



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

—

Duben 2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

—

Kryštof Kruliš, Alice Rezková

Duben 2016

Text byl připraven jako operativní analýza pro Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR.

© 2016 Asociace pro mezinárodní otázky (AMO). Všechna práva vyhrazena.
Názory vyjádřené v textu nejsou oficiálním stanoviskem vydavatele.



Obsah

1. Co je sdílená ekonomika?	3
2. Specifika českého sdíleného trhu	5
3. Osobní přeprava	10
3.1 Kdo a proč používá výhody sdílené ekonomiky v osobní dopravě?.....	11
3.2 Jak řeší sdílené aplikace bezpečnostní rizika a kvalitu služeb?	13
3.3 Jak velký je trh se sdílenou osobní dopravou?.....	13
3.4 Kdo jsou hlavní hráči?	14
3.5 Jaké další služby se profilují na českém trhu?	15
3.6 Jaká je současná regulace?.....	16
4. Ubytování	18
4.1 Kdo a proč používá výhody sdílené ekonomiky v ubytování?	19
4.2 Existuje bezpečnostní riziko u aplikací v ubytování?	20
4.3 Jak velký je trh se sdíleným ubytováním?	21
4.4 Kdo jsou hlavní hráči?	22
4.5 Jaké další služby se profilují na českém trhu?	22
4.6 Jaká je současná regulace?.....	23
5. Realitní tržiště	24
6. Crowdfundingové financování	32
6.1 Dluhový crowdfunding	34
6.2 Podílový (equity) crowdfunding	36
7. Carsharing	37
8. Ostatní služby	40



Co je sdílená ekonomika?

Studie „The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy“ z ledna 2016 odhadla, že ekonomický přínos spojený s využitím nedostatečně čerpaných kapacit v rámci tzv. sdílené ekonomiky by v EU mohl v souhrnu dosáhnout až 572 miliard EUR.¹ Sdílená ekonomika je spojována s velkými očekáváními, ale nezdědká i obavami. Problematická je však i samotná definice „sdílené ekonomiky“. Prvek sdílení volné kapacity movitých a nemovitých věcí, času, práce či financí bývá doplňován o aspekt možnosti okamžitého online spojení nabídky a poptávky mezi uživateli, kteří nemusí být profesionály v daném oboru tzv. peer-to-peer (P2P). Každý z nás se tak může dopoledne stát „taxikářem“ pro online platformu, po poledni uklidit po hostech v bytě, který nabízí k ubytování přes internetovou aplikaci, aby večer vydělané peníze rozpůjčoval skrze crowdfundingovou platformu na několik půjček, které mu ponesou v následujících měsících úrok. Rozvolnění striktního oddělení profesí s sebou však nese řadu otázek. Jaký bude dopad na stávající profesionály v daném oboru? Je potřeba regulatorně chránit uživatele-zákazníka a jak? A jaký to vše může mít důsledek pro výběr daní a státní pokladnu?

Tato studie jakožto příspěvek k zodpovězení shora uvedených otázek nabízí základní přehled o stavu a fungování sdílené ekonomiky v ČR. Cílem analýzy je zmapovat existující platformy a význam jejich zapojení v následujících sektorech a sub-sektorech:

- Osobní přeprava:
 - Místní
 - Meziměstská
- Realitní P2P tržiště:
 - Zprostředkování prodeje a pronájmu nemovitostí
 - Zprostředkování spolubydlení
- Ubytování
- Crowdfundingové financování:
 - Dluhový crowdfunding
 - Podílový crowdfunding
- Carsharing

¹ Pierre Goudin. European Parliament Research Service. „The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy“, PE 558.777, leden 2016.



V každém sektoru a sub-sektoru se studie zaměřuje na největší provozovatele online platformem působících na trhu v České republice. Je třeba zdůraznit, že se text primárně věnuje službám, které obsahují alespoň několik základních elementů sdílené služby (možnost rychlého zapojení do platformy bez ohledu na formální požadavky a nutnost větších zásahů administrátora platformy, existence viditelné zpětné vazby od zákazníků, získávání rychlého přehledu o cenových nabídkách).

V dnešní době vzniká řada nových služeb, které pouze využívají nových technologií k zefektivnění procesů či nabídnutí snazšího uživatelského řešení, a v podstatě tak pouze rozšiřují a inovují stávající tradiční odvětví. Pokud tedy například mobilní aplikace umožňuje taxikářům zapojení do další platformy pro získávání zákazníků, jedná se spíše o nové technologické řešení, které přispívá k efektivnějšímu propojení zákazníka s nabídkou služeb, než o aplikaci na principu sdílení. Lze však argumentovat, že tento druh nových mobilních a webových platform nabízí efektivnější využití existujících kapacit, což je hlavní úlohou sdílených služeb. Tuto přidanou hodnotu dnes však zajišťuje většina těchto platform. Například hotely mohou přes platformy Booking.com zasáhnout širší okruh zákazníků a docílit vyšší obsazenosti svých kapacit než při spolupráci s tradiční cestovní agenturou nebo prostřednictvím vlastních komunikačních kanálů. Tyto výhody však netvoří z platform jako Booking.com službu sdílené ekonomiky. Hranice mezi sdílenou službou a internetovou platformou může být často velmi tenká, a proto další analýza těchto služeb může do budoucna vést k jejich lepší definici a následně k dalším krokům ze strany regulátorů.

Analýza čerpá z veřejně dostupných dat doplněných o údaje poskytnuté ze strany představitelů zkoumaných platform a případně též jejich uživatelů. Většina dat byla zprostředkována na základě příslibu zachování anonymity zdroje, a proto nelze ve všech případech dodržet standardní poznámkový aparát typický pro akademické práce. Řada webových služeb se při veřejném publikování svých dosavadních výsledků spíše snaží o mírné navýšení a zlepšení svého výkonu v rámci konkurenčního boje. Většina těchto služeb se také velmi rychle rozvíjí a každý měsíc se čísla týkající se jejího výkonu mění. Odhady velikosti sdílené ekonomiky v jednotlivých sektorech tak lze přirovnat ke snaze o střelbu na pohyblivý terč. S ohledem na tyto skutečnosti se závěry tohoto textu vztahují k 31. 3. 2016.



Specifika českého sdíleného trhu

A) Začátky sdílené ekonomiky v ČR

Přestože se dnes o sdílené ekonomice často referuje v médiích a její služby se profilují jako významný trend, její velikost v ČR je stále ještě velmi malá. Velké zahraniční platformy zde své pobočky teprve otvírají nebo se snaží konkurovat již existujícím českým platformám. Velká většina nově vznikajících českých platform často čerpá nápady ze zahraničí a čeští zákazníci si pomalu zvykají na možnosti, které jim nabízejí. Každá nová iniciativa si nejdříve musí vytvořit svůj vlastní okruh uživatelů, kteří pochopí její benefity a začnou její služby využívat. Od samotného zaregistrování služby k prvnímu vyzkoušení vede poměrně zdlouhavá cesta.

B) Rychlý růst

Vzhledem k tomu, že většina aplikací sdílené ekonomiky v ČR existuje maximálně několik let, jejich růsty se z počáteční nuly rychle dostávají na dvoumístná čísla. Nelze se tedy nechat zmást touto dynamikou, která nemusí zcela přesně zrcadlit udržitelnost těchto platform a jejich budoucí vývoj. Počet uživatelů rychle narůstá spolu se zvyšující se technologickou gramotností, cenovou dostupností chytrých telefonů, cenou a dostupností mobilního internetu apod. Lze očekávat, že v následujících letech bude tento silný růst pokračovat a bude kulminovat v příštích několika letech.

C) Dominance velkých hráčů

Na českém malém trhu se může v každém sektoru udržet maximálně několik klíčových hráčů, kteří budou schopni vytvořit si dostatečně širokou základnu uživatelů, zůstat v zisku a dále své aktivity rozšiřovat a inovovat. V současné době se v mnoha odvětvích rozvíjí celá řada nových webových a mobilních aplikací. V dalších letech však budou moci uspět jen ty s nejlepším řešením uživatelského problému a s jednoduchým technologickým provedením. Lze předpokládat, že v případě funkčních obchodních modelů se tyto úspěšné příklady budou dostávat do rukou velkých investičních platform nebo skupovat nadějně se rozvíjející menší hráče.



D) Síla a vliv zahraničních značek

V některých odvětvích sdílené ekonomiky ovládají české prostředí zahraniční platformy s lokalizací pro český trh. Tyto platformy mají většinou větší šanci na úspěch, ať už z důvodu známosti své značky ze zahraničí nebo díky většímu objemu finančních prostředků na reklamu a vytvoření celosvětové báze zákazníků. Tyto platformy si mohou dovolit zůstat delší dobu ve ztrátě než začínající česká platforma, která vzniká často s limitovanými prostředky bez asistence investora. Přesto se v některých odvětvích na českém trhu zahraniční iniciativy ještě nestihly prosadit a své pevné místo si již budují platformy s převážně českými týmy a vlastníky. To platí například pro segment dluhového crowdfundingu či realitní P2P tržiště.

E) Malí hráči postupně zaniknou

Na českém trhu existuje celá řada malých platform, které nabízejí služby v rámci sdílené ekonomiky. Tyto portály často vznikají z nadšení svých zakladatelů a zápalu pro dobrý nápad. Některé existují mnoho let (tedy delší horizont než poslední tři roky, ve kterých se začala sdílená ekonomika v ČR rychleji rozvíjet). Mají většinou svůj malý okruh uživatelů, kteří je s určitou pravidelností používají. Avšak s etablováním dominantních aktérů tyto platformy nebudou s největší pravděpodobností dále fungovat, i když si mohou zachovat svou stálou malou základnu příznivců. V některých případech budou tyto malé entity získávány nejsilnějšími hráči na trhu.

F) Uspějí jen nová řešení s přidanou hodnotou

Díky etablovanosti velkých platform, mnohdy ze zahraničí, může být pro lokální platformy těžké prosadit se na trhu. Zvláště pokud přicházejí jako druzí a nabízejí pouze lehce pozměněnou variantu zahraničního řešení. Ve velké většině případů uspěje ten nápad, který přináší originální řešení spolu s uživatelsky přátelským a snadným designem. Přesto však mohou na mikro-lokální úrovni uspět malé sítě na sdílení, které budou pracovat s místní komunitou a řešit konkrétní problémy s ní spojené. Pro velké hráče jsou podobné sítě nezajímavé, zatímco na rovině lokální mohou za asistence dobrovolníků dobře fungovat.



G) Bez obchodního modelu

Řada nově vznikajících iniciativ nejdříve usiluje o prosazení své služby mezi uživateli, vytvoření robustní sítě fanoušků a vysoké návštěvnosti webových stránek/mobilních aplikací. Pro udržení funkčnosti služby ve sdílené ekonomice je třeba přesáhnout určitou hranici uživatelů, která by jejímu provozovateli dokázala zajistit udržitelný obchodní model. Ukazuje se, že právě ve fázi začátku a tvorby uživatelské základny opustí trh většina začínajících platform. Vzhledem k malému trhu může být v ČR tato fáze delší než v případě zahraničních subjektů, které dokážou z neplacené verze služeb velmi rychle přejít do placené podoby. Bez výraznější podpory ze strany investorů nebo skutečně originálního řešení mohou české iniciativy těžko obstát. Na českém trhu je místo pouze pro několik, mnohdy pouze jednoho hlavního aktéra, který si dokáže vybudovat dostatečně velkou platformu, jež bude schopná zachovat uživatelskou základnu.

H) Pravidelný zákazník

Pro přežití jakékoliv platformy je zcela klíčové vytvořit dostatečně velkou základnu pravidelných uživatelů. Registrovaný uživatel ještě nemusí nutně představovat pravidelného zákazníka, který v rámci platformy nakupuje služby apod.

I) Dodatečný výdělek

Ve velké většině případů nabízejí své služby ve sdílené ekonomice lidé, kteří potřebují získat dodatečný příjem. Nejedná se tedy o pracovní náplň, která by umožňovala zajištění standardního příjmu. Jako důvody pro využívání těchto služeb na straně nabídky většinou zaznívá zejména větší svoboda v organizaci času a možnost flexibilně získat dodatečný příjem. Bez existence těchto platform by jejich uživatelé tyto služby pravděpodobně nenabízeli.

J) Síla zpětné vazby od zákazníků

Služby sdílené ekonomiky přinášejí nový fenomén v podobě zpětné vazby zákazníků na poskytnuté služby. Praxe ukazuje, že síla takové odezvy dokáže v mnoha směrech nahradit některé tradiční druhy regulace. Pokud se poskytovatel těchto služeb neosvědčí, s největší pravděpodobností nebude schopen získat další zákazníky, kteří na reference citlivě reagují. Zákaznická oddělení větších platform mají jasně definované postupy, jak naložit s poskytovatelem, který například vícekrát získal negativní hodnocení od zákazníka. Pokud



není možné situaci vysvětlit, ztrácí svůj uživatelský účet a nemůže na těchto platformách již nabízet své služby.

