvoji dalšího sektoru sdílené ekonomiky, který je nazýván „coworking“. V rámci něho mohou lidé za měsíční či týdenní poplatek získat krátkodobý přístup ke kanceláři, kancelářskému vybavení a podobně. V dnešním světě podnikání totiž existuje mnoho lidí, kteří si nepotřebují za mnoho peněz pronajímat kancelář celoročně. V krátkodobých intervalech se jim ale přístup k dobře vybavenému pracovišti s rychlým internetem a všemi ostatními náležitostmi hodí. Díky výhodám coworkingu si něco takového mohou poměrně snadno dovolit.

Velkou výhodou pak tento typ sdílení má přirozeně pro ty pracovníky, kteří celoročně cestují po světě a v místech svého aktuálního působiště hledají produktivní prostor, kde budou moci pohodlně pracovat. Přidanou hodnotou, na kterou coworkingová centra lákají, je také možnost setkávat se s ostatními podnikateli a zvyšovat tak svůj sociální kapitál.

Coworking je čím dál populárnější a mnoho sdílených kanceláří je k nalezení i v České republice, obzvláště pak v Praze. Mezi českými coworkingovými službami můžeme jmenovat například Free2Work (coworkingprague.cz), Impact Hub Praha (hubpraha.cz), Desk Room (deskroom.cz) a další. Ve Spojených státech mezi silné hráče patří WeWork (wework.com), CoCo (explorecoco.com), Link Coworking (linkcoworking.com) či The Coop (coop.onedesigncompany.com).

O coworkingu se nedá říci, že by přímo útočil na nějaké tradiční odvětví a chtěl ho změnit, jako je tomu například u Uberu a klasických taxislužeb. Sdílení pracovního prostoru je spíše zaplněním mezery na trhu a jde ruku v ruce s ideály sdílené ekonomiky, jejíž nosnou myšlenkou je, že ne vždy se vlastnictví konkrétního statku (v tomto případě kanceláře) vyplatí.

2. 7 Časové banky

Zajímavým konceptem, který lze do oblasti sdílené ekonomiky rovněž zařadit, je časové bankovníctví neboli „Time banking“. Jedná se o formu vzájemné výměny služeb, kde měnou využívanou pro uskutečňování jednotlivých transakcí je čas. Prostředím, v rámci kterého mohou být činnosti mezi lidmi směňovány, je obvykle opět internetová platforma, která celý systém koordinuje.

Mezi službami nabízenými v časových bankách najdeme činnosti, jako je třeba úklid domácnosti, hlídání dětí, tvorba webových stránek, oprava auta atd. Nabízet lze ale prakticky jakoukoli činnost. Když si registrovaný uživatel konkrétní časové banky na některou z nabízených prací někoho najme, nezaplatí mu za ni v běžných penězích, nýbrž časem, kterou daný člověk prací strávil. Tyto odpracované minuty a hodiny uživatelé střádají a mohou si za ně naopak kupovat služby od jiných uživatelů zaregistrovaných ve stejné časové bance.

Koncept časových bank je tedy oproti jiným službám sdílené ekonomiky daleko více založen na reciprocitě a má spíše komunitní a lokální charakter. Časové

bankovníctví má své kořeny ve Spojených státech, kde jsou tyto banky dodnes hojně rozšířeny. Koncept je ale znám i v České republice, přičemž jmenovat lze například Časovou banku Praha (casovabankapraha.cz).

2. 8 Mikropráce

Jak bylo vidět již na příkladu služeb pro spolujízdu, ve sdílené ekonomice nejde jen o sdílení hmotných statků. V rámci služeb náležitých ke sdílené ekonomice lze za úplatu sdílet i vlastní schopnosti, nebo si naopak „najmout“ schopnosti cizí. Jedná se v podstatě o technologií zdokonalený koncept sousedské výpomoci, díky níž není na méně náročné práce nutné volat profesionální řemeslníky. Lidé jsou navzájem spojeni pomocí webové stránky či mobilní aplikace a jedna strana si tak může jednoduše přivydělat, mezitímco ta druhá ušetří mnoho peněz, protože výpomoc zajištěná skrze podobné služby vyjde výrazně levněji, než když by si člověk objednal profesionály. V českém prostředí se tento typu placené výpomoci označuje jako „mikropráce“.

Jednou z vůbec nejznámějších služeb sdílené ekonomiky je americký TaskRabbit (taskrabbit.com), který umožňuje nabízet a poptávat různé výpomoci, jako je sestavení nábytku, úprava zahrady, úklid domu či různé pochůzky. Podobně funguje i konkurenční služba Zaarly ([zaarly](http://zaarly.com)), rovněž americká, a v České republice se pomalu rozjíždí portál mikroprace.cz. Další podobnou službou je LivePerson (liveperson.com), která se ale zaměřuje na online formu profesionálnějšího a specifičtějšího druhu výpomoci, jako je například technická podpora či psychoterapie.

Tyto služby stojí primárně proti profesionálním řemeslníkům a tzv. „hodinovým manželům“, kteří bývají výrazně dražší. Platformy jako TaskRabbit navíc přinášejí jisté lákavé pohodlí pro obě strany transakce. Zručný pomocník má možnost nabídnout své služby bez nutnosti jakýchkoli investic do reklamy a člověk, který hledá výpomoc, má všechny potenciální pomocníky z okolí jako na dlani. Opět tu navíc existuje systém uživatelských hodnocení, který pomáhá vyčistit nabídku od pomocníků poskytujících nedostatečný servis.

2. 9 Přeprodej a darování použitých věcí

Portály pro přeprodej použitých věcí jsou již delší dobu zažitou záležitostí a stále je lze označit za velice populární. Z ideového hlediska je tento typ směny v podstatě ideální formou sdílené ekonomiky. Prodej věcí, které jeden člověk již nepotřebuje a někomu jinému ještě mohou posloužit, je přesně v souladu s myšlenkou racionální spotřeby směřované k šetření životního prostředí a k trvale udržitelnému rozvoji. Není tedy divu, že je právě tento obor sdílené ekonomiky jedním z těch nejstarších. Nejpopulárnější „internetové tržiště“ eBay (ebay.com) vzniklo již v roce 1995. Ve stejném roce navíc vznikl i craigslist (craigslist.com), což je portál stavěný na jiném principu, ale plnící stejnou roli.

Podíváme-li se na princip fungování portálu eBay, zjistíme, že je přesně v souladu s typickými rysy mladších služeb sdílené ekonomiky, o kterých již byla řeč. Za prvé, důvěryhodnost nakupujících i prodejců je stanovována na základě vzájemných hodnocení, díky čemuž je minimalizováno riziko toho, že by v rámci této služby mohli dlouhodoběji fungovat nespolehliví obchodníci či podvodníci. A za druhé, samotný portál se stará nejen o efektivní spojení nabídky z poptávkou, který eliminuje nutnost setkání obou stran transakce, ale je skrze něj zajištěna i finanční transakce mezi oběma stranami, čehož služby podobného typu dosahují i spoluprací s platebními službami jako PayPal.

Portál eBay funguje na principu virtuální aukční síně. K prodeji lze vystavit prakticky jakýkoli předmět a aukce má omezenou dobu trvání, po kterou se zájemci mohou předhánět v nabídkách. Možné je také nastavit k předmětu pevně stanovenou cenu, přičemž v takovém případě se soutěž v přihazování nekoná a předmět lze klasicky zakoupit. Ačkoliv se již eBay dostalo do povědomí i mezi Čechy, jedničkou na trhu je u nás v této oblasti český projekt Aukro (aukro.cz), který funguje naprosto totožným způsobem.

Již zmíněný craigslist, který oproti eBay v České republice příliš známý není, funguje na jiném principu. Jedná se o internetovou platformu pro vystavování inzerátů všeho druhu. Jakékoli pokročilejší moderní funkce ale na craigslistu chybí. Platforma slouží prakticky jen k tomu, že integruje nabídku a poptávku v rámci jediné přehledné stránky.

Oblíbené jsou i portály pro nákup a prodej použitého oblečení a hraček pro děti, mezi kterými v globálním měřítku vyniká například Kidizen (kidizen.com).

Vedle prodeje použitých věcí je další variantou jejich darování, což je rovněž alternativa, kterou sdílená ekonomika dostala na novou úroveň. Díky specializovaným inzertním platformám jako freecycle (freecycle.org), různým Facebookovým stránkám atp. lze snadno najít zájemce o pro vás již nepotřebnou věc. Výměnou třeba jen za její odvoz ji tak můžete darovat. Služby sdílené ekonomiky v takovémto případě usnadňují celou transakci do té míry, že jsou jí lidé snáze ochotni podstoupit, díky čemuž se mohou nepotřebné věci opět dočkat využití a neskončit na skládce.

Jak je z tohoto výčtu patrné, sdílet lze prakticky cokoliv a pokud si člověk vzpomene, že by si chtěl něco krátkodobě pronajmout, něco darovat či něco vyměnit, pravděpodobně bude existovat specializovaná služba, která mu jeho přání vyplní. Dostupnost těchto služeb je samozřejmě výrazně vyšší na větších a lukrativnějších trzích ve vybraných částech Spojených států amerických či v západní Evropě, ale i v naší malé zemi celá řada z nich funguje a lze očekávat jejich rozvoj.

Jak již bylo avizováno, ve výše nastíněném výčtu zdaleka nejsou obsaženy všechny kategorie služeb sdílené ekonomiky a přehled konkrétních služeb je ještě mnohem omezenější. Kapitola měla ale za cíl názorně ukázat, v čem sdílená ekonomika spočívá, co se jejím prostřednictvím dá sdílet, na jakých principech její služby fungují a v jakých formách se s ní člověk může každodenně setkávat.

3. Akcelerátory sdílené ekonomiky

Je evidentní, že sdílená ekonomika je na obrovském vzestupu a objem transakcí, které jsou v rámci ní uskutečněny, rok od roku roste. Jak již bylo řečeno, analytici předpovídají, že v roce 2025 bude mít objem 335 miliard amerických dolarů (PwC, 2015). Je tedy důležité analyzovat, proč k tak výraznému nárůstu významu tohoto druhu spotřeby dochází. Za boomem sdílené ekonomiky stojí celá řada vnějších faktorů. Ty jsou jak ekonomického, tak i společenského, technologického nebo environmentálního rázu.

