

DOBA FAKULTETA

**ZA UPORABNE POSLOVNE IN DRUŽBENE ŠTUDIJE
MARIBOR**

MAGISTRSKA NALOGA

Rok Kralj

Maribor, 2013

DOBA FAKULTETA

**ZA UPORABNE POSLOVNE IN DRUŽBENE ŠTUDIJE
MARIBOR**

INOVATIVNI PODJETNIŠKI MODELI EKONOMIJE DELITVE V SLOVENIJI

(magistrsko delo)

Program Organiziranje in menedžment socialnih dejavnosti

Rok Kralj

Maribor, 2013

Mentor: izr. prof. dr. Peter Stanovnik

Somentorica: mag. Metka Nežič

Lektor: Leon Sabo, profesor slovenskega in ruskega jezika

Prevod v tuji jezik: Nataša Trojer, profesorica angleškega in nemškega jezika

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju izr. prof. dr. Petru Stanovniku in še posebej somentorici mag. Metki Nežič za strokovno pomoč, usmerjanje in spodbudo v celotnem procesu nastajanja moje magistrske naloge.

Hvala Barbari, Nejcu in Niki, ki so mi v času študija stali ob strani in me pri mojem delu podpirali.

IZJAVA O AVTORSTVU

Spodaj podpisani izjavljam, da sem avtor magistrske naloge z naslovom **INOVATIVNI
PODJETNIŠKI MODELI EKONOMIJE DELITVE V SLOVENIJI**

in da sem za potrebe arhiviranja oddal elektronsko različico zaključnega dela v Knjižnico DOBA Fakultete. Magistrsko nalogo sem izdelal sam ob pomoči mentorja in somentorice. V skladu s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah (Ur. l. RS, št. 16/2007) dovoljujem, da je zgoraj navedeno zaključno delo javno dostopno.

Podpisani izjavljam, da dovoljujem objavo osebnih podatkov, vezanih na zaključek študija (ime, priimek, leto in kraj rojstva, datum diplomiranja, naslov magistrske naloge), na spletnih straneh in v publikacijah DOBA Fakultete.

Kamnik, 28. 8. 2013

Rok Kralj

POVZETEK

V magistrski nalogi sem preučil inovativne podjetniške modele, ki sodijo v okvir ekonomije delitve. Bistvene značilnosti ekonomije delitve so raznolike oblike dostopa do deljivih dobrin, ki niso nujno v lasti uporabnikov. V raziskavi sem preučil odnos prebivalcev Slovenije do novih modelov ekonomije delitve. Rezultati so pokazali, da so prebivalci Slovenije pripravljeni deliti stvari in storitve, če bi bila delitev primerno organizirana. Na podlagi raziskave sem oblikoval več predlogov za inovativne modele ekonomije delitve, ki bi bili primerni za slovensko podjetniško in družbeno okolje.

Ključne besede: ekonomija delitve, deljive dobrine, dostop, spletna družbena omrežja, inovacije

SUMMARY

In the master thesis I examined innovative business models that fall within the scope of sharing economy. Essential characteristics of sharing economy are diverse forms of access to shareable goods, which are not necessarily owned by the user. In the research I examined the relationship of the population of Slovenia to the new models of sharing economy. The results showed that the population of Slovenia is willing to share things and services, if sharing is properly organized. Based on the research I've made a number of proposals for innovative models of sharing economy, which would be suitable for the Slovenian business and social environment.

Keywords: sharing economy, shareable goods, access, social networks, innovations

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	10
1.1	<i>Opredelitev problema</i>	11
1.2	<i>Namen in cilji magistrske naloge</i>	12
1.3	<i>Raziskovalna vprašanja in hipoteze</i>	13
1.3.1	Glavno in specifična raziskovalna vprašanja.....	13
1.3.2	Hipoteze.....	14
1.4	<i>Metode raziskave</i>	15
1.5	<i>Struktura naloge</i>	16
2	POMEN INOVATIVNOSTI V SODOBNI DRUŽBI ZNANJA	17
2.1	<i>Odprto inoviranje</i>	18
2.2	<i>Pomen inovativnosti za izhod iz krize</i>	19
3	OPREDELITEV EKONOMIJE DELITVE.....	21
3.1	<i>Poimenovanje in definicija ekonomije delitve</i>	22
3.2	<i>Informacijska revolucija kot podlaga razvoju ekonomije delitve</i>	24
3.3	<i>Spletna družbena omrežja kot orodje medsebojne delitve</i>	26
3.4	<i>Dostopnost in uporabnost pred individualnim lastništvom ter potrošništvom</i>	27
3.5	<i>Nove oblike potrošnje</i>	28
3.5.1	Deljive dobrine	29
3.6	<i>Nove oblike produkcije</i>	31
3.7	<i>Ekonomija delitve in družbena odgovornost</i>	32
3.8	<i>Ključne značilnosti ekonomije delitve</i>	33
4	PRIMERI DOBRIH PRAKS PODJETNIŠKIH MODELOV EKONOMIJE DELITVE	35
4.1	<i>Profitna podjetja</i>	35
4.1.1	Zipcar, sistem delitve avtomobilov	35
4.1.2	Airbnb, spletni »trg« delitve bivalnih prostorov	38
4.2	<i>Neprofitna delitev ali javno-zasebna partnerstva</i>	39
4.2.1	Bicikelj, sistem delitve koles v Ljubljani	40
4.2.2	Landshare	41
4.3	<i>Delitev storitev (sharing services)</i>	42
4.3.1	TaskRabbit.....	42

5	RAZISKAVA O ODNOSU PREBIVALCEV SLOVENIJE DO EKONOMIJE DELITVE.....	43
5.1	<i>Obstoječe raziskave na področju ekonomije delitve.....</i>	43
5.1.1	Povzetek raziskave The New Sharing Economy	43
5.1.2	Povzetek raziskave Quantifying the Sharing Economy.....	44
5.1.3	Povzetek raziskave Disownership is the New Normal	44
5.2	<i>Namen in cilji raziskave o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve.....</i>	45
5.3	<i>Osnovni podatki o spletni anketi o ekonomiji delitve</i>	45
5.4	<i>Vzorčenje</i>	46
5.5	<i>Analiza demografske strukture anketirancev in uporabe IKT-tehnologij</i>	48
5.6	<i>Preizkus hipotez.....</i>	51
5.6.1	Preizkus hipoteze 1.....	51
5.6.2	Preizkus hipoteze 2.....	54
5.6.3	Preizkus hipoteze 3.....	63
5.7	<i>Druge ugotovitve, ki izhajajo iz raziskave.....</i>	66
5.8	<i>Sklepne ugotovitve raziskave</i>	68
5.9	<i>Primerjava opravljenih raziskav z obstoječimi raziskavami.....</i>	71
6	PREDLOGI MODELOV EKONOMIJE DELITVE, PRIMERNIH ZA SLOVENSKO PODJETNIŠKO OKOLJE.....	73
6.1	<i>Prvi model: delitev orodij, naprav in drugih pripomočkov.....</i>	73
6.2	<i>Drugi model: delitev storitev.....</i>	76
6.3	<i>Tretji model: delitev uporabnih prostorov</i>	78
6.4	<i>Druge možnosti.....</i>	80
6.4.1	Delitev avtomobilov	80
6.4.2	Delitev zemlje oziroma vrtov	81
7	ZAKLJUČEK	82
8	LITERATURA IN VIRI	86
9	PRILOGE.....	93

KAZALO SLIK

Slika 1: Odprto inoviranje	18
Slika 2: Aplikacija iPhone za delovanje v sistemu Zipcar	36
Slika 3: Primer ponudbe na spletni strani Airbnb	39
Slika 4: Bicikelj, Ljubljana.....	40
Slika 5: Grafični prikaz delovanja modela 1	75
Slika 6: Grafični prikaz delovanja modela 2	77
Slika 7: Grafični prikaz delovanja modela 3	79

KAZALO PREGLEDNIC

Preglednica 1: Kategorije izdelkov in storitev, primernih za delitev, ter organizacije, ki jo izvajajo ...	30
Preglednica 2: Razlike med klasičnim in modelom ekonomije delitve.....	34
Preglednica 3: Redni uporabniki spleta po starosti v Sloveniji v 1. četrtletju 2012	46
Preglednica 4: Pripravljenost na delitev glede na starostne skupine	52
Preglednica 5: Pregled ključnih ugotovitev raziskave o ekonomiji delitve.....	70
Preglednica 6: Primerjava med raziskavami	72

KAZALO GRAFIKONOV

Grafikon 1: Vpliv poslovnih ciklov na inovativnost v državah OECD.....	19
Grafikon 2: Spol.....	48
Grafikon 3: Starost.....	48
Grafikon 4: Izobrazba.....	49
Grafikon 5: Regije.....	49
Grafikon 6: Mestno ali podeželsko okolje.....	50
Grafikon 7: Pripravljenost za delitev glede na starostne skupine.....	53
Grafikon 8: Pripravljenost za delitev glede na spol.....	53
Grafikon 9: Pripravljenost za delitev glede na izobrazbo.....	54
Grafikon 10: Najprimernejša možnost za posamezno stvar.....	56
Grafikon 11: Stvari, ki so jih anketiranci že delili.....	57
Grafikon 12: S kom so anketiranci najpogosteje delili stvari.....	58
Grafikon 13: Stvari, ki jih anketiranci najpogosteje delijo.....	59
Grafikon 14: Storitve, ki bi jih prebivalci Slovenije delili, če bi imeli možnost.....	60
Grafikon 15: Storitve, ki jih prebivalci Slovenije že delijo z drugimi.....	61
Grafikon 16: S kom prebivalci Slovenije najpogosteje delijo storitve.....	62
Grafikon 17: Storitve, ki jih prebivalci Slovenije najpogosteje delijo z drugimi.....	63
Grafikon 18: Največje zaupanje pri organiziranju delitve dobrin.....	64
Grafikon 19: Najprimernejši načini delitve.....	65
Grafikon 20: Kako bi morale biti poskrbljeno za delitev najpomembnejših dobrin.....	66
Grafikon 21: Opredelitev do delitve dobrin.....	67

1 UVOD

Drugo desetletje 21. stoletja zaznamuje kriza, ki je na različne načine in v različnem obsegu prizadela skorajda vse države sveta; Slovenija pri tem ni izjema. Kriza, ki se je najprej začela v finančnem sektorju, je postopoma prizadela tudi druga družbena področja, še zlasti gospodarsko in v širšem smislu celoten ekonomski sektor ter posledično družbo kot celoto; zraven pa moramo prišteti še dlje prisotno problematiko podnebnih oziroma okoljskih sprememb.