K) Možnosti zavedení provize a její výše

Důležitost vysoké přidané hodnoty a inovativnost dané služby jsou zásadní pro možnost zavedení provize z uskutečněných transakcí. V ČR existuje řada internetových inzertních a slevových portálů, na kterých lze za nízkou cenu či dokonce bezplatně online inzerovat téměř cokoli a dosáhnout tak P2P setkávání nabídky a poptávky bez nutnosti užívat zvláštních aplikací či portálů. Platí to pro sektor prodeje a pronájmu realit, sektor domácích a řemeslných prací i sektor ubytovacích služeb. Specializované platformy tak musí nabídnout výraznou přidanou hodnotu (například zavedenou klientelu a uživatelsky přívětivé inovativní řešení), pokud chtějí z realizovaných transakcí získat provizi. Výše provize pak bývá přímo úměrná míře ingerence dané platformy do samotné poskytované služby. Příkladem je služba UberBlack, kde platforma zajišťuje vysoký standard poskytované služby.

Sektor služby	Výše provize platformy
Osobní přeprava (místní)	13 % až 25 %
Osobní přeprava (meziměstská)	Většinou bezplatně
Realitní tržiště (prodeje a pronájmy)	Paušální platba (99 Kč až 599 Kč).
Realitní tržiště (spolubydlení)	Většinou bezplatně
Ubytování	kolem 3 %
Crowdfunding	2 % až 9 %

L) Bezhotovostní platby

Přestože sdílená ekonomika budí dojem jakési těžko čitelné šedé zóny, podstatná část transakcí probíhá bezhotovostně (u některých platforem jsou bezhotovostní platby jediným způsobem placení). Jsou proto lépe kontrolovatelné. Právě možnost bezhotovostní platby často usnadňuje zákazníkům situaci, zjednodušuje platby a zároveň umožňuje snadný monitoring plateb pro daňové účely.



M) Daňové hledisko

Důležitost vysoké přidané hodnoty a inovativnosti dané služby je zásadní pro možnost zavedení provize z uskutečněných transakcí. V ČR existuje řada internetových inzertních a slevových portálů, na kterých lze za nízkou cenu či dokonce bezplatně online inzerovat téměř cokoli a dosáhnout tak P2P setkávání nabídky a poptávky bez nutnosti užívat zvláštní aplikaci či portál. Platí to pro sektor prodeje a pronájmu realit, sektor domácích a řemeslných prací i sektor ubytovacích služeb. Specializované platformy tak musí nabídnout výraznou přidanou hodnotu (například zavedenou klientelu a uživatelsky přívětivé inovativní řešení), pokud chtějí z realizovaných transakcí získat provizi. Výše provize pak bývá přímo úměrná míře ingerence dané platformy do samotné poskytované služby. Příkladem je služba UberBlack, kde platforma zajišťuje vysoký standard poskytované služby.

N) Sdílená ekonomika vs. technický pokrok

V současné době umožňují nové technologie transformaci tradičních služeb na novou úroveň. Nabízejí uživatelům cenové srovnání dostupných nabídek v reálném čase, na základě něhož může zákazník uskutečnit kvalifikovanější rozhodnutí. Také na straně nabídky lze s jejich pomocí efektivněji oslovovat zákazníky a cílit na vybrané skupiny, a lépe tak využít existujících kapacit. Platformy postavené na nových technologiích však nelze vždy zařadit do množiny sdílené ekonomiky, přestože je možné najít řadu vzájemných průniků. Iniciativy postavené na principech sdílené ekonomiky umožňují zapojení kapacit a uživatelů, kteří by za odlišných okolností o jiném využití svých dostupných zdrojů vůbec neuvažovali. Ať už kvůli komplikovaným administrativním procedurám nebo těžkostem souvisejícím s oslovením zákazníků. A právě tyto faktory pomáhají odbourávat platformy sdílených služeb.



Osobní přeprava

Spolujízda může mít v českém prostředí různé podoby. V typickém případě se cestující předem domluví s řidičem na společné jízdě s tím, že se podělí o náklady na tuto jízdu. Systém umožňuje efektivnější využití automobilu, který není plně vytížen. Tento typ přepravy se většinou využívá na delší trasy a do určité míry formalizuje tradiční autostop nebo představuje levnější alternativu k autobusové dopravě. Na tento princip lepšího využití dostupných kapacit automobilu navázaly další služby, které se soustředí na přepravu pasažérů na kratší cesty. Prozatím se objevují pouze v Praze a Brně, velmi okrajově v dalších větších městech.

Mezi největší a nejdůležitější hráče na českém trhu patří americká společnost Uber, která na globální trh vnesla koncept sdílené osobní přepravy na kratší cesty a nyní konkuruje tradičně zavedeným taxislužbám. V českém prostředí se dosud neobjevila lokální verze aplikace, která by mohla být brána vážně ve smyslu uživatelské základny. Pro zákazníka zůstává shodná hlavní podstata služby, ať už se jedná o společnost Uber nebo tradiční taxislužbu. Hlavní rozdíl mezi klasickou společností a firmou typu Uber spočívá zejména v povaze řidičů, kteří v případě sdílené aplikace nemusí být nutně registrovanými řidiči s osvědčením pro provozování taxislužby, ale vlastní například pouze živnostenský list s koncesí na osobní přepravu v automobilech určených pro nejvýše 9 lidí.

V ČR se také rychle rozvíjí aplikace, které umožňují snadnou orientaci v dostupných nabídkách taxikářů, kteří tak nemusí působit pod střešou tradiční taxislužby s operátory, kteří jim přidělují zakázky, ale mohou využít svých volných kapacit například v rámci aplikace Liftago. Uživatel může přes aplikaci vidět v reálném čase taxikáře, kteří jsou v jeho okolí a jsou ochotni a schopni ho svézt. Tuto aplikaci však na straně nabídky mohou využít pouze registrovaní řidiči, kteří mají licenci pro provozování taxislužby například na území Prahy. Podobné aplikace tak nelze považovat za typické služby sdílené ekonomiky, protože pouze využívají nových technologií pro nabídku efektivnějšího uživatelského řešení. Tyto inovativní webové a mobilní platformy nabízejí v mnoha odvětvích nové alternativy k tradičním službám, aniž by nutně pracovaly na principu sdílené ekonomiky. Do určité míry jde i o nový přístup k uživateli. Na základě informací o cenách v reálném čase mají zákazníci možnost učinit racionální ekonomické rozhodnutí a vybrat si v danou chvíli nejlepší nabídku. Těmito novými postupy se také nechávají inspirovat klasické etablované značky taxislužeb, které reagují na vznikající konkurenci a zavádějí pro své zákazníky vlastní mobilní řešení (například AAA Taxi). Ty však ne vždy dokážou poskytnout shodnou alternativu ke konsolidátorům nabídek typu Liftago. Soudě podle postupně ohlašovaných vstupů dalších společností se očividně také jedná o velmi lákavý trh pro zahraniční subjekty, které s menšími rozdíly pracují na obdobném principu jako Liftago (estonská Taxify, slovenská Hopin Taxi, německý Wundercar).



Kdo a proč používá výhody sdílené ekonomiky v osobní přepravě?

Ve sdílené osobní přepravě existuje řada motivů, pro které se její aplikace stávají stále více oblíbenými. Podle dostupných studií² ze Spojených států si tyto platformy vybírají z 91 % lidé pro zvýšení svého příjmu a spíše jako druhý výdělek, nikoliv hlavní pracovní náplň. Dle těchto statistik se přes 50 % řidičů Uber věnuje této činnosti pouze 15 nebo méně hodin týdně. Také v českých podmínkách pracují řidiči primárně pro přivýdělek, z cca 10 % jde o ženy, které si tak mohou přivydělávat například během mateřské dovolené. Participace v dané síti aplikací tak dává lidem větší časovou flexibilitu, možnost lépe vybalancovat rodinné, finanční a profesní priority. Nelze také říci, že by řidiči byli zastoupení pouze jednou věkovou skupinou, které jsou blízké mobilní technologii. Zatím se ani na světové úrovni nevyprofiloval typický řidič sdílené služby pro osobní přepravu. Rozhodujícím faktorem pro finální výběr aplikace je v českém prostředí výška provize, kterou aplikace požaduje za poskytnutí svého softwaru a marketingových služeb, a poté velikost uživatelské základny, která dokáže zprostředkovat dostatečně velký počet zákazníků. Svou roli samozřejmě hraje i výška sazby, která bývá u některých aplikací výrazně pod tržním průměrem. Ukazuje se, že zejména registrovaní řidiči, kteří používají tyto aplikace pro získání dodatečného výdělku a vytížení své kapacity, využívají více aplikací najednou. Vzhledem k tomu, že většina tradičních taxislužeb převážnou část požadované provize konstruuje jako paušální měsíční platbu (tj. bez ohledu a výši tržeb), je nastavení provizí platform typu Uber výhodné zejména pro ty řidiče, kteří dosahují nižších měsíčních tržeb (a logicky tedy odjezdí méně jízd). Na základě údajů poskytnutých provozovateli tradiční taxislužby lze vyvodit, že rozhraní, kdy se řidiči přestane vyplácet jezdit pro Uber s provizí 25 % z každé vydělané koruny a začne být výhodnější jezdit pro tradiční taxislužbu s pevnou paušální provizí, je 32.000 Kč tržeb měsíčně a výše.

Společnost	Výška provize
Uber	25 %
Liftago	13 %
Taxify	20 %
Hopin	0 %

Zdroj: Firemní data

² Uber Newsroom. Dostupné na: <https://newsroom.uber.com/in-the-drivers-seat-understanding-the-uber-partner-experience/> [31/03/2016].

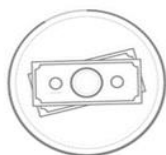


Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

–
Duben 2016



91%

Zvýšit příjem a lépe zajistit sebe a rodinu



85%

Mít větší časovou flexibilitu, rovnováhu mezi prací a rodinou



87%

Být vlastním šéfem

Zdroj: Uber Newsroom

Zákazníci se přiklánějí k platformě typu Uber z různých důvodů. Většinou je pro ně atraktivní snadné používání mobilní aplikace, která umožňuje jízdu „taxíkem“ bez hotovosti v peněžence. Díky transparentnímu monitoringu jízd a snadné fakturaci může být služba zajímavá také pro firmy, které platí svým zaměstnancům transport po městě. Jak již bylo zmíněno výše, některé aplikace jako například Liftago a Hopin navíc umožňují rychlou orientaci v cenové nabídce v aktuálním čase. Jedním z nejvýraznějších motivačních faktorů může však být samotná cena za službu, která bývá ve sdílených ekonomikách výrazně levnější než průměrná sazba na trhu, jak ukazuje následující přehled.

Služba	Nástup	Kilometr	Čekání (min)
Taxify	30	13	4
UberPop	20	10	4
Taxi Praha	27	18	3,4
Profitaxi	30	17,9	6
Hopin	33	19	5
AAA taxi	25	19,9	4
Modrý Anděl	40	19	6
Kurýr taxi	38	19,9	6
Průměrný tarif	32,3	20,2	4,9
Liftago	33	23	4,5
Halo Taxi	30	23,9	5
City taxi	40	23,9	5
Tick tack	30	25	6
UberBlack	40	28	5
Maximální tarif (cenová regulace Praha)	40	28	6

Liftago a Hopin jezdí za tarify jednotlivých taxikářů, jedná se tedy o přibližný průměr.

Uber počítá k ceně za kilometr také sazbu za každou minutu jízdy.

Zdroj: ČTK



Jak řeší sdílené aplikace bezpečnostní rizika a kvalitu služeb?

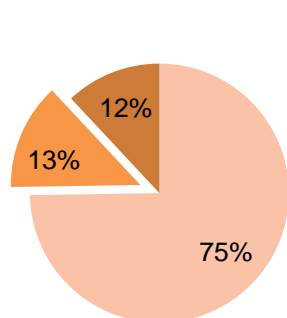
Jednou z největších kritik sdílených služeb v pravém slova smyslu bývají bezpečnostní rizika. Tyto obavy však dosud nebyly dostatečně prokázány. Objevují se názory, že aplikace, které provozují své služby v Praze, dbají na bezpečnost zákazníka více než některé tradiční taxislužby. Jednou z podmínek je například stáří automobilu, které nesmí být vyšší než 10 let. Řidiči musí při registraci do aplikace předložit živnostenský list a výpis z rejstříku trestů. Největší regulátor kvality služeb však představuje hodnocení řidičů zákazníky. Každý uživatel má možnost po ukončení své jízdy označit až 5 hvězdičkami kvalitu své jízdy, případně ji okomentovat. V momentě, kdy některý z řidičů dostává výrazně negativní odezvu, okamžitě se s ním a zákazníkem spojuje zástupce aplikace a snaží se situaci vyřešit. Při opakovaných negativních hodnoceních nemůže řidič sdílenou aplikaci využívat. K otázce bezpečnosti bývá řazena také skutečnost, že aplikace, jako je Uber, umožňují jen bezhotovostní platbu, a to dokonce bez nutnosti mít platební kartu u sebe (platí se přes její registraci v aplikaci). Tím se zvyšuje bezpečnost cestujících i řidičů, kteří tak nemusí disponovat hotovostí.

Jak velký je trh se sdílenou osobní přepravou?