3. 1 Rozvoj komunikačních technologií

Jedním z hlavních faktorů, který masivní rozvoj sdílené ekonomiky umožnil, jsou moderní komunikační technologie (Owyang a kol., 2013). Předpokladem pro efektivní funkčnost služeb sdílené ekonomiky je internetové připojení, což je dnes minimálně v části světa věc zcela samozřejmá. Dostupnost připojení ještě znásobují chytré mobilní telefony, které umožňují využívat webové aplikace služeb sdílené ekonomiky prakticky kdykoli a kdekoli. Díky tzv. smartphonům, které jsou dnes dostupné pro značnou část populace, má rázem přístup k „počítači“ prakticky každý a bariéry pro expanzi sdílené ekonomiky jsou rychle odbourávány (Rosenbergová, 2013).

Není to navíc jen internet, který prostřednictvím chytrých telefonů přispívá k růstu sdílené ekonomiky. Důležitá je také technologie GPS, díky které lze lokalizovat jednotlivé uživatele a spojovat tak nejbližší nabídku s nejbližší poptávkou. Právě díky tomu lze v rámci jednotlivých služeb snižovat transakční náklady na minimum a dosáhnout maximálního pohodlí pro uživatele.

V souvislosti s rozvojem moderních technologií je nutné zmínit také rychlý rozvoj v možnostech placení přes internet. Online platby pomocí platební karty či za využití různých platebních služeb (například PayPal) se staly každodenní samozřejmostí, díky čemuž jsou peer-to-peer transakce o mnoho zjednodušeny, a to nejen v rámci sdílené ekonomiky. Peněžní směna mezi dvěma neznámými lidmi je díky těmto platebním službám o mnoho jednodušší a pro obě strany bezpečnější

(Owyang a kol., 2013). Pojedete-li tedy například s Uberem, ani jedna ze stran vůbec nemusí sáhnout do peněženky. U mnoha typů směn v rámci sdílené ekonomiky se pak aktéři díky těmto inovacím nemusí dokonce ani fyzicky potkat.

V souvislosti s technologickými inovacemi a jejich funkcí akcelérátorů sdílené ekonomiky je nutné se pozastavit i u tématu mezilidské důvěry a reputace. Díky systému vzájemných hodnocení dostupných na internetu jsou aktéři působící v rámci sdílené ekonomiky spolehlivě filtrováni, čímž je značně zvyšována celková důvěra v jednotlivé služby. Reputace jednotlivých lidí v rámci systému je dobře viditelná, což přispívá k bezpečnosti všech zúčastněných.

Nemalou roli v rozvoji sdílené ekonomiky pak hrají i sociální sítě. Facebook a další podobné služby rozšiřují okruhy známostí jednotlivých lidí a umožňují jim spolu komunikovat, ačkoliv bez těchto služeb by se třeba vůbec nepotkali. Ač to není primární úloha těchto sítí, mnohdy Facebook a spol. poslouží i ke spojení nabídky a poptávky, protože jejich prostřednictvím lze nabízet i poptávat daleko za hranice vlastního fyzického prostoru. Sociální sítě vedle toho navíc hrají důležitou roli i v oblasti posilování důvěry mezi lidmi. V dnešní době si může člověk před každou potenciální transakcí prohlédnout veřejný profil protistrany a vyhodnotit, na kolik je tato osoba důvěryhodná (Botsmanová, 2012).

Shrneme-li tedy výše popsané body, důležitost rozvoje moderních technologií pro růst sdílené ekonomiky je následující. Díky stále levnějším a dostupnějším smartphonům a zároveň všudypřítomnému internetovému připojení je umožněno, aby se do sdílené ekonomiky zapojovalo čím dál více lidí, čímž je dosahováno potřebné kvantity participujících aktérů. Informační a komunikační technologie navíc v takto dosažené kvantitě dokáží vyfiltrovat i kvalitu, a to již nastíněnou dostupností informací o jednotlivých „sdílejících“. To zvyšuje důvěru mezi jednotlivými aktéry a opět přispívá k tomu, že se dosah služeb i objem transakcí neustále zvyšuje.

3. 2 Environmentální hledisko

Samotná technologie by ale nejspíš nestačila na to, aby lidé začali měnit své spotřební návyky. Pokud chceme najít alespoň ty nejdůležitější faktory, proč lidé přehodnotili přístup ke spotřebě i vlastnictví a otevřeli se kontaktu s naprosto neznámými lidmi, musíme vzít zajisté v potaz také hledisko environmentální.

Témata jako ekologie, ochrana životního prostředí a trvale udržitelný rozvoj rezonují společností v čím dál větší míře. Dodnes velice aktuální otázku omezenosti našich zdrojů prezentovala slavná kniha „Meze růstu“ od Donelly Meadowsové již v roce 1972. Meadowsová se v roce 1972 dostala do týmu vědců, který za podpory Římského klubu vyvinul počítačový model systémové dynamiky hlavních demograficko-ekonomických ukazatelů. Simulaci tým nazval World3 (Svět3) a jednalo se o modelaci vývoje hlavních globálních ukazatelů, jako je stav populace, množství zdrojů, míra znečištění či objem průmyslové výroby.

Složité model obsahující desítky vzájemně se ovlivňujících parametrů nastínil následující scénář. Pokud budeme nadále drancovat Zemi a „vysávat“ přírodní zdroje tak, jako to činíme dosud, dojde k zastavení hospodářského růstu a totálnímu zhroucení globální ekonomiky. Tým okolo Donelly Meadowsové zkrátka popsal, že příroda má své limity, které člověk musí respektovat a že v uzavřeném systému konečných zdrojů není kvantitativní růst trvale možný.

Od té doby se hovoří o tzv. trvale udržitelném rozvoji, který je definován následovně: „Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických prostředků a technologií uspokojovat lidské potřeby, materiální, kulturní i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů.“ (Rynda, 2000). A dále sociální a kulturní ekolog Ivan Rynda uvádí: „Aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné nově redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich socio-politické instituce a procesy.“

Právě předchozích několik řádků napovídá, co napomáhá tomu, že je v dnešním světě sdílená ekonomika na takovém vzestupu. Mnozí v ní totiž vidí jednu z cest, jak v rámci zásad trvale udržitelného rozvoje fungovat a celých 76 % lidí dle výzkumu PwC (2015) oceňuje na sdílené ekonomice i právě to, že je šetrná vůči životnímu prostředí. Alespoň v teoretické rovině je sdílení našich omezených zdrojů s ostatními ideální cestou, jak splnit obě podmínky trvale udržitelného rozvoje, které Rynda uvádí.

Budeme-li sdílet s ostatními to, co právě nepotřebujeme, nijak nesnížíme uspokojení svých potřeb a zároveň budeme respektovat existenci environmentálních limitů. A to je mimo jiné to, o co ve sdílené ekonomice jde. Proto se o ní mluví jako o udržitelné formě spotřeby, která je založená na tom, že jednotlivci ke statkům

spíše přistupují, než že by je vlastnili (Martin, 2015). Efektivní sdílení může snížit nároky na výrobu a tím i nároky na přírodu a životní prostředí.

Tento „zelený“ aspekt sdílení jistě není hlavním tahounem růstu odvětví, ale svou roli určitě hraje a pravdou je, že mnoho služeb sdílené ekonomiky ekologické hledisko mistrně využívá ve svém marketingu. Jak již bylo řečeno, ochrana životního prostředí je po celém světě čím dál výraznějším tématem, což přispívá k tomu, že na avizovanou šetrnost služeb sdílené ekonomiky lidé slyší.

3. 3 Sociální hledisko

Důležitým faktorem posilujícím růst sdílené ekonomiky je jistě i zvyšující se potřeba lidí společensky se angažovat a více se socializovat. Zvýšené využívání různých forem online komunikace v čele se sociálními sítěmi mezi lidmi zvýšilo pocit izolovanosti (Milner, 2010). Čím dál více věcí se řeší pomocí elektronické komunikace, což lidi jistým způsobem odcizuje. Služby sdílené ekonomiky propojují ono oblíbené a lidmi denně využívané online prostředí a obohacují ho o interakce se skutečnými lidmi.

Botsmanová s Rodgersem (2010) v rámci své práce o sdílené ekonomice mimo jiné analyzovali preference spotřebitelů. Díky svému výzkumu zjistili, že se lidé chtějí vracet k jednodušším a osobnějším transakčním vazbám, které byly na trhu obvyklé před masivním nástupem e-komerce v 90. letech. V minulosti s sebou trh přinášel více osobních vazeb a spotřebitel měl možnost poznat člověka, se kterým obchodoval. Právě sdílená ekonomika vytvořila novou možnost, jak se k osobním vazbám vrátit.

3. 4 Změna pohledu na vlastnictví

Podmínky pro rozvoj sdílené ekonomiky značně vylepšuje také velký posun v přístupu lidí k individuálnímu vlastnictví. Mezi lidmi se dá pozorovat myšlenkový posun v tom, že mezitímco dříve jsme chtěli vlastnit CD, nyní chceme mít přístup k hudbě, která na něm je. Nechceme DVD, ale chceme film, který na něm je (Botsmanová a Rodgers, 2010). Čím dál více nám záleží na neomezeném přístupu k určitým věcem, než na tom, abychom je přímo vlastnili. Nechceme nutně vlastnit

statky, ale naplňovat si jejich prostřednictvím své potřeby (Botsmanová, 2010). Měníci se přístup lidí k v této věci dobře charakterizuje výrok Kevina Kellyho, zakladatele magazínu Wired: „Přístup je lepší než vlastnictví.“ (Kelly, 2009)

Lidé své právo na vlastnictví statků dlouho považovali za pevnou a důležitou součást své identity a jeden ze základních prvků svobody. U mladé, digitálně odchované generace se ovšem vztah k individuálnímu vlastnictví částečně mění. Pokud se vrátíme k úvodním příkladům hudby a filmů, proměna smýšlení lidí je patrná již na popularitě služeb jako Spotify či Netflix, v rámci kterých uživatel za měsíční poplatek získává neomezený přístup k hudbě, respektive filmům a seriálům. Zvláště mladší lidé se naučili platit si za přístup namísto za vlastnictví. Je samozřejmě stále mnoho věcí, které lidé rádi vlastní, sdílet je nechtějí a pouhý přístup k nim jim nestačí. Naše uspokojení již ale očividně není na vlastnictví závislé výhradně (Botsmanová, 2010).

Tato změna přístupu se projevuje i v rostoucí sdílené ekonomice. Lidé si pomalu zvykají na to, že u některých typů statků je pohodlnější a levnější je využívat, když jsou potřeba, a že jejich vlastnictví může být zbytečnou přítěží. Právě proto mohou uspět společnosti jako Zipcar, již zmíněná autopůjčovna nové generace. Někteří lidé již nelpí na tom, aby auto vlastnili, ale spočítají si, že zaplatit si za vůz ve chvílích, kdy ho používají, vyjde výhodněji, než živit ho celoročně. Sdílená ekonomika jim umožňuje užívat si luxusu spojeného s užíváním automobilu, ale oprostí je od starostí se servisem, údržbou či pojištěním, tedy od nepříjemností, které se pojí s jeho vlastnictvím.

