

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

**Airbnb a jeho využití z pohledu účastníků
a ostatních aktérů cestovního ruchu**

bakalářská práce

Autor práce: Kristýna Moravcová

Vedoucí práce: Ing. Alice Šedivá Neckářová, Ph. D.

Jihlava 2019

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Kristýna Moravcová**
Studijní program: **Ekonomika a management**
Obor: **Cestovní ruch**
Název práce: **Airbnb a jeho využití z pohledu účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu**
Cíl práce: **Hlavním cílem práce je identifikace postojů a názorů účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu k fenoménu ekonomiky sdílení (sharing economy) – Airbnb. Teoretická část práce bude zahrnovat rešerši pojmů, které jsou klíčové pro porozumění praktické části práce. Praktická část práce bude řešit povědomí a využívání Airbnb mezi českými turisty, identifikovány budou také postoje a názory na Airbnb u vybraných aktérů na straně nabídky cestovního ruchu.**



Ing. Alice Šedivá Neckářová, Ph.D.
vedoucí bakalářské práce



RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Abstrakt

MORAVCOVÁ, Kristýna: Airbnb a jeho využití z pohledu účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická v Jihlavě. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: Ing. Alice Šedivá Neckářová, Ph.D. Stupeň klasifikace: bakalář. Jihlava 2019. 64 stran.

Cílem bakalářské práce je identifikace postojů a názorů účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu k fenoménu ekonomiky sdílení – Airbnb. Teoretická část práce zahrnuje literární rešerši a definuje základní pojmy z oblasti cestovního ruchu, služeb a sdílené ekonomiky, které jsou klíčové pro zpracování výzkumné části práce. Výzkumná část se zabývá výzkumem metodou dotazníkového šetření, který identifikoval postoje a názory účastníků cestovního ruchu. Výzkumné otázky identifikovaly postoje a názory u vybraných aktérů cestovního ruchu na straně nabídky. Na realizovaný výzkum navazuje aplikační část, kde byla navržena doporučení pro jednotlivé aktéry cestovního ruchu, a to konkrétně pro pronajímatele bytů přes Airbnb, hoteliéry a účastníky cestovního ruchu.

Klíčová slova

Airbnb; sdílená ekonomika; krátkodobý pronájem ubytování; webová platforma

Abstract

MORAVCOVÁ, Kristýna: Airbnb and its use from the point of view of participants and other travel participants. Bachelor thesis. College of Polytechnics Jihlava. Department of Travel and Tourism. Supervisor: Ing. Alice Šedivá Neckářová, Ph.D. Degree of qualification: Bachelor. Jihlava 2019. 64 pages.

The aim of this bachelor thesis is to identify the attitudes and opinions of participants and other people involved in tourism to the phenomenon of the shared economy - Airbnb. The theoretical part of the thesis includes literary research and defines the basic concepts of tourism, services and shared economics, which are key to the processing of the research part of the thesis. The research section deals with research through a questionnaire survey that has helped to identify the attitudes and opinions of the participants. Research issues helped identify the attitudes and opinions of selected persons on the tourist side. The

research is followed by a section where recommendations have been proposed for individual tourism stakeholders, namely for air-rented apartments through Airbnb, hoteliers and tourists.

Key words

Airbnb,; Sharing Economy; Short-term Rentals; Web Platform

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 7. prosince 2018

.....
Podpis studentky

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní doktorce Alici Šedivé Neckářové za vstřícný přístup a podnětné připomínky při zpracování. Také bych ráda poděkovala všem respondentům při dotazníkovém šetření a panu Matyáši Trojanovi, panu Gorjanu Lazarovi a panu Václavu Vochoskovi za jejich přínosné pohledy a názory. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině a všem blízkým za jejich podporu, kterou mi poskytovali po celou dobu mého studia.

Obsah

Úvod.....	11
Motivace	13
Cíl práce.....	14
1 Současný stav problematiky	15
1.1 Cestovní ruch	15
1.1.1 Účastník cestovního ruchu.....	16
1.2 Služby	17
1.2.1 Služby v cestovním ruchu.....	17
1.2.2 Ubytovací služby	20
1.3 Ekonomika sdílení.....	21
1.3.1 Krátkodobý pronájem ubytování	23
1.3.2 Další webové platformy krátkodobého ubytování.....	25
1.4 Airbnb v minulosti a dnes.....	28
1.4.1 Jiné funkce Airbnb.....	31
1.4.2 Situace Airbnb v současnosti.....	33
2 Výzkumná část.....	35
2.1 Metodologie výzkumu	35
2.2 Výsledky dotazníkového šetření	36
2.3 Řízené rozhovory	45
3 Diskuze	49
4 Návrh řešení a doporučení pro praxi.....	51
Závěr	53
Seznam použité literatury	54
Přílohy.....	58

Seznam obrázků

Obrázek 1 – Logo (Booking.com, ©1996-2018).....	25
Obrázek 2 – Logo (Expedia, ©2018).....	26
Obrázek 3 - Logo (Couchsurfing, ©1999-2018)	26
Obrázek 4- Logo (TripAdvisor, ©2018).....	27
Obrázek 5 - Logo (HomeAway, ©2006-2018).....	27
Obrázek 6 – Koláž, treehouse (vlastní zpracování, 2018)	28
Obrázek 7 – Logo (HouseTrip, ©2018).....	28

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Pohledy na cestovní ruch.....	16
Tabulka 2 - Klasifikace služeb.....	19
Tabulka 3 - Příklady zážitků ve vybraných městech	32
Tabulka 4 - Nabídka počtu lůžek přes Airbnb (2017)	34
Tabulka 5 - Spokojenost respondentů s Airbnb.....	43

Seznam použitých zkratek

§	Paragraf
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
USD	Americký dolar

Úvod

Tato bakalářská práce se bude zabývat fenoménem v oblasti ubytování – Airbnb. Letos tato webová platforma slaví 10. výročí od založení a na trhu krátkodobých pronájmů je zcela unikátní. Cestovatel si může zvolit velice atraktivní ubytování, například ubytování v luxusním bytě zařízeným stylovými doplňky jako z časopisů o bydlení, v bungalovu v bohémském stylu s vlastní soukromou pláží, nebo se může ubytovat v skromném přístřešku v srdci amazonské džungle, přesně tak, jak bydlí místní lidé.

Na Airbnb najdeme byty nebo pokoje lidí ke krátkodobému pronájmu, kteří v dané lokalitě bydlí, nebo je zde vlastní. Při výběru ubytování je důležité sledovat recenze, neboť se stává, že ubytování nabízí buď nevhodný poskytovatel prostoru samotného, nebo se může také stát, a stává se poslední dobou celkem často, že místo majitelů bytů, kteří jsou místními obyvateli a mohou nám předat domácí atmosféru vybrané lokality, spíše dorazíme do místa, které je hotelem nebo apartmánem. Bohužel pak nemáme ten výsledný pocit, který od ubytování přes Airbnb můžeme očekávat. (1)

Airbnb je aktuálně velmi probíraným tématem jak na úrovni státu, sdružení nájemníků, ale i provozovatelů klasického ubytování v hotelech. Ne všichni tito poskytovatelé ubytování sdílí na tuto moderní platformu negativní pohled. V americkém startupu je viděna příležitost, jak se i klasické hotely můžou posunout zase o trochu dál. Provozovatelé tradičních hotelů (ani stát) se nemohou tvářit, že sdílená ekonomika a vysoká poptávka po jejích službách je něco, co by mělo být odstraněno. Naopak by měli tohoto trendu využít a hledat inspiraci, jak se oni mohou zlepšit a jejich nabídku pro účastníky cestovního ruchu zatraktivnit. (2)

„Airbnb „nekrade“ turisty, ale přibližuje k sobě své vlastní“.

Práce bude rozdělena na teoretickou část, kde bude provedena literární rešerše z oblasti cestovního ruchu a jeho účastníka, služeb v cestovním ruchu a služeb v ubytování, ekonomiky sdílení a krátkodobého pronájmu ubytování a dalších webových platform, které tento pronájem zprostředkovávají. V neposlední řadě bude představena služba Airbnb a její vznik, průběh a současnost.

Praktická část bude věnována interpretaci primárního výzkumu. Metodou dotazníkového šetření technikou dotazníku budou identifikovány pohledy a názory na Airbnb a pomoci

dalších výzkumných otázek budou identifikovány postoje a názory na Airbnb u vybraných aktérů na straně nabídky cestovního ruchu.

Motivace

Airbnb pro autorku této práce znamená velice atraktivní trend v oblasti ubytování na jejích cestách, zatím pouze po Evropě. Byla již přes tuto webovou platformu sama několikrát ubytována a vidí v této revoluci v oblasti krátkodobého ubytování velký potenciál. Nejen, že prostřednictvím Airbnb mohou cestující okusit místní zvyklosti obyvatel, ale mohou skrz něj najít opravdu velice atraktivní a unikátní ubytování, ke kterému by se v cizí destinaci pouze těžko dostali. Ráda by zjistila, jaké je povědomí o této službě mezi ostatními účastníky cestovního ruchu a přiblížila postoje a názory poskytovatelů na straně nabídky cestovního ruchu.

Cíl práce

Cílem této práce je identifikace postojů a názorů účastníků cestovního ruchu k fenoménu ekonomiky sdílení, kdy autorku práce zajímá, jak vypadá nejen typická cesta takového účastníka, ale i identifikace postojů a názorů ostatních aktérů cestovního ruchu. Teoretická část práce zahrnuje rešerši pojmů, které jsou klíčové pro porozumění praktické části. Praktická část analyzuje povědomí a využívání Airbnb mezi českými turisty a identifikuje postoje a názory ostatních aktérů cestovního ruchu. Přínos této práce autorka očekává v informacích, které touto prací přinese, neboť bakalářských prací, které se zabývají tématem Airbnb, k dnešnímu dni mnoho zpracovaných není. Také by ráda navrhla doporučení pro jednotlivé aktéry cestovního ruchu, a to konkrétně pro pronajímatele bytů přes Airbnb, hoteliéry a účastníky cestovního ruchu.

1 Současný stav problematiky

V úvodu teoretické části je definován cestovní ruch a následně služby z hlediska jejich vlastností, klasifikací, prodejní sítě v cestovním ruchu a služeb v ubytování. Její část je věnována pojmu ekonomika sdílení, a to konkrétně krátkodobému pronájmu ubytování. Poslední kapitola teoretické části je věnována službě Airbnb, která je klíčovým tématem této práce.

1.1 Cestovní ruch

Oficiálně přijatá definice cestovního ruchu v roce 1993 podle UNWTO, která koncept cestovního ruchu dovedla daleko za stereotyp „prázdninového pobytu“ zní: „*Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.*“ (Kotíková, 2013, s. 16)

Cestovní ruch dělíme z hlediska forem na **domácí cestovní ruch**, který se týká rezidentů (jako návštěvníků) uvnitř dané oblasti, **cestovní ruch do dané země** (aktivní), který se týká rezidentů (jako návštěvníků), kteří cestují v dané oblasti (můžeme znát také pod názvem „incoming“) a **cestovní ruch mimo vlastní zemi** (pasivní), který se týká rezidentů (jako návštěvníků), kteří cestují do jiné oblasti (můžeme znát také pod názvem „outgoing“). Druhy cestovního ruchu rozlišujeme jako například lázeňská turistika, kongresová turistika, cykloturistika, horská turistika apod. (3)

Beránek (2013, s. 9) uvádí, že cestování a cestovní ruch v současné době chápeme jako dva související pojmy, které charakterizují určitý životní styl člověka. Patří sem odpočinek, zábava, sport, poznání okolí, obchod, léčba a mnoho dalších činností.

Lidé si s pojmem cestovní ruch často spojují cestování do různých destinací za účelem dovolené, prohlížení si památek, návštěvy příbuzných a přátel a dalších jiných účelů. Lidé si při trávení takové dovolené mohou zasportovat, opalovat se a přečíst si knížku, na kterou dříve neměli čas. Mohou si vyjet za poznáním, uspořádat výlet po dané lokalitě, seznámit se s místními obyvateli, zakusit jejich místní tradice, ochutnat jejich tradiční jídla, zkrátka asociací, které s cestovním ruchem souvisí a které se nám mohou vybavit, je spousta. (Goeldner, 2014, s. 3)

Podle Goeldnera a Brenta (2014, s. 3) existují celkem čtyři pohledy na cestovní ruch:

Tabulka 1 - Pohledy na cestovní ruch

Turista	Vyhledává rozličné duševní i fyzické zkušenosti a uspokojení, jejichž povaha bude výrazně ovlivňovat jeho volbu destinace a aktivity.
Firmy nabízející turistům zboží a služby	Obchodníci a podnikatelé vidí v cestovním ruchu příležitost vydělat poskytováním zboží a služeb, které si turistický ruch žádá.
Správa hostitelských zemí či oblastí	Politici spatřují v cestovním ruchu faktor vnášející kapitál do ekonomik pod jejich správou. Jejich přístup se odvozuje od toho, jaké příjmy mohou občané z tohoto podnikání získat.
Hostitelská komunita	Místní obyvatelé obvykle považují cestovní ruch za faktor, který ovlivňuje jejich kulturu a zaměstnanost.

Zdroj: (Goeldner a Brent, 2014)

Pod pojmem cestovní ruch se skrývá sektor služeb s komplexním produktem, který je především závislý na zásobování. Cestovní kanceláře, dopravci, hoteliéři, restauratéři, průvodci a ostatní články cestovního ruchu jsou součástí řetězce, kteří nabízí jeden článek z celkového produktu. Společně tak tyto složky vymezují zkušenosti účastníků na cestovním ruchu a jejich hodnocení kvality provedených služeb. (Seifertová, 2013, s. 27)

1.1.1 Účastník cestovního ruchu

Koncept účastníka cestovního ruchu vychází z definice, která říká, že cestovatel je: „osoba na cestách mezi dvěma a více zeměmi nebo mezi dvěma a více lokalitami v rámci

země obvyklého pobytu“ (Goeldner, 2014, s. 6) Tento autor říká, že všechny typy cestujících jsou nazýváni návštěvníky a tento název tak vytváří základní koncept celého systému statistiky v cestovním ruchu. Dělí se na návštěvníky mezinárodní a interní. Mezinárodní návštěvníci, jsou osoby cestující na dobu nepřesahující dvanáct po sobě jdoucích měsíců do země, která není jejich obvyklým místem pobytu a kteří si své aktivity zde nehradí ze zdrojů dané země. Interní návštěvníci cestují mimo území svého obvyklého pobytu, ale stále v rámci své vlastní země. Dále se návštěvníci dělí do dalších dvou kategorií na turisty a jednodenní návštěvníky. Turisté jsou návštěvníci zůstávající v navštívené zemi alespoň jednu noc a jednodenní návštěvníci jsou ti, kteří v navštívené zemi nebo oblasti nestráví noc v hromadném či soukromém ubytovacím zařízení čili například ti, kteří cestují za poznáním místního hradu, galerie, slavnosti apod.

Segmentace účastníků cestovního ruchu je v praxi ztížena skutečností, že tito účastníci mění své spotřebitelské chování v závislosti na účasti cestovního ruchu a může být tak u stejných osob ovlivněna různými motivy. Novodobí „post-turisté“ mohou střídát své „role“ a střídát i účast na masovém a alternativním cestovním ruchu. (Kotíková, 2013, s. 191)

1.2 Služby

„Službami se obecně rozumí ekonomická činnost, jejímž výsledkem jsou nemateriální hodnoty, které se projevují jako užitečné efekty pro spotřebitele služeb, nebo také proces vynakládání práce, při němž nevzniká hmotný výrobek, nýbrž užitečný efekt.“ (Ida Rašovská, Kateřina Ryglová, 2017)

Službu si lze také představit jako činnost, kterou může jedna strana nabídnout druhé. Ačkoli v odborné literatuře můžeme najít mnoho definic, kterými se zabývá celá řada autorů, na tak rozsáhlou skupinu ekonomických statků převážně s nehmotnou charakteristikou, jakými služby jsou, dodnes není žádná z nich oficiálně uznána jako adekvátní.