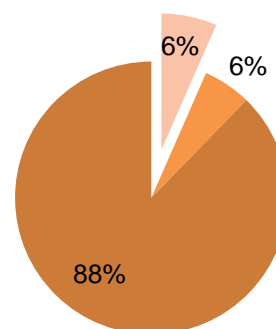
Z pohledu sdílené ekonomiky zaujímá tento trh v osobní přepravě na příkladu Prahy přibližně 10-15 %³. A to ať již se odhad vytváří na základě počtu aktivních řidičů, kteří používají aplikace sdílené ekonomiky, nebo podle počtu absolvovaných jízd za jeden měsíc, které v Praze mohou kolísat od 800 000 k 1 000 000 jízd měsíčně⁴. S ohledem na zvyšující se objem jízd je možné do několika let očekávat nárůst významnosti těchto služeb. Vzhledem k velmi krátké době působení na českém trhu zatím nelze považovat dosavadní významné růsty za směrodatné. Zajímavý je však trend využívání mobilních aplikací sdílené ekonomiky na straně řidičů, který v případě Prahy dosahuje přibližně 25 %. Řidiči tedy postupně začínají pro vytižení své kapacity využívat také tento druh aplikací. Přestože je pro řidiče výhodné používat několik aplikací zároveň, samotný uživatel pravděpodobně nebude používat celé spektrum, které je dnes k dispozici na českém trhu. S největší pravděpodobností se tedy do budoucna v ČR konsoliduje jen několik velkých hráčů.

³ Závěry uvedené v tomto odstavci vznikly na základě informací z firemních databází a Magistrátu hlavního města Prahy.

⁴ Odhad autorů studie vychází z informací poskytnutých v rozhovorech s provozovateli taxislužeb v Praze a z tiskových zpráv v českých denících.



■ Registrovaní řidiči ■ Řidiči sdíl. aplikací
■ Řidiči mob. aplikací



■ Sdílená ekonomika ■ Mobilní platformy
■ Taxi jízdy

Kdo jsou hlavní hráči?

Na trhu s osobní přepravou dominují zejména zahraniční služby. Dosud se nevyprofilovala lokální česká aplikace, která by měla kapacitu těmto globálně zavedeným značkám konkurovat. Z aplikací, které nabízejí své služby v Praze, nejvýrazněji vystupují následující hráči:

V roce 2008 začala ve Spojených státech působit společnost **Uber**. Nejdříve nabízela luxusnější služby, dnes známé jako UberBlack. Postupně však přešla na běžné „taxi“ služby UberPop, které se ze Spojených států rozšířily do celého světa. Tato společnost zatím jako jediná dosáhla výrazného globálního povědomí a bývá označována i za nejúspěšnější start-up současné doby. Představuje tvůrce trhu, který se v mnoha zemích zasazuje o nastavování regulačních podmínek pro sdílené služby v osobní dopravě. V ČR má proto mezi zákazníky Uberu stěžejní význam právě zahraniční klientela, která službu zná ze svých zemí a tvoří v ČR až třetinu všech uživatelů. Segment UberBlack představuje na území ČR prozatím pouze okrajovou záležitost, kterou společnost dále rozvíjí. V ostatních zemích Uber expanduje také do dalších oblastí, kdy automobily Uber vozí nejen pasažéry, ale využívají prázdnou kapacitu také pro doručování jídla nebo zásilek. Ve střední Evropě působí Uber v Polsku (Krakov, Poznaň, Trojměstí, Varšava, Vratislav), na Slovensku (Bratislava) a v Maďarsku (Budapešť). Na českém trhu Uber podniká od léta 2014 a veškeré své aktivity prozatím soustředí do Prahy.

Liftago spustila beta verzi své aplikace v roce 2013 a jako první v českém prostředí nabídla služby jakéhosi agregátora nabídek od jednotlivých taxikářů. Pravděpodobně díky svému prvenství na trhu dokázala poměrně rychle růst a udržet si dobrou pozici. Důvody pro založení aplikace vycházely zejména z požadavků poptávky na férové taxikáře a rychlé přistavení vozu. Jedním z impulsů bylo také nabídnout taxikářům cestu k lepšímu využití pracovní směny.



Na rozdíl od jiných platforem si cenu stanovuje sám taxikář. Dnes tato služba funguje v Praze, Brně a Bratislavě.

Taxify vstoupila na trh v roce 2013 v Estonsku a v současné době je aktivní v 10 zemích – ČR, Estonsko, Finsko, Gruzie, Litva, Lotyšsko, Srbsko, Nizozemí a Mexiko. Projekt má silnou investiční podporu od velkých hráčů jako například Skype a Rubylight. V ČR působí od poloviny roku 2015. Její strategií pro český trh je zatím zejména cenová politika, kdy se snaží oslovit zákazníky nejlevnější dostupnou aplikací na trhu. Svým charakterem se spíše podobá službě Uber a také stanovuje ceny za služby.

Hopin Taxi je slovenskou službou, která vznikla v roce 2012 a funguje na Slovensku a v ČR, kde pokrývá Prahu, Bratislavu a Košice. Ve svých funkcionalitách se nejvíce blíží aplikaci Liftago, protože také umožňuje řidičům stanovování vlastních cen.

Jaké další služby se profilují na českém trhu?

Za nově objevený segment na českém trhu lze považovat spolujízdu a autostop, které v současné době získávají díky aplikacím sdílené ekonomiky novou podobu. Na webu nebo přes mobilní aplikaci si registrovaný řidič zadá, kdy, kam a odkud pojedje, kolik má volných míst a kolik by chtěl přispět na benzin či naftu. Na stejném místě může na inzerát zareagovat cestující, spojit se s řidičem a domluvit se na podrobnostech. Na trhu se objevuje celá řada malých hráčů, kteří fungují spíše na komunitním principu a s největší pravděpodobností se bez výraznějších investic nebudou dále rozšiřovat a získávat nové uživatele.

Z hlediska práva je spolujízda smlouvou o přepravě osoby podle občanského zákoníku. Nejedná se tedy o silniční dopravu pro cizí potřeby (řidič vykonává jízdu pro vlastní potřebu a určuje cíl cesty), a zákon o silniční dopravě tudíž nevyžaduje získání koncese. Protože cestující s řidičem jen sdílejí náklady na společnou cestu, nejde o činnost provozovanou za účelem dosažení zisku, a tedy ani živnost z pohledu živnostenského zákona.

S tímto výkladem také pracuje největší hráč na českém trhu, francouzská společnost BlaBlaCar. Ta na český trh vstoupila prostřednictvím akvizice české služby Jízdomat. Přestože Jízdomat v době nákupu negeneroval žádné zisky, z pohledu sdílené ekonomiky představovala tato služba výhodného partnera právě s ohledem na zaběhnutou uživatelskou základnu. BlaBlaCar na rozdíl od Jízdomatu, pracuje v zahraničí s obchodním modelem provizí (okolo 10 %), které vybírá z každé transakce. V ČR jsou zatím služby nadále bezplatné a pro podpoření dalšího růstu budou pravděpodobně ještě po nějakou dobu zdarma. BlaBlaCar také řidičům určuje doporučenou cenu, se kterou potom mohou sami hýbat maximálně o padesát procent nahoru a dolů. Dle propočtů BlaBlaCar by se měl díky těmto doporučeným cenám zachovat princip sdílení nákladů na cestu, nikoliv realizace významného výdělků. Tyto



odhady cen počítají pouze s náklady na palivo, nezohledňují již například amortizaci nebo poplatky za dálniční známky. Významný segment zákazníků představují zejména cizinci, pro které může spolujízda představovat zajímavou cestovatelskou alternativu. Na obecné úrovni konkurují uživatelé služby BlaBlaCar pouze klasickým autobusovým/vlakovým spojům.

Jaká je současná regulace?

Taxislužba a příležitostná osobní silniční doprava (provozovaná vozidly s kapacitou do 9 osob) spadá do koncesované živnosti Silniční motorová doprava provozovaná vozidly určenými k přepravě nejvýše 9 osob včetně řidiče. Při získání koncese v tomto rozsahu může podnikatel provozovat jak taxislužbu, tak příležitostnou osobní silniční dopravu. Pro provozování taxislužby je třeba koncese, řidiči musejí mít průkaz řidiče taxislužby a vozidlo musí být evidováno.

Aby mohl řidič provozovat taxislužbu nebo příležitostnou osobní silniční dopravu na území Prahy, musí podle vyhlášky č. 23/1998 Sb. hl. m. Prahy⁵ prokázat znalosti místopisu, právních předpisů a obsluhu taxametru. Takto získané osvědčení potom platí 4 roky od data vykonání zkoušky. Od 1. 5. 2013 musí být vozidlo taxislužby vybaveno taxametrem. V případě poskytování přepravy pouze na základě předem uzavřených písemných smluv nemusí vůz taxislužby taxametrem disponovat.

1. Vozidlo taxislužby s taxametrem musí splňovat tyto náležitosti:

- Doklad o oprávnění k podnikání (výpis z živnostenského rejstříku);
- Aktuální výpis z evidence vozidel taxislužby;
- Měřicí sestava taxametru (taxametr);
- Kniha taxametru;
- Záznamy o přepravě z právě probíhajícího dne nebo z poslední poskytnuté přepravy, pokud v právě probíhající den nebyla žádná přeprava poskytnuta;
- Smlouvy (nebo jejich kopie) na všechny přepravy poskytované v právě probíhajícím dni na základě těchto předem uzavřených písemných smluv;
- Průkaz řidiče taxislužby.

⁵Praha.eu. Dostupné na:

http://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/vyhlaske_a_narizeni/vyhledavani_v_pravnich_predpisech/rok_1_998-vyhlaske_cislo_23_ze_dne_09_07_1998.html [31/03/2016].



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

–

Duben 2016

2. Vozidlu taxislužby bez taxametru postačí:

- Doklad o oprávnění k podnikání (výpis z živnostenského rejstříku);
- Aktuální výpis z evidence vozidel taxislužby;
- Smlouvy (nebo jejich kopie) na všechny přepravy poskytované v právě probíhajícím dni na základě těchto předem uzavřených písemných smluv;
- Průkaz řidiče taxislužby.



Ubytování

Sdílené ubytování představuje systém, ve kterém hostitel nabízí návštěvníkům ke krátkodobému užívání buď celou svou nemovitost, nebo pouze její část. Koncept se stejně jako u většiny ostatních aplikací začal šířit po světě ze Spojených států a hlavním představitelem se stala společnost Airbnb. V některých světových městech hrají platformy nabízející sdílené ubytování stále důležitější roli. Například v centrálních oblastech Berlína je již 1 z 50 bytů pronajatý ke sdílení⁶ a také v zemích s minimálním a regulovaným přístupem k internetu, jako je například Kuba, umožňuje vláda pronájem ubytování přes tyto platformy. V České republice se v současné době hostitelé soustředí primárně do Prahy a Brna, velmi okrajově do dalších měst jako například do Karlových Varů.

Dnes existuje řada aplikací, které slouží k rychlé orientaci zákazníka v cenách na trhu s ubytováním. Těchto platform využívají většinou tradiční ubytovací zařízení spolu s profesionálními vlastníky nemovitostí, kteří je nabízejí ke krátkodobému užívání. Mezi ně patří například v ČR velmi rozšířený konsolidátor nabídek Booking.com, se kterým dnes už pracuje velká většina majitelů ubytovacích zařízení. Podobné aplikace v podstatě vytlačily z trhu původní nabídku služeb cestovních kanceláří a agentur, které nabízely zprostředkování ubytování. Dnes se již přes webové aplikace komunikace odehrává přímo. V zahraničí se zejména na menší profesionální hostitele začíná koncentrovat zcela nový okruh podnikatelů, kteří hostitelům nabízejí služby jako zajištění úklidu, správu komunikace na webové platformě, komunikaci s hosty apod. V ČR se tento návazný okruh služeb teprve rozvíjí a firmy spoléhají pouze na několik desítek zákazníků, většinou zahraničních, kteří drží v ČR nemovitosti jako investici, kterou chtějí vytižit i ve své nepřítomnosti. Navazující ekosystém okolo sdílených platform však poroste spolu s růstem jejich používání.

Konsolidátory nabídek jako Booking.com sice zcela transformují povahu podnikání v cestovním ruchu, ale nelze je zařadit mezi aplikace pro sdílené ubytování. Je na nich možné vyhledat celé apartmány a domy, téměř však chybí segment sdíleného ubytování, kdy hostitel například nabízí pouze jednu místnost v rámci svého bytu/domu. V českém prostředí se zatím nevyprofiloval silný hráč, který by se věnoval primárně krátkodobému ubytování. Společnosti se orientují spíše na dlouhodobější pronájmy a spolubydlení (viz kapitola o realitních tržištích). Za nejsilnějšího hráče s největším podílem na trhu lze považovat americkou společnost Airbnb. Za ní se s velkým odstupem v počtu hostitelských nabídek nacházejí další americké společnosti, které se však zaměřují spíše na nabídku celých nemovitostí, které nutně nemusí být nabízené na profesionální bázi, ale může se jednat o ubytování na dobu, během které jsou vlastníci na dovolené. V ČR se tak může do budoucna stát zajímavým fenoménem nabídka ubytování na chatách, kterých je podle odhadů v ČR přibližně 185 000⁷.

⁶ LJ Research: Airbnb Market Research

⁷ Vlastní kalkulace z dat ČSÚ, Sčítání lidu, domů a bytů 2011



Kdo a proč používá výhody sdílené ekonomiky v ubytování?