4. Výhody sdílené ekonomiky

V předchozí kapitole jsme si nastínili, co akceleruje růst sdílené ekonomiky a jaké příčiny stojí za tím, že se tomuto druhu tržních mechanismů tolik daří. Nyní můžeme volně navázat přehledem toho, co je na sdílené ekonomice to přitažlivé a jaké jsou její hlavní výhody. Sdílená ekonomika se tváří jako jakési narušení „starých pořádků“ a nové východisko. Nyní je tedy čas rozebrat si, jaké pozitivní novinky sdílená ekonomika světu přináší. Naopak negativům a stinným stránkám sdílené ekonomiky se pak bude věnovat kapitola následující.

4. 1 Sdílení je ekologické

O environmentálním hledisku sdílené ekonomiky již jednou řeč byla a „zelený“ aspekt sdílení byl uveden jako jeden z akceleratorů boomu spoluspotřebitelství. Je tedy logické, že je ekologická podstata sdílené ekonomiky také jednou z jejích hlavních výhod. Šetrnost sdílené spotřeby směrem k přírodnímu prostředí je věc, kterou vyzdvihují firmy v rámci propagace svých služeb pro sdílení, ale hovoří o ní také teoretici, kteří sdílenou ekonomiku akademicky popisují.

V jedné ze svých slavných přednášek o sdílené ekonomice se Rachel Botsmanová ptá publika, kolik z přítomných má doma vrtačku. Když se téměř všichni v sále přihlásí, Botsmanová se zasměje a osazenstvu sdělí, že vrtačka za celou dobu své životnosti v průměru vrtá 12-15 minut, což je informace, která vyvolá vlnu úžasu. Pro příznivce sdílené ekonomiky, a možná i prosté racionální spotřeby, je ale něco takového dostatečným důkazem toho, že minimálně u některých věcí může být jejich vlastnictví jen velkou zbytečností. Botsmanová totiž dodává: „...to, co potřebujete, je díra. Ne vrtačka.“

V našem životě zkrátka existuje celá řada věcí, které potřebujeme jen velice sporadicky. Namátkou si lze kromě již zmíněné vrtačky vzpomenout třeba na outdoorové vybavení, jako je třeba stan, které většina lidí využije asi tak týden v roce o letních prázdninách. Podobným příkladem může být také gril a mnoho dalšího. Ač to navíc mnoho lidí nenapadne, do stejné kategorie může spadat také

automobil, pro který rovněž platí, že ve většině případů valnou většinu svého životního cyklu stráví v garáži nebo na parkovišti.

Nosnou myšlenkou sdílené ekonomiky proto je, aby byly nevyužité věci sdíleny. Tím by se předcházelo mnohdy nesmyslné nadvýrobě, což by vedlo ke spotřebě lépe slučitelné s konceptem trvale udržitelného rozvoje (Chapuis, 2012). Pozitivem navíc je, že krátkodobý pronájem věcí ve chvíli, kdy je člověk potřebuje, bývá o mnoho levnější než jejich vlastnictví, a z druhé strany, vlastník konkrétních statků má možnost vydělávat na nich peníze a rovněž si tak vylepšit svoji finanční situaci.

Nejsou to ale jen věci, které je možné v rámci spoluspotřebitelství sdílet. Jak již bylo podrobně demonstrováno v předchozích kapitolách, do sdílené ekonomiky spadá i sdílení ubytovacích či pracovních prostor, spolujízda či dokonce sdílení vlastních dovedností. Dá se říci, že podstatou a ideálem sdílené ekonomiky je efektivnější využívání toho, co již máme.

Odhlédneme-li od čistě ekonomických cílů služeb sdílené ekonomiky, svým způsobem je sdílená ekonomika také další z mnoha iniciativ bojující za spotřebu v rámci trvale udržitelného rozvoje a ochrany životního prostředí. Z jednoho jednoduchého důvodu má ale sdílená spotřeba výrazně vyšší naději na úspěch než iniciativy jiné. Mezitímco až doposud se ochránci přírody snažili bojovat proti znečišťování a hyperspotřebě různými kvótami, omezeními či naopak nařízeními, sdílená ekonomika je samovolně vzniklý koncept, který běžným lidem dává jednak možnost poměrně snadného přivýdělku a jednak poměrně levný přístup k věcem a službám, které byly ještě donedávna výsadou bohatých. Sdílená ekonomika tedy v první řadě šetří lidem peníze, čímž je motivuje také k tomu, aby šetřili i přírodu, což činí mnohdy nevědomky a spontánně.

4. 2 Lákavá možnost přivýdělku

Velkou výhodou sdílené ekonomiky, které jsme se již stihli částečně dotknout, je tedy také možnost přivýdělku pro její aktéry. Pokud někdo vlastní věc, kterou mohou jiní lidé využít, může si krátkodobými pronájmy přivydělat peníze navíc. Ještě typičtějším příkladem toho, jak lze díky sdílené ekonomice vyplnit mezery v příjmech a ke své

pravidelné výplatě přidat něco navíc, jsou služby, v rámci kterých může člověk sdílet své schopnosti a dovednosti.

V rámci takových služeb sdílené ekonomiky může člověk například nasednout do auta a díky mobilní aplikaci se stát taxikářem, nechat se najmout na úklid, řemeslnické či zahradní práce, ale i například na hlídání domácích mazlíčků apod. Služby sdílené ekonomiky v čele s Uberem dávají svým pracovníkům obrovskou výhodu v tom, že mají volnost. Člověk tak má možnost pracovat pro tyto služby tehdy, když se mu to hodí (například po své běžné pracovní době), a jen tak dlouho, jak chce nebo potřebuje.

„Jakožto doplněk a prostředek k vyplňování mezer je sdílená ekonomika očividně prospěšná. Přináší možnost vydělávat peníze na autech, domech a dalších nevyužitých prostředcích i práci, což může být skvělé. Přináší to vyšší finanční stabilitu a zvyšuje kvalitu života. To vše navíc v součinnosti s tím, že zákazníkům se dostává lepších a dostupnějších služeb.“ (Press, 2015)

Možnost přivýdělku skrze sdílenou ekonomiku je tedy většinou kvitována s povděkem a lidé se obvykle nebouří ani proti tomu, že si Uber a další firmy z každé uskutečněné zakázky obvykle berou svoji provizi. Většina pracovníků totiž vnímá přínos síly značky těchto služeb a důvěryhodnosti, která z oné značky plyne. Lidé jsou si navíc vědomi toho, že bez těchto služeb by takové množství zakázek nikdy nemohli získat (Press, 2015). Mobilní aplikace a webové platformy spojují nabídku s poptávkou vysoce efektivně a jdou daleko za hranice fyzického prostoru jednotlivce i za hranice jeho osobních známostí.

Jak si ale později ukážeme v kapitole o kritice sdílené ekonomiky, problematika práce pro služby sdílené ekonomiky s sebou nese i mnoho kontroverze. Zástupci tradičních odvětví v čele s taxikáři a hoteliéry ve službách sdílené ekonomiky spatřují nekalou konkurenci a otázky vyvolává i přístup Uberu a dalších k odmítání klasifikovat své pracovníky jako zaměstnance.

4. 3 Podstatné snížení transakčních nákladů

Botsmanová s Rodgersem (2010) uvádí jako jednu ze zásadních výhod sdílené ekonomiky také to, že tento druh směny téměř eliminuje transakční náklady. Abychom si ujasnili, co to transakční náklady vlastně jsou, dobře poslouží slavný text

The Nature of the Firm (1937) od laureáta Nobelovy ceny za ekonomii Ronalda Coase. Ten transakční náklady definuje jako ty náklady, které s sebou nese jakákoli směna a v podstatě jakákoli aktivita v tržním systému.

Abychom byli konkrétní, stačí si představit například běžnou cestu na nákup. Když jde člověk do supermarketu nakoupit potraviny, u pokladny zaplatí žádanou částku a potraviny jsou jeho. Nejsou to ovšem jen peníze uvedené na účtu, které nákupčího potraviny stály. Nutné je započítat právě také transakční náklady, do kterých je nutno zahrnout čas, který člověk nákupem strávil, energii, kterou na něj vynaložil, i náklady na cestu, kterou musel podstoupit. Pokud jel do obchodu autem, musí být započítáno projeté palivo, amortizace vozu atp.

Transakční náklady vznikají i například v případě, kdy máme doma již nevyužívanou věc a chtěli bychom se jí zbavit. Budeme-li mít doma například klavír, na který již nikdo nehraje, nabízí se možnost ho prodat či darovat někomu, kdo ho využije. V minulosti by ale něco takového znamenalo mnoho vynaloženého času i úsilí. Pokud by se zájemce nenašel v bezprostředním okolí daného jedince, bylo by nutné rozvěsit inzeráty, sejít se s potenciálními kupci, domluvit se s nimi na podmínkách atp. Díky službám sdílené ekonomiky ale toto odpadá.

V dnešním světě existují webové stránky a mobilní aplikace, v rámci kterých je možné jednoduše vyvěsit inzerát a nabídka se díky propracované technologii filtrů a vyhledávání rychle dostane k zájemcům. Díky tomu se ze sdílení, prodeje či darování již nepotřebných věcí stává o mnoho levnější a časově méně náročná činnost. Přirozeně se tak zvyšuje i ochota lidí něco takového podstupovat a klesá riziko, že budou nepotřebné věci raději vyhozeny. Tím se tedy opět vracíme k předchozímu bodu a tvrzení, že sdílení je ekologické.

4. 4 Sdílená ekonomika přináší neobyčejné pohodlí

Jednou z velkých výhod sdílené ekonomiky je také pohodlí, které s sebou přináší, a její „on demand“ podstata (Press, 2015). I toto lze dobře demonstrovat na příkladu Uberu a na jeho srovnání s běžnými taxislužbami. Když člověk dorazí do neznámého města a chce si objednat taxi, musí nejdříve sehnat telefonní číslo na konkrétní taxislužbu, poté se telefonicky domluvit na odvozu a přesně vylíčit, kde stojí. Když se toto povede bez zádrhelů a obě strany překonají například možnou

jazykovou bariéru, vydá se k volajícímu vůz dané taxislužby. S nejvyšší pravděpodobností se nejedná o ten nejbližší vůz, ale zkrátka o auto, které daný dispečink konkrétní taxislužby pověří zakázkou.