1.2.1 Služby v cestovním ruchu

Konkrétně v oblasti turismu lze uplatnit následující obecnou charakteristiku služeb - jejich snadnou napodobitelnost konkurencí, není uskutečnitelné jejich uskladnění, časté spojení místa distribuce a místa poskytnutí služeb, závislost na jedinci,

který službu realizuje, obtížné vyhodnocení kvality provedení služby a tak dále. (Zelenka, 2008, s. 17)

Podle Palatkové (2011, s. 54) řadíme mezi specifické hlavní vlastnosti služeb: *nehmatatelnost a nehmotnost*, tzn., že si službu nemůžeme předem prohlédnout, prověřit ani vyzkoušet, *neoddělitelnost*, kdy v turismu většinou dochází k poskytování a spotřebě služby naráz a k neoddělitelnosti místa, času čerpání a poskytování služby, dále pak *různorodost*, kdy jsou služby v turismu čerpány v kombinacích a na trhu je nabízeno množství různých služeb v různé kvalitě a pro různé cílové skupiny, *komplexnost*, kdy služby v turismu vystupují a jsou nakupovány a spotřebovávány v komplexech. Typickým příkladem komplexu služeb v turismu je zájezd. *Subjektivita vnímání a poskytování stejné služby*, služba tak nemůže být zpravidla poskytnuta pokaždé naprosto stejným způsobem (vysoká míra subjektivity, měnící se podmínky), což vede i k obtížnému měření kvality a standardizaci služeb. *Dočasnost* čili pokud služby nejsou v daný čas vyčerpány, zanikají. Dočasnost (netrvanlivost) služeb v turismu má dopad zejména do cenové politiky a distribučního mixu. *Neexistence vlastnictví*, kdy zakoupení a spotřeba služby nevedou ke vzniku vlastnického vztahu. *Podmíněnost nákladů*, kdy ve službách turismu nelze často přesně kalkulovat úroveň fixních a variabilních nákladů na jednoho zákazníka a v neposlední řadě *vztah služeb a provozovatele*, což znamená, že některé služby nelze oddělit od jedince, který je poskytuje.

Dle Vaníčka a Křesťana jsme také schopni rozeznávat na základě výše uvedených vlastností služeb čtyři kategorie jejich nabídky (3): *pouze hmatatelné zboží*, kdy tento produkt není doplněn žádnými službami, například zubní pasta. *Hmatatelné zboží s doprovodnými službami*, s takovým produktem je přidaná linie služeb, například elektrospotřebiče. *Důležitá služba s doprovodnými menšími výrobky a službami*, příkladem může být cestování letadlem, a *pouze služba*, příkladem uvádí hlídání dětí nebo psychoterapii.

Do klasifikace služeb cestovního ruchu řadíme *služby cestovního ruchu*, tedy tzv. *vlastní služby*, které většinou uspokojují potřeby návštěvníků cestovního ruchu, ku příkladu hotely či cestovní kanceláře. K *ostatním službám*, tedy *cizím*, zařazujeme služby, které produkují podniky s vícefunkčním charakterem a uspokojují i potřeby místního obyvatelstva kupříkladu plavecký stadión, divadlo, dopravní podniky. (Linderová, 2013, s. 64)

Vaníček a Křest'an (3) definují služby jejich výčtem nebo podle různých faktorů, které službu reprezentují. Klasifikaci služeb řadí podle činností a podle reprezentujících faktorů:

Tabulka 2 - Klasifikace služeb

Klasifikace služeb podle činností	Klasifikace služeb podle reprezentujících faktorů
Maloobchod a velkoobchod	Typ služby
Doprava, distribuce a skladování	Typ prodávajícího
Bankovníctví a pojišťovnictví	Typ kupujícího
Nemovitosti	Vlastnosti poptávky
Komunikace a informační služby	Způsob zabezpečení (dodavatelsky nebo vlastními silami)
Veřejné služby, vládní a vojenský sektor	Stupeň hmatatelnosti
Zdravotnictví	Nákupní motivy
Obchodní, profesionální a osobní služby	Závislost na zařízeních nebo na lidech
Rekreační a ubytovací služby	Frekvence styku se zákazníkem
Vzdělání	Požadavky na dodávku
Ostatní neziskové organizace	Stupeň přizpůsobení služby zákazníkovi
	Stupeň intenzity práce

Zdroj: (Vaníček, Křest'an, 2007)

Dále je důležité si charakterizovat prodejní síť služeb v cestovním ruchu. Ta působí obdobně i v jiných základních odvětvích jako například v zemědělství nebo ve výrobě, kde se výrobky ke konečným zákazníkům dostanou pomocí velkoobchodníků, distributorů a dalších prostředníků. Prodejní síť služeb v cestovním ruchu je zcela výjimečná, neboť vyrábí zejména služby nehmotného charakteru.

Jelikož se situace v cestovním ruchu díky technologickému pokroku neustále vyvíjí, přiblížíme si vlivy, které přináší právě internet a nové technologie. (Goeldner, 2014, s. 169)

- **Internet** – hlavní distribuční kanál turistických produktů, který uskutečňuje přímý prodej od poskytovatele ke konečnému zákazníkovi, kterému je prostřednictvím webu umožněno poskytnutí informací i nástrojů nezbytných k naplánování vlastních cest. Poskytovatel cestovního ruchu, jako je cestovní kancelář či průvodce, může díky internetu své služby prezentovat na vlastních webových stránkách. Dále se na trhu nachází letecká společnost, ubytovací zařízení, půjčovna aut a podobně, pro které webová stránka představuje přímý prodejní kanál, čímž jsou sníženy náklady na distribuci, protože si rezervaci provádí sám účastník cestovního ruchu. Internet je nejen zdrojem informací, ale také zdrojem transakcí za služby v cestovním ruchu. Také je výkonným sociálním médiem, jehož prostřednictvím webu mohou účastníci cestovního ruchu sdělovat ostatním aktérům cestovního ruchu své názory a zkušenosti, co se služeb týče. (Goeldner, 2014, s. 181)
- **Elektronické obchodování** – umožňuje poskytování zboží a služeb přes internet. Vzhledem k růstu prodeje cestovních produktů přes webové stránky a online rezervační systémy umožňující veškeré cestovní služby (Expedia, Travelocity, American Express apod.) je v obchodování s cestovními produkty na špici online obchodování. (Goeldner, 2014, s. 182)
- **Telefon** – v oblasti cestovního ruchu je telefon v dnešní době velmi efektivní činitel. Účastníci cestovního ruchu telefon používají jako nástroj k vyhledávání informací, které na svých cestách potřebují jako například informace o letovém provozu a případném zpoždění, ale také si mohou porovnat ceny různých letových společností, vyhledat ubytování, či dopravu. (Goeldner, 2014, s. 183)

1.2.2 Ubytovací služby

Ubytovací zařízení poskytují primárně přechodné ubytování, tj. služby v hotelnictví. Ubytovací zařízení nabízí služby různé povahy a třídy, příkladem jsou služby s vlastním ubytováním, doplňkové služby, aktivity spojené s volným časem klienta či aktivity spojené s profesí klienta. Kdyby neexistovala nabídka ubytovacích služeb, tak bychom

nemohli splnit ostatní potřeby účastníků cestovního ruchu jako je poznávání, cestování účast na kongresovém cestovním ruchu, návštěvy kulturních památek či léčba v lázních. Mezi smysl účasti na cestovním ruchu nepatří ubytování, ale rekreace, odpočinek, zdraví nebo sportovní vyžití. Když není splněna potřeba perfektních ubytovacích a gastronomických služeb, nemůžeme ani splnit další jiný užitek na cestovním ruchu. (Hán, 2016, s. 72)

Úkolem ubytovacích služeb je tedy plnit potřeby a požadavky hostů, zaměstnanců, vlastníků i veřejnosti nabídkou poskytovaných služeb v podnikatelském prostoru, který se mění. Ubytovací služby řadíme mezi služby osobní. I přesto, že je poptávka zřetelně členěna a podléhá závislosti na svém vývoji, stále vychází z vlastností služeb a svým zaměřením podléhá nutnosti přítomnosti klienta. Subjektivně je tak hodnocena jak služba, tak i především způsob, jakým byla provedena. (3)

1.3 Ekonomika sdílení

Lidé sdíleli své zdroje a znalosti od té doby, co se poprvé spojili v prehistorických dobách, a to ještě předtím, než vůbec existoval jazyk. Dělili se, aby přežili, a v současné době v tom nadále pokračují. Ale dnes jim nejde o přežití, ale o prospěch, který ze sdílení mají. Když se řekne pojem „ekonomika sdílení“ nebo také „sdílená ekonomika“, představíme si sdílení ekonomického statku, zboží či služby, z které máme nějaký užitek. S největší pravděpodobností je sdílená spotřeba součástí životů každého z nás. Pokud jste si někdy vypůjčili knihu z knihovny, vyprali jste si prádlo v prádelně, nebo jste si ve městě zapůjčili kolo, které jste museli za určitý čas vrátit, tak pak už tušíme, co sdílená ekonomika znamená. Jde o model podnikání, který stojí na sdílení majetku, výměnách anebo pronájmu.

Dnešní podobu takzvané „sharing economy“ nastartovala finanční krize v roce 2008, kdy byly obrovské monolity bank zachraňovány penězi daňových poplatníků (bez jejich svolení), zatímco majitelé domů zatíženi hypotékami a malé firmy bankrotovaly. Toto zklamání vyneslo na světlo fenomén sdílené ekonomiky, jenž ve spojení s digitálními technologiemi umožňuje výrazně snižovat náklady. Je třeba zmínit, že sdílená ekonomika do jisté míry kráčí ruku v ruce s dalšími trendy, které jsou časté zejména mezi mladými lidmi (zero waste, minimalismus). Pojem „sustainability“ (udržitelnost) tak přešel z úst politiků a akademiků, kteří jej stejně nebyli schopni uchopit jinak než slovně, do rukou

různých hnutí, nově pojímaných firem a zejména do rukou jedinců, a objevilo se „SDÍLENÍ“. Zpočátku v podstatě občanská výpomoc a jistý odklon od závislosti na „vlastnění věci“ přerostly do nových rozměrů. K nejznámějším (a také ekonomicky nejsilnějším) firmám sdílené ekonomiky patří webová služba Uber, jež umožňuje objednání jízdy přímo u řidiče, a Airbnb, zprostředkující pronájem bytů. Obě firmy byly založeny během finanční krize – Airbnb v roce 2008, Uber v roce 2009 (Hán, 2017, s. 273).

Přestože princip, na kterém ekonomika sdílení funguje, není nový, do dnešní doby není všeobecně přesná přijatá definice. Lidé v současné době vlastní spoustu věcí, z nichž většinu ani nechtějí, nepotřebují nebo dokonce ani nikdy nevyužijí. Díky nadměrné spotřebě se objevil nový model podnikání, který poskytuje spotřebitelům moc získat to, co chtějí a potřebují, levněji.

Ekonomika sdílení neboli také „společná spotřeba“ lze definovat jako „*socioekonomický systém založený na sdílení lidských a hmotných aktiv*“ (4) nebo tímto pojmem rozumějme „*sdílení ekonomik umožňuje jednotlivcům a skupinám vydělávat peníze z nevyužitých aktiv. Tímto způsobem jsou fyzická aktiva sdílena jako služby*“. (5)

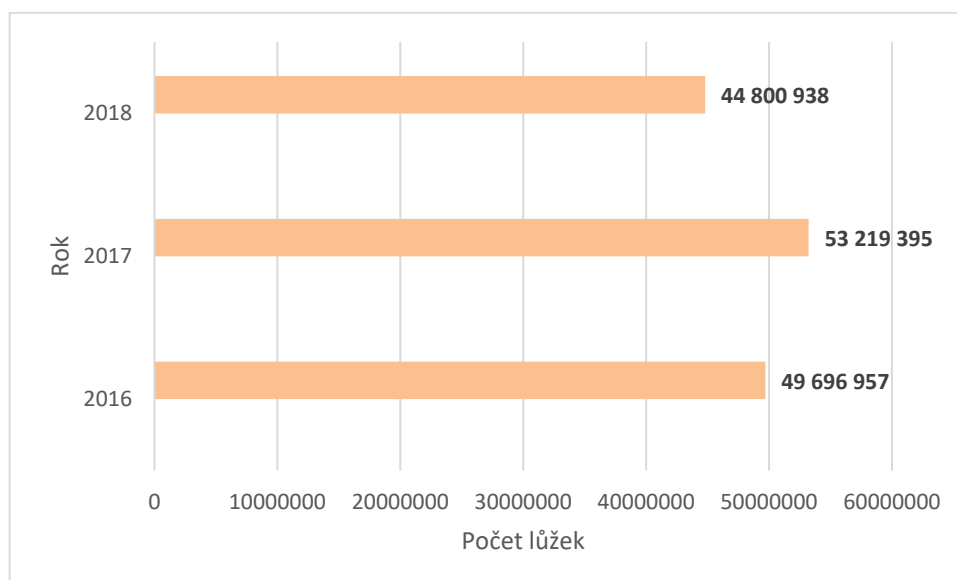
Vatamanescu (2017, s. 8) říká, že sdílení je silný koncept s mnoha významy, které zahrnuje hmotné i nehmotné věci a ekonomické i neekonomické účely. Podle oxfordského studijního slovníku (2000) může mít sdílení hned několik významů:

- mít nebo užívat něco ve stejnou dobu jako někdo jiný (například sdílet stejný dům s někým jiným),
- rozdělit něco mezi dva nebo více lidmi (například sdílení pokoje v bytě s někým jiným),
- nechat někoho použít něco, co je jeho (půjčit knihu příteli nebo sdílet s kolegy znalosti),
- mít stejné pocity, nápady nebo zkušenosti jako někdo jiný (mít stejné pocity, co se svatebního večírku týče),
- být rovnocenně do něčeho zapojen a být za to zodpovědný stejně jako někdo jiný (oba řidiči jsou zodpovědní za nehodu).

Neexistuje žádná definice, která by byla dostatečně přesná, aby zahrnovala všechny aspekty. Jak vidíme výše, pojem sdílení může mít několik významů, a proto je důležité porozumět podstatě ekonomiky sdílení z hlediska krátkodobého pronájmu ubytování, kterým se v této práci zabývám.