Uživatelé, kteří se stanou hostiteli ve sdílených aplikacích, lze rozdělit primárně do dvou skupin. Jednu skupinu představují profesionální hostitelé, kteří většinou usilují o co nejvyšší sledovanost svých nabídek, a proto využívají jakékoli platformy, která umožňuje další šíření této nabídky mezi dostatečně velký okruh potenciálních zákazníků. Ve druhé skupině se nacházejí lidé, kteří coby hostitelé nabízejí svou nemovitost, případně část svého domova pouze příležitostně k vytvoření dodatečného příjmu. Tito uživatelé také většinou nemají pro tyto účely živnostenský list, a proto je výběr aplikací, které mohou pro své nabídky použít, omezený. Musí se tedy obracet na platformy, které nevytváří žádné další formální požadavky na hostitele.

Typickým českým hostitelem je žena ve věku 20-39 let⁸. Většinou se jedná o mladé rodiny ze střední třídy z generace „millennials“, které si přivydělávají ke svému běžnému příjmu. Svůj domov mohou nabízet pravidelně, ale v některých případech využívají turistické sezóny nebo kulturních a sportovních událostí, kdy se výrazně zvyšuje poptávka po ubytování, kterou tradiční kapacity nemůžou plně uspokojit.

Při výběru aplikace u profesionálních hostitelů nemusí nutně rozhodovat výše provizního poplatku, často si také spíše mohou dovolit reklamu na zvýšení sledovanosti svých nabídek. Z těchto důvodů se také většina společností jako HomeAway nebo Vacation Rentals, které nabízí celé nemovitosti a apartmány, soustředí přímo na výběr ročních poplatků pouze od hostitelů. Pro příležitostné hostitele by naopak mohl být jednorázový poplatek příliš odrazující. Proto platformy, jejichž podstatnou část klientely představují občasní hostitelé, svou provizi rozkládají jak mezi hostitele, tak finálního zákazníka. Podle průzkumu agentury NMS Market Research z února 2016 by až 20 % Čechů souhlasilo s nabídnutím své dočasně nevyužité ubytovací kapacity přes komunitní platformu Airbnb.

Služba	Roční poplatek	Poplatek - hostitel	Poplatek - návštěvník
Airbnb	x	3 %	6-12 %
FlipKey	x	2,5 %	5-10 %
HomeAway*	349 – 999 USD	10 %	x
Vacation Rentals	199 USD	x	x
VRBO	349 – 999 USD	x	x

*HomeAway nabízí tradiční roční poplatek nebo možnost provize za jednu nabídku

Zdroj: Firemní data

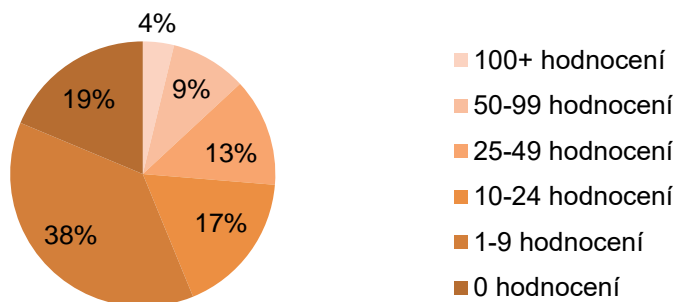
⁸ Marketingjournal.cz, Airbnb zaznamenalo v Česku 86 % nárůst nabídek ubytování, http://www.marketingjournal.cz/cs/aktuality/airbnb-zaznamenalo-v-cesku-86--narust-nabidek-ubytovani_s288x11864.html



Z uživatelského pohledu se pro využití hostitelského ubytování rozhodují lidé na základě různých motivů. Je otázkou, zda zákazníci sdílených platform patří mezi typické hotelové zákazníky, protože motivace pro ubytování ve sdíleném ubytování vycházejí z jiných podnětů než u klasického cestujícího na obchodní cestě apod. Mnoho zákazníků vyhledává nové zážitky a zkušenosti, které jim sdílené ubytování může nabídnout. Podle odhadů Airbnb se průměrný věk zákazníků pohybuje od 25 do 35 let, a z celkového počtu tvoří 54 % ženy a 46 % muži. Jde tedy o věkovou skupinu, která si dobře rozumí s novými technologiemi, ale nepatří nutně mezi velmi mladé cestovatele, kteří touží po dobrodružství a obecně jsou ochotní podstoupit v ubytování určitý diskomfort výměnou za nižší cenu. Tento druh zákazníků si většinou zvolí platformou typu Couchsurfing, která nabízí ubytování zcela zdarma, nebo se návštěvník sám rozhodne, jakou cenu zaplatí. Cena za pokoje/sdílené pokoje bývá většinou poloviční ve srovnání s průměrnými cenami ubytování přes sdílené platformy, které se pohybují okolo 1.550 Kč za noc⁹. Protože v ČR zaujímají nejsilnější pozici zejména platformy pocházející ze Spojených států, využívají je primárně Američané a Britové, kteří mají o těchto platformách také nejsilnější povědomí a v jejich městech mají silnou základnu.

Existuje bezpečnostní riziko u aplikací v ubytování?

V případě sdíleného ubytování mohou existovat silné obavy jak na straně zákazníka, tak na straně hostitele. Sdílené služby v ubytování původně nastartovali mladí lidé ve snaze ušetřit a získat nové zážitky. Tento přístup však již neobstojí u služeb, za které si má zákazník zaplatit. Obě strany je tak nutné zabezpečit o tom, že druhá strana nezneužije svého postavení. Mnoho lidí si stále ještě nedokáže představit, že by přespávali u někoho cizího v bytě. Dle průzkumů britské společnosti LJresearch 39 % lidí plně souhlasí s tvrzením, že by mnohem radši zůstali v hotelu než v něčím bytě. Stejně tak hostitel se bojí o případné škody na majetku způsobené neznámým zákazníkem. Proto některé platformy nabízejí majitelům nemovitostí pojištění, které chrání nejen majetek hostitele, ale také řeší případné úrazy návštěvníků apod. Ubytovací aplikace většinou nekladou konkrétní požadavky na stav a stáří nabízených nemovitostí, jako je tomu například u aplikací pro osobní přepravu. Nejdůležitější roli pro zajištění bezpečnosti



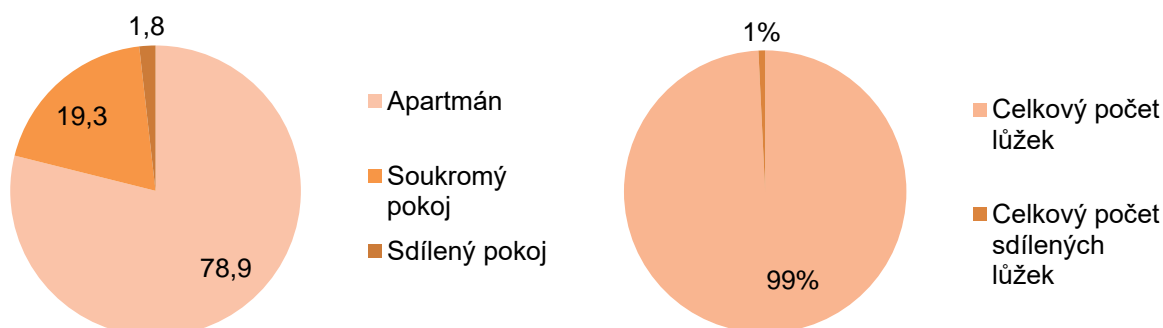
⁹ Průměrná cena na portálu Airbnb k 31. 3. 2016.



a kvality ubytování hraje zpětná vazba, která zaručuje určitou referenci jak pro hostitele, tak pro zákazníka. Graf znázorňuje frekvenci hodnocení na nabídky ubytování v Praze. Je z něj patrné, že téměř u poloviny nabídek je poměrně vysoká frekvence hodnocení.

Jak velký je trh se sdíleným ubytováním?

Pro aplikace nabízející sdílené bydlení je typické, že počet jejich uživatelů skokově roste. U konkrétní služby se například může počet hostů za 5 let zvýšit 600x. Stejně tak v ČR roste segment sdíleného bydlení velmi rychle a může dosáhnout až 100 % za rok. Podle studie Pennsylvania State University přibližně 30 % hostitelů na platformě Airbnb patří mezi profesionální hostitele, kteří se této činnosti věnují pro výdělek během celého roku. Dle odhadů se v ČR na této činnosti podílí přibližně 25-30 %¹⁰. Z pohledu skutečně sdíleného ubytování, kdy hostitel buď nabízí pokoj, nebo sdílený pokoj v rámci své nemovitosti, se podíl na celkovém počtu nabídek na platformách nabízejících sdílené ubytování pohybuje mezi 10



a 20 % (soukromý a sdílený pokoj). Vzhledem k rychle rostoucí oblíbenosti lze očekávat, že se jejich podíl bude dále zvyšovat. Například společnost Airbnb uvádí meziroční nárůst svých hostitelských nabídek 86 %. Z celkového pohledu kapacity lůžek v ČR však stále představuje pouhé 1 %.

¹⁰ Závěry v této kapitole vznikly na základě firemních dat, statistik ČSÚ a databáze Airdna.



Kdo jsou hlavní hráči?

Stejně jako v případě jiných odvětví se v segmentu sdíleného ubytování dosud nevyprofiloval silný český domácí hráč, který by mohl konkurovat zahraničním platformám. Významnou roli tak v tomto segmentu v dnešní době představují zahraniční platformy, kterých je dnes celá řada. Z těch, které mají v ČR nejsilnější zastoupení, lze vybrat 5 platform, z nichž lokální zastoupení v ČR má pouze společnost Airbnb.

Společnost **Airbnb** vznikla v roce 2008 jako malý start-up, kdy jeho zakladatelé hostili své první zákazníky u sebe doma. Dnes Airbnb nabízí své služby ve 191 zemích a 34 000 městech po celém světě. Ještě před několika lety se základna uživatelů vytvářela ve Spojených státech, kde dnes tvoří méně než třetinu. Hlavní poptávku dnes určuje Evropa, kde mezi nejnavštěvovanější města patří Londýn, Paříž nebo Řím. Praha však rychle stoupá na žebříčku oblíbenosti. Platforma nabízí nejširší nabídku sdíleného ubytování v rámci domácností. První nabídka na ubytování v Praze se na portálu objevila již v roce 2008 a od roku 2015 působí v Praze také český zástupce Airbnb.

Společnosti **HomeAway**, **VacationRentals** a **VRBO** patří do jedné skupiny, kterou v roce 2015 zakoupil klíčový globální hráč na trhu s hotelovými rezervacemi a krátkodobým ubytováním. V Praze se zatím marketingově nijak neprofilují. Soustředí se většinou na nabídku apartmánů a pokojů v domácnostech se objevují pouze okrajově. Shodnou strategii má zatím také platforma **Flipkey**.

Jaké další služby se profilují na českém trhu?

Specifickou oblast v ubytovacích službách v ČR představuje sektor chat a chalup. Pronájem chat a chalup může podle charakteru služby spadat buď do kategorie činností, které nevyžadují podnikatelské oprávnění (pronájem nemovitosti, bytů a nebytových prostor), nebo do kategorie živnosti poskytování ubytovacích služeb (pokud majitel chaty nabízí také další služby jako stravování, úklid apod.). Poté by se hostitel měl řídit níže popsanou regulační úpravou pro ubytovací zařízení. Dle kalkulací z dat ČSÚ ze sčítání lidu, domů a bytů z roku 2011 je v ČR k dispozici přibližně 185 000 objektů určených k rekreaci. V nabídce jednoho z největších portálů, který nabízí pronájem chat a chalup (Mojechaty.cz), bylo k dispozici ke konci března 2016 přes 1 000 nabídek. Ve srovnání s například hlavními hráči ve sdílených ubytovacích službách však toto číslo představuje jen desetinu nabízených nemovitostí k pronájmu. Tyto platformy cílí primárně na domácí turistický ruch, a proto je také další potenciální růst těchto platform zatím limitován českou poptávkou.



Jaká je současná regulace?

Regulace ubytovacích zařízení cílí zejména na hygienické a bezpečnostní předpisy a daňovou a oznamovací povinnost u ubytovaných hostů. Hygienické předpisy se řídí ustanoveními dle § 21a č. 258/2000Sb., o ochraně veřejného zdraví. Poskytovatel služeb v ubytovacích zařízeních (s výjimkou osob poskytujících ubytování v bytových domech, v rodinných domech a ve stavbách pro individuální rekreaci) musí vypracovat provozní řád, ve kterém uvede následující okruhy pravidel:

- Hygienická opatření;
- Příjem surovin a materiálu pro výrobu a odbyt, skladování surovin a materiálu;
- Přípravu pokrmů a nápojů;
- Expedici – výdej pokrmů a nápojů;
- Úklid (mytí nádobí, manipulace s prádlem, manipulace s odpady);
- Postup sanitace a odpovědnost jednotlivých pracovníků;
- Směrnice o poskytování osobních ochranných prostředků, mycích, čistících a dezinfekčních prostředků;
- Podmínky činnosti, zásady prevence vzniku infekčních a jiných onemocnění, způsob zacházení s prádlem a způsob očisty prostředí ubytovacího zařízení.