Při nástupu musí cestující vylíčit, kam přesně jede, čemuž může opět stát v cestě jazyková bariéra. Při výstupu poté dojde na placení, při kterém může v krajním případě dojít na všemožné dohady, turista může mít problém s cizí měnou a podobně. Uber je oproti tomuto scénáři vrcholem jednoduchosti, pohodlnosti a uživatelské přívětivosti.

Cestujícímu stačí ve stovkách měst světa jediná aplikace. Prostřednictvím té si člověk během několika vteřin přivolá nejbližší vůz, a to bez toho, aby se musel s kýmkoli na čemkoli domlouvat. Mobilní aplikace se díky GPS lokátoru v telefonu postará o upřesnění jeho polohy a uživatel rovněž zadává i svou cílovou destinaci, čímž odpadají potenciální komunikační obtíže a cestující navíc získá i poměrně přesný odhad ceny jízdy.

Když je poptávka odeslána a řidič z okolí ji přijme, cestující může na mapě sledovat blížící se vůz a přesně ví, za jak dlouho pro něho přijede. Při nástupu již tedy není nutné řešit, kam se vlastně jede, a aplikace po celou cestu slouží i jako interaktivní taxametr. Cestující může ve svém telefonu sledovat celou trasu na mapě a vidět tak, zda ho řidič veze tou nejkratší cestou. Při výstupu pak odpadají i jakékoli peripetie s platbou, protože jakmile je jízda ukončena, peníze za jízdu se cestujícímu strhnou z platební karty, která je svázána s jeho účtem na Uberu.

Právě tato jednoduchost je jedním z hlavních lákadél sdílené ekonomiky a důvodem, proč tento fenomén tolik lidí přitahuje. Uber je této jednoduchosti dobrým příkladem, ale jeho intuitivnost a uživatelská přívětivost je jedním z charakteristických rysů všech služeb tohoto druhu.

4. 5 Posilování komunit

Podíváme-li se na výpovědi konkrétních lidí využívajících služeb sdílené ekonomiky, které sesbíral doktorand University of California v Los Angeles Alex Press (2015), zjistíme, že pozitivem sdílené ekonomiky může být pro její účastníky také sociální aspekt sdílení. Když člověk například na svých cestách bydlí u někoho v bytě, mnohem snáze s ním naváže osobnější vazbu než například s recepčním v hotelu.

Zásluhou Airbnb, Couchsufringu a podobných služeb mají lidé při svých cestách možnost poznávat místní obyvatele, seznamovat se s nimi a vytvářet i dlouhodoběji trvající vazby. Díky bližšímu kontaktu s místními navíc turista může mnohem lépe a autentičtěji poznávat místa, kam se vypraví. Takovýto typ cestování může vytvářet sociální kapitál, který by jinak mohl jen těžko vznikat.

Podobně je možné hovořit i o ridesharingu. Pokud člověk na své cestě využije možnosti spolujízdy (např. prostřednictvím BlaBlaCar) a stráví několik hodin v autě s místním řidičem a eventuálně i dalšími spolujezci, je poměrně velká šance, že se s ním seznámí, pohovoří s ním o jeho kraji či zemi a podobně. Při cestování vypůjčeným autem či autobusem je šance navázání nových známostí přeci jen menší.

Možnost navazovat sociální vazby a posilovat sociální kapitál jsou charakteristické i pro již popsany coworking. I u toho lidé kromě levného přístupu k pracovním prostorám a vybavení oceňují právě možnost seznamovat se s novými lidmi a uzavírat osobní i pracovní svazky.

Takovýchto příkladů bychom mohli najít mnoho. Sociální vazby hrají ve sdílení důležitou roli a jsou jedním z hlavních lákadel sdílené ekonomiky, což si uvědomují i firmy a jejich marketingoví poradci. Ne náhodou popisuje populární Lyft své řidiče sloganem „tvůj kamarád s autem“, přičemž v reklamním spotu na Airbnb se objevuje výpověď jedné uživatelky, ve které služba údajně probudila „novou víru v lidskost“ (Press, 2015).

5. Kritika sdílené ekonomiky

Z předchozích kapitol je zřejmé, že sdílená ekonomika s sebou přináší mnoho dobrého a její rozmach je minimálně v několika ohledech nesporně pozitivním jevem. Jenže i sdílená ekonomika má mnoho odpůrců a celou řadu potenciálně stinných stránek, které stojí za pozornost a za zvážení.

Většina argumentů napadajících sdílenou ekonomiku přichází spíše od novinářů a publicistů a mnohdy nemají čistě ekonomický charakter. I takovým názorům je ale potřeba dát prostor a problémy blíže analyzovat. Kritika sdílené ekonomiky totiž v současném světě značně rezonuje a mnohé služby z ranku sdílené ekonomiky vyvolávají názorové střety, protesty i menší nepokoje v ulicích velkoměst.

Mezi protestujícími proti sdílené ekonomice a jejím principům nalezneme pochopitelně hlavně ty, kterým způsobuje ztráty a ohrožuje jejich živnost. Tito lidé její současnou formu fungování považují za nespravedlivou a poškozující. K jejich argumentům je tedy potřeba přihlédnout a zhodnotit jejich oprávněnost a validitu.

Úskalí sdílené ekonomiky budou demonstrována primárně na příkladu Uberu a Airbnb, protože právě tyto společnosti jsou považovány za pomyslnou „výkladní skříň“ sdílené ekonomiky a dobře ilustrují její hlavní rysy. Vzhledem k jejich velikosti a dosahu jsou navíc primárním cílem kritiků sdílené ekonomiky a cílem většiny z jejich výtek.

5. 1 Sdílená ekonomika nemá se sdílením nic společného

Giana M. Eckhardtová a její kolegyně Fleura Bardhiová (2015) v článku pro Harvard Business Review poukazují na to, že velká lež se skrývá již v samotném názvu tohoto druhu směny a spotřeby. Sdílená ekonomika totiž mnohdy není o sdílení, je o pronájmu. Moderní technologie v čele s chytrými telefony umožnily v podstatě každému na světě spojit svou nabídku s potřebnou poptávkou a vydělávat tak peníze prakticky na čemkoliv, ať už jde o dovednost či vlastnictví konkrétního statku (automobilu, nemovitosti atd.).

Místo pojmu sdílená ekonomika bychom tedy podle nich měli používat termín „ekonomika přístupu“ (access economy). Pokud totiž někdo něco vlastní a někdo jiný si skrze prostředníka tuto věc za úplatu půjčí, nejedná se o sdílení, ale o přístup. Ona společnost v roli prostředníka je zde nutná, protože účastníci směny se spolu neznají, což je dalším znakem toho, že o sdílení jednoduše nemůže být řeč. Člověk zkrátka platí za přístup k věcem někoho jiného.

5. 2 Nekalá konkurence

Díky službám jako Uber či Airbnb se může prakticky každý stát „taxikářem“ nebo „hoteliérem“ na částečný úvazek. Pokud řidič Uberu veze zákazníka, auto s ním nesdílí. Jedná se o čistokrevný pronájem a pronajímány jsou jak služby řidiče, tak místo v autě. Když člověk za pevně stanovenou sumu peněz pronajímá přes Airbnb pokoj ve svém bytě, rovněž se nedá hovořit o sdílení.

A zde se dostáváme k dalšímu problému, na který kritici současné podoby sdílené ekonomiky poukazují. Služby jako Uber a Airbnb přímo konkurují podnikatelům a firmám v zavedených odvětvích. Neřídí se přitom ale stejnými pravidly a jejich konkurenční výhoda nevyplývá pouze z technologické převahy a vyšší efektivity. Moderním start-upům hraje do karet skutečnost, že stejnou hru hrají bez toho, aby dodržovaly stejná pravidla.

Kdo chce jezdit pro Uber, stačí mu auto a mobilní aplikace. Taxikář musí investovat velké peníze i čas do toho, aby získal licenci, musí platit vysoké pojištění, mít řádně označené vozidlo a taxametr, jeho vůz musí pravidelně procházet důkladnými kontrolami atp. Tyto povinnosti se samozřejmě v detailech liší stát od státu, ale obecně platí a musí být striktně dodržovány. Mnohým nástrahám, povinnostem a s nimi spojeným nákladům pak samozřejmě čelí i hoteliéři. Ti musí hlásit hosty, přísně se řídit hygienickými a požárními předpisy, platit městské poplatky, eventuálně lázeňské poplatky a tak dále. Hostitelé využívající služeb Airbnb se podobnými peripetemi většinou příliš nezabývají a mohou tak bydlení přirozeně nabízet levněji.

Zde ale vyvstává otázka, komu přísné regulace zdražující klasickou taxislužbu a konvenční ubytování prospívají. Regulace mají v první řadě chránit spotřebitele, čímž zákonodárci při jejich prosazování pravidelně a neochvějně argumentují.

Obrovský úspěch Uberu a Airbnb ale ukazuje, že spotřebitelé o řadu “ochranných” opatření nestojí a rádi se bez regulací obejdou.

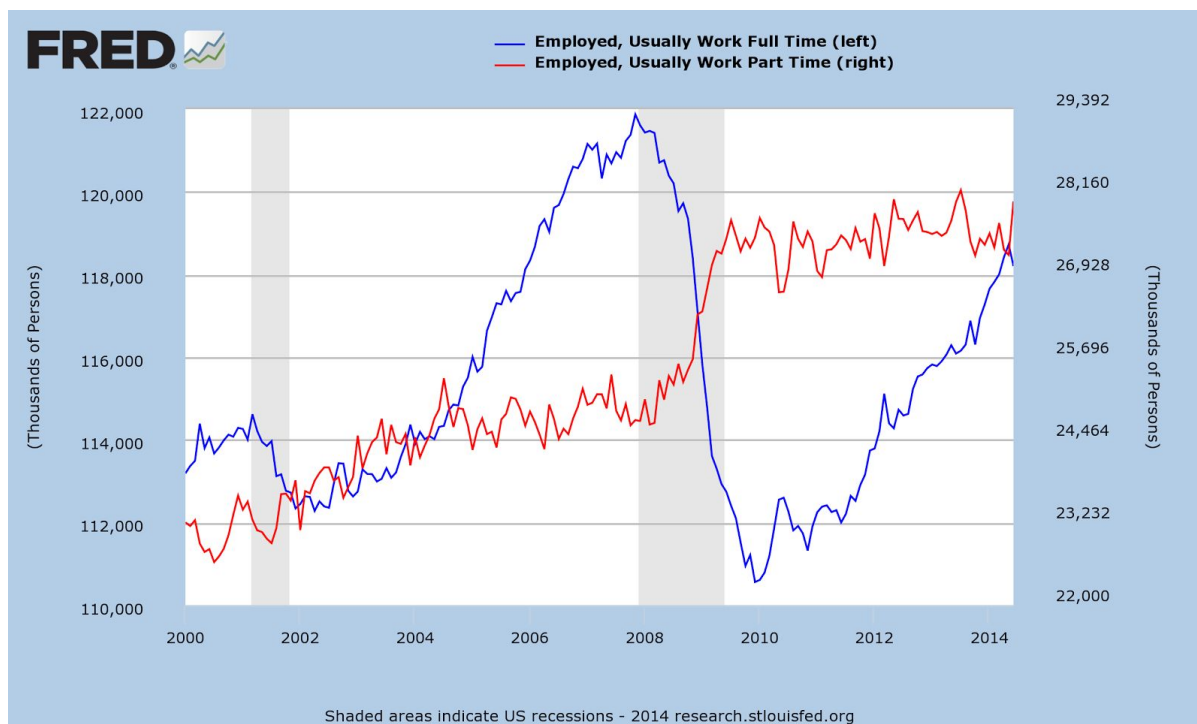
Nutné je samozřejmě odlišovat případy, kdy se živnost v rámci Uberu a Airbnb stává výhodnější proto, že jsou cíleně obcházeny daňové povinnosti. To se ve sdílené ekonomice jistě stává a určitě existují řidiči Uberu či hostitelé Airbnb, kteří daně krátí nebo je neplatí vůbec. Takoví lidé jsou ale i mezi ostatními živnostníky a vinu nelze přičítat Uberu, Airbnb ani žádné jiné službě podobného ražení.