1.3.1 Krátkodobý pronájem ubytování

Počet hostů z nejrůznějších koutů světa, kteří v ČR přenocují, rok od roku stoupá. V HUZ v ČR za rok 2017 byl počet přenocování hostů dle ČSÚ 53 219 395. To je o 3 522 438 přenocování více než v roce předešlém. Nejaktuálnější údaj počtu přenocování k měsíci září roku 2018 je 44 800 938. (6)



Graf 1 - Počet přenocování hostů v HUZ v ČR (Zdroj: ČSÚ)

Legální definici krátkodobého pronájmu, který spadá do segmentu ubytování v rámci sdílené ekonomiky, můžeme najít pouze v zákoně o dani z přidané hodnoty §56a, kde se „krátkodobým nájmem nemovité věci rozumí nájem pozemku, jehož součástí je stavba, stavby nebo jednotky. Popřípadě spolu s vnitřním movitým vybavením nebo dodáním plynu, elektřiny, tepla, chladu nebo vody, který trvá nepřetržitě nejvýše 48 hodin“. (7)

Pronájem ubytování se obecně dělí na krátkodobý a dlouhodobý. Dům či byt je k dlouhodobému pronájmu zřídka kdy zařízený a je obvykle pronajat na základě smlouvy, jejíž trvání je většinou jeden rok. Dům či byt ke krátkodobému pronájmu je naopak plně zařízený, poskytující služby předem domluvené s majitelem či správcem, který

je zodpovědný za uvedení domu či bytu na trh, a komunikuje se zájemcem o pronájem. (Howard Jones, 2010, s. 17)

Aby ubytování ke krátkodobému pronájmu vyhovovalo potřebám účastníků cestovního ruchu, dle Jonese (2010, s. 17) je nutné, aby toto ubytování splňovalo alespoň tyto následující základní kritéria:

- **Požadovaná poloha** – převažující požadavek na pronájem rekreačního zařízení je poloha. Účastník cestovního ruchu se zajímá, zda se rekreační zařízení nachází v bezpečné a atraktivní oblasti, jestli se v blízkosti nachází zajímavosti či nechybí absence obchodů a jiných zařízení, které by během pobytu chtěli nebo potřebovali využít.
- **Plná vybavenost** – je potřebné, aby rekreační zařízení disponovalo plně funkčním vybavením, jako je nábytek, a bylo tak umožněno plnohodnotného využívání. Tím je myšleno například dostatečně prostorné posezení v obývacím prostoru, postel s kvalitní matrací pro plnohodnotný spánek, jídelní stůl, kuchyňské spotřebiče, nádobí a tak podobně. Pronajaté zařízení by mělo také poskytovat čisté ručníky, toaletní papír a jiné hygienické potřeby.
- **Služby** – komunikace s hosty je prioritní, a proto je důležitá informovanost o pokynech k platbě za ubytování, pravidlech domova, jak se k zařízení dostat, jak zacházet se spotřebiči a tak dále. Když je host o všem dobře informován, tím si bude více užívat služby, a je větší šance, že se vrátí, či ubytování doporučí rodině a známým.
- **Čistota** – Zatímco se obecně domníváme, že jsou domovy, určené ke krátkodobému pronájmu, více postihnuty větší fluktuací uživatelů než ty, které jsou určené k dlouhodobému pronájmu, mnohdy opak bývá pravdou. Častěji je prováděn pečlivý úklid a většinou je ihned zajištěna náprava případných poruch.

Slovní spojení ubytování je v anglickém jazyce užíváno jako „transient lodging“ v překladu přechodné ubytování, nebo také právě zmiňovaný krátkodobý pronájem. Týká se těch pobytů, které trvají méně než třicet jedna po sobě jdoucích nocí. Je důležité si uvědomit, že některé oblasti mají regulační limit dvaceti osmi nebo třiceti dní, jiné mohou mít tento limit pouze jeden týden. Hosté si musí předem tento regulační limit v dané oblasti zjistit. Přestože hosté, ubytováni v hotelech, pobývají v hotelu méně než 31 nocí,

toto ubytování není považováno jako jedna z forem krátkodobého pronájmu, neboť hotely nabízejí odlišný produkt ubytování. Jsou zpravidla situovány v komerčně zónovaných oblastech a mají rozsáhlé předpisy týkající se jejich konstrukce, stavebních specifikací, bezpečnostních prvků, zdanění, rozsahu podnikání a tak podobně. Mnoho z těchto předpisů se na krátkodobý pronájem nevztahují, ale některé z nich ano. Hotely se v průběhu let diverzifikovaly do mnoha podkategorií na základě polohy, velikosti, vybavení atd. a jsou podstatně větší než ubytování určené ke krátkodobému pronájmu. (Davies, 2018, s. 18)

1.3.2 Další webové platformy krátkodobého ubytování

Booking.com

Booking.com, který je stále největším hráčem na trhu, se za poslední dobu svého působení více přetransformoval na nabídku apartmánů než hotelů, neboť v tom vidí větší potenciál.

Tato forma je nejčastější a nejvíce oblíbenou variantou, kde najdeme ubytování ve více než 2 093 000 hotelů, apartmánů a hostelů po celém světě. Nabídku na webové stránce si můžeme vyselektovat dle našich preferencí, například dle nejnižší ceny a naopak, pokud požadujeme „kidsfriendly“ či spolehlivé wifi připojení apod. Po zadání našich požadavků se nám vyselektují pro nás nejvhodnější varianty a poté můžeme porovnávat a vybrat si pro nás tu nejlepší. Tato webová stránka je kompletně v českém jazyce a má klientskou podporu 24 hodin 7 dní v týdnu. (1)



Obrázek 1 – Logo (Booking.com, ©1996-2018)

Expedia

Expedia je na globálním trhu online rezervací hned po Booking.com druhým největším hráčem. Jelikož zahrnuje rozsáhlé portfolio předních světových platforem zaměřené na cestování, její působnost je opravdu globální. Příkladem jsou webové stránky Hotels.com, HomeAway, Trivago.cz, VRBO, VacationRentals.com a podobně. Aktuálně zajišťuje celkem 18 dalších webových platforem. (8)

Služby, které poskytovatelé na této webové stránce nabízejí, mohou být napříč ubytovacími zařízeními prémiové a zásluhou toho Expedia otevírá dveře milionům hostů

po celém světě. Zákazníci, kteří si svůj pobyt prostřednictvím rezervačního systému společnosti Expedia ověřili, jsou dle jejich webu vítáni, zde zanechat hodnocení formou škály spokojenosti až po dobu šesti měsíců od jejich prvního pobytu. (9)



Obrázek 2 – Logo (Expedia, ©2018)

Couchsurfing

Webová platforma, přes kterou si lidé po celém světě bezplatně nabízejí přespání, zpravidla na gauči. Hostiteli většinou bývají lidé, kteří dříve rádi cestovali ale nyní jim na cestování nezbývá čas. (Zibura, 2017, s. 141)

Pokud rádi poznáváte místní lidi a kulturu a zároveň byste ocenili, kdybyste u někoho mohli přespát zdarma, tak je tato stránka ideální volbou. Je nutné si vytvořit svůj vlastní profil, kde popíšete svoji osobu tzn. vaše údaje, co rádi děláte a třeba právě proč rádi cestujete. Na této stránce mají zároveň založen profil i ti, kteří ubytování poskytují, lépe řečeno ti, kteří poskytují svůj „gauč“ z anglického překladu „couch“ a nechají vás ubytovat u nich doma zadarmo. Bohužel se stává, že si lidé často myslí, že je tento web jen o tom ubytování zdarma, ale není to tak. Pokud využijete tuto stránku pro své ubytování, tak byste si měli také vyhradit čas na hostitele. Měli byste mu říct o své zemi, odkud pocházíte nebo dovést malou drobnost, která je pro tuto zemi typická. Stejně tak se vám i hostitel bude chtít věnovat třeba formou večeře, kdy vám představí typický pokrm dané země. (1)



Obrázek 3 - Logo (Couchsurfing, ©1999-2018)

TripAdvisor

Webová stránka, kde najdeme recenze od více než šesti set milionů uživatelů (10) na hotely restaurace, různé památky a tak dále. Tato platforma nám dobře poslouží například když cestujeme „na rychlo“ ze dne na den a hledáme ubytování už například po dvou dnech ubytování. Recenze zde nám nejlépe napoví, kam se přesunout a kde bude ubytování bezproblémové. Také nám dobře poslouží v konkrétním místě, kde se

nacházejí památky a ty nejlépe hodnocené se nám ukážou na prvních místech. Toto hodnocení od ostatních uživatelů nám na poví, zda stojí se za památkou vydat či nikoliv. Tak stejně nám poslouží při vyhledávání restaurací a ostatních stravovacích podniků nebo třeba nejlépe oceněných pláží. (1)



Obrázek 4- Logo (TripAdvisor, ©2018)

HomeAway

Tato webová platforma moc v povědomí Čechů není, spíše je využívána v zahraničí, konkrétně v USA.

Dle stránek HomeAway, má tato webová platforma ty nejlepší webové stránky k rezervaci plážových domů, chat a obytných domů s byty v soukromém vlastnictví jednotlivých nájemníků se sdílením společných prostor po celém světě. S více než dvěma miliony míst k pobytu ve sto devadesáti zemích světa, cestující mohou najít perfektní rekreační dům vyhovující jejich potřebám, ať už je to plážový dům, kde jsou mazlíčci cestujících vítáni, nebo trend roku 2018 „treehouse“ v českém překladu dům na stromě. HomeAway a její jiné platformy, včetně společnosti VRBO.com, jsou součástí rodiny značek Expedia Group. (11)



Obrázek 5 - Logo (HomeAway, ©2006-2018)



Obrázek 6 – Koláž, treehouse (vlastní zpracování, 2018)

HouseTrip

Další webová platforma poskytující krátkodobé ubytování ve více než sto šedesáti zemích světa, která jak si už můžeme všimnout, když otevřeme stránku, spadá od roku 2010 pod skupinu TripAdvisor Rentals. Na rozdíl od ostatních webových platforem, HouseTrip k pronájmu nabízí pouze samostatný dům či byt, chatu nebo hotelové apartmá, není možné si vybrat soukromý pokoj v hostitelské domě. (12)



Obrázek 7 – Logo (HouseTrip, ©2018)

1.4 Airbnb v minulosti a dnes

V dnešní době není mezi cestovateli, kteří se zajímají o to, najít si v místě, kam cestují, pro ně co nejlepší a nejatraktivnější ubytování, téměř nikdo, kdo by o této webové platformě alespoň neslyšel. Tato stránka, která oficiálně vznikla v roce 2008 nápadem dvou studentů ze Spojených států, je absolutním trendem napříč webovými platformy krátkodobého pronájmu ubytování.

Cílem Airbnb je vytvořit svět, kde lidé mohou cestovat „zdravým“ způsobem, který zahrnuje místní, autentické, rozmanité a udržitelné cestování. Airbnb unikátně nabízí lidem, aby odhalili své prostory, které mohou zpeněžit právě pronájem ke krátkodobému ubytování a aby se stali podnikateli v oblasti pohostinství. Airbnb nabízí okolo pěti milionu unikátních míst k pobytu ve více než 81 000 městech a 191 zemích. (13)

Tuto mezinárodní službu, která v ČR funguje od roku 2009, využilo v roce 2017 k ubytování v ČR přes milion lidí z více než 150 zemí a dalších více než 420 000 lidí s její pomocí vycestovalo z Česka do zahraničí. (14)

Jedná se konkrétně o nabízení celého bytu, soukromého pokoje či jeho části, kdy Airbnb garantuje hostiteli, že má hosta, který má o toto místo zájem, identifikační údaje a zajistí převedení platby na hostitelův bankovní účet. Čili Airbnb je takovým prostředníkem mezi hostitelem a hostem. (15)

Oproti zdlouhavému obvolávání různých hotelů či penziónů a zjišťování volných termínů, ceny, vybavení a služeb, Airbnb nabízí cestovatelům, kteří si potřebují zajistit ubytování, ať už v ČR nebo v zahraničí, během jedné minuty nabídky dle nastavených preferencí včetně ceny. (16)

Prvotní myšlenka nápadu na vznik Airbnb podle Gallaghera (2018, s. 1) započala už v létě roce 2004 v kampusu školy designu Rhode Island, kdy se dva studenti Brian Chesky a Joe Gebbia účastnili výzkumného projektu společnosti, která se zabývala vysoušeči na vlasy a produkty pečující kosmetiky. Oba během výzkumu projevili podnikatelského ducha a jejich spolupráce je bavila natolik, že už v tento okamžik přemýšleli, jak svých nápadů a nadšení využijí pro opravdové podnikání. Zatímco Chesky a Gebbia po promoci stále přemýšlí, jaký druh společnosti založí, stěhuje se Chesky ke Gebbiovi do třípokojového apartmánu, kde Gebbia momentálně bydlí a je jeho správcem. Nápad na Airbnb, z původního názvu AirBed & Breakfast, vznikl během Světového kongresu designu v říjnu roku 2007 v San Franciscu, kterého se mělo účastnit několik tisíc designerů a tito dva mladí muži si uvědomili obrovský potenciál v nedostatku ubytovací kapacity, případně vysokých sazeb za ubytování v hotelech. Pomysleli si, proč by nemohli vytvořit prostor k přespaní zahrnující snídání pro návštěvníky kongresu v prázdném prostoru jejich apartmánu? Ve skříni měli z táborového výletu tři nafukovací matrace a mohli tak levně nabídnout ubytování včetně snídaně. Několik týdnů předtím vše pečlivě naplánovali, díky zkušenosti Cheskyho s kódováním vytvořili webovou stránku, rozeslali

email internetovým blogům o designu a pořadatelům kongresu, kde poprosili o to, aby udělali reklamu jejich webové stránce. Když se ozval první pár cestovatelů, kteří nakonec neměli dost peněz na zaplacení služby, mysleli si, že neudělali dobře, ale v zápětí pár dní na to, si nafukovací matraci rezervovali tři lidé – Kat, designérka z Bostonu; Michael, otec pěti dětí z Utahu a Amor Surve, absolvent magisterského programu designu z Mumbai. Tito lidé jako první vyzkoušeli službu Airbnb a například Amor Surve vypověděl, že nebýt tohoto nápadu, tak by se konference nemohl kvůli vyprodanému ubytování zúčastnit. V ubytování Cheskyho a Gebbii měl vše, co potřeboval – místo na spaní, polštář a uvítací balíček zahrnující jízdenku na dopravu a mapy města.

Dalším členem, který se podílel na vzniku Airbnb, se stal Nathan Blecharczyk, nadaný inženýr z Bostonu, který byl Gebbiho bývalým spolubydlícím. V současné době ve společnosti působí jako hlavní strategický pracovník a předseda Airbnb v Číně. (Gallagher, 2018, s. 11)

V březnu roku **2008** Airbnb oficiálně přichází na trh jako webová platforma pro krátkodobé ubytování a konkrétně 11. srpna 2008 spouští své stránky a kvůli povědomí, do kterého se Airbnb dostávalo v závislosti vlivného proma, se registrují první hostitelé, kteří byli zpočátku obezřetní a mysleli si, že se účastní nějakého podivného experimentu. Pro událost *Democratic National Convention*, která se konala v říjnu 2008 Airbnb nabízí řešení nedostatečné kapacity ubytování v podobě osmdesáti uskutečněných rezervací. Na podzim roku 2008 zakladatelé přicházejí s nápadem na nabízení cereálií k snídani značky Obama O's v ubytování, jedna krabice za 2\$. Navrhli design krabice a vymysleli slogan „Snídaně změny“ a „Naděje v každé misce“. Vydělali okolo 30 000\$. V březnu roku **2009** se z původního AirBed & Breakfast stává oficiální název – Airbnb a rozšiřuje své portfolio nabídky krátkodobého ubytování ze soukromých pokojů na ubytování v celých bytech, apartmánů či domech. V listopadu roku **2010** Airbnb přichází na trh s aplikací pro iPhone. V létě roku **2011** dochází k expanzi na mezinárodní trh otevřením německé kanceláře. V květnu roku **2012** Airbnb představuje 1 000 000 ověřených hostitelů. O měsíc později spouští novou funkci „Seznam přání“. Tako funkce slouží k uložení ubytování, které se nám líbí. V létě roku **2013** se Airbnb přesouvá do ústředí na Brannan Street v San Franciscu. V červnu roku **2014** se přes Airbnb ubytovalo během *Rio World Cup* více než 100 000 hostů. 27. března **2015** se stává oficiálním poskytovatelem ubytování pro Olympijské hry 2016 v Rio de Janeiro. Airbnb na svůj trh 7. dubna 2015 uvádí novou destinaci – Kubu. V listopadu roku 2015 Airbnb sčítá více

než 6 000 hostitelů v destinaci – Paříž. O rok později **2016** nabízí novou funkci „Výlety“. V roce **2017** členové týmu Airbnb cestují po celém světě, aby mohli rozšířit funkci „Výlety“ do dalších dvaceti měst. V roce **2018** uvádí novou kategorii platformy, a to Airbnb Plus a novou funkci „Zážitků“ - Koncerty. (17)

1.4.1 Jiné funkce Airbnb

Když si Airbnb otevřeme v internetovém prohlížeči nebo v mobilní aplikaci, máme na výběr, zda si chceme najít nejen místo k ubytování, ale také „Zážitek“ v námi zvolené lokalitě či „Restauraci“.