Provozní řád a jeho změny předloží ke schválení příslušnému orgánu ochrany veřejného zdraví. Zvláštní požadavky na vlastnosti stavby (velikost a charakter pokojů ve vztahu k jeho definování jako jednolůžkového, dvoulůžkového apod.) stanovuje vyhláška č. 137/1998 o obecných technických požadavcích na výstavbu.

Dle cizineckého zákona má poskytovatel ubytovacích služeb povinnost hlásit místo pobytu cizince do 3 pracovních dnů u cizinecké policie v následujících případech:

- Občan jiných států EU než ČR pobývajících v ubytování déle než 30 dnů;
- Cizinec z jiných států mimo EU (pobývajících i jen 1 den).

Podle vyhlášky č. 27/2003 Sb. Hl. m. Prahy musí ubytovatel na území Prahy vybírat poplatek za rekreační pobyt, který činí 15 Kč za osobu a za každý započatý den pobytu. Z těchto důvodů má ubytovatel povinnost vést evidenční knihu.



Realitní tržiště

P2P realitní tržiště umožňuje bezprostřední setkávání nabídky a poptávky v sektoru dlouhodobého bydlení a lze ho strukturovat v závislosti na charakteru transakcí následovně:

- P2P zprostředkování prodeje nemovitostí;
- P2P zprostředkování pronájmu nemovitostí;
- P2P zprostředkování spolubydlení.

P2P realitní tržiště vnáší **na realitní trh (jak pro nabídku, tak pro poptávku) větší transparentnost a snížení nákladů**. Služby P2P tržišť přinesly alternativu ke službám realitních makléřů.

Tradiční zprostředkovatelské služby poskytované realitními makléři jsou tržišti P2P nejméně ovlivněny v kategorii zprostředkování prodeje nemovitostí. Tato oblast z tohoto hlediska představuje mezistupeň, přičemž nejvýrazněji jsou platformy P2P využívány v segmentu pronájmu bytů v Praze. Pokud jde o zprostředkování spolubydlení, pak P2P platformy dominují, i když lze odhadovat, že podstatnou roli v tomto případě hrají i běžné sociální sítě.

Z hlediska zastoupení prvků sdílené ekonomiky je nejvýznamnější kategorií spolubydlení ve smyslu soužití osob (mimo rodinu), jehož cílem je společné užívání prostoru k bydlení, nejčastěji bytu. Spolubydlení však často v prvotní fázi vzniká společným pronájmem bytu, ať již na tržišti P2P, nebo s využitím služeb realitních makléřů. Nemusí tak být vůbec založeno na základě zprostředkování spolubydlení cestou P2P, jež představuje zejména sekundární tržiště pro případy, kdy stávající uživatelé bytu hledají nového spolubydlícího, ať již na základě svého rozhodnutí o volné kapacitě bytu ke sdílení, či z důvodu odstěhování jednoho ze stávajících spolubydlících.

Rozvoj sekundárního tržiště pro spolubydlící přispívá k větší stabilitě vztahů mezi spolubydlícími nájemci a pronajímateli, když odchod jednoho z nájemců nemusí vést k ukončení celé nájemní smlouvy. To v místech, kde tento sekundární trh funguje (zejména Praha a částečně univerzitní města), přispívá k větší ochotě pronajímatelů uzavřít nájemní smlouvu se společně bydlícími osobami, které tvoří rodinu.

Internetová realitní tržiště jsou zajišťována subjekty se sídlem v České republice. Na rozdíl od některých jiných segmentů sdílené ekonomiky tak nedochází k odlivu zdaněného zisku za zprostředkování mimo naše území.

Realitní tržiště P2P se omezují na inzerci a zprostředkování transakce a na rozdíl od řady jiných sektorů s prvky sdílené ekonomiky nevstupují do utváření charakteru samotného



zprostředkovaného vztahu. Případný právní či administrativní servis bývá nabízen v podobě doplňkových služeb.

Transakce s realitami, ať již jde o nájem či spolubydlení, lze považovat za alternativní využití prostoru pro účely poskytování **ubytování**, například i v rámci sdílené ekonomiky a P2P platform (srov. kapitola o ubytování). Neobsazený byt či volný pokoj lze nabídnout k bydlení, nebo jej využít k ubytování. Základní rozlišení nespočívá v délce užívacího práva, i když u bydlení bude zpravidla dlouhodobější, ale v charakteru vzájemných práv a povinností. Nájemce (případně spolubydlíci) zejména zajišťuje běžnou údržbu a opravy předmětu nájmu a může například požádat o změnu trvalého pobytu na adresu nájmu. Na ubytování, byť by trvalo i několik měsíců, se tyto prvky nevztahují. Naopak spolu s ubytováním mohou být poskytovány další služby, jako je úklid, výměna ložního prádla či např. snídaně. Uvedené rozlišení bydlení a ubytování však v praxi nemusí být zcela jednoznačné. Neobsazený byt/volný pokoj přitom může po část roku sloužit k nájmu/spolubydlení (například v průběhu semestru v univerzitních městech) a přes léto nabízen k ubytování. V praxi také dochází ke kombinaci uvedených forem tak, že si nájemce vezme byt do pronájmu za účelem jeho poskytnutí k ubytování.

A) Zprostředkování prodeje a pronájmů nemovitostí

- Internetové P2P platformy jsou v sektoru zprostředkování prodeje a pronájmů nemovitostí alternativou k existujícím službám realitních makléřů.
- Pronájmy bytů v Praze představují segment, ve kterém je P2P forma transakcí (bez realitního makléře) využívána nejčastěji.
- Díky množstevním slevám na P2P platformách zůstávají služby realitních makléřů životaschopné. Tyto služby dokáží koexistovat i v segmentu pronájmů bytů v Praze, kde jsou P2P nabídky široce využívány, a to tak, že realitní makléř vystupuje na straně zájemce o pronájem a obstarává pro něho za provizi vyhledávání vhodných nabídek a související asistenci. Konkurenčním tlakem tak například v žádaných pražských lokalitách převážně vymizela praxe, kdy realitní makléři požadovali provizi od obou stran transakce, a tím docházelo ke zvyšování transakčních nákladů s negativním dopadem na celkovou flexibilitu trhu.



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

–
Duben 2016

Realitní tržiště	Návštěvnost (měsíčně)	Nabízené reality (březen 2016)	Obchodní plán platformy
Sreality.cz (Seznam.cz, a.s., CZ)	700.000	Byty pronájem 8.500 Byty prodej 20.000 Domy prodej 29.500 Domy pronájem 1000	B2C (P2P), denní platba za inzerát, množstevní slevy pro realitní makléře.
Reality.idnes.cz	300.000	Byty pronájem 4.900 Byty prodej 14.500 Domy prodej 16.300	B2C (P2P), paušální platba za inzerát, množstevní slevy pro realitní makléře.
UlovDomov.cz (UlovDomov.cz s.r.o., CZ)	300.000	Byty pronájem 5.300 Spolubydlení 40	B2C a P2P, paušální platba za aktivaci inzerátu, včetně přidružených služeb.
Bezrealitky.cz (Pricetown s.r.o., CZ)	300.000+	Byty pronájem 1.500 Byty prodej 1.600 Domy prodej 1.100 Domy pronájem 100 Spolubydlení 140	P2P, paušální platba za aktivaci inzerátu, přidružené služby (pro developery).
Realitnirevoluce.cz (AktivHolding s.r.o., CZ)	(3.900.000)	Byty pronájem 40 Byty prodej 60 Domy prodej 60	P2P, realitní server vyššího stupně (inzerce na 60 realitních serverech zároveň) paušální platba za aktivaci inzerátu na stanovení období, doprovodné právní služby.

Zdroj: veřejně dostupné informace na webových stránkách realitních tržišť a vlastní kalkulace autorů studie.



Sreality.cz¹¹ je realitní tržiště umožňující inzerovat jak soukromým osobám (60 Kč za inzerát za den), tak autorizovaným podnikatelům, kterým jsou poskytovány množstevní slevy (například 100 inzerátů za den za 235 Kč). U cenové politiky odvozené od ceny za den inzerce je za účelem odhadu konečné ceny vhodné kalkulovat s obvyklou dobou inzerování před uskutečněním transakce, která činí například u malých bytů přibližně 14 dní (840 Kč) u pronájmů a 30 dní (1800 Kč) u prodeje.

Reality.idnes.cz¹² nabízí soukromým osobám základní aktivaci inzerátu za poplatek 320 Kč na 14 dní. Realitní makléři inzerující větší objemy najednou mají i zde výrazné slevy. Cena může při větších objemech spadnout do rozmezí 2 až 3 Kč za den za udržení jednoho inzerátu. Na těchto platformách tak vedle sebe figurují B2C i P2P inzeráty. V případě B2C vstupuje do transakce realitní makléř, který zpravidla účtuje jedné ze stran transakce provizi za zprostředkování. Inzerce realitních makléřů vzhledem k cenové politice platformou dominuje. Pro soukromé inzerenty navíc bývají cenově výhodnější menší P2P platformy, které cenovou politiku více orientují na jednorázovou platbu za aktivaci inzerátu a nikoliv za denní poplatek za jeho udržení v nabídce.

Svým charakterem se službě Sreality.cz a Reality.idnes.cz blíží platforma **UlovDomov.cz**.¹³ Je rovněž otevřena soukromým osobám i realitním makléřům. Realitní makléři mají taktéž významná množstevní cenová zvýhodnění (například 6.748 Kč až za 100 inzerátů po dobu šesti měsíců)¹⁴, ale cenová politika je výrazně otevřenější soukromým inzerujícím. V základní nabídce je i aktivace inzerátu za 99 Kč na 20 dní. Aktivace jednoho inzerátu na neomezenou dobu včetně doplňkových služeb činí 199 Kč. UlovDomov.cz se soustředí výlučně na pronájmy (nikoliv prodeje) a tuto službu doplňuje službou inzerce spolubydlení (podnájmu). Ta je však mnohem méně frekventovaná, když například k 27. 3. 2016 bylo skrze platformu nabízeno 5 322 pronájmů, ale pouze 44 nabídek na spolubydlení (podnájem).

Oproti tomu platforma **Bezrealitky.cz**¹⁵ se zaměřuje výhradně na inzerenty, kteří nejsou realitními kanceláři a cenovou politiku strukturuje v závislosti na úrovni inzerentem požadovaných služeb (základní aktivace inzerátu od 99 Kč na neomezenou dobu) a cenově nezohledňuje množství inzerátů. Na straně nabídky nemusí být pouze fyzické osoby, ale i právnické osoby, včetně developerů. Platforma však zaručuje přímý „P2P“ kontakt ve smyslu, že mezi inzerujícími nejsou nabídky realitních makléřů a vždy tak odpadá provize

¹¹ Sreality. Dostupné na: <https://admin.sreality.cz/vitejte> [31/03/2016].

¹² Reality.idnes.cz. Dostupné na: <http://reality.idnes.cz/?gclid=CITR7bm2hswCFEuy0wodmVACcg> [31/03/2016].

¹³ UlovDomov.cz. Dostupné na: <http://www.ulovdomov.cz/> [31/03/2016].

¹⁴ Ceník platný od 1. 9. 2015. Uvedené ceny jsou bez DPH.

¹⁵ Bezrealitky.cz. Dostupné na: https://www.bezrealitky.cz/?campaign=Brand_br&gclid=CIWM2N62hswCFYEy0wodx7MCzg [31/03/2016].



za zprostředkování. Rovněž Bezrealitky.cz mají zvláštní sekci zaměřenou na spolubydlení (podnájemy), i když i zde dosahuje počet nabídek asi jen jedné desetiny nabídek pronájmů.

Alternativou k uvedeným realitním serverům je také řada inzertních portálů jako **Anonce**, **HyperInzerce** a další, které rovněž nabízejí vložení inzerátů mj. i v sektoru realit (v některých případech i bezplatně). Řada P2P transakcí a transakcí s prvky sdílené ekonomiky (spolubydlení) se tak může uskutečnit zcela mimo zavedené servery specializující se na reality.

Inzertní realitní portály vyššího stupně

Soukromí majitelé inzerující *prodeje* či *pronájmy* nemovitostí mohou využít také služeb realitního portálu vyššího stupně. V ČR je to například **Realitnirevoluce.cz**, který za paušální poplatek (399 Kč na 30 dní či 599 Kč na 60 dní) zajistí zveřejnění nejen na svém portálu, ale současně i na 60 dalších realitních portálech, včetně těch nejnavštěvovanějších, jako jsou *Reality.iDNES*, *Reality.MIX*, *Annonce*, *Hyperinzerce*, jejichž celková uváděná návštěvnost dosahuje přes 130 000 uživatelů denně.¹⁶ Nejsou zde však zahrnuty specializované servery *Bezrealitky.cz*, *UlovDomov.cz*, ani nejnavštěvovanější *Sreality.cz*, se kterým byla spolupráce ukončena.¹⁷ Vedle využití levnějšího serveru *Bezrealitky.cz*, a zčásti také serveru *UlovDomov.cz*, se tento koncept prezentuje jako nástroj přímého P2P kontaktu bez nutnosti provize za zprostředkování pro realitního makléře. Nabízeny jsou i fakultativní služby advokátů za účelem přípravy související smluvní dokumentace.