Rešitve za izhod iz krize, ki jih moramo iskati, zato ne smejo biti enostranske, temveč celovite; če se na primer lotimo samo ekonomskega področja in ponovno zaženemo gospodarsko rast ter potrošnjo, lahko še bolj zaostriamo okoljsko krizo. Prav tako samo z varčevanjem ne moremo rešiti gospodarstva, saj tako le še bolj zaostriamo družbene težave (povečanje brezposelnosti, nižanje socialnih pravic, revščina itd.).

Za rešitev kompleksne krize moramo torej iskati kreativne oziroma inovativne rešitve, še zlasti na področju ekonomije, kjer se je kriza dejansko začela. Propadanju starih ekonomskih modelov, odnosov in procesov mora slediti porajanje novih, kar je znameniti ekonomist Joseph A. Schumpeter (1975, str. 82-85) poimenoval proces kreativne destrukcije, »ki *od znotraj* nenehno revolucionira ekonomsko strukturo, nenehno uničuje stare, nenehno ustvarja nove strukture«.

Rihtarič (2008, str. 29) s tem v zvezi pravi, da je Schumpeter »oblikoval teorijo ekonomske evolucije kot 'kreativno destrukcijo', ki jo poganjajo inovativne aktivnosti podjetnikov – pionirjev«. Proces inoviranja je zato danes v samem središču reševanja krize, vendar pozornosti ne smemo namenjati samo tradicionalnim tehnološkim inovacijam, temveč tudi »inovacijam poslovnih modelov, novim načinom organiziranja dela ter inovacijam dizajna ali trženja« (European Commission, 2004, str. 5).

1.1 Opredelitev problema

Med takšne nove oziroma inovativne poslovne modele lahko uvrstimo tako imenovano ekonomijo delitve (ang. sharing economy), ki predstavlja nove podjetniške priložnosti, hkrati pa predstavlja celovit pristop za reševanje krize. Namesto individualne potrošnje, ki predstavlja veliko breme za naravne vire in ima velik vpliv na okolje (v obliki izpustov v ozračje in odpadkov), se ekonomija delitve osredotoča na dostop do izdelkov in storitev. Namesto da vsako stvar, ki jo potrebujemo, kupimo in jo imamo v lasti, pa poslovni modeli ekonomije delitve oblikujejo nove načine delitve, souporabe, zamenjave in izposoje za to primernih izdelkov ter storitev.

Današnji ekonomski sistem po eni strani proizvaja presežke izdelkov in storitev, po drugi strani pa povzroča njihovo izjemno neenakomerno porazdelitev. Številne potrošne dobrine so zelo slabo izkoriščene, hkrati pa njihovi hramba, vzdrževanje in varovanje pomenijo visoke stroške. Takšen primer je na primer avto, ki je v razvitem svetu povprečno v uporabi vsega eno uro dnevno, medtem ko so stroški njegovega lastništva ogromni. Ekonomija delitve predstavlja možno rešitev naštetih težav in hkrati predstavlja nove podjetniške in v širšem smislu družbene priložnosti.

Ekonomija delitve spreminja nekatere obstoječe vzorce na področju podjetništva, naš odnos do lastnine in nakupnih navad. V zadnjih letih se v svetu, še posebej uspešno v ZDA, pojavljajo različni podjetniški in drugi modeli (v okviru lokalnih skupnosti, javno-zasebnih partnerstev, društev itd.), ki jih lahko uvrstimo v okvir ekonomije delitve. Zelo uspešni sta na primer podjetji za delitev avtomobilov Zipcar in za delitev bivalnega prostora Airbnb. V Sloveniji je o ekonomiji delitve sorazmerno malo znanega, čeprav že obstajajo modeli, kot je na primer Bicikelj, javno-zasebni sistem delitev koles v Ljubljani.

Razvoj novih poslovnih modelov ekonomije delitve sovpada z razvojem informacijsko-komunikacijske tehnologije in spletnih družbenih omrežij, ki spreminjajo podobo sodobne družbe in znotraj nje ekonomskega področja. Nove tehnološke rešitve omogočajo razvoj poslovnih modelov, ki temeljijo na hitrem in preglednem dostopu do izdelkov in storitev, s čimer se zmanjšuje potreba po nakupu in lastništvu vsega, kar potrebujemo. Če neki izdelek, ki ga uporabljamo samo občasno (na primer avto, večje orodje, oprema za kamping), lahko

zadovoljuje potrebe več ljudi, potem takšen način predstavlja bistven prihranek naravnih virov, manjšo obremenjenost okolja, nižje stroške za posameznike, hkrati pa nove podjetniške priložnosti. Manj proizvodov ne pomeni nujno manj delovnih mest, saj se z novimi oblikami ekonomije delitve povečujejo potrebe po različnih storitvah (svetovanje, vzdrževanje itd.) in po večji kakovosti izdelkov in storitev.

Nove ekonomske oblike, ki temeljijo na delitvi, zahtevajo tudi širše ekonomske in družbene spremembe. Današnji ekonomski sistem, ki temelji na individualni potrošnji in gospodarski rasti, ne ustreza več novim okoliščinam in težavam, s katerimi se spopada človeštvo v 21. stoletju. Preobremenjeno okolje zaradi povečanih potreb po novih virih vse številčnejšega človeštva in zaradi vse večjih količin odpadkov in izpustov zahteva drugačne pristope, ki bodo temeljili na manjši uporabi naravnih virov in trajnostnem razvoju. Prav tako se morajo spremeniti tudi naši potrošniški vzorci in načini uporabe dobrin, kar pomeni, da moramo z manj dobrinami zadovoljiti enako ali več potreb kot v preteklosti. V tem kontekstu ekonomija delitve predstavlja obetajočo priložnost.

Za ekonomijo delitve lahko rečemo, da se na podjetniški način spopada z reševanjem perečih ekonomskih, družbenih in okoljskih vprašanj, hkrati pa namesto uničevalnega ekonomskega modela, ki temelji na neprestani gospodarski rasti in pretirani potrošnji, uvaja družbeno odgovorno in trajnostno naravnan razvojni ekonomski model.

1.2 *Namen in cilji magistrske naloge*

Ključni namen magistrske naloge je preučiti nove poslovne procese, odnose in modele, ki jih s skupnim imenom poimenujejo ekonomija delitve. Na podlagi preučitve obstoječe literature ter rezultatov lastne raziskave bom oblikoval konkretne predloge za uveljavitev novih poslovnih procesov in modelov v slovensko podjetniško prakso. Raziskava na področju ekonomije delitve bo prispevala k nadaljnjemu proučevanju tega razmeroma novega področja.

Cilji magistrske naloge so:

- opredelitev pojma in področja ekonomije delitve;
- opredelitev novih podjetniških modelov ekonomije delitve;

- preučitev in predstavitev nekaterih značilnih podjetniških modelov ekonomije delitve, ki v praksi že uspešno delujejo;
- prepoznavanje stvari in storitev, ki bi bile primerne za delitev v okviru novih podjetniških modelov ekonomije delitve v Sloveniji;
- priprava predlogov za konkretne podjetniške modele, ki bi bili primerni za slovensko podjetniško in družbeno okolje (na podlagi rezultatov raziskave in študija literature);
- predstavitev prednosti ekonomije delitve in konkretnih možnosti za oblikovanje podjetniških modelov, ki bi bili primerni za slovensko podjetniško okolje, strokovni in laični javnosti – v knjigi, člankih in na predavanjih.

1.3 Raziskovalna vprašanja in hipoteze

Za potrebe raziskave sem oblikoval glavno raziskovalno vprašanje, specifična raziskovalna vprašanja in hipoteze.

1.3.1 Glavno in specifična raziskovalna vprašanja

Glavno raziskovalno vprašanje raziskave, ki jo bom opravil v okviru svoje magistrske naloge, se glasi:

Kakšen je odnos prebivalcev Slovenije v starostni skupini 16 do 74¹ let do ekonomije delitve in katere vrste izdelkov² ter storitev so pripravljeni deliti v okviru novih podjetniških³ modelov ekonomije delitve?

¹ Razloge, zakaj sem izbral ravno to starostno skupino, navajam v poglavju 5.4 Vzorčenje.

² V magistrski nalogi v različnih kontekstih uporabljam različne izraze za poimenovanje *izdelkov*. Pojem *izdelek* se najpogosteje uporablja kot ekonomska kategorija; na primer, ko govorimo o nakupu novih izdelkov. V nalogi občasno uporabljam tudi pojem *dobrine*, ki je širši pojem, saj poleg izdelkov (in storitev) zajema tudi naravne vire ter skupno družbeno bogastvo. Za materialne dobrine oziroma izdelke uporabljam tudi pojem *stvari*, kajti v okviru ekonomije delitve se običajno uporabljajo tudi materialne dobrine, ki že imajo lastnika oziroma niso nove.

³ Že v naslovu sem govoril o inovativnih podjetniških modelih ekonomije delitve. Pojem podjetništvo uporabljam v najširšem pomenu, kajti ekonomija delitve se ne izvaja samo v okviru podjetij, temveč tudi v okviru drugih organizacijskih oblik, kot so lokalne skupnosti, društva, nevladne organizacije. Ne glede na organizacijsko obliko sem želel poudariti podjetniški vidik ekonomije delitve, ki seveda ne zanemara družbene in okoljske odgovornosti.