Zážitek

Co si pod takovým „Zážitkem“ představit? Po nastavení našich požadavků jako je termín, kolik se zážitku zúčastní lidí a v jakém cenovém rozpětí si představujeme, že zážitek zakoupíme, máme na výběr z několika kategorií: jídlo a pití, koncerty, příroda, surfování, zábava, noční život, kurzy a workshopy, sport, historie, zdraví a wellness, umění, společenský prospěch či hudba. U každého zážitku máme veškeré informace, které zahrnují popis akce, místo akce, termíny akce, celkovou cenu a můžeme si přečíst, stejně jak jsme zvyklí u ubytování, hodnocení lidí, kteří tento zážitek již prožili. Airbnb nabízí zrušení zážitku do dvaceti čtyř hodin od jeho zakoupení, a získání finanční náhrady zpět v plné výši. Pokud nabízí tento zážitek cizinec, jeho popis je pak většinou v jeho rodném jazyce, případně v jazyce anglickém. Tyto aktivity, které Airbnb nabízí jsou navrženy a vedené inspirativními většinou místními obyvateli, kteří chtějí sdílet své hobby, dovednosti a odbornosti, a jsou výjimečné tím, že se nejedná pouze o typickou prohlídku s průvodcem nebo typický kurz, ale během zážitku se lidé mohou dostat do jedinečného světa hostitele. (18)

Tabulka 3 - Příklady zážitků ve vybraných městech

Město	Zážitek	Informace
Praha	Úsporné nakupování módního oblečení a doplňků s módní blogerkou	700 Kč/os, doba trvání: 7 hodin, včetně dopravy
Londýn	Hudební legendy britského rocku a jazzu	554 Kč/os, doba trvání: 2 hodiny
New York	Workshop – Každý může být hercem	709 Kč/os, doba trvání: 2 hodiny, včetně vybavení
Bali	Lekce surfování s průvodcem	814 Kč/os, doba trvání: 12 hodin, včetně vybavení

Zdroj: (Airbnb, 2018)

Restaurace

Funkce Restaurace nabízí nejen okamžitou rezervaci stolu ve vybrané restauraci, ale také unikátní gastronomický zážitek, a dokonce propojení cestovatelů při tomto zážitku navzájem. Bohužel v Praze zatím ještě není tato funkce spuštěna, i přesto, že je její spuštění v brzké době očekáváno a už nyní má nasmlouvaných přes 650 restaurací. Můžeme ji využít zatím například v New Yorku, Los Angeles, Washingtonu DC, New Orleans atd. Nejenže se můžeme podívat na doporučené podniky v místě, kde se nacházíme, ale při samotném stolování, můžete své dojmy sdílet s ostatními cestovateli, kteří si vybrali stejný podnik. (19)

K rezervaci stolu v restauraci přes Airbnb využijeme jejich stránek, kde zadáme lokalitu, požadovaný termín a počet hostů. Výsledek můžeme zúžit použitím filtrů cenového nebo časového rozpětí nebo můžeme zvolit *Další filtry* a vyhledávat podle typu jídel.

Po zvolení konkrétní restaurace si můžeme přečíst její popis a zjistit, na kdy ji lze rezervovat. (20)

1.4.2 Situace Airbnb v současnosti

Počet hostů ubytovaných v České republice prostřednictvím aplikace Airbnb loni meziročně vzrostl o 52 % na 1,02 milionu. (21)

V roce 2017 se v širším rozsahu začínaly objevovat první stížnosti a náznaky o zavedení opatření k regulaci Airbnb v ČR. Tato regulace by spočívala v zavedení omezení počtu hostů a dní pronajímání přes Airbnb v roce, jako je tomu už například v Berlíně nebo Madridu.

Spíše než regulace, se ale osvědčuje spolupráce měst s Airbnb na automatickém vybírání místních poplatků přímo přes tuto platformu, jako je tomu například ve Francii, kde se za turistické poplatky vybralo 13,5 milionu eur. (22)

Hlavní město Praha žádalo o to, aby mělo s Airbnb dohodu, o poskytnutí databáze ubytovatelů (hostitelů), aby živnostenský odbor věděl, kde má kontrolovat a zjišťovat, kdo je a kdo není přihlášen do systému, a aby finanční správa mohla kontrolovat, jak si pronajímatelé plní své daňové povinnosti. (23)

Dne 20. listopadu 2018 Airbnb vydalo tiskové prohlášení, že je připraveno začít vybírat ubytovací poplatek za všechny své hostitele, kteří v Praze pronajímají, a pokud bude návrh přijat, výnos z těchto poplatků převádět hlavnímu městu. Pokud by se zavedla maximální výše poplatku 50 Kč, který by byl sloučen s rekreačním a lázeňským, mohlo by se tak vybrat 160 milionů korun za rok. V obcích by se zavedl tento poplatek nižší. Tato dohoda by byla ve středním a východním regionu Evropy vůbec první. (21)

Tabulka 4 - Nabídka počtu lůžek přes Airbnb (2017)

Městská část	Počet lůžek Airbnb
Praha 1	17663
Praha 2	8867
Praha 3	6337
Praha 4	2112
Praha 5	3981
Praha 6	2411
Praha 7	2719
Praha 8	3006
Praha 9	750
Praha 10	2404

Zdroj: (Zprávy – Aktuálně.cz, 2018)

Za své hostitele Airbnb po celém světě celkově vybírá na těchto poplatcích a městům odevzdává více než 700 milionů USD, a to ve více než 400 různých městech a regionech. Spolupracuje tak s úřady i s politickými orgány na zjednodušení administrativy turistických, hotelových aj. ubytovacích daních. (21)

2 Výzkumná část

První polovina této části práce je věnována výzkumu, který spočíval v identifikaci postojů a názorů účastníků cestovního ruchu k webové platformě Airbnb. Kvantitativní metoda sběru dat, která byla pro analýzu dat zvolena, dotazníkové šetření technikou dotazníku, objasnila povědomí a využívání Airbnb mezi českými turisty.

V druhé polovině této části práce jsou pomocí řízeného rozhovoru identifikovány postoje a názory k Airbnb vybraných aktérů na straně nabídky cestovního ruchu.

2.1 Metodologie výzkumu

Metodou dotazníkové šetření, které bylo provedeno anonymně, bylo zjištěno využívání a rozšíření webové platformy pro krátkodobé pronájmy Airbnb mezi českými turisty a identifikováno, zda má na znalost či neznalost Airbnb vliv věk respondentů. Také byly odhaleny hlavní důvody proč ji účastníci využívají či nevyužívají a prostřednictvím doplňujících otázek byl zjištěn širší pohled respondenta na Airbnb a jeho znalost dalších webových platforem pro krátkodobé ubytování.

Charakteristika dotazníku a jeho zpracování

Dotazník je zaměřen na účastníky cestovního ruchu, kteří službu Airbnb znají a využili ji, ale i ty, kteří ji neznají a nevyužili ji – pro ně je v úvodu dotazníku zařazena filtrační otázka: „*Znáte webovou platformu pro krátkodobé pronájmy – Airbnb?*“ a druhá filtrační otázka: „*Byl/a jste již ubytován/a přes Airbnb?*“.

V úvodní části dotazníku je uveden text, který objasňuje důvod výzkumu a jeho cíl. Je zde také uvedeno, aby respondent, který byl přes službu Airbnb ubytován více než jednou, pro své odpovědi v dotazníku vybral jen jedno takové ubytování. Dotazník, jehož plnou verzi je možné najít v *Příloze A*, obsahuje celkem dvacet tři otázek v části A, a čtyři identifikační otázky v části B. Část A zahrnuje dvě úvodní filtrační otázky, patnáct otázek uzavřených, tři polouzavřené, dvě škálové a jednu otázku otevřenou. Část B zahrnuje celkem čtyři otázky, které pomohly identifikovat profil respondenta na základě tří uzavřených otázek a jedné otevřené.

V části A se dotazník zaměřuje na znalost či neznalost Airbnb a zda již respondent tuto službu pro své ubytování využil. Těmito filtračními otázkami je získán vzorek jen těch

respondentů, kteří Airbnb nejen znají, ale byli také jeho prostřednictvím ubytováni. Ti, kteří ubytováni nebyli, pokračují na závěrečnou otázku, která zjišťuje povědomí respondenta o dalších webových platformách krátkodobého ubytování. Dále bylo zařazeno patnáct otázek uzavřených, tři otázky polouzavřené, dvě otázky škálové a jedna otázka otevřená, kde mohl respondent vyjádřit svůj názor na Airbnb.

Část B identifikuje profil respondenta z hlediska pohlaví, věku, vzdělání a bydliště.

Cílem dotazníku při jeho sestavování, bylo navržení otázek tak, abychom zjistili povědomí účastníka cestovního ruchu o Airbnb, bližší specifikace jeho ubytování přes Airbnb, jeho znalost doplňkových funkcí Airbnb „Zážitky“ a „Restaurace“ a jeho povědomí o dalších webových platformách krátkodobého ubytování.

Charakteristika výzkumu

Metoda dotazníkového šetření probíhala prostřednictvím elektronického online dotazníkového šetření v českém a anglickém jazyce, které bylo vytvořeno pomocí aplikace Survio.

Po úvodní pilotáži, kdy byl dotazník vyzkoušen na několika respondentech, byl dotazník rozšířen pomocí sociální sítě Facebook a také byl rozdán v papírové podobě ubytovaným hostům v soukromém ubytovacím zařízení Schneider v Praze.

Výzkum byl proveden v období od 26. října do 26. listopadu 2018 v ČR a zahraničí. Výběr respondentů byl náhodný.

Distribučováno bylo 150 dotazníků. 100 dotazníků (67 %) v elektronické podobě a 50 dotazníků (33 %) v podobě tištěné.

2.2 Výsledky dotazníkového šetření

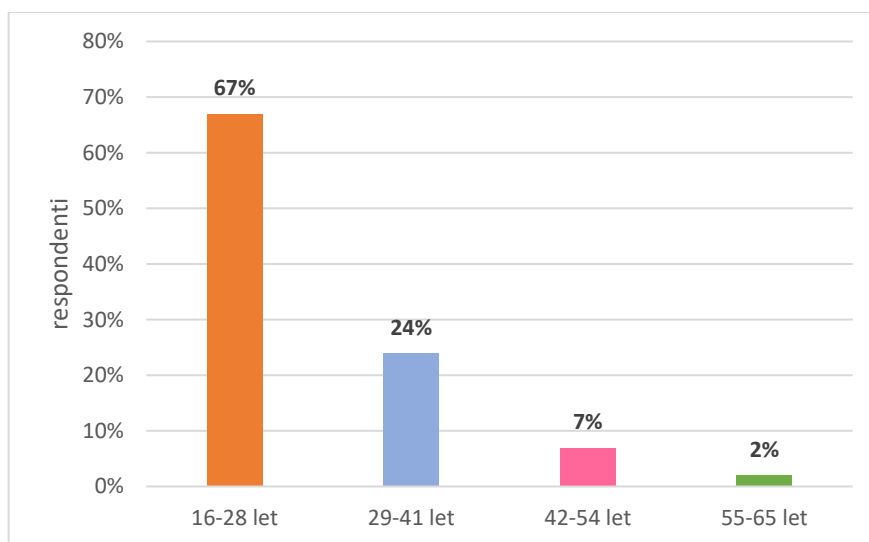
Výzkum vycházel ze 121 dotazníků, což je celkový počet navrácených dotazníků. Návratnost dotazníků tedy byla 81 %. Tento vzorek je tedy možno považovat za reprezentativní. 100 dotazníků (83 %) bylo vyplněno v elektronické podobě a 21 dotazníku (17 %) v podobě tištěné.

Charakteristika výzkumného souboru

Následující část bakalářské práce charakterizuje výzkumný soubor podle základních identifikačních údajů respondenta.

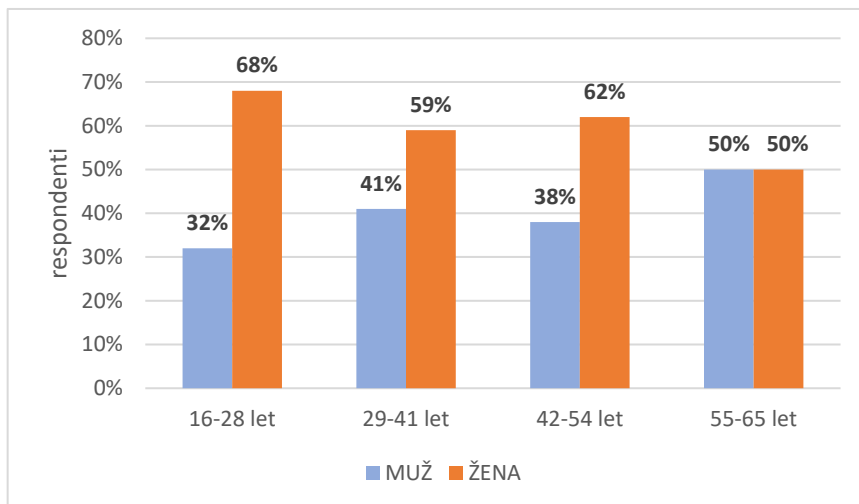
Výběrový soubor obsahuje 121 respondentů. Složení výběrového souboru podle vybraných znaků ukazují následující grafy.

Podle věkové kategorie dotazník vyplnilo 67 % respondentů ve věkové kategorii 16 - 28 let, 24 % respondentů ve věkové kategorii 29 – 41 let, 7% ve věkové kategorii 42 – 54 let a zbylá procenta respondentů (2%) je ve věkové kategorii 55 – 65 let.



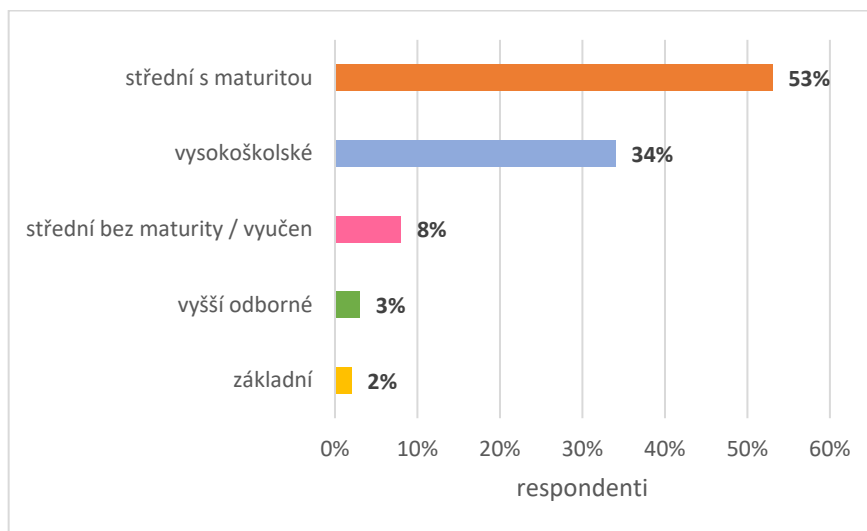
Graf 2 – Rozdělení respondentů podle věkové kategorie (Zdroj: vlastní výzkum)

Podle genderového rozdělení odpovědělo 42 mužů (35 %) a 79 žen (65 %). Respondenti byli dále rozděleni do věkových kategorií, které jsou vyhodnoceny v následujícím grafu č. 3. Z grafu je patrné, že nejvíce respondentů, kteří dotazník vyplnili, jsou ženy (68 %) ve věkové kategorii 16–28 let.



Graf 3 – Rozdělení respondentů podle pohlaví a podle věkové kategorie (Zdroj: vlastní výzkum)

Podle dosaženého vzdělání, kde již není rozlišováno pohlaví respondenta, dotazník odevzdalo 53% respondentů s ukončeným středním vzděláním zakončeným maturitou; 34% respondentů s ukončeným vysokoškolským vzděláním; 8% respondentů s ukončeným středním vzděláním bez maturity, případně ukončené výučním listem; 3% respondentů se vzděláním vyšším odborným a zbývajících 2% respondentů uvedlo vzdělání základní.