Realitní portály vyššího stupně lze chápat také jako kompromis mezi inzercí realitní nabídky s využitím služby realitního makléře a samostatným inzerováním na jednotlivých inzertních serverech. Díky množstevním slevám může realitní portál vyššího stupně nabídnout inzerentům – přímým majitelům mnohem nižší cenu za inzerci, než by platili při samostatném inzerování na jednotlivých realitních serverech.

¹⁶ Realitnirevoluce.cz. Dostupné na: <http://www.realitnirevoluce.cz/o-nas/proc-s-nami#servery> [31/03/2016].

¹⁷ Realitnirevoluce.cz. Dostupné na: <http://blog.realitnirevoluce.cz/o-nas/navstevnost-vasi-inzerce/> [31/03/2016].



B) Zprostředkování spolubydlení

- Spolubydlením lze rozumět společenství osob (mimo rodinu), jehož cílem je společné užívání prostoru k bydlení, nejčastěji bytu. Spolubydlení často v počátku vzniká společným pronájmem bytu. Ve spolubydlení ve všech formách lze spatřovat silné prvky sdílené ekonomiky. Společné užívání bytu může mít řadu benefitů z hlediska účelnosti využití prostoru či snížení výdajů za bydlení a na související služby a přispívá i ke zvýšení poptávky po větších bytech a umožňuje flexibilně řešit bytovou problematiku.
- Zdaleka největší nabídka a poptávka po spolubydlení na P2P trzích je v Praze. Hlavní město z tohoto hlediska do značné míry představuje specifický trh v rámci ČR. Přibližně třetina transakcí na P2P trzích v Praze v segmentu spolubydlení zahrnuje cizince. Koncept P2P zprostředkování spolubydlení existuje i v Brně a do jisté míry i v dalších větších univerzitních městech.
- Dle největšího serveru zprostředkovávajícího spolubydlení *eSpolubydleni.cz* je průměrná cena za spolubydlení v **Praze** 5605 Kč/měsíc/osoba. V ostatních větších městech se pohybuje v rozmezí 3.300 Kč/měsíc/osoba až 3.900 Kč/měsíc/osoba (horní hranice platí jen pro Brno).
- Z právního hlediska lze rozlišit dva základní druhy spolubydlení: podnájem a společný nájem bytu více osob. Od toho je odvozena i problematika daňová. Úplatu za spolubydlení lze považovat buď za příjem z podnájmu, nebo za příspěvek na společnou úhradu nájmu a služeb souvisejících s užíváním bytu. V prvním případě by měla vzniknout daňová povinnost tomu, kdo má z podnájmu zisk (například pokud vlastník bytu přijme podnajíemce na spolubydlení, nebo pokud nájemce bytu vybere od spolubydlicích více, než sám zaplatí na nájmu). Ve druhém případě jde o společný nájem bytu a společnou úhradu za spotřebu, která nepředstavuje zdanitelný příjem.
- Spolubydlení může být založeno při samotném nájmu bytu (jeden nájemce si vyhradí užívací práva pro další osoby, popřípadě je byt pronajat společně více nájemci). P2P zprostředkování spolubydlení tak z tohoto hlediska představuje sekundární tržiště pro případy, kdy stávající uživatelé bytu hledají nového spolubydlicího, ať již na základě svého rozhodnutí o volné kapacitě bytu ke sdílení, nebo z důvodu odstěhování jednoho ze stávajících spolubydlicích.
- Rozvoj sekundárního tržiště pro spolubydlicí přispívá k větší stabilitě vztahů mezi spolubydlicími nájemci a pronajímateli, když odchod jednoho z nájemců nemusí vést k ukončení celé nájemní smlouvy. Tato skutečnost v místech, kde tento sekundární trh funguje (zejména Praha a částečně univerzitní města), přispívá k větší ochotě



pronajímatelů uzavřít nájemní smlouvu se společně bydlicími osobami, které netvoří rodinu.

- Platformy nabízející P2P zprostředkování spolubydlení jsou pro soukromé inzerenty převážně zdarma. Placené servery jsou v současné době vzhledem k bezplatné konkurenci v útlumu.

Realitní tržiště	Nabízené/poptávané spolubydlení (březen 2016)	Obchodní plán platformy
eSpolubydleni.cz	Spolubydlení a pronájmy ke spolubydlení 1050+ (za poslední měsíc)	P2P, bezplatný (zpoplatněna jen inzerce realitních makléřů).
myFlatshare.cz	Spolubydlení 600/110 (za poslední měsíc)	P2P, bezplatný, specializace na expat klientelu v Praze.
Spolubydlici.cz	Spolubydlení 240/70 (za poslední měsíc)	P2P, bezplatný.
Chcispolubydlici.cz	Spolubydlení 90/30 (za poslední měsíc)	P2P, bezplatný.
Spolubydleni.cz	Spolubydlení 20/0	P2P, jednorázová platba za aktivaci inzerátu.

Zdroj: veřejně dostupné informace na webových stránkách realitních tržišť a vlastní kalkulace autorů studie.

V případě serverů zaměřených na spolubydlení vedle inzerátů-nabídek existuje i relevantní, byť méně početný segment inzerátů-poptávek (přibližně pětina až čtvrtina). Servery specializované na spolubydlení, včetně těch největších, bývají neplacené pro nekomerční uživatele. Zpoplatněna je jen případná inzerce realitních makléřů. Z tohoto důvodu vystupuje do popředí aktuálnost inzerátů. V nabídce mohou zůstat i neaktuální nabídky. Vzhledem k bezplatnosti většiny serverů se zároveň zvyšuje riziko souběžného vložení inzerátů na více serverech a může docházet i k vícenásobnému vkládání na ten samý server za účelem jeho posunu na aktuálnější pozici. U těchto serverů proto nabývá na důležitosti sledovat dobu zadání inzerce. V tabulce shora je z tohoto důvodu také prezentován jen počet inzerátů za poslední měsíc (březen 2016).

Největším inzertním serverem pro spolubydlení je **eSpolubydleni.cz**.¹⁸ Za měsíc březen 2016 nabízí přes 1050 inzerátů (souhrn nabídek a poptávek). Vedle Prahy jsou mezi nabídkami a poptávkami dostatečně zastoupena i další místa v ČR. Server je využíván rovněž i k poptávce/nabídce pronájmu pro více spolubydlicích osob.

¹⁸ eSpolubydleni.cz. Dostupné na: <http://www.espolubydleni.cz/podnajem-spolubydlici/> [31/03/2016].



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

–

Duben 2016

Na **Spolubydlici.cz**¹⁹ bylo v měsíci březnu 2016 240 nabídek a 70 poptávek. V nabídkách i poptávkách s 90% podílem dominuje Praha. Zbývající nabídky i poptávky připadají na Brno a výjimečně se objevují i další města.

MyFlatshare.cz²⁰ se specializuje na nabídku (600 míst/bytů) a poptávku spolubydlení (110 osob poptávajících spolubydlení za měsíc březen 2016). Většina inzerátů je jen v cizím jazyce a server se převážně zaměřuje na spolubydlení cizinců v Praze. Časté je také zprostředkování spolubydlení na kratší dobu v řádu několika měsíců.

¹⁹ Spolubydlici.cz. Dostupné na: <http://www.spolubydlici.cz/> [31/03/2016].

²⁰ MyFlatshare.cz. Dostupné na: <http://www.myflatshare.com/> [31/03/2016].



Crowdfundingové financování

Ve finančním sektoru namísto terminologie „sdílená ekonomika“ a „P2P“ platformy dominuje termín „crowdfunding“, který značí, že na určitý účel (charitativní projekt, poskytnutí půjčky, nebo navýšení základního kapitálu v obchodní společnosti) se prostřednictvím online platformy skládá větší počet osob.²¹

V České republice se nejprve rozšířil crowdfunding typu **charitativního** a **odměnového**, při kterém se širší skupina poskytovatelů financí skládá na podporu projektu buď výlučně s ohledem na jeho charitativní či sociálně-inovativní charakter, nebo za odměnu v podobě věcného plnění (upomínkového předmětu, poskytnutí budoucího produktu jako například knihy autora poté, co s využitím nasbíraných peněz taková kniha vyjde, obdobně v případě filmu, hudební nahrávky, počítačového programu, apod.). Tyto platformy tak mohou sloužit také jako nástroj získání prvních uživatelů, klientů, zákazníků daného projektu a na základě jejich ochoty dopředu zajistit startovací financování.

Platformy do obsahu projektů a nabízených odměn nezasahují. Výjimku mohou tvořit vyhrazená pravidla vylučující explicitně sexuální či xenofobní obsah projektů. Provize platformy bývá účtována jen u projektů, které od veřejnosti ve stanoveném období získají požadovanou částku. Výše provize účtovaná ze strany platformy se pohybuje v okolí 9 % u projektů menšího rozsahu a s velikostí projektu klesá a může být předmětem individuálního jednání mezi autorem projektu a platformou.

Studie Institutu Aspen odhadla, že celkový objem prostředků poskytnutých v rámci této kategorie crowdfundingových platformy dosáhl přibližně **25 milionů Kč** (k říjnu 2014).²²

Funkci dluhového a případně i podílového (equity) crowdfundingu může v omezené míře suplovat odměnový crowdfunding. Příspěvky od určité částky mohou být například odměňovány nikoliv věcným plněním, ale i určitým „podílem“ na výtěžku daného projektu, nebo slibem výplaty fixní částky poté, co bude projekt úspěšně dokončen. Lze předpokládat, že i s ohledem na rozvoj specializovaných platformy dluhového a podílového crowdfundingu bude tato forma využití odměnového crowdfundingu jen okrajová.

²¹ Odhlíží se přitom od skutečnosti, že v jednotlivých případech nelze vyloučit, že na straně poskytovatele financí bude jen jedna osoba (namísto plurality poskytovatelů). Z terminologického hlediska by bylo vhodnější hovořit o „P2P“ platformě na poskytování financí. Například dluhový crowdfunding v zásadě nevylučuje, aby půjčku na veřejném tržišti v celém rozsahu pokryl jeden věřitel, i když to nebude pravidlem a většina věřitelů volí strategii diverzifikace portfolia.

²² Maria Staszkiwicz a Milan Zubíček. *Crowdfunding Visegrad. A study*. Dostupné na: http://www.aspeninstitute.cz/images_upload/files/crowdfunding_visegrad_FINAL.pdf [31/03/2016].



Nástup **dluhových** crowdfundingových platforem byl v České republice pozvolnější. Platformy zprostředkovávající P2P půjčky mezi fyzickými osobami (*Zonky.cz* a *Benefi.cz*) rozjely svou činnost až v roce 2015 a v souhrnu v prvním roce rozpůjčovaly částku mírně přesahující **40 milionů Kč**. Při vytvoření dostatečné důvěry v koncept P2P půjčování mezi fyzickými osobami by objem rozpůjčovaných prostředků mohl v roce **2020** dosáhnout výše **2 miliard Kč**. I při tomto scénáři by však tato částka z pohledu nabídky (věřitelů) dosáhla jen poloviny promile objemu vkladů českých rezidentů u bank. Na straně poptávky (dlužníků) by objem prostředků ve výši 2 miliardy Kč představoval **podíl na trhu v rozmezí mezi 2% (úžeji vymezený trh) a 0,5 % (široce vymezený trh)**. Zůstává však otázkou, jak by na případný nárůst popularity P2P půjčování zareagovali současní bankovní a nebankovní hráči. Nelze však ani vyloučit scénář, ve kterém by v případě výrazného nárůstu popularity P2P půjček v ČR ostatní hráči odpověděli nejen modifikací svých služeb, ale i spuštěním svých P2P platforem.

Z hlediska daně z příjmu věřitelů nastává situace, která je odlišná od té, kdy má věřitel příjem v podobě úroku z prostředků uložených u banky. Úroky, které věřitel získá na půjčkách skrze dluhové crowdfundingové platformy, **nepodléhají srážkové dani jako v případě úroků od bankovních ústavů**, ale věřitel je musí sám přiznat ve svém daňovém přiznání k dani z příjmu. Ve srovnání s uložením finančních prostředků u banky (která srážku z příjmu automaticky provede a daň za poplatníka odvede) se tak věřitelům na P2P platformách i) zvyšuje administrativní zátěž (povinnost podat daňové přiznání a vést daňovou evidenci) a ii) navyšuje daňový základ. Zároveň z hlediska daňových příjmů pro stát dochází k i) posunutí daňového příjmu až na první polovinu následujícího roku, resp. do období případného placení záloh na dani z příjmů, a ii) zvyšuje se riziko neodvedení daně.

Na danou situaci však lze pohlížet i z toho hlediska, že věřitelé vlastně vystupují z části jako podílníci na výnosu půjček v segmentu spotřebitelských úvěrů. Poskytovatelé spotřebitelských úvěrů tradičním způsobem (bankovní i nebankovní instituce) také neodvádí srážkovou daň z příjmu z úroků za jimi poskytnuté půjčky, ale tento příjem se projeví až v jejich celkovém daňovém základu pro daň z příjmu právnických osob. Tomu odpovídá i skutečnost, že věřitelé v rámci těchto platforem jsou de facto sami činní coby poskytovatelé úvěrů, a to tím, že a) nesou riziko nesplacení půjček, a b) sami rozhodují o výběru vhodné investice, čímž vlastně do značné míry nahrazují činnost tradičního poskytovatele úvěru.