Specifična raziskovalna vprašanja:

- *Kakšen je odnos slovenskega prebivalstva v starostni skupini 16 do 74 let do ekonomije delitve glede na njihovo starost?*
- *Kateri izdelki in storitve so najprimernejši za delitev v okviru novih podjetniških modelov ekonomije delitve v Sloveniji?*
- *Kateri podjetniški modeli ekonomije delitve so najprimernejši za prebivalce Slovenije v starostni skupini 16 do 74 let?*

1.3.2 Hipoteze

Raziskava temelji na treh hipotezah. V hipotezi 1 sem predpostavil, da so mlajši prebivalci Slovenije dovzetnejši za nove podjetniške oblike ekonomije delitve kot starejši. Glavni razlog je v pogostejši uporabi informacijsko-komunikacijske tehnologije med mlajšimi, omenjena tehnologija pa je v dobri meri povezana z novimi oblikami ekonomije delitve.

V hipotezi 2 sem predpostavil, da so prebivalci Slovenije bolj pripravljeni deliti stvari in storitve manjših vrednosti kot večjih. Razlog za to predpostavko je, da bi posameznik lažje sprejel ali drugemu dal v uporabo stvar manjše vrednosti, saj bi bili ob morebitni poškodbi ali izgubi tudi njegova odgovornost in stroški manjši kot pri stvareh večje vrednosti. Za stvari večjih vrednosti sem izbral deljive stvari, kot so nepremičnine in stvari večjih vrednosti (avtomobil, večje orodje, itd.); med storitve z večjo vrednostjo pa sem uvrstil hišna vzdrževalna in obnovitvena dela, inštrukcije ali poučevanje itd.

Raziskovati razlike med trajnimi in netrajnimi dobrinami se mi ni zdelo smiselno, saj so deljive stvari praviloma trajnega značaja oziroma spadajo v kategorijo trajnih dobrin (čeprav je mogoče deliti tudi netrajne dobrine, predvsem ko gre za zadovoljevanje človekovih osnovnih potreb (na primer hrana). Izbor stvari in storitev sem oblikoval na podlagi ustrezne strokovne literature.

V hipotezi 3 sem predpostavil, da bi prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bolj zaupali neprofitno usmerjenim modelom ekonomije delitve kot profitno usmerjenim. Pri tem sem za profitno obliko upošteval podjetje, druge organizacijske oblike pa za neprofitne (socialno podjetje, lokalna skupnost, društvo itd.). Predpostavil sem, da bi ljudje delitev bolj zaupali organizacijskim oblikam, kjer dobiček ni na prvem mestu.

Hipoteza 1: *Mlajši prebivalci Slovenije (v starostni skupini 16 do 34 let) so bolj dovzetni za nove podjetniške oblike ekonomije delitve kot starejši prebivalci Slovenije (stari 35 do 74 let).*

Hipoteza 2: *Prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, so bolj pripravljeni deliti deljive (ang. shareable) stvari in storitve manjših kot večjih vrednosti.*

Hipoteza 3: *Prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bi bolj zaupali neprofitno usmerjenim modelom ekonomije delitve kot profitno usmerjenim.*

1.4 Metode raziskave

V teoretičnem delu magistrske naloge sem uporabil deskriptivno raziskovalno metodo, v okviru katere sem kritično presodil ustrezno literaturo (knjige, strokovne članke in spletno literaturo). Večina literature je tuje, saj v slovenskem okolju o ekonomiji delitve skorajda ni ustrezne literature; še najopaznejši je bil daljši članek *Potrošniška revolucija! Manj kupovanja, več izposojanja*, ki je bil leta 2011 objavljen v reviji Moje finance (Milič, 2011).

V drugem, empiričnem delu magistrske naloge, sem uporabil kvalitativno raziskovalno metodo, s katero sem pridobil primarne podatke. Opravil sem spletno anketo v programu Survey Monkey (program za spletno anketiranje in analizo pridobljenih podatkov), pridobljene podatke pa sem analiziral in obdelal v računalniškem programu Excel.

Podrobneje sem metode predstavil v empiričnem delu naloge.

1.5 *Struktura naloge*

Magistrska naloga je razdeljena na devet poglavij. Poleg uvoda, ki opredeljuje problem in vsebuje raziskovalno vprašanje ter hipoteze, se naloga začne s poglavjem o pomenu inovativnosti v sodobni družbi znanja (2. poglavje); ekonomija delitve namreč uvaja številne inovativne tehnološke in organizacijske rešitve, ki jih lahko uvrstimo na področje odprtega inoviranja.

V 3. poglavju sem na podlagi ustrezne literature opredelil oziroma definiral pojem ekonomije delitve. Na primerih dobrih praks (4. poglavje), še zlasti iz ZDA, sem osvetlil razmislek o pomenu ekonomije delitve v sodobni družbi, katere poudarek je poleg ekonomskega vidika tudi na družbeni in okoljski odgovornosti. Peto poglavje sestavlja raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve, ki vsebuje tudi opis nekaterih že opravljenih raziskav in primerjavo z le-temi.

Na podlagi raziskave in teoretičnih izhodišč sem v 6. poglavju predstavil predloge podjetniških modelov ekonomije delitve, ki bi bili primerni za slovensko podjetniško in širše družbeno okolje. Sledita še zaključek ter literatura in viri, na koncu pa so v prilogah še anketa in rezultati ankete.

2 POMEN INOVATIVNOSTI V SODOBNI DRUŽBI ZNANJA

Peter Druckner (1993, str. 19) inovacije definira kot »specifično orodje podjetnikov, sredstvo, s katerim izkoriščajo spremembe kot priložnosti za drugačno poslovanje ali za drugačne storitve«. Inovacijski proces je »interaktiven ustvarjalni proces« (Stanovnik et al., 2012, str. 2), ki prinaša »razvoj nove vrednosti za potrošnike z rešitvami, ki zadovoljujejo tržne potrebe na nov način« (ibidem). Vendar danes na inovacije gledamo s širšega vidika, saj so poleg tehnoloških inovacij, ki se delijo na produktne in procesne inovacije, izjemnega pomena tudi netehnološke inovacije, kot so: marketinške, organizacijske, poslovni modeli in družbene inovacije (ibidem, str. 3). »Za uspeh in tržni preboj je nujna kombinacija tehnoloških in netehnoloških inovacij,« poudarja dr. Stanovnik (et al., 2012, str. 5).

V celotni ekonomski sferi se danes odvijajo velike spremembe, zato številni avtorji govorijo kar o novi ekonomiji, ki je »osnovana na znanju« (Stanovnik in Kavaš, 2011-2012, str. 55), pri čemer je ena njenih glavnih značilnosti razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij. Ena izmed pomembnih značilnosti nove ekonomije je tudi, da se v globalnem merilu povečuje vloga storitev (ibidem, str. 65).

Poleg tega nova ekonomija »omogoča nove razsežnosti globalnega delovanja gospodarstev:

- porast multilateralnih institucionalnih okolij;
- večja vloga industrijskih in storitvenih panog, ki so zasnovane na znanju;
- globalizacija raziskovalno-razvojne dejavnosti;
- hiter razvoj informacijskih tehnologij;
- povečana vloga malih in srednje velikih podjetij;
- programi vlad za zmanjševanje brezposelnosti.« (ibidem, str. 61)

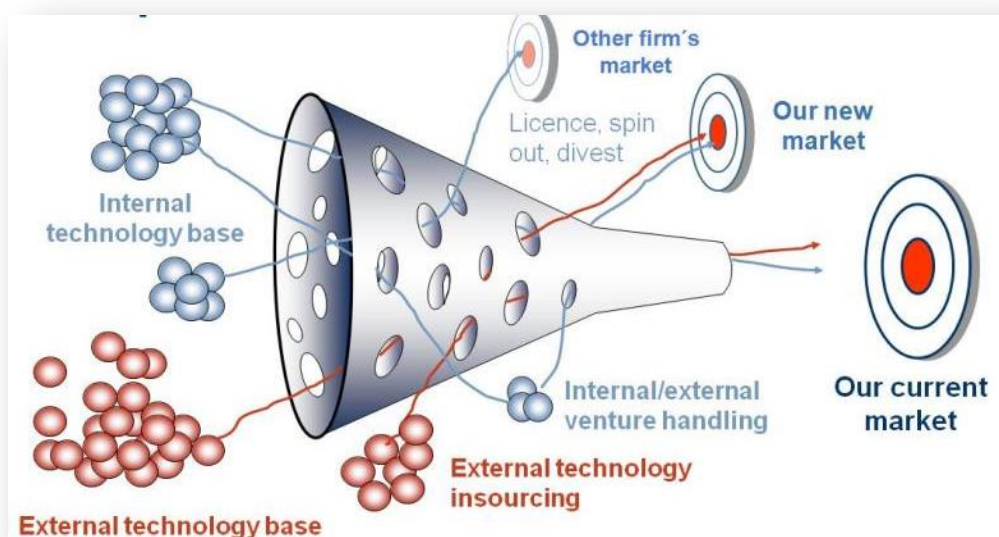
V okviru nove ekonomije, katere ključna značilnost je razvoj informacijsko-komunikacijskih tehnologij, vse večji pomen pridobivajo tako imenovane odprte inovacije (open innovation).

2.1 Odprto inoviranje

Chesbrough, Vanhaverbeke in West (2008, str. 1) odprte inovacije opredeljujejo kot paradigmo, ki govori o tem, da »podjetja v prizadevanju za napredek svojih tehnologij lahko in morajo uporabljati tako notranje kot zunanje ideje ter notranje in zunanje poti do trgov. Proces odprtih inovacij kombinira notranje in zunanje ideje v arhitekture in sisteme«.

Za odprte inovacije je torej značilno, da proces inoviranja ne poteka več zaprto, znotraj neke organizacije, temveč tudi zunaj nje. V času razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologij in spletnih družbenih omrežij je proces odprtega inoviranja postal zelo razširjen; organizacije svoje inovacije dajejo na voljo drugim in hkrati uporabljajo ideje drugih. Slika 1 prikazuje proces odprtega inoviranja, ki vključuje notranjo (internal technology base) in zunanjo tehnološko osnovo (external technology base), prav tako pa v sam proces vstopajo zunanji tehnološki viri (external technology insourcing) ter notranji in zunanji viri tveganega kapitala (internal/external venture handling). Cilj tega procesa pa ni samo osredotočanje na zdajšnje trge, temveč tudi nove (our new market) in trge drugih podjetij (other firm's market) (Chesbourg, 2004, str. 6).