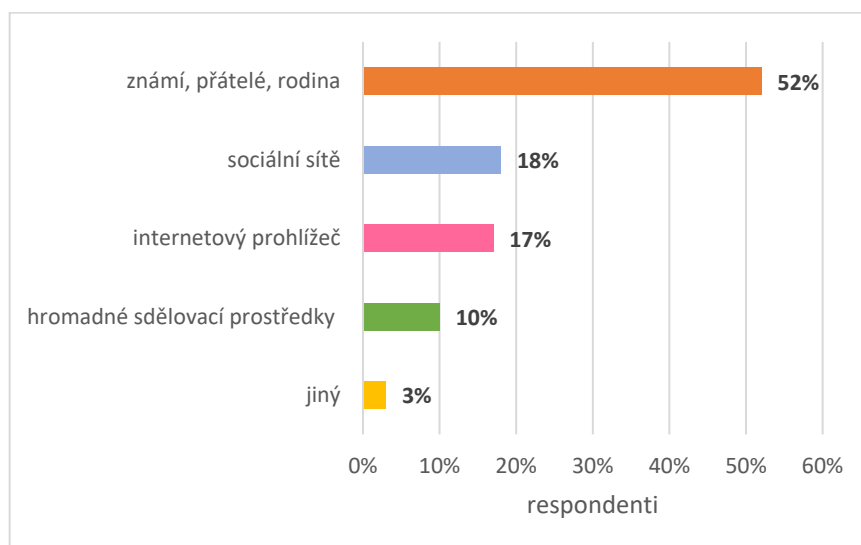


Graf 4 – Rozdělení podle dosaženého vzdělání respondenta (Zdroj: vlastní výzkum)

Poslední identifikační otázka, která zjišťovala profil respondenta, bylo bydliště respondenta. Více než tři čtvrtiny respondentů (76 %) má trvalé bydliště ve městě v ČR, dále pak z vesnic v ČR (21 %), město v zahraničí uvedlo 3 % respondentů a bydliště ve vesnici v zahraničí nezodpověděl žádný z respondentů.

Úvodní filtrační otázka, kdy měl respondent uvést, zda zná webovou platformu pro krátkodobé ubytování Airbnb, ukázala, že Airbnb má v povědomí 82 % respondentů. 22 % respondentů, kteří odpověděli ne, měli dále pokračovat ve vyplňování na závěrečnou otázku dotazníku. Další filtrační otázka zjistila, jak velký podíl respondentů z 82 %, bylo přes Airbnb ubytováno. Z odpovědí respondentů vyplynulo, že přes Airbnb byla ubytována více než polovina respondentů, konkrétně 61 %. Tento vzorek identifikuje pohledy a názory respondentů na Airbnb a přiblíží specifikaci jejich ubytování.

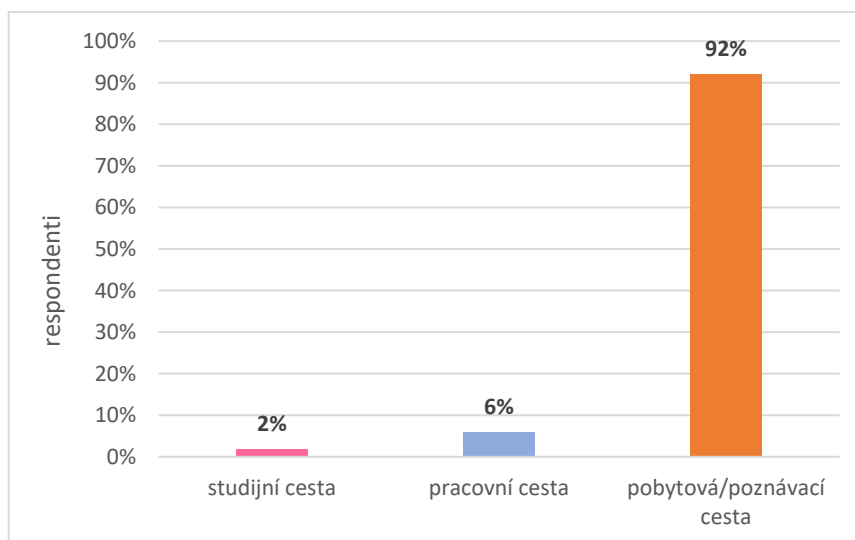
Dále budou interpretovány jednotlivé otázky dotazníkového řešení. Úvodní otázkou bylo, jakým způsobem se respondent o ubytování přes Airbnb dozvěděl. Více než polovina respondentů (52 %) uvedla, že se o ubytování přes Airbnb dozvěděla od svých známých, přátel nebo rodiny; 18 % respondentů přes sociální sítě jako je Facebook, Instagram aj.; 17 % respondentů se o Airbnb dozvědělo při vyhledávání ubytování přes internetový prohlížeč; 10 % respondentů přes hromadné sdělovací prostředky jako je denní tisk, časopisy, letáky, televizní stanice, rozhlas aj. a zbylá 3% respondentů uvedlo jiný způsob a to například, že se o ubytování přes Airbnb dozvěděl ze své školy.



Graf 5 – Jakým způsobem se respondent o ubytování přes Airbnb dozvěděl (Zdroj: vlastní výzkum)

Na otázku, jakým způsobem respondent ubytování hledal, 80 % respondentů odpovědělo přes webové stránky Airbnb a pětina respondentů přes mobilní aplikaci Airbnb.

Následující graf č. 6 znázorňuje účel, za jakým respondent do místa, kde služby Airbnb využil, vycestoval. Z grafu je patrné, že nejčastěji uváděný účel byla pobytová či poznávací cesta (92 %).

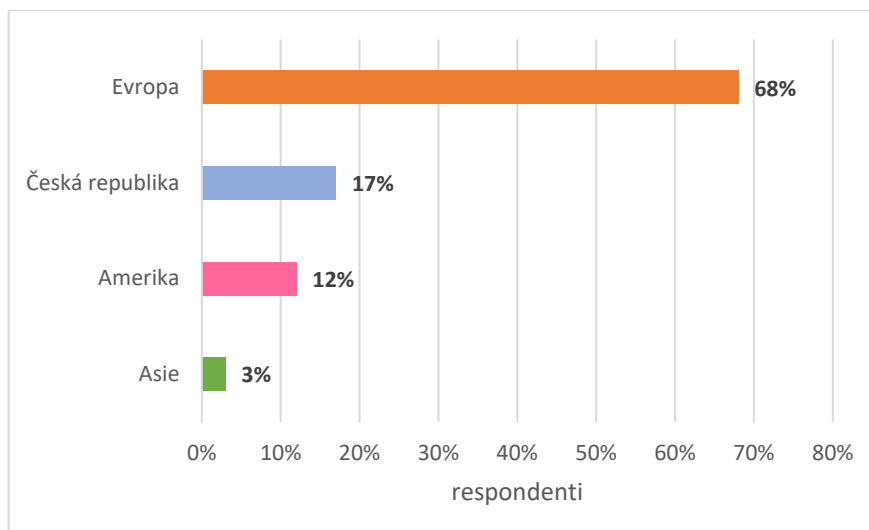


Graf 6 – Za jakým účelem respondent vycestoval (Zdroj: vlastní výzkum)

Další otázka specifikovala, jak dlouhá byla délka pobytu respondenta v místě ubytování. Následující výsledky prokázaly, že pobyt na 3-6 nocí zvolilo 45 % respondentů, na 1-2 noci 42 %. Více než týdenní pobyt uvedlo 13 % dotázaných.

V následující otázce byli respondenti tázáni, jaký typ zařízení si pro své ubytování zvolili. 52 % respondentů si zvolilo celou nemovitost (byt, dům); 45 % respondentů si zvolilo soukromý pokoj v hostitelově domě a jen 3% respondentů bylo ubytováno ve společném pokoji, kde byli ubytováni s jinými účastníky cestovního ruchu.

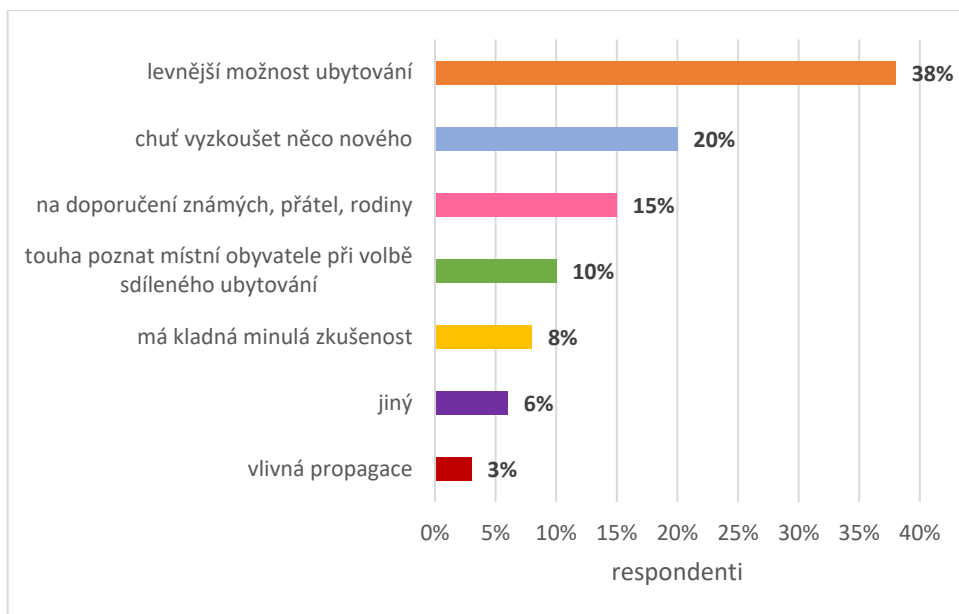
Z hlediska navštívené destinace, kde respondent službu využil, bylo zjištěno, že 68 % respondentů Airbnb využili v Evropě; 17 % respondentů v ČR; 12 % respondentů na území Ameriky a 3 % na území Asie. Austrálie a Afrika nebyla žádným z respondentů pro tuto otázku zvolena.



Graf 7 – Kde respondent využil službu Airbnb (Zdroj: vlastní výzkum)

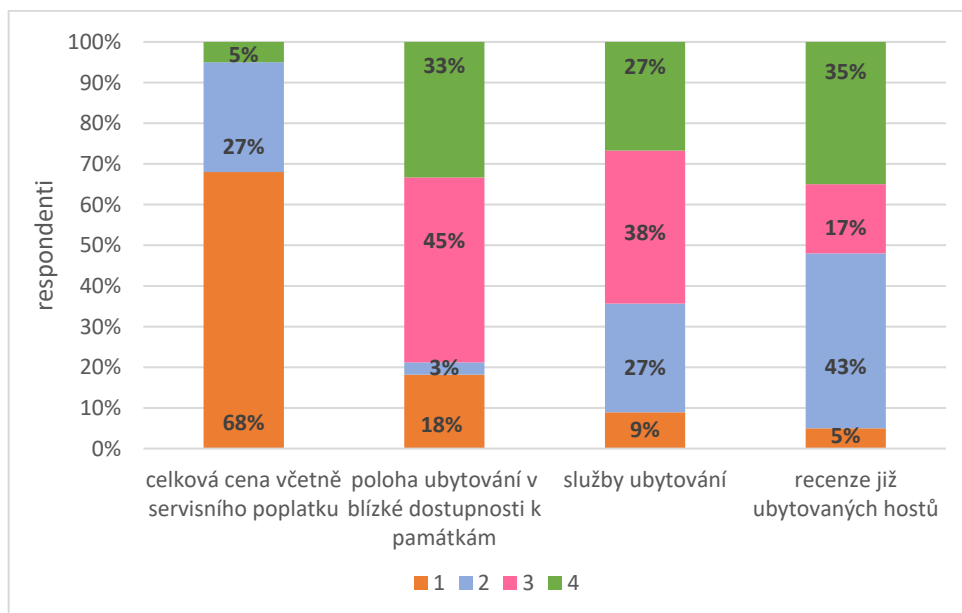
Co se umístění ubytování týče, nejvíce respondentů (55 %) bylo ubytováno v okolí blízko centra města, 32 % respondentů přímo v centru města, dále pak 8 % respondentů bylo ubytováno do 2 hodin pěšky od centra města a okraj města zvolilo 5 % respondentů.

Další otázkou bylo zjištěno, z jakého důvodu si nabídku ubytování přes Airbnb respondent zvolil. Respondenti měli možnost uvést více možností a uvést i vlastní odpověď. Nejčastějším důvodem byla levnější možnost ubytování, než prostřednictvím jiných dalších webových platforem (38 %); druhým nejčastěji uváděným důvodem byla chuť vyzkoušet něco nového, než pobyt v „klasickém“ ubytovacím zařízení jako je hotel, penzion aj. (20 %); třetím nejčastěji uváděným důvodem bylo respondenty uvedeno ubytování přes Airbnb na základě doporučení od svých známých, přátel nebo rodiny (15 %); 10 % respondentů toužilo prostřednictvím Airbnb poznat místní obyvatele při volbě sdíleného ubytování nebo soukromého pokoje v hostitelově domě; na základě respondentovi kladné minulé zkušenosti bylo zvoleno 8% odpovědí. 6% respondentů uvedlo svůj vlastní důvod, například poznávání místních kultur, dalším důvodem byl respondentův názor, že jsou hotely všude na světě sterilní a stejné, a naopak Airbnb je všude přesně takové, jak lidé v daném místě žijí a jako další důvod bylo dvěma respondenty uvedeno, že ubytování přes Airbnb bylo jediné možné volné ubytování v dané lokalitě. Na základě mediální propagace využilo Airbnb 3 % respondentů.



Graf 8 – Důvod respondenta, pro který si zvolil ubytování přes Airbnb (Zdroj: vlastní výzkum)

Následující graf znázorňuje rozhodující kritéria respondentů na Airbnb. Uvedené preference měl odstupňovat dle jejich důležitosti na stupni 1 – 4 (nejvíce důležité – nejméně důležité). Z grafu č. 9 je patrné, že nejvíce rozhodujícím kritériem je celková cena včetně servisního poplatku (68 %).



Graf 9 – Preference respondentů při výběru ubytování na Airbnb (Zdroj: vlastní výzkum)

Na další otázku, která zjistila, zda nabídka ubytování přes Airbnb odpovídala dle popisu a fotografií realitě, odpovědělo 98 % respondentů ano a zbylá 2 % respondentů odpovědělo, že neodpovídala.

Co se týče komunikace respondenta s majitelem ubytování a všeho, co respondent potřeboval vysvětlit, 81 % respondentů uvedlo odpověď jasně a srozumitelně; 17 % respondentů zvolilo odpověď málo srozumitelně a 2% respondentů zvolilo odpověď nevysvětleno vůbec. Odpověď nesrozumitelně nebyla zvolena žádným respondentem.

Z hodnocení obecné spokojenosti se službou Airbnb měli respondenti zvolit známku na stupnici od 1 do 5. Z tohoto šetření vyplynula průměrná známka 3,01.