Pro ty, kteří si přivydělávají skrze moderní aplikace, teoreticky platí z hlediska daní stejná pravidla, jaká platí pro kohokoli jiného. Podíváme-li se na podmínky v České republice, hostitel využívající Airbnb musí mít příslušný živnostenský list a platit daň z příjmu, což platí i pro řidiče Uberu. Ti musí firmě doložit, že jsou řádně zaregistrováni a Uber je díky tomu schopen v jejich zastoupení vystavovat cestujícím daňově uznatelné faktury za provedené jízdy. Kromě obcházení daní jsou ale problémem také různé daňové optimalizace, o kterých ještě bude řeč.

5. 3 Za úspěchem sdílené ekonomiky stojí krize

Katie Bennerová (2014), Evgeny Morozov (2014) a Kevin Roose (2014) se shodují, že za obrovským boomem a úspěchem společností působících v oblasti sdílené ekonomiky do značné míry stojí ekonomická krize a zoufalství lidí. Ti díky své finanční situaci hledají způsob, kterým zacelit mezery v příjmech a otevírají tak svá auta a domovy cizím lidem. Mnoho lidí prý do oblasti sdílené ekonomiky vstupuje proto, že ztratili práci a moderní služby jim umožňují přivydělat si peníze na živobytí. Přibližně 5 procent Američanů je ke květnu 2016 dlouhodobě nezaměstnaných, což znamená, že práci neměli minimálně posledních 6 měsíců (Bureau of Labor Statistics).

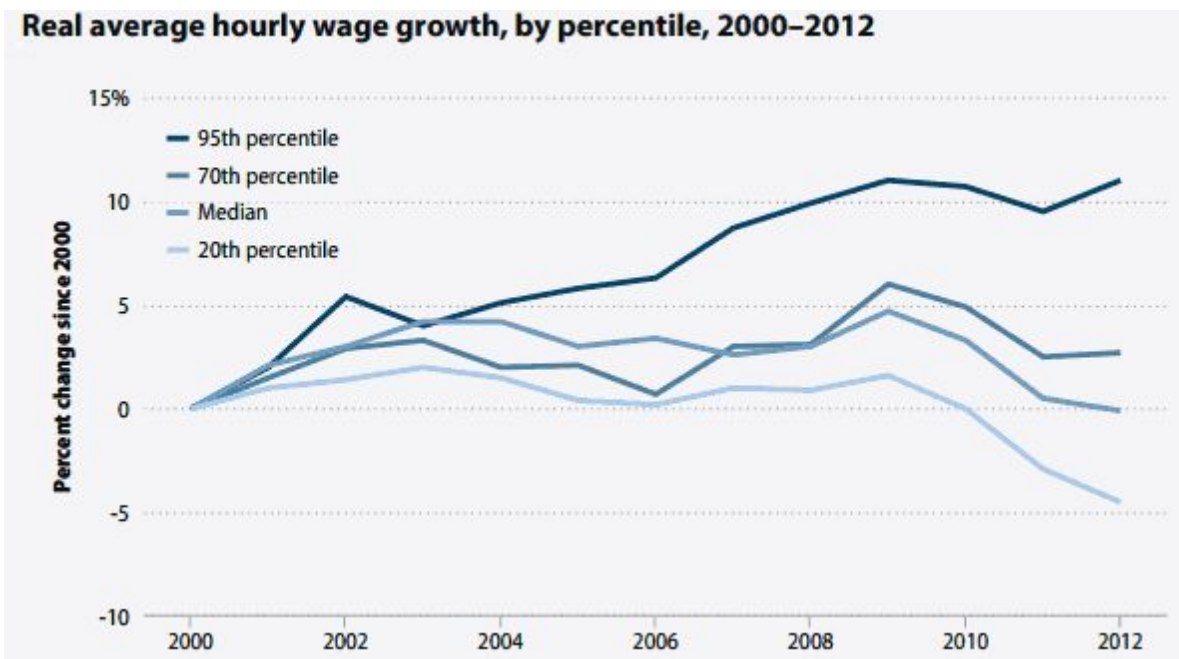
Motivací k otevírání domovů a aut tedy v tomto případě rozhodně není touha po sdílení a důvěra v lidi. Důvodem, proč lidé toto podstupují, jsou peníze, které jim v důsledku krize „klasického hospodářství“ chybí. Moderní aplikace jim umožňují z řady vedlejších činností mezery v příjmu vyplnit, ale korelace mezi boomem sdílené ekonomiky a úbytkem lidí zaměstnaných na plný pracovní úvazek je evidentní.



Graf: vývoj zaměstnanosti na plný a na částečný úvazek mezi lety 2000 a 2014, zdroj: fred.stlouisfed.org

Jenže v úvahu je nutné vzít také to, že pouhá korelace neimplikuje kauzalitu a kauzalita může jít oběma směry. Stejně jako je možné si vyvodit, že úbytek stálých pracovních míst na plný úvazek způsobuje vyšší podíl lidí přivydělávajících si skrze služby sdílené ekonomiky, závěry vyvozené z této korelace mohou jít i opačným směrem. Možné je i to, že je pro lidi příjemnější a ekonomicky výhodnější vydělávat si prostřednictvím služeb moderních start-upů a v důsledku toho klesá jejich ochota pracovat klasicky ve firmách na plný úvazek. V takovém případě by teze o sdílené ekonomice jako produktu krize neplatila.

Důvodem pro podnikání skrze Uber, Airbnb a další služby může být také to, že sama sdílená ekonomika může stávající práci lidí učinit méně výdělečnou. Například dosavadní taxikáři na plný úvazek tak prakticky z donucení přecházejí pod křídla služeb, které jim brali práci. Situaci dokresluje také vývoj reálných mezd u lidí se středním a nižším příjmem. Výše těchto mezd se od recese v roce 2008 povážlivě snížila, v čemž lze rovněž hledat příčiny toho, proč lidé v oblasti služeb sdílené ekonomiky hledají možnost přivýdělku.



Graf: vývoj růstu průměrné hodinové mzdy mezi lety 2000 a 2012, zdroj: nymag.com

5. 4 Vykořisťování a ohýbání trhu práce

Další kontroverzí, která je s předchozí podkapitolou velice úzce spojená, je vztah těchto služeb k lidem, kteří pro ně pracují. Valná většina společností a start-upů založených na konceptu sdílené ekonomiky totiž se svými pracovníky nejedná jako se zaměstnanci, ale využívá služeb „nezávislých smluvních pracovníků“ (Sprague, 2015). Daná služba, resp. mobilní aplikace, tedy slouží pouze jako platforma pro propojení nabídky s poptávkou a tím její úloha také končí. Zde se tedy dostáváme k již zmíněné daňové optimalizaci v rámci sdílené ekonomiky.

Řidiči Uberu, uklízeči služby Homejoy, poslíčci různých služeb pro rozvoz jídla, květin či vypraného prádla atp., ti všichni jsou placeni konkrétní částkou za odvedený úkol. Nedostává se jim ale žádných zaměstnaneckých benefitů, nemají zajištěný žádný minimální příjem ani podporu v době nemoci či pracovní neschopnosti a sami si samozřejmě musí platit i sociální a zdravotní pojištění. Samotné firmy navíc za své pracovníky nenesou ani žádnou odpovědnost.

Aby tyto společnosti udržely ziskovost svého podnikání, svůj enormní růst a expanzi a zároveň své nízké ceny, musí tlačít náklady na minimum. A právě tím, že své pracovníky nezaměstnávají, ušetří mnoho nákladů. Smluvní pracovník dostane peníze za odvedený úkol, ale firma mu nemusí platit jeho přejezdy z místa

na místo a peníze firmu nestojí ani v době, kdy má přestávku nebo dokonce když má dovolenou.

Faktem navíc je, že hranice mezi zaměstnancem a smluvním pracovníkem je velice tenká a ne vždy přesně stanovená. Společnosti a start-upy se často k pracovníkům jako k zaměstnancům chovají, – vyžadují od nich projít si speciálním výcvikem, nosit uniformu, využívat náčiní poskytované firmou atp. – ale z finančního hlediska je za zaměstnance nepovažují. Zavádějíci jsou pak také marketingové materiály, které firmy k vlastní prezentaci využívají. Již zmíněná úklidová firma Homejoy například láká nové pracovníky sloganem znějícím „Přidejte se k našemu týmu profesionálů v oblasti úklidu“. Ve skutečnosti přitom o přidávání se k týmu profesionálů nemůže být řeč. Uklízeč či uklízečka mohou využít moderní platformy k získání zakázky, v každém případě ale zůstanou nezávislími „kontraktory“.

Ačkoliv je tento přístup pro firmy velice výhodný, pro pracovníky mohou být všechny plynoucí nejistoty značnou přítěží, což část veřejnosti kritizuje. Faktem ale je, že pracovníci v těchto službách mají na výběr. Podmínky jsou jasně stanovené a nikdo nikoho nenutí, aby pracoval v podmínkách, které mu nevyhovují. Když si člověk chce přivydělávat, ať už kvůli tomu, že přišel o stálé místo, nebo proto, že mu jeho stálý příjem nestačí, služby sdílené ekonomiky jsou mu alespoň částečnou pomocí. Určitě nestojí o to, aby regulátoři Uber a další služby „v jeho zájmu“ zakázali.