Slika 1: Odprto inoviranje



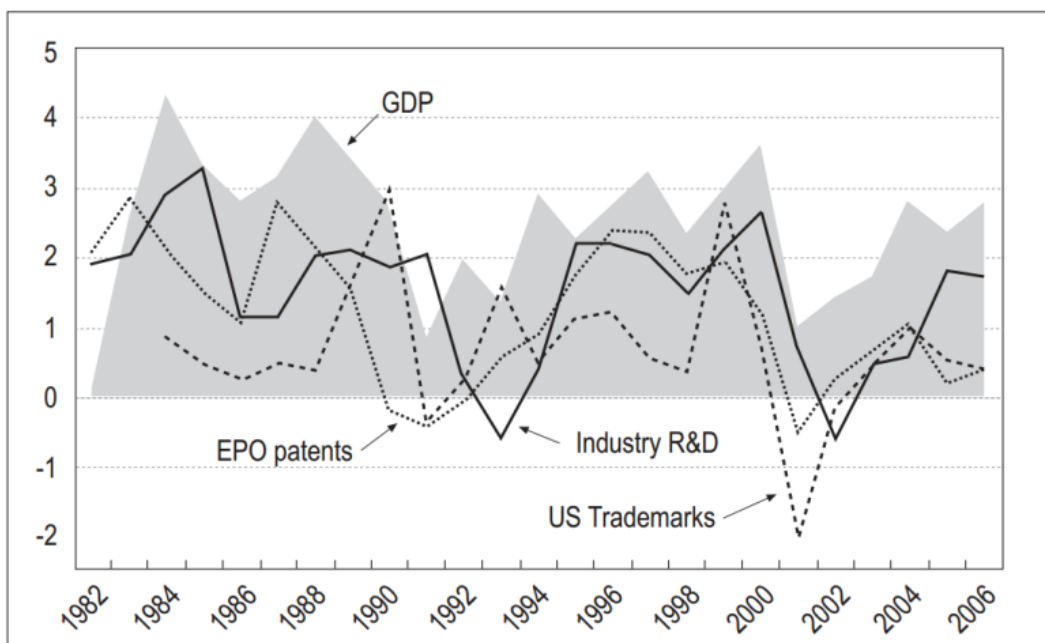
Vir: Chesbourg 2004

2.2 Pomen inovativnosti za izhod iz krize

Dr. Peter Stanovnik (2012) poudarja, da je v času gospodarske krize izjemnega pomena spodbujati inovativnost. V Organizaciji za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD) ugotavljajo, da »kriza vpliva na inovativnost in na številne druge determinante dolgoročne rasti« (OECD, 2009, str. 5) in prav inovativnost bo zato »ena od ključnih poti za izhod iz obstoječe krize« (ibidem). Če torej želimo spodbuditi dolgoročno trajnostno rast, je inovativnosti treba nameniti večji poudarek. Ranga in Etzkowitz (2012, str. 1435) poudarjata nujnost uveljavitve »ciljane in integrirane inovacijske politike«, ki je poleg drugih ukrepov velikega pomena za izhod iz krize.

Kako je gibanje bruto domačega proizvoda (BDP oziroma ang. GDP) v državah OECD povezano z obsegom investicij v raziskave in razvoj (industry R&D) ter obsegom patentnih prijav v okviru Evropskega patentnega urada (EPO) in v ZDA (US Trademarks), je razvidno iz grafa 1. Prav zaradi vzročno-posledične odvisnosti investiranja v raziskave in razvoj z gibanjem BDP-ja bodo morali tako država kot podjetja sama spodbuditi vlaganja v inovativno dejavnost.

Grafikon 1: Vpliv poslovnih ciklov na inovativnost v državah OECD



Vir: OECD 2009

V letu 2012 je Evropski patentni urad zabeležil 5,2-odstotno rast patentnih prijav glede na leto prej (Edmondson, 2013). Največ patentnih prijav so vložili Američani (24,6 %), Japonci (20,1 %), Nemci (13,3 %), Kitajci (7,3 %) in Korejci (5,6 %); v začetnem obdobju krize, leta 2009, pa se je število patentnih prijav EPO zmanjšalo kar za 7 % (ibidem). Podatki kažejo, kako se posamezne države zavedajo vloge in pomena inovativnosti v času krize in v sodobni družbi na splošno.

Za ekonomijo delitve lahko rečemo, da ima številne značilnosti nove ekonomije, saj temelji na znanju in inovativnosti s poudarkom na storitvah in sodobnih informacijsko-komunikacijskih tehnologijah. Razvoj novih oblik ekonomije delitve pa lahko uvrstimo na področje odprtih inovacij, saj organizacije, ki razvijajo nove poslovne modele in rešitve, vključuje ideje tako iz notranjih kot zunanjih virov.

3 OPREDELITEV EKONOMIJE DELITVE

Čeprav o ekonomiji delitve govorimo o kot o inovativnem poslovnem modelu, pa sama medsebojna delitev⁴ dobrin ni nekaj novega. Antropolog John A. Price je že leta 1975 zapisal, da je »medsebojna delitev najbolj univerzalna oblika človekovega ekonomskega obnašanja, različna in bolj temeljna kot recipročnost« (Price, 1975) in »verjetno najbolj temeljna oblika ekonomske distribucije humanoidnih skupnosti v obdobju več sto tisoč let« (ibidem).

Podobno tudi Belk (2010, str. 715) pravi, da je »delitev temeljno obnašanje potrošnikov, ki ga bodisi večinoma spregledamo ali ga zamenjamo z menjavo blaga in dajanjem daril. Delitev je ločena od drugih oblik, starodavna in vse pomembnejša raziskovalna tema obnašanja potrošnikov, ki se ukvarja s širokim naborom potrošniških vprašanj: od delitve virov v okviru gospodinjstev nasproti atomizirani družinski lastnini do izmenjave datotek nasproti pravicam intelektualne lastnine«.

Številni danes najinovativnejši poslovni modeli, ki jih uvrščamo na področje ekonomije delitve, so pravzaprav posodobljene različice preteklih oblik. Tako na primer Bootsman in Rogers (2010, str. xiii) poudarjata, da je podjetje s spletno platformo Airbnb, ki se ukvarja z delitvijo bivalnih in drugih prostorov, »stara, prekopirana ideja, ki je s pomočjo spletnih družbenih omrežij in novih tehnologij ponovno postala pomembna«.

Na splošno lahko govorimo o novih družbenih in ekonomskih oziroma poslovnih modelih, procesih in odnosih, za katere je značilno, da uporabniki do izdelkov in storitev dostopajo takrat, ko jih potrebujejo. Medtem ko tradicionalni poslovni model temelji na individualnem nakupu in lastništvu izdelka ali storitve, je za ekonomijo delitve značilno, da imajo uporabniki na voljo stalen in učinkovit dostop do stvari, kar ima prednost pred njihovim lastništvom. Čeprav številne oblike, ki jih štejemo v okvir ekonomije delitve, že poznamo (na primer izposoja avtomobilov), pa je za nov model značilna delitev stvari in storitev, ki poteka v okviru novih informacijsko-komunikacijskih tehnologij in spletnih družbenih omrežij (ang. networks, mesh).

⁴ Angleško besedo *share* oziroma *sharing* lahko enostavno prevedemo kot *delitev*. Vendar ima slovenski jezik za *delitev* tudi druge pomene, predvsem v smislu delitve na pogosto nasprotne skupine ali opredelitve (na primer: levi – desni, kapitalizem – socializem). V magistrski nalogi je govor o delitvi kot načinu porazdelitve (distribucije) ali izmenjave dobrin, zato občasno uporabljam besedno zvezo *medsebojna delitev* dobrin, izdelkov, stvari ali storitev. V primeru, ko gre za ekonomski model, pa uporabljam besedno zvezo *ekonomija delitve*.

3.1 Poimenovanje in definicija ekonomije delitve

Ker gre za novo področje, je tudi poimenovanje sorazmerno neenotno. Dejansko ne obstaja enoten pojmovni okvir, prej gre za skupna načela oziroma principe, ki opredeljujejo ekonomijo delitve. Ključna načela ekonomije delitve so: delitev, odprtost, dostopnost, sodelovanje, povezovanje. Medtem ko v današnjem prevladujočem ekonomskem modelu proizvodnja in potrošnja potekata sorazmerno ločeno in zaprto, pa novi model, ki ga imenujemo ekonomija delitve, poteka bistveno drugače: povezano in odprto.

Različni avtorji modele, ki imajo skupne značilnosti ekonomije delitve (v nadaljevanju jih bom podrobneje opredelil), poimenujejo na različne načine (P2P Foundation, 2012a, str. 4):

- sodelovalna potrošnja (collaborative consumption) – Rachel Botsman;
- omrežje kot platforma za delitev (mesh) – Lisa Gansky;
- na skupnem osnovana mrežna produkcija (commons-based peer production) in dobrine, primerne za delitev (shareable goods) – Yochai Benkler;
- wikinomija (wikinomics) – Don Tapscott;
- množično zunanje izvajanje (crowdsourcing) – Jeff Howe;
- zunanje inovacije (open innovation) – Henry Chesbrough;
- sodelovalna ekonomija (collaborative economy) – Michael Bauwens.

K temu lahko prištejemo še Creative Commons oziroma odprto licenciranje, kooperative oziroma zadružništvo in druge oblike. Ključni razlog, zakaj za omenjene ekonomske oblike, ki imajo skupne značilnosti, uporabljamo ravno pojem ekonomije delitve, je v sami naravi človeškega komuniciranja, ki je dejansko proces medsebojne delitve (sharing process) in ne menjave (exchange process) (o tem podrobneje v poglavju 3.2 *Informacijska revolucija kot podlaga razvoju ekonomije delitve*). Komuniciranje pa je z razvojem novih informacijsko-komunikacijskih tehnologij (IKT; splet, mobilna telefonija itd.) in spletnih družbenih omrežij dobilo povsem nove dimenzije, ki postopno spreminjajo same temelje naše ekonomije in družbe kot celote.