Tabulka 5 - Spokojenost respondentů s Airbnb

	1	2	3	4	5	Průměr
hodnocení	17	10	2	17	14	3,01

Zdroj: vlastní výzkum

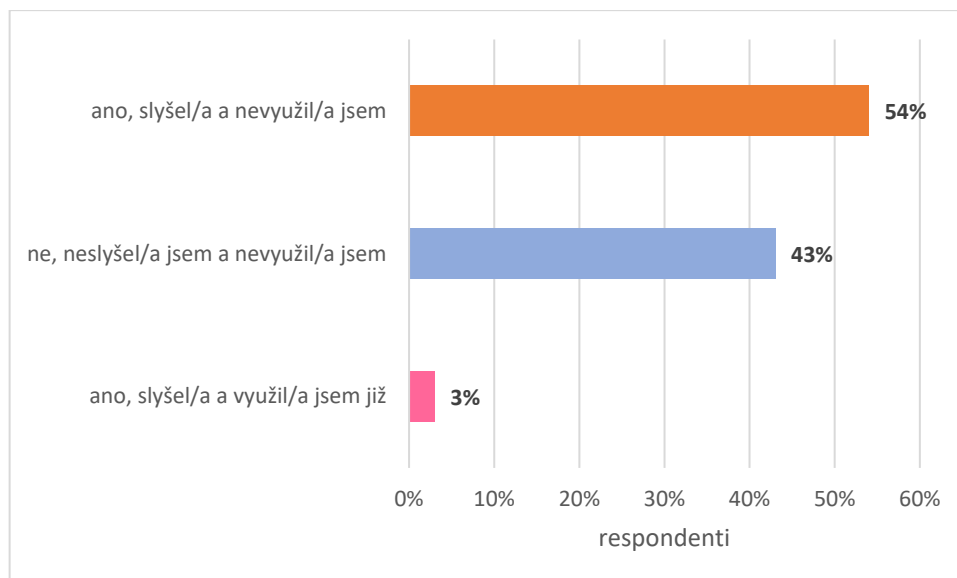
Pro službu Airbnb je důležitá zpětná vazba, jak od hosta směrem k hostiteli, tak naopak. Autorka proto do dotazníku zařadila otázky, zda respondent po odjezdu z místa ubytování využil možnost uvést na hostitele a jeho ubytování recenzi a zda on, jako host, získal zpětnou vazbu od hostitele. V prvním případě kladnou odpověď zvolilo 73 % respondentů, v druhém případě zvolilo ano 58 % respondentů.

Následující otázkou bylo zjištěno, že by 93 % respondentů službu Airbnb zvolilo i pro své příští ubytování a 7 % respondentů neví, zda by tuto službu v budoucnu využili znovu.

Z hlediska doporučení služby Airbnb svým známým a rodině 77 % respondentů zvolilo odpověď určitě ano a 23 % respondentů spíše ano. Odpověď určitě ne a spíše ne nebyla žádným z respondentů zvolena.

Na základě propagace služby Airbnb v ČR, která nás vybízí k pronajímání svého bytu, byla dále zařazena následující otázka, která zjistila, že 45 % respondentů o pronájmu své nemovitosti přes Airbnb jako hostitelé neuvažovalo.

Další otázka zjistila povědomí respondentů o funkcích Airbnb, kterými jsou „Zážitky“ a „Restaurace“. V případě, že respondenti zvolili odpověď slyšel/a jsem a využil/a jsem, měli v následující otázce zvolit kterou funkci využili. Pouze 3 % respondentů funkci „Zážitky“ a „Restaurace“ i využilo, a to konkrétně v zastoupení 1:1.

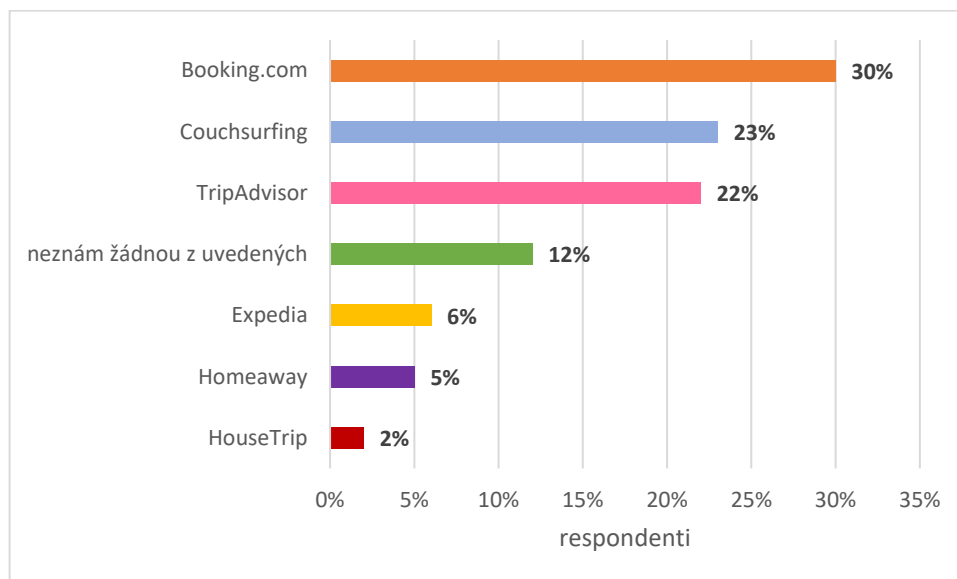


Graf 10 – Povědomí respondentů o funkcích Airbnb (Zdroj: vlastní výzkum)

Následující otevřená otázka nám pomohla více rozšířit pohledy a názory respondentů na službu Airbnb. Pouze 20 % respondentů otázku zodpovědělo. Z výzkumu vyplynulo, že téměř polovina z nich Airbnb využije určitě v budoucnu znovu, neboť byli s ubytováním velice spokojeni. Respondenti dále uváděli, že je Airbnb skvělou alternativou k ubytování v hotelu či penzionu s možností přiblížit se způsobu života místních obyvatel v destinaci; služba je „super“; na krátký pobyt je cena zahrnuta se značným zvýšením za úklid a pak se ubytování nevyplatí; všechno bylo „super“ a příjemným překvapením k ubytování byl velký bazén, který mohl respondent využít, respondent může jen každému Airbnb doporučit; Airbnb je podle dalšího respondenta skvělou formou na ubytování v jiných zemích, zejména pro studenty; v poměru kvalita versus cena je Airbnb jasnou volba pro příští ubytování respondenta a poslední názor zanechal respondent, který sám přes Airbnb pronajímá a díky Airbnb jako host mohl nahlédnout do stylu života místních obyvatel v daném místě.

Závěrečná otázka byla autorkou zvolena tak, aby mohlo být zjištěno z celého vzorku 121 respondentů, zda znají další webové platformy krátkodobého ubytování. Následující graf znázorňuje, že nejznámější webovou platformou z uvedených je Booking.com, kterou zná 30 % respondentů. V porovnání s Airbnb, zná Booking.com o 52 % respondentů méně než Airbnb. Druhá nejznámější webová platforma po Booking.com je Couchsurfing s 23 %. 12 % respondentů nezná ani jednu z uvedených webových

platform. TripAdvisor zodpovědělo 22 % respondentů. Expedia je v povědomí 6 % respondentů, HomeAway zná 5 % a HouseTrip 2 % respondentů.



Graf 11 – Povědomí respondentů o dalších webových platformách krátkodobého ubytování (Zdroj: vlastní výzkum)

Z výsledků dotazníkové šetření vyplynulo, že 18 % respondentů webovou platformu Airbnb nezná. Po bližším prozkoumání vzorku responzí, autorka zjistila, že jsou respondenti ve věkové skupině 16–55 let (59 % mužů a 41 % žen). Což je velmi široká škála, a proto není možné určit, zda má na neznalost Airbnb vliv věk respondenta.

2.3 Řízené rozhovory

Pro získání uceleného pohledu na zkoumanou problematiku byly autorkou práce realizovány řízené rozhovory se třemi odborníky na zkoumanou problematiku. Konkrétně s panem Trojanem Matyášem, který Airbnb využívá k pronájmu nemovitostí a poskytuje tak nabídku ubytování účastníkům cestovního ruchu, s panem Lazarovem Gorjanem, generálním ředitelem sítě hotelů OREA HOTELS & RESORTS a s panem Vochoskou Václavem, managerem privátních investic do nemovitostí. Jeho pohled a názor, z jeho funkce ve specializovaných službách v oblasti hotelových investic, pro tento výzkum byl také velmi přínosný. Zjišťovány byly výhody a nevýhody Airbnb pro destinaci Praha; výhody a nevýhody Airbnb pro účastníky cestovního ruchu; výhody a nevýhody Airbnb pro jeho poskytovatele a jaký je očekáván budoucí vývoj Airbnb.

První otázka: Jaké jsou výhody a nevýhody Airbnb pro destinaci Praha?

Matyáš Trojan: Výhodou je jednoznačně popularita Prahy. Jelikož se v Praze vyskytuje obrovské množství turistů, kteří potřebují místo k ubytování, je pro ně Airbnb levnější variantou. Praha je u turistů brána jako levná destinace a očekávají i levné ubytování. Hotely v centru ale umí být naopak dost drahé.

Nevýhody nebyly zodpovězeny (pozn. autorky).

Gorjan Lazarov: Praha je pro turisty známá, jako velice atraktivní destinace po celém světě. Je plná života a velké popularity se těší především u turistů z Asie.

Nevýhodou je, že zde chybí velké pravidelné kongresové akce a také například tenisový turnaj či světově známý hudební festival s cílem přilákat opakující se návštěvníky. Výhodou může být také to, že Praha je vnímána jako levná destinace.

Václav Vochoska: Výhodou je například navýšení ubytovací kapacity, tj. Praha může „ubytovat“ větší kapacitu, v době vytíženosti hotelů v top sezóně je ubytovací trh rozmanitější a nabízí větší škálu produktu a větší variabilitu cenové hladiny – dostupnější, jezdí více lidí tzn. více utratí v hospodách a barech = větší výběr DPH. Sdílená ekonomika je fenomén a módní trend – mladá generace cestovatelů do jisté míry odmítá konvenční ubytovací zařízení a Airbnb je pro ně atraktivní variantou, která je do určité míry reflexí jejich životního stylu. Výhodou může být i rozhýbání ekonomiky, neboť ochota lidí kupovat investiční byty výrazně vzrostla poté, co Airbnb vstoupilo na trh.

Nevýhodou je snížená schopnost regulace ze strany státu/města – ztížený výběr daní, ztížená kontrola bezpečnosti (hlášení hostů na Cizineckou policii) apod. Také vylicnění residentů z center měst – rezidenční bydlení se stává dražším, proto ‘starousedlíci’ mizí tím, že investiční byty zvyšují cenu a dostupnost bydlení pro tradiční rezidenty.

Druhá otázka: Jaké jsou výhody a nevýhody Airbnb pro účastníky cestovního ruchu?

Matyáš Trojan: Číslem jedna je určitě cena za ubytování. Další výhodou je pak možnost bydlet jako místní lidé v dané destinaci. Mít kuchyni, kde si mohou účastníci cestovního ruchu uvařit a mít většinou větší prostor, než v hotelu je pro ně také lákavé. Pro větší skupiny turistů jsou apartmány výhodné, neboť zde mohou být na jednom místě všichni společně a nejsou ubytováni každý v jiném pokoji různě po hotelu případně v jiných HUZ.

Nevýhodou může být, že Airbnb neposkytuje takový servis jako např. v hotelu (snídaně, hotelová restaurace, recepce 24 hodin apod.).

Gorjan Lazarov: Výhodou může být například větší volnost pro rodiny s dětmi, bez nějakých vážnějších omezení.

Nevýhody nebyly zodpovězeny (pozn. autorky).

Václav Vochoska: Výhodou je rozmanitost produktů, můžu si vybrat z různých typů ubytování, sdílené, individuální, celá jednotka, dům. Ubytovaní rodin, zájmových skupin pohromadě a komfortně. Mladá generace vnímá Airbnb jako životní styl, odmítání konvencí, cenově dostupnou variantu. Cestování a ubytování se stává dostupnější i pro příjmové skupiny s nižším příjmem.

Nevýhodou je absence pravidel, například požární bezpečnost, bezpečnost obecně, hygiena, čistota. Hotely jsou regulovány ze strany úřadů, Airbnb ale minimálně. Nevýhodou je také to, že je Airbnb ubytování bez služeb.

Třetí otázka: Jaké jsou výhody a nevýhody Airbnb pro jeho poskytovatele?

Matyáš Trojan: Výhodou může být více peněz za krátkodobé ubytování, než u dlouhodobého pronájmu.

Nevýhodou může být větší námaha se správou bytu. Vybavení bytu (nakoupit povlečení, ručníky); veškeré dekorace a vybavení, které dělají byt pohodlným; úklid bytu; praní prádla; řešení nečekaných událostí (zlomený klíč apod.); administrativa (lázeňské poplatky, hlášení hostů na cizineckou polici, daně apod.).

Gorjan Lazarov: Výhody nebyly zodpovězeny (pozn. autorky).

Nevýhodou je „boom“ v oblasti nemovitostí, což představuje zvyšování cen nemovitostí.

Václav Vochoska: Mladí lidé cestují. Chtějí odjet na cestu kolem světa a potřebují pronajmout svůj byt po dobu jejich nepřítomnosti. Dává jim to flexibilitu lépe bydlet, pořídit si lepší bydlení a mít možnost si snížit náklady tím, že byt občas za úplatu přenechají a zisk jim pomůže splácet hypotéku, nájem nebo si zlepšit životní úroveň. Dále pak kvalitní hotely přicházejí o konkurenci nekvalitních hotelů. Podle mého názoru je trh nekvalitních hotelů, které se tváří jako hotely, ale jejich služby neodpovídají hotelovému produktu, ohrožen. Host požaduje například služby (recepce, concierge, room service,

zasedací místnost), ale pokud hotel toto nabízí a neposkytuje v odpovídající kvalitě, host si řekne „to už můžu využít Airbnb“ tzn. nekvalitní hotely, pensiony, Bed & Breakfast apod. mají novou konkurenci.

Naopak, velké standartní hotely nevnímají Airbnb jako konkurenci, vždy bude dost hostů vyžadujících kvalitní služby spojené s hotelem, zejména garanci služeb a jejich stálosti prostřednictvím hotelového řetězce garantující tuto stálost kvality v různých destinacích.

Čtvrtá otázka: Jaký očekáváte budoucí vývoj Airbnb?

Matyáš Trojan: Očekávám větší dohled finanční správy na osoby, které byty přes Airbnb pronajímají, což potvrzuji, že už se začalo dít. Finanční správa bude dohlížet na to, aby všichni platili daně jako podnikatelé, a ne jako pronajímatelé dlouhodobého pronájmu. Myslím si také, že možná dojde ke zvýšení lázeňského poplatku.

Gorjan Lazarov: Technologie mění svět, ve kterém žijeme, a jeden z jejich posledních projevů je živelný rozvoj sdílené ekonomiky. V oblasti cestování je to Airbnb a podobné platformy, které nabízejí lidem příležitost pronajmát krátkodobě svoje domy či byty. Pořád existuje a bude existovat široká skupina cestujících, která preferuje kompletní servis hotelových služeb. Ty při vší snaze a pokroku žádná digitální platforma nabídnout nedokáže. Jedna věc je jistá – boom v cestování bude pokračovat. Stále více lidí bude mít možnost objevovat nová místa. Teď je na tahu „neviditelná vládní ruka“, aby tomu přizpůsobila pravidla hry a zajistila rovné podmínky pro každého. A na závěr je důležité zmínit, že příjmy by měly být samozřejmě zdaněny. To vytvoří rovné podmínky pro bitevní pole. Hoteliéři se budou více soustřeďovat na odlišení se a vytvoření zážitků pro své hosty a rozdílné cílové skupiny.

Václav Vochoska: Sdílená ekonomika a Airbnb se bude muset do určité míry transformovat legislativě, tj. Zákon o poskytování ubytovacích služeb může být rozšířen i na Airbnb – můžeme očekávat povinnost standartního zdanění, standartních poplatků vůči neregistrovaným, povinnost vůči Živnostenskému úřadu, hygieně, požární ochraně apod.

3 Diskuze

Téma předkládané práce se primárně věnuje identifikaci postojů a názorů účastníků cestovního ruchu a vybraných aktérů na straně nabídky cestovního ruchu. Zpracování bakalářské práce předcházela primární výzkum metodou dotazníkového šetření, technikou dotazníku, který měl za cíl zjistit, jaké mají účastníci cestovního ruchu povědomí o webové platformě Airbnb a následně identifikovat jejich chování při volbě ubytování právě přes Airbnb. Cílem druhé části primárního výzkumu bylo identifikovat postoje a názory na tuto službu vybranými aktéry na straně nabídky cestovního ruchu. Řízené rozhovory byly realizovány se třemi odborníky na zkoumanou problematiku panem Trojanem Matyášem, panem Lazarovem Gorjanem a panem Vochoskou Václavem.