Platforma specializující se na **podílový (equity) crowdfunding** v době přípravy této studie v České republice žádná spuštěna nebyla. Další dobu je oznámeno zahájení platformy Fundlift.cz, která svoji činnost započne na jaře 2016. Cílem platformy je zprostředkovat v ČR inovativní způsob financování především pro začínající projekty a SMEs formou crowdfundingu přes internet.



Dluhový crowdfunding

Do konce roku 2015 stihly platformy *Zonky.cz* a *Benefi.cz* zprostředkovat půjčky v souhrnu v hodnotě něco málo přesahující **40 milionů Kč**. Každá z platforem zhruba polovinu této sumy. Platforma *Zonky.cz* očekává, že do konce roku rozpůjčuje 450 milionů Kč. Oproti konkurenční platformě viditelně mnohem více investuje do marketingové kampaně. Optimistický předpoklad ročního potenciálu P2P půjček mezi fyzickými osobami v ČR (za obě platformy) lze odhadovat v rozmezí 400 až 550 milionů Kč. Dosavadní průměrná délka půjček na *Zonky.cz* je 41 měsíců. Lze tedy předpokládat, že v letech 2016 až 2019 bude celkový objem rozpůjčovaných prostředků skrze tyto platformy rychle růst vzhledem k tomu, že budou přibývat nové půjčky, zatímco dosud poskytnuté nebudou ještě splaceny. Pokud budou realizována očekávání současných hráčů, lze uvažovat o optimistickém scénáři, podle něhož by kumulovaný objem rozpůjčovaných prostředků dosáhl v roce **2020** výše **2 miliard Kč**. Pro srovnání, objem vkladů rezidentů ČR u ústavů v rámci bankovního sektoru v roce 2015 činil 3.680 miliard Kč.²³ Dle uvedeného optimistického scénáře by tedy objem prostředků v P2P půjčkách stanovil **polovinu promile objemu vkladů českých rezidentů u bank**. Z pohledu nabídkové (věřitelské) strany je tedy uvedený scénář realistický za předpokladu udržení důvěry v koncept diverzifikace rizika rozložením do více půjček. Z hlediska poptávkové (dlužnické) strany je vhodné zaměřit se na úvěry poskytnuté rezidentským domácnostem v ČR, které v lednu 2016 dosáhly výše 1 321 miliardy Kč, ale je přitom nutno je očistit o úvěry na bydlení, které z celkového objemu úvěrů poskytnutých domácnostem tvoří 74 %.²⁴ Převážná část těchto úvěrů funguje na bázi hypotečního úvěrování, které je vzhledem k průměrné výši úrokové sazby v bankovním sektoru (v současnosti mírně nad 2 %) zcela mimo potenciál dosažitelný v rámci P2P půjčování. Dluhové crowdfundingové platformy tak mají potenciál vstoupit do konkurenčního boje (prostřednictvím nového financování či refinancování) ve vztahu k objemu prostředků v hrubém optimistickém odhadu maximálně 396 miliard Kč. Střízlivější odhad by však směřoval k ještě omezenějšímu potenciálu. Například objem pohledávek z aktivních smluv v segmentu spotřebitelských úvěrů u nebankovního financování představoval na konci roku 2015 56 miliard Kč.²⁵ V roce 2020 by při uvedeném scénáři mohly P2P půjčky z pohledu poptávajících dosáhnout podílu na trhu **v rozmezí mezi 2% (úžeji vymezený trh) a 0,5% (široce vymezený trh)**. I soudě poptávky po půjčkách je tak uvedený scénář realizovatelný. Lze však očekávat, že prudší růst segmentu P2P půjček (nad rámec uvedeného scénáře) by vyvolal příslušnou reakci i na straně tradičních bankovních i nebankovních hráčů v daném segmentu a růstová dynamika P2P půjček by byla postupně oslabena. Nelze však ani vyloučit scénář, ve kterém by v případě výrazného nárůstu

²³ ČNB. Dostupné na:

https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/bankovni_statistika/bank_stat_komentar.html [31/03/2016].

²⁴ ČNB. Dostupné na:

https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/bankovni_statistika/bank_stat_komentar.html [31/03/2016].

²⁵ Česká leasingová a finanční asociace. Dostupné na: <http://www.clfa.cz/index.php?textID=64>



popularity P2P půjček v ČR ostatní hráči odpověděli nejen modifikací svých služeb, ale i spuštěním svých P2P platform.²⁶ V takovém případě by scénář kumulovaného objemu rozpůjčovaných prostředků mohl překonat uvedenou sumu 2 miliard Kč.

Z pohledu sdílené ekonomiky přináší dluhový crowdfunding nové podmínky jak pro věřitele, tak pro dlužníky. Věřitelé mohou investovat své volné finanční prostředky za vyšší úrok, než je tomu u bank (průměrný úrok cca 10% p.a.). Nesou však vyšší riziko. Nejde o finanční prostředky kryté pojištěním vkladů. Dlužníkem není banka, ani příslušná platforma, ale konkrétní fyzické osoby. Riziku lze čelit zejména širokou diverzifikací portfolia, když se na jeden úvěr složí více (třeba i v řádu několika set) věřitelů. Na straně dlužníků může být výhodou nižší úrok než u jiného jim dostupného finančního produktu. To však neplatí u osob, pro něž je dostupné financování s využitím hypotečního úvěru. Může jít také o alternativní zdroj financování v případě projektů, které bankovní poskytovatelé nedokáží s ohledem na nastavená pravidla úvěrovat.

Míra ingerence dluhových crowdfundingových platform do obsahu financovaných projektů je ve srovnání s bankovním sektorem minimální. Dominantní role platformy spočívá v odhadu ratingu klienta a stanovení výše úrokové sazby pro danou půjčku. Budoucí dlužník však následně má velkou volnost v tom, jak v popisu svého projektu zaujmout a přesvědčit věřitele o návratnosti jejich prostředků. Na straně věřitelů pak může sloužit jako ochranný prvek podstata crowdfundingu, tedy skutečnost, že na jednu půjčku se skládá v aukci více věřitelů. Pokud se nenajde dostatečný počet věřitelů k pokrytí celé částky, půjčka není realizována. Tato „kolektivní věřitelská inteligence“ tak může ochránit méně obezřetné věřitele od nevhodných investic. Tento efekt však může fungovat jen při vyváženém poměru věřitelů a dlužníků a požadovaných a nabízených objemů finančních prostředků v rámci dané platformy. Při významném převisu věřitelů nad poptávkou dlužníků se může tato kolektivní věřitelská obezřetnost upozadit a větší relevanci získá to, zda byla úroková sazba ze strany platformy nastavena férově ve vztahu k souvisejícím rizikům.

Na platformě *Zonky.cz* v roce 2015 (prvním roce fungování služby) se celkem 856 věřitelů složilo na poskytnutí půjček pro 198 dlužníků (tedy poměr cca 4:1). Rozpůjčovalo se celkem 21.427.000 Kč. Průměrná výše jedné půjčky činila 109.882 Kč. Průměrný vklad jednoho věřitele do jedné půjčky dosáhl výše 1.257 Kč. Nejširší portfolio jednoho věřitele je 164 půjček. V průměru se na jednu půjčku skládalo 84 věřitelů. Nejnižší počet věřitelů u jedné půjčky byl 6 (u půjčky 20.000 Kč) a nejvyšší 263 (u půjčky 300.000 Kč).

Uživatelé P2P platform musí kalkulovat s provizí platformy. Nastavení provizí je přitom jedním z významných faktorů, který jednotlivé platformy odlišuje. Platforma *Benefi.cz*

²⁶ Například i společnost *Zonky s.r.o.*, která provozuje portál *Zonky.cz*, je sama plně ovládána jedním z nebankovních hráčů v sektoru spotřebitelských úvěrů (v Nizozemsku sídlící *Home Credit Lab N.V.*).



věřitelům účtuje poplatek ve výši čtvrtiny dlužníky skutečně zaplaceného úroku. Dlužníkům je pak účtován poplatek 3% až 9% z celkové splatné částky půjčky, který je automaticky strhnut při převodu finančních prostředků na bankovní účet dlužníka. Oproti tomu platforma *Zonky.cz* požaduje jednotnou provizi ve výši 2 % z celkové výše půjčky (jistiny).

Obě platformy dluhového crowdfundingu jsou provozovány obchodními společnostmi se sídlem na území České republiky (Benefi a.s. a **Zonky s.r.o.**). V případě Benefi a.s. jsou vlastníkem dvě fyzické osoby, rezidenti na území ČR. **Zonky s.r.o. má výlučného vlastníka, v Nizozemí sídlící společnost Home Credit Lab N.V.**

Podílový (equity) crowdfunding

V rámci podílového (equity) crowdfundingu získá investor za své finanční prostředky akcie nebo jinou formu podílu ve financované společnosti. Obdrží tak také podíl na zisku, na rozhodování ve společnosti či na likvidačním zůstatku stejně jako standardní společník/akcionář. Investoři díky crowdfundingu mohou své portfolio rozšířit o tituly, které nejsou jinak veřejně obchodovatelné. Nevýhodou oproti investici do burzovního titulu však může být právě omezená obchodovatelnost podílu či akcie, ať již s ohledem na pravidla financované společnosti, nebo v důsledku neexistence veřejného trhu s takto získanými podíly/akciemi. Společnost oproti tomu získá equity zdroj financování, který jí umožňuje růst bez nutnosti splácet poskytnuté finance, jak by tomu bylo při volbě úvěrového financování. Podílové crowdfundingové financování je považováno za vhodné zejména v úvodních fázích růstu společností za předpokladu, že mohou prokázat první výsledky potvrzující životaschopnost jejich obchodního plánu a tedy „příběh“, který budou moci představit potencionálním investorům. V České republice podléhá podílový crowdfunding regulaci ze strany ČNB v rámci licencování obchodníků s cennými papíry.

První platforma podílového (equity) crowdfundingu v ČR, *Fundlift.cz*, se nechce sektorově profilovat a jejím záměrem je otevřenost společnostem hledající equity financování napříč sektory (například technologie, retail, průmysl či reality). Společnost Fundlift, s.r.o. má sídlo v ČR a je ovládaná společnostmi Roklen Fin a.s. (se sídlem v ČR) a Rockaway Capital SE (se sídlem a jediným akcionářem s bydlištěm na území ČR).

Ve světě zaznamenal crowdfunding v posledních letech strmý nárůst. V roce 2012 dosáhl celosvětový objem investovaných prostředků 2,7 miliard USD (nejvíce v USA 1,6 miliard USD a Evropě 0,95 miliard USD). Od této doby investovaný objem prostředků roste přibližně vždy na dvojnásobek předchozího roku a za rok 2015 se odhaduje celosvětový objem 34 miliard USD, což by překonalo globální objem tzv. Venture Capital (v průměru 30 miliard USD). S ohledem na tuto růstovou tendenci lze očekávat i růst podílového crowdfundingu v ČR.



Carsharing

Na jaře roku 2015 vznikl dobrovolný profesní a zájmový spolek Asociace českého carsharingu za účelem podpory obecně prospěšných cílů v oblasti sdílení automobilů.²⁷ V současné době se v rámci tohoto spolku k fenoménu tzv. carsharingu (sdílení osobních automobilů) hlásí řada vzájemně zásadně odlišných služeb. Většina má svou podstatou velmi blízko ke službám běžných autopůjčoven (a lze na ně nahlížet jako na inovaci autopůjčoven v důsledku technologického posunu), zatímco jiné jsou zamýšleny spíše jako prosté internetové platformy, v nichž mohou jednotliví vlastníci aut nabízet své vozy k nájmu dalším osobám. Sjednocujícím prvkem tohoto fenoménu tak je zejména to, že jeho prostřednictvím lze za úplatu získat k dočasnému užívání osobní automobil, přičemž se zpravidla jedná o vozy zaparkované na veřejných parkovacích stáních ve vymezených lokalitách.

Sdílených aut celkem	Aktivní poskytovatelé carsharingu
169	Autonapůl, družstvo (40) EMUJ a.s. (10) AJO.cz (9) Sharujeme.cz (15) CAR4WAY (95)

Zdroj: Asociace českého carsharingu, weby poskytovatelů a vlastní kalkulace autorů studie.

Dle údajů *Asociace českého carsharingu* je v ČR celkem 108 sdílených automobilů (údaj k březnu 2015). V dubnu 2016 dosáhl počet všech vozidel nabízených členy asociace 169 automobilů (při sečtení aktuálních údajů dostupných na webových stránkách členů asociace). Podle odhadů carsharingových platforem přitom jeden sdílený automobil nahradí až deset automobilů ve vlastnictví individuálních fyzických osob.²⁸ To by znamenalo náhradu až 1690 soukromých automobilů. K 30. 9. 2015 bylo v ČR registrováno celkem 5.110.452 osobních automobilů.²⁹ Současná kapacita carsharingu tak představuje **jednu třetinu promile z celkového počtu registrovaných automobilů v ČR.**

Rozvoj carsharingu bude v budoucnu ovlivněn faktory ekonomickými (kalkulace nákladů užívání sdíleného automobilu vůči vlastnění automobilu, kalkulační ztráty času s administrativou související s vlastnictvím automobilu) a faktory uživatelskými (dostupnost sdíleného automobilu v čase, kdy je opravdu zapotřebí, možnost odjet mimo stanoviště automobilu na delší dobu apod.). V první fázi tak lze předpokládat, že fenomén carsharingu bude nejprve ovlivňovat zejména pořízení druhého automobilu do domácnosti a případně

²⁷ Asociace českého carsharingu. Dostupné na: <http://ceskycarsharing.cz/> [10/04/2016].