V jedru vseh zgoraj omenjenih oblik so nove zmožnosti komunikacije, ki s pomočjo sodobnih IKT-tehnologij in spletnih družbenih omrežij omogočajo povsem drugačne možnosti delitve

informacij, prav tako pa tudi stvari in storitev. V preteklosti je bila zmožnost komuniciranja vezana predvsem na manjša in zaprta omrežja (na primer v okviru posameznega podjetja ali lokalne skupnosti), na zaprte vire znanja in tehnologij (npr. akademske knjižnice, inštituti); potrošnikom so bile dostopne sorazmerno redke informacije o izdelkih in storitvah (če izvajamo pristranska marketinška sporočila) in tako naprej. Z informacijsko revolucijo pa je komunikacija dosegla obseg in doseg, ki ni primerljiv z ničimer v preteklosti. Zato lahko danes nove ekonomske oblike, ki se razvijajo predvsem v okviru nove družbene realnosti informacijsko-komunikacijskih tehnologij in spletnih družbenih omrežij, s skupnim imenom poimenujemo **ekonomija delitve**.

Lisa Gansky pravi, da »tradicionalno poslovanje sledi preprosti formuli: ustvariti proizvod ali storitev, jo prodati in pobrati denar« (Gansky, What is the Mesh). Za razliko od tega načina pa se v zadnjih letih popolnoma nov model, ki ga poimenuje The Mesh⁵ (omrežje). Organizacije, ki delujejo po tem principu, »ustvarjajo, delijo in uporabljajo družbene medije, brezžična omrežja in informacije, pridobljene iz vseh razpoložljivih virov, da bi ljudem preskrbele izdelke in storitve v trenutku, ko jih le-ti potrebujejo, brez bremen, ki jih predstavlja lastništvo« (ibidem).

Ekonomija delitve uvaja številne nove pristope tako na področju proizvodnje kot tudi potrošnje. Znanje, tehnološke rešitve, inovacije ter samo delo se ne razvijajo oziroma ne potekajo več v zaprtih obratih in drugih institucijah, temveč v okviru gosto prepletenih in odprtih omrežij. Tudi potrošnja ne temelji več na enosmernem odnosu proizvajalec-prodajalec-kupec, temveč stvari in storitve na različne načine krožijo v okviru omrežij, pri čemer sta dostop in uporabnost pomembnejša od lastništva. Celo proizvodnja in potrošnja nista več nujno ločeni med seboj, saj uporabniki lahko sooblikujejo oziroma sokreirajo stvari in storitve, ki jih sami potrebujejo.

Na splošno bi ekonomijo delitve lahko definirali kot:

⁵ Angleška beseda *mesh* ima več pomenov. Mesh je beseda za gosto prepleteno mrežo iz tanke žice ali umetnih vlaken; v računalniškem svetu pomeni način enakovredne povezanosti vseh elementov med seboj. Lisa Gansky pojem the Mesh uporablja kot sinonim za poslovanje, kjer so vsi deležniki medsebojno povezani in si delijo tako informacije kot izdelke in storitve oziroma kot »svetovna skupnost in ekonomija, kjer ima dostop prednost pred lastništvom« (Mesh, the pulse of sharing economy).

Ekonomija delitve (sharing economy) je skupno ime za raznolike ekonomske oblike, ki uporabnikom omogočajo enostaven in stalen **dostop** (access) do deljivih stvari in storitev (shareable goods), ki jih v nekem časovnem obdobju **potrebujejo**.

Posamezna stvar ali storitev **ni več nujno v lasti** posameznika, pač pa se na različne načine **deli** (share) med številne uporabnike; običajno s pomočjo sodobnih **informacijsko-komunikacijskih tehnologij** in **spletnih družbenih omrežij**.

Hkrati s spremenjenimi načini potrošnje se spreminjajo tudi proizvodni načini, ki temeljijo na široko **dostopnem znanju**, **odprtih inovacijah** in **mrežnem povezovanju** – na delitvi virov, znanja in tehnologij, ki omogočajo izjemno inovativnost in razvoj.

Ekonomija delitve se na podjetniški način spopada s perečimi ekonomskimi, okoljskimi in družbenimi vprašanji ter uvaja družbeno odgovoren in trajnostno naravnan ekonomski razvojni model.

V nadaljevanju bom podrobneje predstavil ključne vidike ekonomije delitve.

3.2 Informacijska revolucija kot podlaga razvoju ekonomije delitve

Britanski kognitivni znanstvenik Collin Cherry (1914–1979) je že v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja v knjigi *Doba dostopa, informacijska tehnologija in družbena revolucija* (*The Age of Access: Information Technology and Social Revolution*) napovedal velikanske ekonomske in družbene spremembe, ki jih bo povzročila informacijska revolucija, takrat še v povojih. Cherry jo je poimenoval druga industrijska revolucija, njen pomen pa je primerjal s (prvo) industrijsko revolucijo v 18. in 19. stoletju, ki je temeljito spremenila podobo takratne ekonomije in družbe.

Cherry pravi, da informacijska revolucija sama po sebi ni toliko posebna, saj smo imeli v zgodovini že veliko podobnih radikalnih tehnoloških inovacij (Cherry, 1985, str. 13), vendar gre pri informacijski revoluciji za res veliko spremembo, saj se spreminjajo sami temelji naših medsebojnih odnosov in struktura družbenih institucij. »Ključni razlog, ki ne izhaja iz

tehnologije kot take, je v sami naravi človeške komunikacije, ki ni 'menjalni proces' (exchange process) temveč 'proces medsebojne delitve' (sharing process)«, pravi Cherry (ibidem). Dejansko sta »dva temeljna principa – 'menjava' (neposredna menjava, trgovanje) in 'medsebojna delitev' (komunikacija) – v samih osnovah različna«, pravi Cherry (ibidem, str. 13,14), ki poudarja, da je »komunikacija v osnovi medsebojna delitev« (ibidem, str. 14). Latinska beseda *communicare*, iz katere izhaja današnja beseda komunikacija, med drugim pomeni narediti kaj skupno, deliti kaj s kom, udeleževati se česa, pogovarjati se o čem (Fabjan in Tomc, 2003, str. 74).

Cherry (1985, str. 13) pojasnjuje princip komuniciranja: če nekomu pošljemo sporočilo, ga sami s tem ne izgubimo, temveč je še vedno shranjeno v našem računalniku oziroma na računalniškem strežniku; sporočilo smo z drugim ali drugimi dejansko delili. Takšna je pravzaprav prava narava sleherne človekove komunikacije, informacijska tehnologija pa je samo »podaljšek naše moči komuniciranja znanja in informacij« (ibidem, str. 15).

Vendar tehnologija sama po sebi nima moči oziroma ne more narediti revolucije, tudi če gre za še tako radikalne inovacije, prava »moč je v rokah tistih, ki jo imajo v lasti in jo uporabljajo« (ibidem). Tehnologija, ki je v lasti družbe, je »družbeno dejstvo in je umeščena ob bok pravnega in izobraževalnega sistema ter vseh drugih družbenih institucij, s katerimi je medsebojno povezana in podpira njihove aktivnosti ter razmišljanje in čustvovanje ljudi, ki so z njimi povezani« (ibidem).

Cherry se pri tem navezuje na tako imenovano industrijsko revolucijo, v kateri je tehnologija povsem spremenila način življenja, človekove vrednote in družbeno organiziranost (ibidem). Rainie in Wellman (2012, str. 11) govorita celo o »trojni revoluciji« (Triple Revolution), ki jo tvorijo revolucija spletnih družbenih omrežij (Social Network Revolution), spletna revolucija (Internet Revolution) in mobilna revolucija (Mobile Revolution).

Informacijska revolucija je v resnici spremenila podobo človeške družbe in načina, kako živimo, kot je predvideval profesor Colin Cherry, ki je živel še pred obdobjem osebnih računalnikov, spleta in mobilnih tehnologij ter spletnih družbenih omrežij. Danes vstopamo v novo obdobje, ko delitev informacij vpliva tudi na »materialno« in storitveno ekonomijo ter na družbene odnose sploh.

3.3 Spletna družbena omrežja kot orodje medsebojne delitve

Beseda internet je okrajšava besed *inter*– med in *network*– mreža; kar skupaj lahko prevedemo kot medmrežje (Wikipedija, Internet) oziroma omrežje, tudi svetovni splet. Internet je v osnovi povezava računalnikov in strežnikov, ki omogočajo praktično neomejeno povezovanje in delitev informacij, podatkov, glasbe in drugih vsebin, ki se na tam dejansko ne menjavajo, temveč se delijo. Razvoj spletnih družbenih omrežij znotraj svetovnega spleta, kot so Facebook, Twitter, Google+, so te procese le še pospešili. Posamezni uporabnik družbenega omrežja Facebook vsak zapis, fotografijo, dogodek ali druge vsebine deli s svojim omrežjem »prijateljev«, lahko pa tudi s celotnim omrežjem vseh uporabnikov.

»Spletna družbena omrežja prežemajo naše družbeno in ekonomsko življenje. Igrajo osrednjo vlogo pri posredovanju informacij o zaposlitvenih možnostih in so ključnega pomena pri trgovanju s številnimi vrstami blaga in storitev,« pravi profesor ekonomije Matthew O. Jackson (2010, str. 3). Poleg tega vplivajo na vrsto izdelkov, ki jih kupujemo, kako bomo glasovali, katere jezike govorimo, kakšno izobrazbo dobimo itd. (ibidem). Spletna družbena omrežja temeljito spreminjajo podobo današnje družbe in njenega ekonomskega področja.

Bootsman in Rogers (2010, str. xv) pravita, da je »sodelovalna potrošnja osnovana na spletnih družbenih omrežjih«. Znotraj teh omrežij se pridobivajo vse potrebne informacije o stvareh in storitvah (lokacija, dostopnost, cena, ocene drugih uporabnikov itd.) in v okviru teh omrežij se lahko opravi večina aktivnosti, ki so povezane z dostopom do stvari in storitev (na primer rezervacija, plačevanje, ocenjevanje stvari in storitev).