Co se první části výzkumu týče, zajímavým poznatkem bylo zjištění, že službu Airbnb zná z respondentů téměř celý vzorek dotázaných, ale využívá ji pouze 61 % respondentů. Tím tedy bylo zjištěno, že služba Airbnb v povědomí účastníků cestovního ruchu je, a to především díky primárním referenčním skupinám, které zahrnují jejich známé, přátele a rodiny. Autorka práce očekávala, že důvodem povědomí účastníků cestovního ruchu je především mediální rozruch, který se Airbnb poslední dobou týká kvůli návrhům na opatření pro provozování této služby, anebo na základě vlivné propagace, kterou Airbnb používá.

Dalším zajímavým zjištěním je, že vzorek respondentů, kteří uvedli, že službu Airbnb neznají, se nachází ve věkovém složení od 16–55 let. Nelze tedy blíže specifikovat, zda má na znalost či neznalost vliv věk respondenta. Ze vzorku dotázaných, kteří uvedli, že službu Airbnb neznají, je více než polovina dotázaných ve věku do třiceti let. Zbytek dotázaných je starších třiceti let.

Z výzkumu pak dále vyplývá, že skoro polovina dotázaných nabídku ubytování přes Airbnb využívá kvůli levnější možnosti ubytování, což bylo také autorkou předpokládáno, neboť sama kvůli tomuto důvodu službu využívá. Častým důvodem také je přiblížení se způsobu života místních obyvatel v destinaci.

Jelikož je zpětná vazba ve službách důležitým nástrojem pro zlepšování kvality, je skvělé zjištění, že recenze na hostitele a jejich ubytování na webu zanechává více než polovina dotázaných.

Zjištění vyplývající z výzkumu, že funkce Airbnb „Zážitky“ a „Restaurace“ nezná téměř polovina dotázaných, bylo pro autorku překvapující. Určitě by bylo dobré zamyslet se nad rozšířením povědomí účastníků cestovního ruchu o těchto funkcích, neboť například zažít s místními obyvateli věci, které typicky dělají lidé v navštívené lokalitě, může být velice zajímavé.

Prostřednictvím řízeného rozhovoru s poskytovatelem ubytování přes Airbnb se znovu potvrzuje, že Airbnb je pro účastníky cestovního ruchu levnější variantou ubytování, než v jiných alternativách ubytování a atraktivní je také, že mohou bydlet jako místní obyvatelé.

Z informací zjištěných prostřednictvím řízeného rozhovoru se zástupci na straně nabídky cestovního ruchu vyplývá, že Airbnb trh ovlivňuje pozitivním způsobem a měly by se zajistit rovné podmínky pro každého aktéra cestovního ruchu.

Autorka této práce si zvolila téma bakalářské práce z toho důvodu, že je sama uživatelkou služby Airbnb a zná její webovou platformu a zajímá se o aktuální dění v oblasti této problematiky. Na Airbnb je v dnešní době nahlíženo převážně negativně nejen poskytovateli ubytování v hotelnictví, ale také samotnými uživateli. Z toho důvodu se autorka práce rozhodla zpracovat na podloženém výzkumném šetření nejrůznější pohledy a názory. Ty byly prováděny na základě rozmanitého vzorku respondentů.

V následující kapitole autorka práce uvede na základě získaných informací z dotazníkového šetření několik návrhů pro provozovatele ubytování přes Airbnb, provozovatele hromadných ubytovacích zařízení a účastníky cestovního ruchu.

4 Návrh řešení a doporučení pro praxi

Jelikož dosud nebyla na Katedře cestovního ruchu Vysoké školy Polytechnické v Jihlavě zpracovaná žádná bakalářská práce, která by se přímo zabývala tématem Airbnb, už zpracování této předkládané práce může být pro praxi považováno za přínosné. Autorka udělala svůj soukromý výzkum, kde bylo zjištěno, že v ČR bylo celkově zpracováno jen malé množství bakalářských prací, které se tématem Airbnb zabývají, ať už přímo, nebo jen okrajově.

Jak už bylo zmíněno v kapitole Diskuze, Airbnb se v současné době potýká s mediálními rozruchy, který se týká návrhů na opatření pro provozování této služby. Proto by autorka ráda doporučila provozovatelům tohoto krátkodobého ubytování, aby spolupracovali s finanční správou ČR, tzn. platili daně jako podnikatelé, a ne jako pronajímatelé dlouhodobého pronájmu, odváděli lázeňské poplatky, hlásili hosty na cizineckou policii apod. Co se týká spolupráce přímo Airbnb s hlavním městem Prahou, bylo přislíbeno, že Airbnb je připraveno od svých hostitelů, kteří skrze tuto webovou platformu poskytují krátkodobé ubytování, po přijetí návrhu, vybírat v Praze ubytovací poplatek a výnos z něj převádět hlavnímu městu. Airbnb chce spolupracovat s vládou ČR na tvorbě efektivních pravidel pro sdílené ubytování, které zajistí, že řádní občané mohou i nadále získávat své dodatečné příjmy z pronájmu, že turisté mohou nadále prozkoumávat Prahu jako místní obyvatelé a město se může i nadále těšit z prospěchu ze zdravého a udržitelného cestovního ruchu. Autorčino doporučení se tak již naplňuje.

Co se doporučení pro ostatní provozovatele hromadných ubytovacích zařízení týče, autorka vychází z názoru pana Gorjana Lazarova, že Airbnb nemusí pro hoteliery znamenat zkázu. Bylo by dobré si uvědomit, že Airbnb komunikuje s jinou cílovou skupinou zákazníků a nelze ji například, co se kompletního servisu služeb hotelnictví týče, srovnávat. Hoteliéři by se měli zamyslet, jak tohoto trendu využít a zajímat se, jak se mohou zlepšit a jejich nabídku pro účastníky cestovního ruchu zatraktivnit. Samozřejmě by příjmy, plynoucí z Airbnb, měly být zdaněny, aby mohly být vytvořeny rovné podmínky pro všechny poskytovatele. Airbnb tak přinese další tlak pro hotelový průmysl, aby se mohl posunout na trhu ještě výše.

Dalšími aktéry cestovního ruchu jsou jeho účastníci. Ti by měli své chování uzpůsobit s ohledem na své okolí a chovat se v pronajímaném bytě i ve společných prostorech k ostatním nájemníkům ohleduplně. Při volbě svého ubytování by měli zvolit počet hostů,

takový, jaký opravdu bude, aby se tak nestávalo, že počet ubytovaných lidí neodpovídá nahlášenému počtu. Jako další doporučení bych ráda uvedla, aby tito účastníci cestovního ruchu dodržovali noční klid, dbali nejen o prostor, kde jsou ubytováni, ale i o prostor v okolí tohoto ubytování a nedělali nepořádek, třídili odpad nebo zhasínali světlo na chodbě společných prostor. Je opravdu důležité, aby se chovali, tak jako by byli ve vlastním domově a udržovali pořádek. Je přínosné, že Airbnb se na tomto snaží pracovat a konkrétně pro Prahu připravilo příručku pro hostitele, která obsahuje tipy pro poklidné soužití ubytovaných turistů se sousedy. V dohledné době by příručku měli obdržet všichni pražští hostitelé, a tak se autorčino doporučení opět může těšit jeho brzkému naplnění.

Závěr

V této práci byla hlavním cílem identifikace postojů a názorů účastníků cestovního ruchu a ostatních aktérů na trhu cestovního ruchu k fenoménu ekonomiky sdílení Airbnb. Po vyhodnocení těchto postojů a názorů autorka vytvořila návrhy doporučení, která by případně mohla jednotlivým aktérům zlepšit jejich orientaci v této problematice.

Práce byla rozdělena na teoretickou a výzkumnou část. Pro vypracování teoretické části bylo nutné čerpat z odborné literatury a elektronických zdrojů a provést tak literární rešerši z oblasti cestovního ruchu a ekonomiky sdílení. Také byla představena služba Airbnb. V teoretické části byly interpretovány základní pojmy k této práci, tedy pojem cestovní ruch a jeho účastník, služby v cestovním ruchu a služby v ubytování, ekonomika sdílení a s ním související pojem krátkodobý pronájem ubytování. Dále byly představeny další webové platformy, které krátkodobý pronájem zprostředkovávají. Na závěr byla z hlediska vzniku, průběhu a současnosti představena služba Airbnb. V rámci praktické části práce bylo nutné sestavit plán výzkumu, který byl realizován metodami dotazníkového šetření a řízených rozhovorů. Primární data byla následně analyzována a interpretována, výsledky primárních výzkumů byly důležitým podkladem pro tvorbu návrhové části práce.

Z analýzy a interpretace výzkumného šetření vyplývá, že je možné identifikovat postoje a názory účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu k fenoménu sdílené ekonomiky Airbnb a že na neznalost Airbnb nemá věk respondenta vliv. Návrh doporučení je tedy zaměřit se na aktuální poznatky této problematiky, aby provozovatelé tohoto krátkodobého ubytování spolupracovali s finanční správou ČR, aby si ostatní poskytovatelé ubytování uvědomili, že Airbnb komunikuje s jinou cílovou skupinou lidí než oni a aby účastníci cestovního ruchu své chování uzpůsobili s ohledem na své okolí a chovali se v pronajímaném bytě i ve společných prostorech k ostatním nájemníkům ohleduplně.

Seznam použité literatury

BERÁNEK, Jaromír. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.

DAVIES, Julie. *Vacation rental management 411*. Bloomington, IN: IUUniverse, 2018. ISBN 978-1-5320-5280-4.

GALLAGHER, Leigh. *The Airbnb story: how to Disrupt an Industry, Make Billions of Dollars ... and Plenty of Enemies*. London: Virgin Books 2018. ISBN 9780753545591.

GOELDNER, Charles R a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

HÁN, Jan, Martina BERÁNEK, Stanislava BELEŠOVÁ, Dan MRKOS, Petr STUDNÍČKA a Martina FRASCONA' SOCHŮRKOVÁ. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie*. Praha: Wolters Kluwer, 2016. ISBN 978-80-7552-253-5.

HÁN, Jan, Štěpán CHALUPA, Zdena LUSTIGOVÁ, Jaromír PAŽOUT, Petr ŠALDA a Martina FRASCONA' SOCHŮRKOVÁ. *Vybrané kapitoly z hotelnictví a gastronomie*. Praha: Wolters Kluwer, 2017. ISBN 978-80-7552-888-9.

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada, 2017. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

R. JONES, JR., Howard. *Making Money on Your Vacation Rental Home*. Lulu.com, 2010. ISBN 978-09842654-1-1.

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.

LINDEROVÁ, Ivica. *Cestovní ruch: základy a právní úprava*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2013. ISBN 978-80-87035-82-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.

SEIFERTOVÁ, Věra. *Průvodcovské činnosti*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4807-8.

VATAMANESCU, Elena-Madalina. *Knowledge management in the sharing economy: cross-sectoral insights into the future of competitive advantage*. New York, NY: Springer Berlin Heidelberg, 2017. ISBN 978-3-319-66889-5.

ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch: informační a komunikační technologie*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. ISBN 978-80-7041-514-6.

ZIBURA, Ladislav. *Už nikdy pěšky po Arménii a Gruzii*. Brno: BizBooks, 2017. ISBN 978-80-265-0701-7.

Elektronické zdroje

- (1) ŠUBRTOVÁ, Veronika. ZDARMA, LEVNÉ nebo UNIKÁTNÍ. Jak najít nejlepší ubytování na cestách?: Youtube[online]. In: 11.11.2018 [cit. 2018-11-25]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/>. Kanál uživatele Weef's World
- (2) LAZAROV, Gorjan. Proč si jako hoteliér myslím, že Airbnb nás nezničí, ale posune blíže lidem [online]. [cit. 2018-12-05]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/>
- (3) Marketing cestovního ruchu [online]. In: VANÍČEK, Jiří a Vladimír KŘEŠŤAN. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006 [cit. 2018-11-19]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/ba898846-3cc2-4274-9c8e6bb974c08475/GetFile20.pdf>
- (4) Why the collaborative economy is-changing everything. Forbes [online]. Forbes Media, 2014 [cit. 2018-11-11]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/10/16/why-the-collaborative-economy-is-changing-everything/>
- (5) The Sharing Economy. PwC [online]. PricewaterhouseCoopers LLP, 2015 [cit. 2018 - 11- 11]. Dostupné z: https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf
- (6) Český statistický úřad [online]. Praha, 2018 [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

- (7) ODEHNAL, Jiří, JUDr. Krátkodobé pronájmy sdílené bydlení odborný právní pohled [online]. Brno: OSMD, Občanské sdružení majitelů domů v ČR, 2017 [cit. 2018-11-19].
Dostupné z: <http://www.osmd.cz/cz/osmd/kratkodobe-pronajmy-sdilene-bydleni-odborny-pravni-pohled/>
- (8) Expedia [online]. ©2018 [cit. 2018-11-26].
Dostupné z: <https://www.expedia.com/>
- (9) FEINSTEIN, Eran. Everything You Ever Wanted to Know About Expedia [online]. 29.12.2014 [cit. 2018-11-25]. Dostupné z: <http://blog.directpay.online/>
- (10) TripAdvisor [online]. ©2018 [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.cz/>
- (11) HomeAway [online]. ©2006-2018 [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <https://www.homeaway.com/>
- (12) HouseTrip [online]. ©2018 [cit. 2018-11-26]. Dostupné z: <https://www.housetrip.com/>
- (13) Airbnb: About us [online]. 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupné z: <https://press.airbnb.com/>
- (14) České noviny: Airbnb loni k ubytování v Česku využilo přes milion turistů [online]. ČTK, 2018 [cit. 2018-11-27]. Dostupné z: <s://www.ceskenoviny.cz/>
- (15) KRAUS, Jan. AIRBNB – Show Jana Krause: Youtube[online]. In: . 16.3.2016 [cit. 2018-11-27]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/>. Kanál uživatele Show Jana Krause
- (16) Airbnb: Airbnb – nový fenomén v oblasti ubytování [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <http://herbinger.cz/>
- (17) Airbnb: Rychlá fakta [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://press.airbnb.com/>
- (18) Airbnb: Co jsou to zážitky? [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/>
- (19) Airbnb: Nová služba Airbnb Restaurace [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://airbnbporadenstvi.cz/>
- (20) Airbnb: Jak si mohu přes Airbnb rezervovat stůl v restauraci? [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://www.airbnb.cz/>

- (21) Airbnb: Airbnb slíbilo pomoc s výběrem poplatků za ubytování. Praze ročně přiteče 160 milionů [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://zpravy.aktualne.cz/>
- (22) Airbnb: Je Airbnb pro města skutečně hrozba, nebo se dá bydlení sdílet bez problémů? [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://www.forbes.cz/>
- (23) Airbnb: Praha chce regulovat Airbnb. Ubytování jen tři až čtyři měsíce v roce či vymáhání poplatků. [online]. [cit. 2018-11-29]. Dostupné z: <https://www.lidovky.cz/>

Přílohy

Přílohy A Dotazník k výzkumu bakalářské práce

Příloha A. 1 Dotazník k výzkumu o identifikaci postojů a názorů účastníků cestovního ruchu v českém jazyce

Dobrý den, jmenuji se Kristýna Moravcová a jsem studentkou oboru Cestovní ruch na Vysoké škole Polytechnické v Jihlavě. Pro svou bakalářskou práci na téma **Airbnb a jeho využití z pohledu účastníků a ostatních aktérů cestovního ruchu** bych Vás touto cestou ráda poprosila o vyplnění následujícího dotazníku, který mi pomůže identifikovat Vaše postoje a názory k tomuto fenoménu dnešní doby v ekonomice sdílení. Pokud jste byl/a ubytován/a přes službu Airbnb vícekrát než jednou, vyberte pro odpovědi v dotazníku jen jednu Vaši cestu. Výsledky dotazníku budou sloužit výhradně pro účely mé bakalářské práce a jsou zcela anonymní. Děkuji Vám předem za poskytnuté informace a ochotu spolupracovat.