5. 5 Odcizení od původních ideálů

Při pohledu na Uber či Airbnb je na první pohled vidět i další z argumentů odpůrců, kteří prospěšnost sdílené ekonomiky v aktuální formě zpochybňují. Činnost těchto miliardových firem je zkrátka výdělečnou činností a původnímu ideálu sdílení za účelem šetření planety a lidských i materiálních zdrojů je velice vzdálena. Efekt může být podle nich spíše opačný.

Odpůrci sdílené ekonomiky argumentují, že existence Uberu počet aut v ulicích nesnižuje. K taxikářům a běžným řidičům jen přibyli další lidé, kteří si přepravou osob chtějí vydělat. Dopravní expert Charles Komanoff například přišel s analýzou, která Uberu a jeho autům v oblasti newyorského Manhattanu přičítá osmiprocentní snížení průměrné cestovní rychlosti (Miller, 2015).

Stejný problém přichází i s Airbnb. Na počátku služby byla idea možnosti sdílení přebytečného místa ve vlastním obydlí. Nyní jsou však lidé motivováni disponovat větší nemovitostí a vydělávat na ní díky pronájmu skrze Airbnb. Na trzích, kde operuje Airbnb, se navíc dá vypožorovat ještě jeden jev. V turisticky zajímavých velkoměstech znatelně ubývá nemovitostí dostupných k dlouhodobému pronájmu (Lee, 2016). Jejich majitelům se totiž finančně vyplatí pronajímat je turistům a cestovatelům skrze Airbnb. V rámci služby se navíc vyskytují i lidé, kteří si z ní udělali hlavní zdroj příjmů. Celá řada z nich má v rámci služby uveřejněn vyšší počet inzerátů a Airbnb využívají čistě jako platformu pro zprostředkování pronájmu.

Na jednu stranu je nutné se zde Airbnb zastat. Zmíněný úbytek nemovitostí dostupných pro dlouhodobý pronájem, který je přisuzován špatnému vlivu této služby, sice nedělá radost lidem, jež takový pronájem hledají a nedostává se jim ho, ale jinak je tato situace jen logickým vyústěním a ukázkou běžných zákonitostí trhu. Jestliže mají byty vyšší hodnotu při krátkodobém pronájmu, společenský blahobyt bude vyšší právě za předpokladu, že ho lidé budou pronajímat krátkodobě. To ale nic nemění na tom, že se Airbnb a některé další služby sdílené ekonomiky značně vzdalují myšlenky, na které byly ještě nedávno postaveny.

Situace došla dokonce tak daleko, že existují firmy, které disponují sofistikovanými analytickými nástroji a paletou dat, díky nimž inzerentům působícím na Airbnb poskytují poradenství (Williamsová, 2016). Radí jim, jak svou nabídku v rámci služby nejlépe podat, jak vysoké poplatky nastavit a podobně. Ničím neobvyklým již nejsou ani společnosti nabízející servis, který v hotelech obstarávají pokojské a recepční. Jedná se o firmy, které byt či dům před příjezdem hostů uklidí a postarají se dokonce o předání klíčů atp. Ke kontaktu cestovatele s místním, který byl zpočátku jedním z ideálů Airbnb a zárukou tolik opěvované „autenticity“ pobytu v destinaci, tak vůbec nedoje.

5. 6 Systém hodnocení nefunguje napříč platformami

Ekonomický reportér Patrick J. Stewart (2014) popisuje, jak sdílená ekonomika selhává ve věci, která by pro ni měla být naprosto fundamentální a samozřejmou – ve sdílení. Problém se konkrétně týká sdílení hodnocení uživatelů využívajících tyto služby. Uber, Airbnb či TaskRabbit fungují na principu vzájemných hodnocení

účastníků „směny“, což je jedním z jejich základních kamenů a důvodem, že něco takového vůbec může fungovat. Pokud tak hostitel z Airbnb vidí, že má jeho budoucí host špatná hodnocení, protože v rámci svého posledního ubytování něco ukradl a v předchozí destinaci udělal nepořádek, může ho odmítnout a ušetří si tak nepříjemnosti. Pokud by si tyto služby uživatelská hodnocení předávaly, systém by byl mnohem efektivnější a části problémů, které s sebou sdílení může nést, by se dalo předejít.

Reputace je pro podnikání nesmírně důležitým faktorem a v oblasti sdílené ekonomiky to platí dvojnásob. Je tedy možná chybou, že si člověk svou osobní historii v oblasti sdílení nenese napříč platformami. Stewart v rámci kritiky nedostatečného sdílení ve sdílené ekonomice konkrétně poukazuje na případ, kdy se dva bratři usídlili v bytě původně pronajatém přes Airbnb a vytvořili si z něj nezákonný squat. Ti samí bratři totiž před tím na populární crowdfundingové stránce Kickstarter zpronevěřili 40 000 dolarů (sfgate.com, 26. 7. 2014). Kdyby Kickstarter, který je dalším zářným příkladem sdílené ekonomiky, předal informace o těchto hříšnicích dalším službám založených na principu důvěry, nejspíš by mladíky nikdo neubytoval. Sdílení podobných dat však mezi službami nefunguje.

To, že s lidmi jejich reputace v rámci sdílené ekonomiky neputuje, je tedy potenciálně nebezpečné pro všechny její účastníky. Má to ale také další konsekvence. V důsledku to znamená také to, že pokud člověk funguje v rámci jedné platformy a má na ní již nějakou reputaci vybudovanou, je k ní do značné míry připoután. I kdyby se tedy objevila služba, která pro něj bude výhodnější, těžko na ni přestoupí. Ztratil by totiž vše, co doposud vybudoval.

Pokud je někdo například pětihvězdičkovým prodejcem na eBay, nebude pro něj jednoduché přejít například na konkurenční platformu Etsy. Než by totiž opět prokázal svou poctivost a spolehlivost, utrpěl by značné ztráty, a to i přes to, že svou solidnost prokázal již tisíci transakcí. Jenže právě zde leží nejspíš příčina toho, proč jsou jednotlivé firmy na svá data tolik opatrné a udržují je v přísné tajnosti. Dle Stewarta je motivuje vidina zisku vyplývajícího z připoutání svých uživatelů k sobě.

Ať jsou ale mezery sdílené ekonomiky v této oblasti jakékoli, je otázkou, na kolik je takováto kritika spravedlivá. I tak totiž služby sdílené ekonomiky s reputací pracují o mnoho lépe a transparentněji než firmy fungující v rámci

tradičních odvětví. Takovýto typ kritiky lze tedy vnímat maximálně jako impuls k tomu, aby se v rámci konceptu tohoto moderního výseku hospodářství pracovalo na zdokonalení jeho konkrétních aspektů. Jen těžko ale mohou kritikové sdílené ekonomiky zavrhnout celý koncept kvůli nedostatkům, které v rámci hospodářství fungují univerzálně.

Argumenty zastánců a odpůrců sdílené ekonomiky jdou tedy často přímo proti sobě. Na jedné straně stojí pohled na sdílenou ekonomiku jako na zázračný nový model, v rámci kterého lidé bezelstně sdílejí, šťastně spolu navazují nové sociální vazby a cílevědomě při tom chrání přírodu. Na druhé straně pak stojí představa sdílené ekonomiky jako vyústění hospodářské recese, v důsledku níž lidé otevírají svá auta a domovy cizincům, aby měli dostatek prostředků na placení svých účtů, čehož mistrně využívají služby jako Uber a Airbnb a vydělávají na tom obrovské peníze.

Důvod, proč je nyní sdílená ekonomika ve světě na strmém vzestupu, nejspíš leží někde uprostřed. Je nepopiratelné, že Uber a Airbnb jsou primárně byznysem a ne jenom ekologicko-sociálním dobročinným projektem. Zároveň je ale evidentní, že spousta (především menších a lokálnějších) služeb sdílené ekonomiky na ideálech ochrany životního prostředí a posilování komunit prostřednictvím sousedské výpomoci staví. Pro mnoho lidí je navíc aspekt ochrany přírody minimálně jedním z důvodů, proč s myšlenkou sdílené ekonomiky sympatizují.

Důležitým bodem názorového střetu mezi příznivci a odpůrci sdílené ekonomiky je také ona možnost přivýdělku pro každého. Ta pro jednu skupinu lidí znamená vítanou příležitost zacelit mezery ve svém rozpočtu, mezitímco jiní v ní spatřují nekalou konkurenci nespravedlivě obcházející pravidla. Zvenčí je těžké hodnotit, kde leží „pravda“. Střet moderních forem podnikání a pravidel, která s nimi nepočítaly, je ale evidentní.

Rozpory v pohledu na sdílenou ekonomiku vycházejí především z toho, že se jedná o téma nové, neprobádané a nedostatečně zakotvené. Za spory pak stojí především nejasná a nejednotná pravidla, která vyvolávají mnoho nejistoty a prozatím se jim nedaří nastavit rovné podmínky pro všechny aktéry působící

na trhu. Tím se ale bude zabývat následující kapitola, která se zaměří na střet sdílené ekonomiky s regulacemi.

6. Střet sdílené ekonomiky s regulacemi

V předešlých kapitolách jsme se již seznámili s tím, co to sdílená ekonomika vlastně je a jaké jsou její druhy. Podívali jsme se i na konkrétní příklady služeb sdílené ekonomiky, na jejich výhody i na úskalí, která s sebou nesou a která vyvolávají kritiku u odpůrců tohoto druhu směny. Podstatným aspektem sdílené ekonomiky, na který jsme v každé kapitole mnohokrát narazili, ale až doposud se mu blíže nevěnovali, je střet sdílené ekonomiky se zaběhlými pořádky.

Sdílená ekonomika je založena na decentralizaci trhu a uskutečňování transakcí na principu peer-to-peer. Při směně v rámci sdílené ekonomiky bývají částečně obcházeny klasické instituce a zavedené tržní autority, protože lidé zjistili, že spojí-li za pomoci technologie svoji nabídku přímo s odpovídající poptávkou, ušetří mnoho času i peněz. Něco takového je ale v tak obrovském měřítku věcí naprosto novou a regulátoři z řad národních vlád i nadnárodních institucí tápají, jak se ke sdílené ekonomice postavit.

Zastavme se nejprve u samotného pojmu „ekonomická regulace“. Pro účely této práce použijeme definici Roberta Litana (2008), podle které jsou regulace souborem vládních nařízení směřovaných na firmy a živnostníky, jejichž účelem je dosáhnout ochrany spotřebitelů, spravedlivé hospodářské soutěže, životního prostředí, bezpečnosti práce atp. Nedodržování nařízeních regulátorů bývá trestáno především pokutami, zákazem činnosti či dokonce dle trestního práva.