»Takšna omrežja temeljijo na spoznanju, da so poslovni subjekti v prvi vrsti *pripadniki* civilne družbe tako na lokalni kot na mednarodni ravni, bodisi kot družinski člani, verniki, dobrodelni aktivisti ali pa preprosto kot državljani določene države. Kot člani civilne družbe poslovni akterji iščejo načine, kako prispevati k skupnemu dobremu, tudi prek svojih poslovnih dejavnosti« (Gold, 2004, str. 12).

3.4 Dostopnost in uporabnost pred individualnim lastništvom ter potrošništvom

Že znameniti starogrški filozof Aristotel (v Bootsman in Rogers, 2010, str. 99) je zapisal, da »v celoti gledano lahko bogastvo veliko prej najdemo v uporabi stvari, kot pa v lastništvu le-teh«. Potemtakem šele uporabnost stvari predstavlja pravo bogastvo, ne pa lastništvo samo po sebi. Danes se vse bolj širi trend tako imenovanega nelastništva stvari (ang. disownership). Nelastništvo »pomeni delitev, najemanje, posojanje ali podobne alternativne načine, kako dostopati do tradicionalno lastniških stvari – brez stroškov ali težav, povezanih z njihovim lastništvom« (Wise, 2013).

V klasičnem poslovnem modelu kupec proizvoda izdelek običajno uporablja individualno ali v krogu ožje družine. Številne izdelke uporablja le poredko ali samo nekajkrat in jih po določenem času zavrže oziroma se jih naveliča (na primer oblačil); na smetiščih tako končajo številni proizvodi, ki so bili le malo rabljeni in so pogosto še povsem uporabni. K drugačnemu načinu potrošnje nas dobesedno silita dve stvari: zmanjšanje stroškov (ekonomski vidik) in zmanjšanje pritiska na naravno okolje (okoljski vidik). Lisa Gansky (2010, str. 5) pravi, da »moramo najti načine, kako priti do izdelkov in storitev, ki jih dejansko želimo in potrebujemo, vendar z manj individualnimi in okoljskimi stroški.«

Zato morata imperativa bodoče ekonomije postati dostopnost in uporabnost, ki bosta nadomestila lastništvo vsega, kar potrebujemo (za vsako ceno), in potrošniško miselnost, ki v skrajnosti pomeni, da nakupovanje predstavlja aktivnost samo po sebi, ne pa samo način za pridobitev izdelkov oziroma storitev.

Bistvena značilnost ekonomije delitve je, da vseh dobrin, ki jih ljudje potrebujemo predvsem občasno (avto, kolo, orodje, hišni pripomočki, stanovanjski prostori itd.), ni nujno treba imeti v lasti, temveč so nam na različne načine dostopne takrat, ko jih potrebujemo. Zato v okvir ekonomije delitve štejemo delitev, izmenjavo, izposajo, souporabo stvari ter delitev storitev znanja, spretnosti in veščin. Čeprav je večina teh načinov že znanih, predvsem jih poznamo v okviru družin in manjših skupnosti, pa danes s pomočjo informacijsko-komunikacijskih tehnologij in spletnih družbenih omrežij dobivajo nove, širše dimenzije. Riffkin (2000, str. 6) pravi, da potrošniki prehajajo od »lastništva k dostopu«.

Ekonomijo delitve torej lahko opredelimo kot poslovni in družbeni model, v katerem ima dostop do dobrin prednost pred njihovim lastništvom, sodelovalna potrošnja pa prednost pred danes prevladujočo individualno potrošnjo. Prevladujoči način distribucije ni več menjava (nakup–prodaja), temveč medsebojna delitev izdelkov in storitev, ki so primerni za delitev (shareable goods). Delitev večinoma poteka s pomočjo novih spletnih in mobilnih tehnologij in v okviru spletnih družbenih omrežij. Namesto kupcev in prodajalcev bomo lahko govorili o ponudnikih in uporabnikih.

3.5 Nove oblike potrošnje

Milič (2011, str. 10) v članku *Potrošniška revolucija! Manj kupovanja, več sposojanja* pravi: »Kot kaže, se v porabništvu obeta prava revolucija. Težki časi so povzročili, da si ljudje čedalje več izposojajo, delijo, izmenjujejo, souporabljajo. Gre za tako imenovano Ekonomijo delitve, ki je zajela ZDA, zdaj pa po kapljicah prihaja tudi k nam.«

Z ekonomijo delitve se radikalno spreminjajo potrošniške navade. Ameriški ekonomist in aktivist Jeremy Rifkin je že leta 2000 napovedal, da bodo »v novi dobi omrežja nadomestila trge, lastništvo pa bo postopno nadomestil dostop do dobrin« (Rifkin, 2000, str. 4), medtem ko bodo »prodajalce in kupce nadomestili ponudniki in uporabniki« (ibidem, str. 6). Pomembnejše od enkratnega individualnega nakupa je »dostop do proizvodov in storitev točno takrat, ko jih potrebujemo,« pravi Gansky (2010, str. 2). Poudarek je na dostopu in uporabnosti, ki imata prednost pred lastništvom.

Uporabniki stvari uporabljajo samo določen čas oziroma takrat, ko jih potrebujejo. Današnje informacijsko-komunikacijsko tehnologije (računalniki, pametni mobilni telefoni, tablični računalniki in druge naprave, ki jih povezujejo splet in mobilna omrežja) in spletna družbena omrežja terjajo »ponoven razmislek o našem odnosu do stvari v naših življenjih ter o tem, kaj želimo od naših podjetij in skupnosti« (ibidem, str. 5). V takšnem modelu »imajo kupci več možnosti izbire, več orodij, več informacij in več moči, da vplivajo na odločitve« (ibidem).

Botsman in Rogers poudarjata velik pomen sodelovalne potrošnje (collaborative consumption), ki temelji na »medsebojni delitvi« stvari in storitev (Bootsman in Rogers, 2010, str. xv). Izpostavljata, da ljudje »vsak dan uporabljamo sodelovalno potrošnjo – tradicionalno delitev, neposredno menjavo, prodajo, najem, podarjanje in izmenjavo, ki so redefinirane prek tehnologij v omrežja povezanih skupnosti« (ibidem).

Posamezno stvar si deli več ljudi oziroma posamezna stvar zadovoljuje potrebe več ljudi, ki so povezani v omrežja, pri čemer svetovni splet predstavlja »platformo za delitev« (Gansky, 2010, str. 6). Pomembno vlogo pri novih oblikah potrošnje igra »zaupanje, da bomo lahko dobili stvari, ko jih bomo potrebovali, pri čemer ni potrebno, da so neprestano poleg nas.« (Life for Rent v Bootsman in Rogers, 2010, str. 99).

Za ekonomijo delitve je značilno, da izdelki in storitve ne potujejo zgolj po vertikalni in običajno enosmerni liniji proizvajalec–trgovec–kupec, ampak se izmenjujejo v okviru horizontalnih omrežij, kjer imajo tudi uporabniki bistveno aktivnejšo vlogo kot klasični potrošniki, saj lahko pomembno vplivajo na ponudbo ter ocenjujejo kakovost ponudnikov izdelkov ali storitev ter s tem sooblikujejo sam poslovni proces. V nekaterih primerih, kot bom v nadaljevanju prikazal na primeru ameriškega podjetja za delitev bivalnih in drugih prostorov Airbnb, so uporabniki lahko v vlogi bodisi ponudnikov lastnih prostorov bodisi uporabnikov le-teh, medtem ko podjetje zgolj ponuja platformo oziroma »trg« nastanitvenih in drugih kapacitet.

3.5.1 Deljive dobrine

Nekatere stvari, ki jih potrebujemo vsakodnevno ali precej pogosto, je smiselno imeti na dosegu roke oziroma v individualnem lastništvu: kuhinjska posoda, osebni računalnik za vsakdanjo rabo; oblačila, ki jih nosimo; prostor, v katerem bivamo; in še številne druge. Stvari, ki pa jih potrebujemo zgolj občasno; na primer avto (razen če ga pogosto potrebujemo), različno orodje, hišni pripomočki, prostori, ki jih ne uporabljamo, in tako naprej, predstavljajo velik in nepotreben strošek nakupa, hranjenja in vzdrževanja.

Profesor Yoachai Benkler s Harvarda je v svojem eseu *Deliti lepo: o dobrinah, ki jih je mogoče deliti, in pojavljanje delitve kot načina ekonomske produkcije* (*Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing as a Modality of Economic Production*) definira posebno vrsto materialnih dobrin kot »deljivih dobrin« (ang. shareable goods), ki imajo običajno presežne kapacitete in te »presežne kapacitete je bolje izkoristiti prek odnosov medsebojne delitve kot pa prek sekundarnih trgov« (Benkler, 2004, str. 276).

Na spletni strani *Mesh, the pulse of sharing economy* (*Mreža, utrip ekonomije delitve*) so zbrane kategorije in znotraj njih številne stvari in storitve, ki se že delijo v okviru različnih podjetniških in drugih organizacijskih modelov (v preglednici 1 navajam nekaj primerov).