Část A

1. Znáte webovou platformu pro krátkodobé pronájmy – AIRBNB?

pokud NE, dále prosím po zvolení odpovědi přejděte k otázce č. 23

☐ ano, znám ☐ ne, neznám

2. Byl/a jste již ubytován/a přes AIRBNB?

pokud NE, dále prosím po zvolení odpovědi přejděte k otázce č. 23

☐ ano, byl/a ☐ ne, nebyl/a

3. Jakým způsobem jste se o této formě ubytování dozvěděl/a?

- ☐ při vyhledávání ubytování přes internetový prohlížeč
- ☐ přes sociální sítě (Facebook, Instagram apod.)
- ☐ přes hromadné sdělovací prostředky (denní tisk, časopisy, letáky, televizní stanice, rozhlas)
- ☐ od známých, přátel, rodiny
- ☐ jiný způsob (uvedte): _____

4. Jakým způsobem jste hledal/a ubytování:

☐ přes webové stránky AIRBNB ☐ přes mobilní aplikaci AIRBNB

5. Za jakým účelem jste vycestoval/a do místa, kde jste službu AIRBNB využil/a?

☐ pobytový/poznávací cesta ☐ pracovní cesta ☐ studijní cesta

☐ jiný účel (uvedte): _____

6. Jak dlouhá byla délka Vašeho pobytu v místě ubytování?

☐ 1–2 noci ☐ 3–6 nocí ☐ více, než týden

7. Vyberte prosím, typ zařízení, které jste si pro své ubytování zvolil/a:

☐ celá nemovitost ☐ soukromý pokoj ☐ společný pokoj

8. Vyberte prosím, kde jste službu AIRBNB využil/a:

můžete zaškrtnout i více možností

☐ Česká republika ☐ Evropa ☐ Amerika ☐ Asie ☐ Austrálie ☐ Afrika

9. Zvolil/a jste pro své místo ubytování:

- ☐ centrum ☐ okolí blízko centra ☐ vzdálenost do centra do 2 hodin
☐ vzdálenost do centra více než 2 hodiny ☐ okraj města

10. Jaký důvod Vás vedl k využití nabídky ubytování právě přes AIRBNB?

můžete zaškrtnout i více možností

- ☐ levnější možnost ubytování, než přes jiné portály
☐ moje kladná minulá zkušenost
☐ chuť vyzkoušet něco nového, než pobyt v „klasickém“ ubytovacím zařízení (hotel, pension apod.)
☐ služba mě zaujala na základě vlivné propagace (Facebook, Instagram, jiné)
☐ na doporučení známých, přátel, rodiny
☐ touha poznat místní obyvatele při volbě sdíleného ubytování/pokoj v hostitelově domě
☐ jiný důvod (uveďte): _____

11. Seřadte dle vašich preferencí faktory, jež jsou pro Vás při výběru ubytování na AIRBNB rozhodující:

- 1 celková cena včetně servisního poplatku
- 2 recenze ubytování od hostů, které byli ubytováni před Vámi
- 3 poloha ubytování v blízké dostupnosti k památkám
- 4 služby ubytování (snídaně, ručníky na pokoji, možnost parkování atd.)

☐ ☐ ☐ ☐

12. Odpovídala nabídka dle popisu a fotografií místa ubytování realitě?

- ☐ ano, odpovídala ☐ ne, neodpovídala

13. Vysvětlil Vám majitel srozumitelně, vše, co se ubytování a jeho okolí týká? (pravidla domova, doporučení a tipy na památky v okolí, potraviny, městská doprava atd.)

- ☐ jasně a srozumitelně ☐ málo srozumitelně ☐ nesrozumitelně ☐ nevysvětlili vůbec

14. Ohodnoťte, prosím, Vaši spokojenost s ubytováním přes AIRBNB

stupnice od 1 (nejlepší) – 5 (nejhorší)

- ☐ 1 výborná ☐ 2 velmi dobrá ☐ 3 dobrá ☐ 4 dostatečná ☐ 5 nedostatečná

15. Využil/a jste možnost na webových stránkách či přes aplikaci AIRBNB zpětnou vazbu k ubytování a napsal/a hostiteli po odjezdu z ubytování Vaši recenzi?

- ☐ ano, využil/a ☐ ne, nevyužil/a

16. Zpětná vazba je možná i od hostitele směrem k hostovi – získal/s jste po odjezdu z ubytování recenzi?

- ☐ ano, získal/a ☐ ne, nezískal/a

17. Využil/a byste do budoucna na základě vaší zkušenosti s ubytováním přes AIRBNB službu i nadále?

☐ ano ☐ ne ☐ nevím

18. Doporučil/a byste na základě vaší zkušenosti s ubytováním přes AIRBNB službu Vaším známým a rodině?

☐ určitě ano ☐ spíše ano ☐ spíše ne ☐ určitě ne

19. Přemýšlel/a jste o tom, že byste také pronajímal svoji nemovitost/pokoj jako hostitel přes AIRBNB?

☐ ano, přemýšlel/a ☐ ne, nepřemýšlel/a

20. Dnešní podoba AIRBNB není jen o krátkodobém pronájmu, ale také o doplňkových službách jako jsou „Zážitky“ či „Restaurace“, slyšel/a jste o nich?

pokud NEVYUŽIL/A, dále prosím po zvolení odpovědi přejděte k otázce č. 23

☐ ano, slyšel/a a využil/a jsem již ☐ ano, slyšel/a a nevyužil/a jsem ještě

☐ ne, neslyšel/a jsem a nevyužil/a jsem

21. Vyberte, kterou doplňkovou službu jste využil/a:

☐ Zážitky ☐ Restaurace ☐ obě služby

22. Napište prosím, Váš názor na službu (spokojenost, podnět ke zlepšení, chystám se využít znova apod.):

23. Zaškrtněte prosím, zdali znáte jiné formy sdíleného ubytování:

můžete zaškrtnout i více možností

☐ Couchsurfing ☐ Expedia ☐ HomeAway ☐ HouseTrip ☐ Booking.com ☐ TripAdvisor

☐ neznám ani jednu jinou formu sdíleného ubytování z výše uvedených

Část B Profil respondenta

24. Pohlaví	25. Věk
☐ muž	
☐ žena	
26. Vzdělání	
☐ základní	
☐ střední bez maturity / vyučen	
☐ střední s maturitou	
☐ vyšší odborné	
☐ vysokoškolské	
27. Bydliště	
☐ město v České republice	
☐ vesnice v České republice	
☐ město v zahraničí	
☐ vesnice v zahraničí	
Datum:	Čas:

Příloha A. 2 Dotazník k výzkumu o identifikaci postojů a názorů účastníků cestovního ruchu v anglickém jazyce

Hello, my name is Kristyna Moravcová and I am a student of the Polytechnic University of Jihlava in the field of Tourism. For my bachelor thesis on **Airbnb and its use from the point of view of participants and other travel participants**, I would like to ask you this way to fill out the following questionnaire to help identify your attitudes and views on this phenomenon of today's economy of sharing. The results of the questionnaire will serve solely for the purposes of my bachelor thesis and are entirely anonymous.

Thank you in advance for the information provided and the willingness to cooperate.

Part A

1. Do you know the AIRBNB short-term rental web site?

if NOT, please, after selecting the answer, go to question no. 23

- ☐ Yes, I do ☐ No, I don't

2. Have you already been accommodated via AIRBNB?

if NOT, please, after selecting the answer, go to question no. 23

- ☐ Yes, I have ☐ No, I have not

3. How did you learn about this form of accommodation?

- ☐ when searching for accommodation via an internet browser
☐ through social networks (Facebook, Instagram, etc.)
☐ through mass media (daily newspapers, magazines, leaflets, TV stations, radio)
☐ from acquaintances, friends, families
☐ other way (specify): _____

4. How did you search for accommodation:

- ☐ through AIRBNB website ☐ through mobile app AIRBNB

5. For what purpose you traveled to the place where you used Airbnb service?

- ☐ holiday / sightseeing tour ☐ business trip ☐ study trip
☐ other purpose (specify): _____

6. How long was your stay at the accommodation?

- ☐ 1–2 nights ☐ 3-6 nights ☐ more than a week

7. Please select the type of building you chose for your accommodation:

- ☐ entire property ☐ private room ☐ shared room

8. Please select where you have used AIRBNB:

you can also select more options

- ☐ Czech Republic ☐ Europe ☐ America ☐ Asia ☐ Australia ☐ Afrika

9. You chose location for your accommodation:

- ☐ centre ☐ near centre ☐ distance to the centre less than 2 hours
☐ distance to the centre more than 2 hours ☐ outskirts of the city

10. What was your reason to use the AIRBNB accommodation offer?

you can also select more options

- ☐ cheaper accommodation than through other portals
- ☐ my positive past experience
- ☐ desire to try something new than staying in a "classic" accommodation facilities (hotel, guest house etc.).
- ☐ the service attracted me on the basis of influential promotion (Facebook, Instagram, others)
- ☐ on the recommendation of friends, friends, families
- ☐ the desire to meet local residents when choosing a shared accommodation / room in the host house
- ☐ other reason (specify): _____

11. Sort according to your preferences the factors that are the deal breakers for you when choosing your AIRBNB accommodation:

- ☐ total price including service charge
- ☐ Reviews from guests who had been accommodated before you
- ☐ location of accommodation in close proximity to monuments
- ☐ accommodation services (breakfast, in-room towels, parking, etc.)
- ☐ other factor (specify): _____

12. Did the offer match the description and photos of the accommodation place reality?

- ☐ yes, it did ☐ no, it didn't

13. Did the owner explain to you everything about accommodation and its surroundings? (rules of the home, recommendations and tips on landmarks, food, public transport, etc.)

- ☐ clearly and comprehensibly ☐ less comprehensibly ☐ incomprehensibly ☐ they explained nothing

14. Please rate your satisfaction with AIRBNB accommodation

scale from 1 (best) - 5 (worst)

- ☐ 1 excellent ☐ 2 very good ☐ 3 good ☐ 4 sufficient ☐ 5 insufficient

15. Did you use the feedback option on accommodation on the website or the AIRBNB application and wrote your review on the host after leaving the accommodation?

- ☐ yes, I did ☐ no, I didn't

16. Feedback is possible even from host to guest - did you get a review after your departure?

- ☐ yes, I did ☐ no, I didn't

17. Would you use the service in the future based on your experience with AIRBNB accommodation?

- ☐ yes ☐ I don't know ☐ no

18. Would you recommend it to your friends and family based on your experience with AIRBNB accommodation?

☐ definitely yes ☐ rather yes ☐ rather no ☐ definitely no

19. Have you thought you would also rent your real estate / room as a host through AIRBNB?

☐ yes, I have ☐ no, I have not

20. Today's AIRBNB is not just about short-term rentals, but also about additional services such as "Experiences" or "Restaurants", have you heard about them?

if NOT, please, after selecting the answer, go to question no. 23

☐ Yes, I have heard and used it already ☐ Yes, I have heard and I have not used it yet

☐ no, I have not heard and I have not used it

21. Choose which additional service you have used:

☐ Experiences ☐ Restaurants ☐ both

22. Please write your opinion on the service (satisfaction, improvement, I'm going to use again, ..):

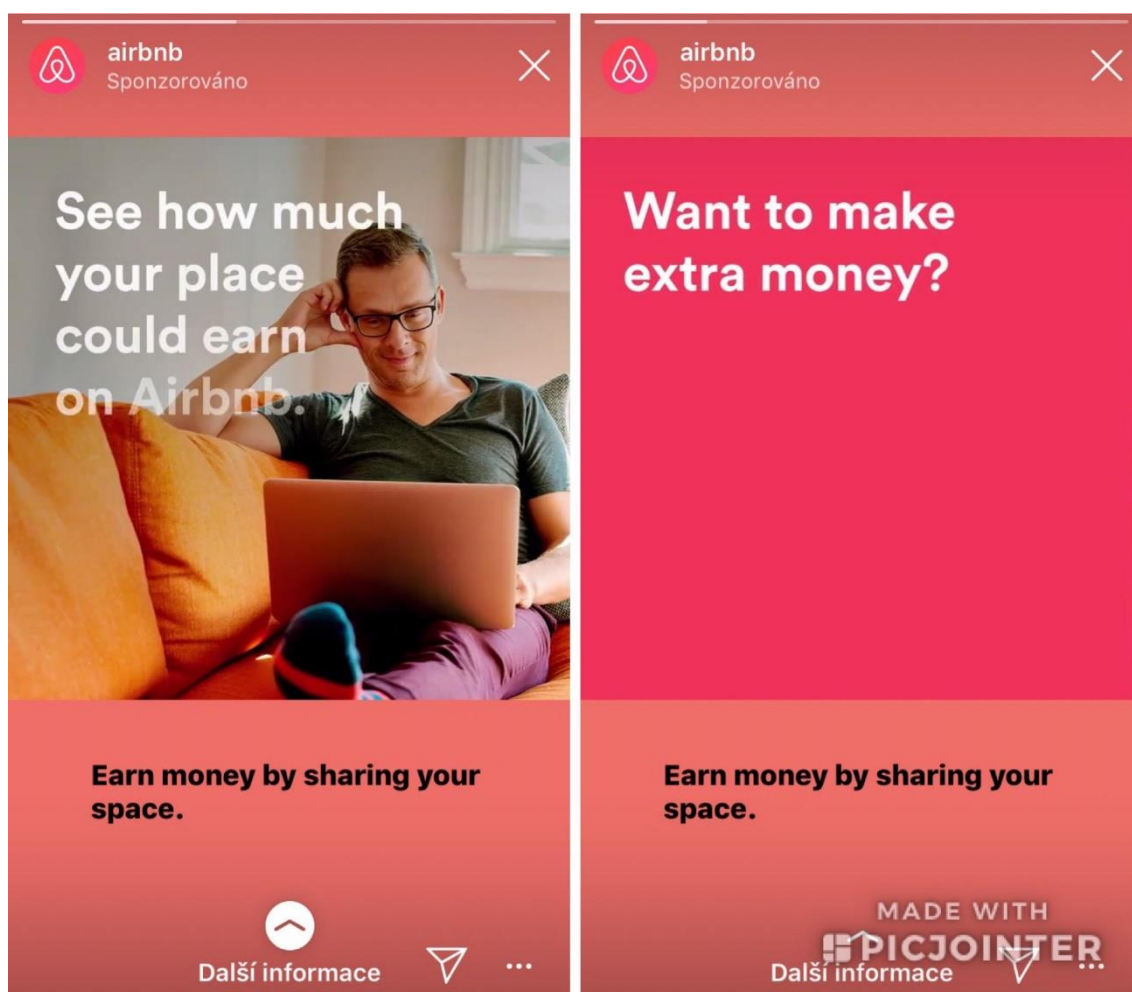
23. Please check if you know other forms of shared accommodation:

☐ Couchsurfing ☐ Expedia ☐ Homeaway ☐ House Trip ☐ booking.com ☐ TripAdvisor
☐ I do not know any other form of shared accommodation from the above

Part B Respondent Profile

24. Sex	25. Age		
☐ male			
☐ female			
26. Education			
☐ Basic			
☐ middle school / apprenticeship			
☐ middle school			
☐ college			
☐ university			
27. Residence			
☐ city in the Czech Republic			
☐ village in the Czech Republic			
☐ city abroad			
☐ village abroad			
Date:		Time:	

Příloha B Příklad propagace Airbnb ke sdílení našeho prostoru



Zdroj: (Instagram Airbnb)