Regulace se obvykle týkají již samotného zahájení konkrétní činnosti, přičemž zde si za příklad můžeme vzít problematiku taxislužby. Tento druh podnikání je spjat s dlouhou tradicí a jedná se o živnost, která je regulací vázána jako málokterá jiná. Když bychom se konkrétně podívali na ony regulace vstupního charakteru, aby se člověk mohl stát taxikářem, v českých podmínkách musí získat koncesovanou živnost, průkaz taxikáře a jeho vozidlo musí být zaevidováno jako vozidlo taxislužby (Trubač, 2016). Součástí tohoto procesu mnohdy bývají poměrně náročné zkoušky prověřující znalost místopisu atp.

Druhý typ regulace se již soustředí na samotné provozování činnosti a reguluje tedy to, jaké jsou přesně její podmínky. U taxikářů platí, že musí mít označené vozidlo se svítilnou na střeše, musí mít namontovaný taxametr a regulace se týká i například cenové politiky, kdy úřad stanoví maximální cenu za kilometr, kterou taxikář nemůže překročit.

A právě do této přísně regulované oblasti nyní přicházejí hráči jako Uber, kteří koncept taxikaření obrátili na ruby a regulace obcházejí. Jejich řidiči nemají koncesovanou živnost ani již zmíněný průkaz taxikáře, nemají zaevidovaná ani označená vozidla a namísto taxametru používají mobilní aplikaci. Díky nižším nákladům jsou levnější než taxislužby a tradiční taxikáři se přirozeně bouří, na což Uber a spol. reagují tím, že poskytují spolujízdu na vyžádání a nikoliv taxislužbu. Regulátoři často váhají, jak se k problematice postavit a napříč jednotlivými státy postupují značně nejednotně.

Podíváme-li se na to, jak regulátoři konkrétně k Uberu přistupují, zjistíme, že reakce vlád na tuto službu může být skutečně diametrálně odlišná. Namátkou můžeme vybrat náhodné aktuální příklady z našeho bezprostředního ekonomicko-politického okolí, které rozdílnost přístupu k regulaci sdílené ekonomiky ukazují.

V Maďarsku například dělají všechno proto, aby byl Uber postaven zcela mimo zákon a připravena je novela, díky níž bude jeho aplikace moci být zakázána a web zablokován, jestliže se služba regulacemi určenými pro taxislužby nebude striktně řídit. Řidičům porušující regulace navíc hrozí zabavení vozu až na tři roky a Janos Fonagy, státní tajemník ministerstva národního rozvoje, pod kterého spadá i problematika dopravy, se vyjadřuje například takto: „Uber vědomě a cynicky porušuje maďarské zákony.“ (Associated Press, 2. 5. 2016)

V jiných částech regionu střední a východní Evropy ovšem úřady ke službě přistupují pozitivněji. Polský antimonopolní úřad ve své analýze vyhodnotil, že Uber pomáhá k rozvoji hospodářské soutěže a jeho fungování mělo příznivý dopad na spotřebitele, a to jak snížením cen, tak i zvyšováním kvality služeb. Případné legislativní zásahy by se tak dle zprávy úřadu měly „vyhnout řešením, která by poskytla neopodstatněnou ochranu dlouho zavedené konkurenci.“ (Office of Competition and Consumer Protection, 2016)

Pozitivně se k mobilním taxi aplikacím staví i v Pobaltí, kde v tomto směru zvláště vyčnívá Estonsko. Tato pobaltská republika s pouhými 1,5 miliony obyvatel je vůbec první evropskou zemí, která ridesharingové služby jako Uber a jeho místní konkurenci Taxify zlegalizuje a regulace jim přizpůsobí. Estonská vláda dokonce přímo spolupracuje s Uberem na vytvoření nové aplikace, pomocí které budou řidiči moci vykázat své příjmy daňovému úřadu pomocí jednoho kliknutí.

Tyto kroky komentoval estonský premiér Rõivas následovně: „Jsme svědky globální transformace ekonomiky, ve které vznikají a rychle rostou nové sektory. Vlády by měly technologickou inovaci přijímat a ne jí stát v cestě. Spolupráce s Uberem nás obrací tím správním směrem.“ (Republic of Estonia Government, 22. 3. 2016)

Postoj České republiky je zatím ve věci regulace sdílené ekonomiky poměrně neukotvený a na odbornější debatu se zatím čeká. Na českém Úřadu vlády nyní připravují analýzu (Hospodářské noviny, 1. 6. 2016), jež by měla ukázat první jasná čísla, jak v Česku sdílená ekonomika funguje. Od toho se pravděpodobně budou odvíjet i konkrétní kroky směrem k regulaci služeb jako Uber a Airbnb. Obě tyto služby v již v České republice fungují a těší se velké popularitě. Obzvláště řidiči Uberu ale mají se zákony prozatím problémy. Zaměstnanci pražského magistrátu je pravidelně kontrolují a udělují jim vysoké pokuty za to, že v autě nevozí taxametr, nemají vůz označený atp.

Vraťme se ale do akademičtější roviny. S regulací sdílené ekonomiky je ta potíž, že je pro regulátory poměrně složité aplikovat existující regulační mechanismy na služby sdílené ekonomiky, které fungují jednak na zcela odlišných principech, než bylo dříve obvyklé, a vedle toho se také pohybují v problematicky napadnutelné šedé zóně podnikání (Katz, 2015). Společnosti fungující v rámci sdílené ekonomiky značně rozmazaly do té doby jasně viditelné hranice mezi komerčním a osobním, veřejným a soukromým a pokroutily definici zboží a služeb.

V rámci sdílené ekonomiky dochází například k situacím, kdy řidič alternativní zásilkové služby vykonává komerční službu rozvážky, ale činí tak bez toho, aby byl kýmkoli zaměstnán, jezdí vlastním vozem atp. A zde přichází otázky, na jejichž řešení se regulátoři neshodují, ať už jde o otázky týkající se pojištění, zdanění nebo třeba zákoníku práce. Vztahy mezi člověkem poptávajícím konkrétní službu či věc,

člověkem, který ji nabízí, a firmou, která směnu zprostředkovává, jsou zkrátka ve sdílené ekonomice z pohledu regulátorů těžko definovatelné a uchopitelné (Katz, 2015).

Sdílená ekonomika a transakce uskutečňující se v jejím rámci se svým způsobem vymykají zažitým pořádkům a z hlediska regulování s nimi není lehké pořízen. Zákony se službami sdílené ekonomiky příliš nepočítají a východiskem pro regulátory tedy často bývá tyto služby zakázat. V tomto směru ale úřady naráží jednak na nevoli veřejnosti, která si sdílenou ekonomiku oblíbila, a zároveň i na samotnou sílu trhu a kapitálu. Uber, nejcennější startup světa oceněný na 68 miliard dolarů (Recode.net, 14. 6. 2016), má totiž od investorů dostatek prostředků na to, aby za své řidiče platil pokuty a lobboval za změnu regulací, které jsou podle něho zkosnatělé a ignorují technologickou inovaci. Velký tlak je ale na úřady přirozeně vyvíjen i ze strany zástupců tradičních odvětví, kterým úspěch sdílené ekonomiky působí citelné škody.

Jisté je jen to, že regulátoři se ke sdílené ekonomice budou nakonec muset nějak postavit. Jak jsme si již totiž ukázali, některé její klady jsou jen stěží rozporovatelné. Technologická inovace se navíc nedá zastavit, což platí i pro dynamické změny uvnitř celé ekonomiky a proměny jejího fungování. Úkolem regulátorů bude přizpůsobit pravidla aktuálním podmínkám na trhu a možnostem současného světa, který se začíná poměrně podstatně lišit od toho, kterému jsou dosavadní regulace šity na míru.

Úřady a další hospodářské autority navíc budou muset reflektovat požadavky lidí a tlak z jejich strany, protože, jak již bylo řečeno, účelem regulací je ochrana spotřebitele. Úkolem regulátora je v prvé řadě chránit toho, kdo služby využívá, a ne ty, kdo je poskytují. Bezhlavé zakazování všeho nového za účelem záchrany tradičních odvětví tedy bez pádných argumentů před veřejností neobstojí.

Závěr

Hlavním cílem této bakalářské práce bylo přehledně a systematicky zakotvit pojem sdílená ekonomika, který je v dnešním světě čím dál živější a diskutovanější. Tato výseč hospodářství se velmi dynamicky rozvíjí a je potřeba jí věnovat patřičnou pozornost, protože její význam roste nezměrným tempem.

Vzhledem k tomu, že se jedná o téma poměrně nové, mnoho akademických zdrojů se jím zatím podrobněji nezaobíralo. Ještě zřetelnější je pak nedostatek titulů, které by o problematice sdílené ekonomiky pojednávaly uceleně. K nalezení jsou spíše články věnující se úzce vymezeným problémům, které se sdílenou ekonomikou souvisejí, ale komplexní publikace zatím ve větším měřítku chybí. Úkolem práce proto bylo sesbírat dostupné informace a vytvořit systematický souhrn toho, čím sdílená ekonomika vlastně je.

Tato práce proto měla za cíl srovnat jednotlivé definice, které teoretici pro vymezení sdílené ekonomiky používají, rozebrat a porovnat jednotlivé druhy a typy sdílení a oblast sdílené ekonomiky tak zasadit do pevného teoretického rámce. Vedle teoretického vymezení sdílené ekonomiky je ale důležité také názorně si ukázat, jak vypadají konkrétní služby sdílené ekonomiky.

Sdílená ekonomika je ale nejen novým způsobem směny a chování na trhu, nýbrž také indikátorem dalekosáhlých společenských změn. Všechny tyto okolnosti, na kterých růst sdílení stojí, je nutné při analyzování problematiky brát v úvahu.

Tím, jak sdílená ekonomika roste a nabývá na významu, čím dál častější jsou také střety jejích příznivců a odpůrců. Bylo proto potřeba sesbírat a utřídit také jejich proti sobě stojící argumenty. Nic není černobílé a proto i kolem sdílené ekonomiky existuje celá řada sporných otázek s nejasnou odpovědí. Je ale nutné mít přehled o tom, v čem jejich spory spočívají.

Velice důležitá je pak i otázka regulace sdílené ekonomiky, čemuž se věnuje závěrečná kapitola práce. Regulátoři jsou pod velkým tlakem ze strany zástupců tradičních odvětví, dle kterých je služby sdílené ekonomiky nekalými praktikami připravují o peníze. Sdílená ekonomika je ale v mnohých ohledech natolik novým a odlišným ekonomickým jevem, že je těžké aplikovat na ně doposud využívané

regulační mechanismy. V rámci případných regulací navíc nelze ignorovat dynamické změny na trhu ani posuny v přístupu lidí, které byly v práci nastíněny.