Preglednica 1: Kategorije izdelkov in storitev, primernih za delitev, ter organizacije, ki jo izvajajo

Kategorije	Organizacija (podjetje, spletna skupnost ...)
knjige	Bilbary, Blurb, Bookins, BookHopper, PaperBack Swap
nepremičnine	AirBnb, BedyCasa, Green Spaces, HipHousing
obdelovanje zemlje in vrtičkov	Farmbook, Landshare, GrowFriend, Yardsharing.org
mobilnost	Autoshare, Zipcar, Zerocar, Bikessharing Roma, BIXI
storitve, delovna mesta	TaskRabbit, MobileWorks, Poptent, VolunterMatch
»naredi sam« (do it yourself)	1000 Tools, Crafster, GiftFlow, givengine, Metalab
tehnologija in informacije	Appstores, Benetech, CitizenPlace, CrowdEngineering
oblačila in moda	Brands Exclusive, Cloudditems, iSwish, KidiTroc, ThredUP
potovanja	CouchSurfing, Flat-Club, Flextrip, Gidsy, Roomorama
izobraževanje	Acadar, Busuu, Common Vision, Curriki, Learnable
energija	Community Wind, Energy Co-op of Vermont, SClenergy
zabava, sprostitvev	Boxee, Kompoz, Noise Trade, Skyara, TicketLeap
hrana in pijača	SupperKing, Arla Foods, Boston Food Swap, de Krat
finance	Afluenta, auxmoney, Kickstarter, Kiva, PleaseFund.US

Vir: Mesh, the pulse of sharing economy

3.6 Nove oblike produkcije

Ne spreminjajo se samo načini ponudbe in potrošnje dobrin, temveč tudi načini njihove proizvodnje. Profesor Benkler je definiral pojem »mrežna produkcija na osnovi skupnega« (commons-based peer production) (Benkler, Nissenbaum, 2006) kot »družbenoekonomski sistem produkcije, ki je nastal v okolju digitalnih omrežij« (ibidem, str. 394). Za ta sistem, ki ga podpira tehnična infrastruktura spleta, je značilno »sodelovanje med velikimi skupinami posameznikov, celo med desettisočimi, ki učinkovito sodelujejo pri zagotavljanju informacij, znanja in kulturnih dobrin, ki se ne opira niti na tržne cene niti na vodstvene hierarhije, ki bi usklajevale njihove skupne podjetniške aktivnosti« (ibidem, str. 394).

Za mrežno produkcijo so značilna naslednja načela (ibidem, str. 400-401):

- decentralizacija;
- razpršenost kapitala, ki je v lasti tistih, ki so hkrati zmožni prispevati še druga dva ključna vložka za informacijsko in kulturno produkcijo – človeški napor in kreativnost;
- motivacija izvira iz družbenih vzgibov, ne pa iz tržnih cen in navodil nadrejenih;
- mrežna produkcija z nizkimi stroški posamezne module integrira v končni produkt.

Čeprav se mrežna produkcija na osnovi skupnega nanaša predvsem na produkcijo informacij, znanja in kulturnih dobrin, pa ravno zaradi tega že spreminja tudi podobo produkcije na splošno, saj so prav informacije in znanje v samem središču sodobne družbe znanja. Tapscott in Williams (2008, str. 3) pravita, da »milijarde povezanih posameznikov lahko zdaj aktivno prispevajo k inoviranju, k ustvarjanju bogastva in k razvoju družbe na načine, o katerih smo nekoč lahko le sanjali«. Avtorja verjameta, da »nova doba prinaša več ekonomskih priložnosti za posameznike in podjetja, večjo učinkovitost in kreativnost ter inovacije na celotnem ekonomskem področju« (ibidem, str. 17).

Da skrivanje znanja škodi kreativnemu ustvarjanju v podjetju in ima negativne posledice tudi za tistega, ki znanje skriva, dokazuje nedavna študija, objavljena v ugledni reviji Academy of Management Journal, v kateri so sodelovali tudi slovenski strokovnjaki. »Skrivanje znanja preprečuje sodelavcem generiranje kreativnih idej, prav tako pa ima negativne posledice za kreativnost tistega, ki znanje skriva« (Černe et al., 2012). Če se znanje in informacije delijo z drugimi, potem je kreativnost vseh večja, kot če vsak svoje dosežke zadržuje zase.

3.7 *Ekonomija delitve in družbena odgovornost*

Poudariti je treba še eno dimenzijo ekonomije delitve, in sicer njen vidik družbene odgovornosti. Ivanjko (2009, str. 1) pravi, da je »družbena odgovornost nov pristop k podjetništvu – z namenom, da humanizira podjetništvo ob upoštevanju širše vloge podjetja v družbi. V preteklosti je veljalo pravilo, da je podjetje sredstvo za ustvarjanje dobička«. Nadalje, pravi Ivanjko (ibidem, str. 4), ima »družbena odgovornost tri razsežnosti: ekonomsko, socialno, okoljsko«, kar so tudi razsežnosti oziroma problematike, ki jih naslavlja ekonomija delitve.

Skladno z načeli družbene odgovornosti se v svetu in pri nas vse bolj uveljavljajo socialna podjetja in kooperative oziroma zadruge. Tako na primer Evropska komisija v *Pobudi za socialno podjetništvo: ustvarjanje ekosistema za spodbujanje socialnih podjetij kot ključnih akterjev socialnega podjetništva in socialnih inovacij* socialna podjetja opredeljuje kot podjetja:

- »za katera je socialni ali družbeni cilj skupnega dobrega razlog za opravljanje poslovnih dejavnosti, kar se pogosto odraža v velikem številu socialnih inovacij;
- ki dobiček načeloma ponovno investirajo za uresničitev tega socialnega cilja
- in pri katerih se to poslanstvo odraža tudi v organizacijski strukturi in lastniških razmerjih, saj spoštujejo demokratično načelo, načelo udeležbe ter socialno pravičnost« (Evropska komisija, 2011, str. 2).

Ekonomija delitve je torej družbeno odgovoren podjetniški pristop, ki prav tako kot socialno podjetništvo deluje v smeri skupnega dobrega na ekonomskem, socialnem (družbenem) in okoljskem področju. »Tako kot osebna lastnina tudi stvari, ki si jih delimo, na nešteto načinov izboljšujejo naša življenja – ceste, po katerih potujemo; parki, kjer se zbiramo; javno financirani medicinski in znanstveni dosežki, od katerih imamo koristi; akumulirano človeško znanje, ki ga večkrat na dan brezplačno uporabljamo,« pravi Jay Walljasper, (2010, str. 90).

Znani ekonomist Amartya K. Sen (2002, str. 25) pravi, da sta »neenakost in revščina druga z drugo povezani«, pri čemer poudarja, »da bi drugačen sistem distribucije lahko ozdravil

revščino, ne da bi bilo treba razširiti proizvodne zmogljivosti države« (ibidem). Ekonomija delitve lahko omogoči več ljudem dostop do dobrin, predvsem do tistih najpomembnejših, kot so hrana, voda, zdravstveno varstvo itd., prav tako omogoča več ljudem boljše podjetniške priložnosti. Za ekonomijo delitve torej lahko rečemo, da ima močno noto družbene odgovornosti.

Pri tem se uveljavljajo različne praktične rešitve, kot je na primer nemška pobuda Foodsharing.de, ki predstavlja »spletno platformo, ki omogoča posameznikom, trgovcem in proizvajalcem priložnost, da brezplačno ponudijo ali si pridobijo presežno hrano« (Foodsharing.de).

Tudi na globalni ravni obstajajo različne pobude in kampanje za pravičnejšo in racionalnejšo porazdelitev ključnih globalnih dobrin. Tako si na primer nevladna organizacija Share The World's Resources (STWR), ki ima posvetovalni status pri Ekonomskem in socialnem svetu Združenih narodov (ECOSOC), prizadeva za »okrepitev in širitev ekonomije delitve v vseh njenih oblikah« (Share The World's Resources, About).

V organizaciji STWR ekonomijo delitve označujejo kot širok pojem, »ki označuje številne sisteme delitve in redistribucije, ki so organizirani na lokalni, nacionalni ali globalni ravni – bodisi s strani posameznikov, držav ali drugih institucij« (Share The World's Resources, 2012, str. 9). Posebej izpostavljajo globalno ekonomijo delitve, ki se nanaša »na številne metode, s katerimi mednarodna skupnost lahko deli svoje finančne, tehnične, naravne in druge vire za skupno dobro vseh ljudi« (ibidem).

3.8 *Ključne značilnosti ekonomije delitve*

V primerjavi s klasičnim oziroma obstoječim ekonomskim modelom prinaša ekonomija delitve kar nekaj pomembnih sprememb, ki jih na podlagi pregleda literature posplošeno in poenostavljeno prikazujem v preglednici 2. Pri tem je treba poudariti, da sta modela lahko komplementarna, saj ekonomija delitve ne more povsem nadomestiti modela, ki ga poznamo danes, lahko pa se odlično dopolnjujeta.

Preglednica 2: Razlike med klasičnim in modelom ekonomije delitve

	“KLASIČNI” EKONOMSKI MODEL	MODEL EKONOMIJE DELITVE
Temeljni način pridobitve in uporabe dobrin	• individualni nakup in uporaba posameznega izdelka/storitve	• sodelovalna potrošnja (collaborative consumption), posamezne stvari in storitve zadovoljujejo potrebe več ljudi
ključni deležniki poslovnega procesa	• kupec – z nakupom postane trajen lastnik izdelka/storitve (razen če ga proda naprej) • trgovec – enkratna prodaja, obveznosti se končajo (razen obveznost garancije)	• uporabnik – dostopa do izdelkov in storitev, ko jih potrebuje (ne postane lastnik) • ponudnik – večkratna »prodaja za določen čas«, stalna skrb za kakovost in dodatne storitve (svetovanje, vzdrževanje itd.)
izdelki (stvari) oziroma storitve	• kratka življenjska doba, potreba po čim pogostejšem nakupovanju	• čim bolj kakovosten proizvod, potreba po daljši življenjski dobi
komunikacija med ključnimi deležniki	• enosmerna; vertikalna, večinoma »teče« od proizvajalca-trgovca h kupcu	• horizontalna, viralna⁶ • večsmerna; komunikacija poteka znotraj omrežij; od ponudnika k uporabniku in obratno, prav tako med samimi uporabniki
delovna mesta	• poudarek na proizvodnji (vedno manj delovnih mest zaradi avtomatizacije in robotizacije)	• poudarek na storitvah (vzdrževanje, svetovanje, spremljanje izdelkov itd.)
načini proizvodnje	• zaprti – v okviru posameznih organizacij, • »zaprte« inovacije	• odprti, mrežni, • odprte inovacije
vpliv na ekonomsko, družbeno in naravno okolje	• velika uporaba naravnih virov, • veliko odpadkov, • neenakomerna porazdelitev dobrin	• ekonomičnost, manjši stroški hrambe in vzdrževanja, • manjša uporaba naravnih virov in manjše obremenitve okolja, • večja povezanost in več sodelovanja med deležniki, enakomernjša porazdelitev dobrin

Vir: lasten

⁶ Pojem *viralen* se pojavlja v povezavi z viralnim marketingom, to je širjenjem informacij o posameznih izdelkih, storitvah ali podjetjih prek spletnih družbenih omrežij, elektronske pošte ali mobilnih sporočil oziroma med uporabniki samimi (Marketing Terms).