²⁸ Srov. např. Autonapůl. Dostupné na: <http://www.autonapul.org/#page-ohleduplne> [10/04/2016].

²⁹ Sdružení automobilového průmyslu. Dostupné na: <http://www.autosap.cz/zakladni-prehledy-a-udaje/slozeni-vozoveho-parku-v-cr/#graf-celk> [10/04/2016].



pořízení vozu u velmi příležitostných motoristů. Stav, kdy je v Praze na několik čtvrtí dostupný jeden sdílený automobil, může působit na potenciální uživatele této služby odrazujícím způsobem. To, že se někdo rozhodne spolehnout zcela na sdílení namísto vlastnění automobilu, tak bude do značné míry závislé na dostatečnosti kapacity sdílených automobilů v jeho bezprostředním okolí. Do té doby lze spíše předpokládat, že fenomén carsharingu bude mít spíše doplňkový charakter k tradičnímu vlastnictví automobilů. Postupně může sílit konkurenční vztah tohoto fenoménu zejména vůči službám autopůjčoven, u kterých lze očekávat větší orientaci na jednorázové výpůjčky převážně zahraničním klientům, popřípadě na zahraniční cestu s možností odevzdat automobil v jiném státě, než kde byl vypůjčen.

Jedním z průkopníků carsharingu je například brněnské družstvo **Autonapůl**,³⁰ které vzniklo již v roce 2003 a do roku 2016 rozšířilo své služby již na 40 aut v 7 městech ČR. Průměrné stáří vozidlového parku Autonapůl jsou 3 roky. Nejvíce aut je v domovském Brně (18 automobilů), na druhém místě je Praha (15 automobilů). Automobily jsou ve vlastnictví družstva, které se rovněž plně stará o jejich údržbu, pojištění a související administrativu. Autonapůl stanoví cenovou politiku, a to jak pro jednotlivé automobily, tak i pro uživatele v závislosti na jejich tarifu (základní tarif bez paušální platby a tarif s paušální platbou a výhodnější cenou nájmu za km a hodinu). Automobily jsou zaparkovány na veřejných parkovacích stáních – v Praze a Brně vždy v rámci konkrétně vymezené lokality pro každý jednotlivý automobil. Klient Autonapůl hradí kauci ve výši 5.000 Kč a dále v základním tarifu platí jen v závislosti na používání automobilu (za ujetý km, popřípadě za každou hodinu jeho užívání). Klienti tedy neplatí žádnou měsíční či roční paušální platbu za účast v platformě. Tím se Autonapůl v zásadě přibližuje službám tradičních autopůjčoven, přičemž hlavní odlišností je možnost vyzvednutí auta v předem stanovené lokalitě (nikoliv jen na vybraných stanovištích) a jeho otevření s pomocí karty přidělené dopředu každému klientovi (a tedy dostupnost bez ohledu na otevírací dobu autopůjčovny).

Koncept služby blízký autopůjčovně, jako je tomu v případě Autonapůl, lze nalézt i u další brněnské platformy **EMUJ**,³¹ která nabízí k nájmu celkem 10 elektromobilů (s dojezdem 130 km nebo až 160 km) s místem počátku a konce cesty ve vyhrazených zónách rozmístěných po území města Brna. V nabídce se nacházejí také dva tarify závislé na četnosti užívání, přičemž paušální poplatek (250 Kč/měsíc) je účtován jen u tarifu pro častější uživatele. I zde k odemčení elektromobilu postačí karta, kterou má každý uživatel předem k dispozici.

Dalších deset automobilů k nájmu s vyzvednutím ve stanovené zóně veřejných parkovacích míst nebo na vyhrazeném parkovišti (oboje pouze v Brně) nabízí i platforma **AJO.cz**.³² Služba funguje na základě předplaceného kreditu (ve výši 1500 Kč nebo 3900 Kč) ze strany uživatelů,

³⁰ Autonapůl. Dostupné na: <http://www.autonapul.org> [10/04/2016].

³¹ EMUJ. Dostupné na: <https://emuj.cz/> [10/04/2016].

³² AJO.cz. Dostupné na: <http://www.ajo.cz/> [10/04/2016].



přičemž při jednorázovém připsání vyšší částky získává zákazník výhodnější tarifní cenu za kilometr a za hodinu. Z kreditu se strhává automatický měsíční poplatek 49 Kč. Automobily lze odemknout přímo z mobilní aplikace či prostřednictvím dispečera.

Aktuálně největší vozový park má platforma **CAR4WAY** s celkem 95 automobily (83 v Praze, 2 v Poděbradech a 10 v Pardubicích).³³ Cílem platformy je disponovat do roku 2018 400 vozy s 4000 zákazníky. Cena paliva je zahrnuta v ceně za ujetý službu. Charakter služby je obdobný jako u Autonapůl. Automobil se odemká předem přidělenou kartou. Pokud je třeba vozidlo dotankovat, platí se kartou CCS přidělenou k danému vozidlu. Za natankování získá uživatel odměnu v podobě půl hodiny nájmu auta zdarma. Platby se hradí prostřednictvím faktur, a to bezhotovostním převodem či vložím hotovosti na pobočce banky. Paušální platby se neuplatňují a platí jednotná cena. Auto se předává v lokalitách vyhrazených pro každé vozidlo.

Zcela odlišný koncept carsharingu nabízí portál **Sharujeme.cz**.³⁴ Namísto vlastnictví automobilu jako v případě Autonapůl tento portál působí pouze v roli internetového tržiště, na kterém mohou vlastníci automobilů nabízet své vozy k dočasné výpůjčce/nájmu. Míra ingerence Sharujeme.cz do charakteru služby i ceny je minimální. Za každý kontakt, který zprostředkuje, si Sharujeme.cz účtuje jednorázový poplatek 55 Kč. Samotný nájem automobilu je placen přímo mezi vlastníkem a nájemcem. V dubnu 2016 bylo v nabídce Sharujeme.cz celkem 15 automobilů. Většina z nich byla staršího data výroby (9 až 16 let) a pouze jedno vozidlo mělo stáří 2 roky. Platforma má záměr navázat na carsharing i nabídkou zprostředkování dalších nájmu movitých věcí i nemovitostí (zejména rekreačních objektů).

³³ CAR4WAY. Dostupné na: <https://www.car4way.cz> [10/04/2016].

³⁴ Sharujeme. Dostupné na: <http://sharujeme.cz/uvod/> [10/04/2016].



Ostatní služby

Další segment, do kterého se začínají promítat aspekty sdílené ekonomiky, tvoří široký okruh nabídky lidské práce v různých oborech. V dnešní době se stále více rozšiřují různá tržiště, na kterých může v podstatě kdokoli inzerovat své služby, ať už se jedná o návrh designu webových stránek, doučování a hlídání dětí, úklid domácnosti nebo opravy jakéhokoliv druhu. Ve své podstatě tato internetová tržiště pouze díky novým technologiím navazují na již existující tradiční odvětví zprostředkovatelských agentur. Díky nim jsou však nabídky (většinou živnostníků) snáze dostupné pro koncové uživatele, kteří se již nemusejí obracet na kamenné zprostředkovatelské agentury nebo procházet inzertní noviny.

Právě v této oblasti je poměrně těžké odlišit platformy na principech sdílené ekonomiky od těch tradičních, které své dosavadní služby pouze zpřístupnily on-line. Při hledání služeb, které tyto charakteristiky naplňují, se autoři studie řídili zejména těmito kritérii:

- Možnost registrace/vložení nabídky v reálném čase bez nutnosti kontaktování administrátora (nabídka poté může projít určitým prověřením z pohledu bezpečnosti a kvality, ale management správy leží ve větší míře na nabízejícím).
- Existence viditelné zpětné vazby na poskytovatele služeb, se kterou se může uživatel snadno seznámit, aniž by musel kontaktovat administrátora platformy.
- Možnost hledání v celé šíři existujících nabídek tak, aby se poptávající mohl rozhodnout pro finální výběr služby bez asistence administrátora platformy.

Tato kritéria splňovaly následující iniciativy:

Za největší tržiště nabízející realizaci různých druhů prací lze považovat **Nejřemeslníci**, kde se v současné době nachází 31 909 zaregistrovaných firem a individuálních živnostníků. Bohužel nejsou k dispozici data, která by například ukazovala podíl živnostníků na celkovém počtu registrovaných dodavatelů. Na portálu je možné volně vkládat poptávky i nabídky včetně hodnocení realizovaných služeb. Za poskytování služeb si provozovatel účtuje provizi od dodavatele služeb.

Seznam řemeslníků funguje podobným způsobem jako platforma Nejřemeslníci. Počet registrovaných řemeslníků dosáhl 4061 a opět jde o mix firem a individuálních živnostníků. Za registraci dodavatele si provozovatel účtuje roční poplatek. V tomto případě je však třeba počítat s tím, že aktivní dodavatelé mohou být zaregistrováni u obou platform.



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

—

Duben 2016

Portál **Hlídačky** vytvořil prostor pro poptávání a nabízení hlídání dětí a úklid domácností. V jeho databázi se k březnu 2016 nacházelo 4 254 paní na hlídání a 1 113 paní na úklid. Stejně jako u jiných platform na principech sdílené ekonomiky se kvalita služeb měří zejména podle hodnocení zákazníků. Provizi si portál účtuje od zákazníka na straně poptávky formou měsíčního poplatku podle rozsahu služeb. Vzhledem ke komplikované vyčíslitelnosti celkového trhu v této oblasti (úklid, hlídání dětí, drobné opravy, sousedské výpomoci) v podstatě nelze odhadnout, jakým podílem se tento portál se sdílenými službami podílí na celkovém trhu.

Na trochu odlišném principu funguje služba **Easysk**, na jejíchž webových stránkách lze nalézt 4 013 dodavatelů v následujících oblastech: tvorba a úpravy internetových stránek, grafický design, copywriting, výroba mobilních aplikací, online marketing a administrativa v podobě virtuálních asistentů. Poptávající uživatel může vložit poptávku na službu, kterou hledá, a obratem dostane nabídky od různých dodavatelů, ze kterých si může vybrat na základě té, která mu nejvíce vyhovuje. K dispozici jsou také hodnocení od předchozích zákazníků. Za vložení poptávek nebo založení dodavatelských účtů Easytask neúčtuje žádné poplatky, pouze v případě firemních účtů a zakázek neprobíhá komunikace na přímo, ale přes provozovatele platformy, která si účtuje provizi 15 %. K březnu 2016 již v rámci portálu proběhlo 3 905 uskutečněných transakcí.

Slovenská aplikace **yuVe** vstoupila na začátku roku 2016 také na český trh. Specializuje se na zprostředkování zakázek pro drobné opravy bytů, domů a jejich zařízení. Služba zatím běží v pilotní verzi a má přibližně 200 registrovaných dodavatelů.



Asociace
pro mezinárodní
otázky
Association
for International
Affairs

Research Paper 2/2016

Analýza vybraných sektorů sdílené ekonomiky v České republice

–
Duben 2016

ASOCIACE PRO MEZINÁRODNÍ OTÁZKY (AMO)

AMO je nevládní nezisková organizace založená v roce 1997 za účelem výzkumu a vzdělávání v oblasti mezinárodních vztahů. Základním posláním AMO je přispívat k hlubšímu porozumění mezinárodnímu dění. Díky svým aktivitám doma i v zahraničí a dlouholeté historii je AMO vnímána jako čelní nezávislá instituce svého druhu v České republice.

K dosažení svých cílů AMO:

- formuluje a vydává studie a analýzy;
- pořádá mezinárodní konference, expertní semináře, kulaté stoly, veřejné diskuse;
- organizuje vzdělávací projekty;
- prezentuje kritické názory a komentáře k aktuálnímu dění pro domácí a zahraniční média;
- vytváří příznivější podmínky pro růst nové generace expertů;
- podporuje zájem o disciplínu mezinárodních vztahů mezi širokou veřejností;
- spolupracuje s řadou dalších domácích i zahraničních institucí.

VÝZKUMNÉ CENTRUM AMO

Výzkumné centrum AMO je předním českým think-tankem, který není spjat s žádnou politickou stranou ani ideologií. Svou činností podporuje aktivní přístup k zahraniční politice, poskytuje nestrannou analýzu mezinárodního dění a otevírá prostor k fundované diskuzi. Hlavním cílem Výzkumného centra je systematické sledování, analýza a komentování mezinárodního dění se zvláštním zaměřením na českou zahraniční politiku.

Výzkumné centrum bylo založeno v říjnu 2003 jako analytický útvar AMO se zaměřením na mezinárodní vztahy a zahraniční, bezpečnostní a obrannou politiku. Jeho jádrem je [tým analytiků](#), jejichž prostřednictvím nabízí odbornou expertízu v hlavních problémech světových regionů a klíčových otázkách současné mezinárodní politiky. Výzkumné centrum zpracovává [vlastní odborné studie](#), analytici poskytují [komentáře](#) k aktuálnímu dění prostřednictvím médií. Dedikovanou platformou pro hodnocení mezinárodní politiky je [blog AMO](#).

www.amo.cz