Právě z toho důvodu je nutné sdílenou ekonomiku a její specifika pečlivě studovat a až na základě podrobné analýzy tohoto ekonomického novotvaru vyvozovat patřičné závěry. K tomu, aby byla problematika sdílené ekonomiky dostatečně zmapována a něco takového bylo možné, má svým drobným dílem přispět i tato bakalářská práce.

Zdroje

Airbnb [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/>

Aukro [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://aukro.cz/>

BANNER, Katie. A Secret of Uber's Success: Struggling Workers. In: Bloomberg [online]. 2014 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://www.bloomberg.com/view/articles/2014-10-02/a-secret-of-uber-s-success-struggling-workers>

BELK, R. Why Not Share Rather Than Own? The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science [online]. 2007, 611(1), 126-140 [cit. 2016-06-19]. DOI: 10.1177/0002716206298483. ISSN 00027162. Dostupné z: <http://ann.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/0002716206298483>

BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. Journal of Business Research [online]. 2014, 67(8), 1595-1600 [cit. 2016-06-19]. DOI: 10.1016/j.jbusres.2013.10.001. ISSN 01482963.

BOTSMAN, Rachel. The case for collaborative consumption. In: TED.com [online]. 2010 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=en

BOTSMAN, Rachel. The currency of the new economy is trust. In: TED.com [online]. 2012 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: http://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust

BOTSMAN, Rachel. a Roo. ROGERS. What's mine is yours: the rise of collaborative consumption. New York: Harper Business, c2010. ISBN 978-006-1963-544.

BlaBlaCar [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.wunder.org/en/>

CAR4WAY [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.car4way.cz/>

COASE, R. H. The Nature of the Firm. *Economica* [online]. 1937, 4(16), 386-405 [cit. 2016-06-20]. DOI: 10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x. ISSN 0013-0427. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-0335.1937.tb00002.x>

Car2Go [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.car2go.com/US/en/>

CoCo [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: exploreco.co

Consumer Intelligence Series: The sharing economy. In: PwC[online]. 2015 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.pwc.com/CISsharing>

Couchsurfing [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.couchsurfing.com/>

Craigslist [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://sfbay.craigslist.org/sfc/>

Czech it out ... 2 more countries are using BlaBlaCar!. In: BlaBlaCar [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.blablacar.in/blog/czech-it-out-2-more-countries-are-using-blablacar>

Desk Room [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: www.deskroom.cz/

EBay [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.ebay.com/>

ECKHARDT, Giana E. a Fleura. The Sharing Economy Isn't About Sharing at All. In: *Harvard Business Review* [online]. 2015 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>

Economic Research. In: Federal Bank of Saint Louis [online]. 2015 [cit. 2016-06-20].
Dostupné z: <https://fred.stlouisfed.org/>

FELSON, M., & Spaeth, J. L. (1978). Community Structure and Collaborative Consumption: "A Routine Activity Approach" *American Behavioral Scientist*, 21(4), 614- 624. [cit. 2016-06-19]. DOI: 10.1177/000276427802100411. Dostupné z <http://luci.ics.uci.edu/websiteContent/weAreLuci/biographies/faculty/djp3/LocalCopy/American Behavioral Scientist-1978-Felson-614-24.pdf>

Free2Work [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://coworkingprague.cz/>

GANSKY, Lisa. *The mesh: why the future of business is sharing*. Pbk. ed. New York, N.Y.: Portfolio/Penguin, 2012. ISBN 15-918-4430-4.

GRAEBER, David. *Debt: the first 5,000 years*. Brooklyn, N.Y.: Melville House, 2011. ISBN 978-193-3633-862.

Hungary aiming to drive Uber ride-hailing app out of country. In: AP [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://bigstory.ap.org/article/9305046e50a54532abdc1a3271f4be6d/hungary-aiming-drive-uber-ride-hailing-app-out-country>

CHAPUIS, David. Impacts of collaborative consumption on traditional industries: scenarios for the european car industry [online]. 2012. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/davidchapis/impacts-of-collaborative-consumption-on-traditional-industries-scenarios-for-the-european-car-industry>

Impact Hub Praha [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: www.hubpraha.cz/

KELLY, Kevin. *Better Than Owning*. In: KK.org [online]. 2009 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://kk.org/thetechnium/better-than-own/>

Kidizen [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://kidizen.com/>

LEE, Dayne. How Airbnb Short-Term Rentals Exacerbate Los Angeles's Affordable Housing Crisis: Analysis and Policy Recommendations. Harvard Law [online]. 2016, 10(1), 229-253 [cit. 2016-06-19]. ISSN 19352077. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&an=114481034&scope=site>

LITAN, Robert. Regulation. In: Library of Economics and Liberty [online]. 2008 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://www.econlib.org/library/Enc/Regulation.html>

Labor Force Statistics from the Current Population Survey. In: Bureau of Labor Statistics Data [online]. [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://data.bls.gov/timeseries/LNS14000000>

Lending Club [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.lendingclub.com>

Link Coworking [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: exploreco.co

LivePerson [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.liveperson.com/>

Lyft [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.lyft.com/>

MARTIN, Chris J. Analysis: The sharing economy. Ecological Economics [online]. 2016, 121, 149-159 [cit. 2016-06-20]. DOI: 10.1016/j.ecolecon.2015.11.027. ISSN 09218009.

MCBETH, Steve Hoyt. Transportation Seminar Series. In: Cts.pdx.edu[online]. 2012 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://www.cts.pdx.edu/2013%20PDX%20Bike%20Share%20-%20Steve%20Hoyt-McBeth.pdf>

MEADOWS, Donella H. The limits to growth: a report for the club of Rome's project on the predicament of mankind. 8th print. New York: Universe books, 1972. ISBN 08-766-3165-0.

MILNER, Conan. Social Networking Can Increase feelings of Isolation, Student Say. In: The Epoch Times [online]. 2010 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://www.theepochtimes.com/n2/technology/social-networking-isolation-college-students-facebook-myspace-twitter-44049.html>

MOROZOV, Evgeny. Don't believe the hype, the 'sharing economy' masks a failing economy. In: The Guardian [online]. 2014 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2014/sep/28/sharing-economy-internet-hype-benefits-overstated-evgeny-morozov>

Mikropráce [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://mikroprace.cz/>

OWYANG, Jeremiah. The Collaborative Economy [online]. 2013 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phppp02-2.pdf>

PRESS, ALEX. The Sharing Economy. Saturday Evening Post [online]. 2015, 287(5), 34-39 [cit. 2016-06-20]. ISSN 00489239. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&an=109202061&scope=site>

PUSCHMANN, Thomas a Rainer ALT. Sharing Economy. Business [online]. 2016, 58(1), 93-99 [cit. 2016-06-19]. DOI: 10.1007/s12599-015-0420-2. ISSN 18670202.

Prime Minister at a meeting with Uber: Governments should not get in the way of technological innovation. In: Republic of Estonia Government [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://valitsus.ee/en/news/prime-minister-meeting-uber-state-should-not-obstruct-technical-innovation>

Prosper [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.prosper.com/>

ROOSE, Kevin. The Sharing Economy Isn't About Trust, It's About Desperation. In: New York Magazine [online]. 2014 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/04/sharing-economy-is-about-desperation.html>

ROSENBERG, Tina. It's Not Just Nice to Share, It's the Future [online]. 2013 [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <http://opinionator.blogs.nytimes.com/2013/06/05/its-not-just-nice-to-share-its-the-future/>

RYNDA, I.: Trvale udržitelný rozvoj a vzdělávání. In: DLOUHÁ, Jana (ed.). Sborník z konference "Hledání odpovědí na výzvy současného světa" (se zvláštním zřetelem na otázku životního prostředí): Fórum vysokoškolských učitelů, Přírodovědecká fakulta UK, Praha 2, Albertov 6, 25.-26.1.2000. Praha: Univerzita Karlova, Centrum pro otázky životního prostředí, 2000. ISBN 80-902-6352-6.

SCARABOTO, DAIANE. Selling, Sharing, and Everything In Between: The Hybrid Economies of Collaborative Networks. Journal of Consumer Research [online]. 2015, 42(1), 152-176 [cit. 2016-06-19]. DOI: 10.1093/jcr/ucv004. ISSN 00935301.

SPRAGUE, Robert. Worker (Mis)Classification in the Sharing Economy: Trying to Fit Square Pegs into Round Holes. ABA Journal of Labor [online]. 2015, 31(1), 53-76 [cit. 2016-06-20]. ISSN 21564809. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&an=114600242&scope=site>

STEWART, Patrick J. Why Uber Should Let People See Their Own Passenger Ratings. In: Business Insider [online]. 2014 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: <http://www.businessinsider.com/reputation-and-the-sharing-economy-2014-10>

Skift Global Forum: Airbnb's CMO on the Meaning of Authentic Travel Experiences. In: SKIFT [online]. 2015 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://skift.com/2015/07/14/skift-global-forum-2015-airbnbs-cmo-on-the-meaning-of-authentic-travel-experiences/>

TRUBAČ, Ondřej. UBERe se nebo neUBERe se regulace v taxislužbě. In:

EPRAVO.cz [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: http://tablet.epravo.cz/2-2016/65_komentare-ubere-se-nebo-neubere-se-regulace-v-taxisluzbe

TaskRabbit [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.taskrabbit.com/>

The Coop [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: coop.onedesigncompany.com

The Freecycle Network [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.freecycle.org/>

The Rise of Sharing Economy. In: The Economist [online]. 2013 [cit. 2016-06-19]. Dostupné z: <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>

Uber - Statement of UOKiK's position. In: Office of Competition and Consumer Protection [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: https://uokik.gov.pl/news.php?news_id=12353

Uber [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.uber.com/>

Uber is looking to raise up to \$2 billion through loans. In: Recode [online]. 2016 [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.recode.net/2016/6/14/11936444/uber-2-billion-leveraged-loans-debt>

WILLIAMS, Aime. How Airbnb has lost its soul. In: Financial Times [online]. 2016 [cit. 2016-06-06]. Dostupné z: http://www.ft.com/cms/s/2/1fbef27e-022b-11e6-ac98-3c15a1aa2e62.html?ftcamp=published_links%2Frss%2Fcompanies%2Ffeed%2F%2Fproduct

Waze [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.waze.com/cs/>

WeWork [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://www.wework.com/>

Wunder [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.wunder.org/en/>

Zaarly [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <https://zaarly.com/>

Zipcar [online]. [cit. 2016-06-23]. Dostupné z: <http://www.zipcar.com/>