4 PRIMERI DOBRIH PRAKS PODJETNIŠKIH MODELOV EKONOMIJE DELITVE

4.1 Profitna podjetja

Kot primer profitnih podjetij, ki delujeta po načelih ekonomije delitve, sem izpostavil uspešni in inovativni ameriški podjetji Zipcar in Airbnb, prvo ima organizirano največjo mrežo delitve avtomobilov na svetu, drugo pa delitve bivalnih in drugih prostorov.

Za avtomobil danes lahko rečemo, da je postal pravi simbol izjemno neučinkovite izrabe virov – finančnih in materialnih. V ZDA se na primer kar 88 % voznikov vozi samih, na delo pa se v povprečju v enem avtu vozi 1,1 osebe (Good, 2012), kar je glede na stroške nakupa, hrambe in vzdrževanja avtomobila ter okoljske obremenitve izjemno potratno in neekonomično. Tudi stanovanja so pogosto izjemno neracionalno izkoriščana, saj je samo v Sloveniji po podatkih Geodetske uprave RS (2012, str. 203) kar 75.000 stanovanj praznih oziroma neizkoriščenih.

4.1.1 Zipcar, sistem delitve avtomobilov

Zipcar je ameriško podjetje za delitev avtomobilov (ang. *carsharing* ali *carpooling*), ki sta ga leta 2000 v mestu Cambridge v ameriški zvezni državi Massachusetts ustanovila Antje Danielson in Robin Chase. Prvi avto je bil takrat nov model hrošča, ki sta ga poimenovali Betsy, prav tako je vsak naslednji avto dobil svoje ime (Gansky, 2010, str. 11).

V novembru 2012 je imelo »podjetje 767.000 članov in je ponujalo 11.000 vozil v ZDA, Kanadi, Združenem kraljestvu, Španiji in Avstriji« (Zipcar, 2012). Podjetje, ki je leta 2000 začelo praktično iz nič, je januarja 2013 za 500 milijonov ameriških dolarjev prevzelo ameriško podjetje Avis (Zipcar, 2013). V tretjem četrtletju 2012 so prihodki podjetja znašali 78,2 milijona dolarjev, kar je 15-odstotna rast glede na enako obdobje v predhodnem letu (Zipcar, 2012).

Delovanje sistema delitve avtomobilov

V podjetju Zipcar pravijo, da gre pri njihovem načinu delovanja za »delitev avtomobilov, alternativo tradicionalnemu najemu in lastništvu avtomobilov« (Zipcar). Vsakdo, ki želi pristopiti k sistemu delitve avtomobilov v okviru podjetja Zipcar, se mora najprej včlaniti, kar pomeni, da na spletni strani podjetja ustvari svoj profil. S potrditvijo, ki se običajno izvede v roku 24 ur, postane član – Zipster in prejme posebno elektronsko kartico – Zipcard. Z včlanitvijo je mogoče štiriindvajset ur dnevno dostopati do katerega koli avtomobila v katerem koli mestu, kjer so ti na voljo. Avto si je mogoče izposoditi za nekaj minut do več mesecev. Spletna storitev omogoča tudi izdelavo načrta poti.

Uporabnik odklene avto tako, da kartico (Zipcard) približa vetrobranskemu steklu in s pomočjo tehnologije RFID (radio frequency identification) se avto odklene, če je bil prej rezerviran. Zaklepanje in odklepanje avtomobila se tudi med potovanjem izvaja s pomočjo kartice. Ključi ostanejo v avtu, vendar se avto ne bo premaknil, če prej ne prepozna ustrezne kartice. Uporabnik avto vrne na mesto, ki ga je označil v rezervaciji, in avto zaklene. Poleg storitve na spletni strani Zipcar je celoten postopek mogoče izvesti s pomočjo aplikacij Zipcar iPhone™ in Android™ App (glej sliko 2), ki jih uporabljajo tako imenovani pametni telefoni in tablični računalniki (Zipcar, Our Technology).

Slika 2: Aplikacija iPhone za delovanje v sistemu Zipcar



Vir: Autoblog 2009

Običajna cena za uro vožnje je 8 ameriških dolarjev (približno 6,2 €) in v to ceno so vključeni stroški goriva ter zavarovanje za primer nezgode. Uporabnik ne plača goriva, temveč ga napolni s posebno kartico, ki je v vozilu, ko se količina v tanku za gorivo zmanjša pod eno četrtno (Zipcar, What's Included).

Okoljske in finančne koristi sistema delitve avtomobilov

Vsak avto v sistemu Zipcar po ocenah podjetja predstavlja zamenjavo za 20 avtomobilov v individualni zasebni lasti (Zipcar, Green Benefits). Z vidika gospodarnosti je povprečen avto v razvitih državah, ki je v individualni lasti, v uporabi približno eno uro dnevno; v letu 2010 ga je na primer Britanec uporabljal 367 ur v celotnem letu (Department for Transport, 2011), v ZDA pa je bil povprečen avto v letu 2009 v uporabi 56,09 minute dnevno oziroma 341 ur na leto (US Department of Transportation, Federal Highway Administration, 2011a, str. 31). Hkrati pa je bil po podatkih ameriškega avtomobilskega združenja AAA (American Automobile Association, Inc.) v letu 2011 povprečen letni strošek za ameriški avtomobil 8.946 dolarjev (približno 7.000 €); ta strošek vključuje mesečna plačila, gorivo, vzdrževanje in zavarovanje (Shunk, 2012). Po ocenah podjetja uporabnik sistema delitve avtomobilov mesečno prihrani 500 \$ (približno 380 €).

Zaradi bolj načrtne uporabe avtomobila 90 % uporabnikov v sistemu Zipcar letno opravi 5.500 milj (8.850 km) ali manj (Zipcar, Green Benefits), kar pomeni letni prihranek 219 galon goriva (829 litrov). Če to količino izrazimo v količini toplogrednega plina ogljikovega dioksida (CO₂), ki ga povprečen avtomobil spusti v ozračje (2,3 kg), dobimo 1.906,7 kg CO₂ manj v ozračje na letni ravni (Wiki Answers, What is the CO₂ emission per liter petrol?). Povprečna dolžina poti, ki jo prevozi avtomobil v individualni uporabi, pa je bila leta 2010 v Veliki Britaniji 8.430 milj (13.570 km) (Department for Transport, 2011), v ZDA pa 13.476 milj (21.688 km) (US Department of Transportation, Federal Highway Administration, 2011b).

Pregled ključnih prednosti uporabe avtomobila v sistemu delitve:

➤ Individualne

- nižji mesečni stroški za prevoz (do 500 \$ mesečno manj oz. približno 380 €);
- nobenih skrbi z vzdrževanjem, zavarovanjem, registracijo in drugimi aktivnostmi, ki so povezane z lastništvom avtomobila;

➤ Družbene in okoljske

- manj avtomobilov na cestah;
- manjše okoljske obremenitve (1.906,7 kg CO₂ manjši letni izpust uporabnikov v sistemu delitve avtomobilov).

Zipcar je podjetje, ki je uvedlo vrsto inovativnih organizacijskih in tehnoloških rešitev, ki omogočajo uporabnikom znatne prihranke in enostavno uporabo, hkrati pa pomenijo manjše okoljske obremenitve.

4.1.2 Airbnb, spletni »trg« delitve bivalnih prostorov

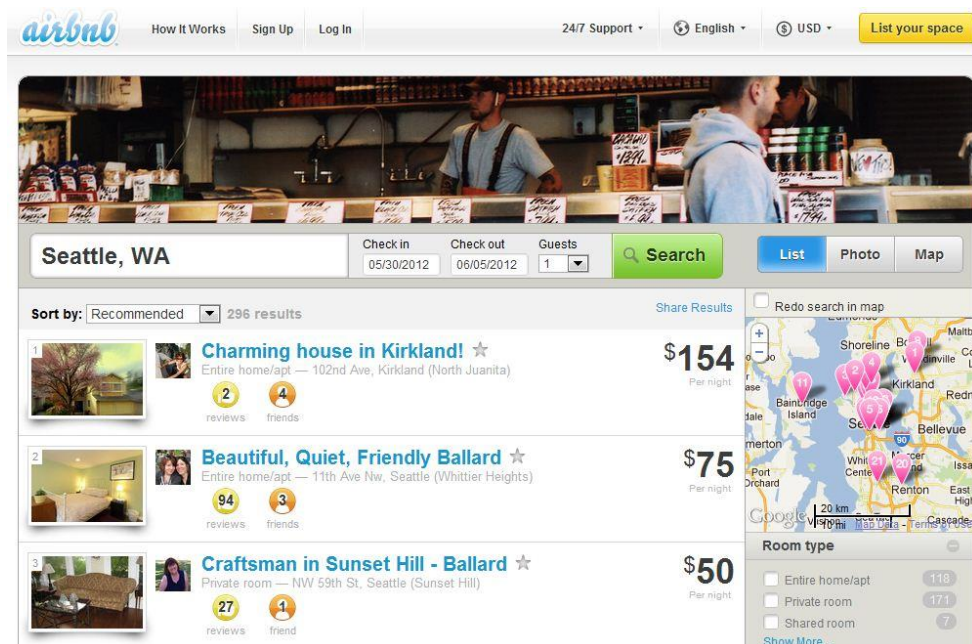
Airbnb je zasebno podjetje, ki je bilo ustanovljeno 2008 v San Franciscu, ZDA. Podjetje deluje kot skupnostni trg (community marketplace), na katerem ljudje lahko »objavijo, poiščejo in rezervirajo unikatne nastanitvene zmožljivosti po vsem svetu – prek spleta ali s pomočjo mobilnih telefonov« (Airbnb, About). V mreži Airbnb so na voljo (v aprilu 2013) različne nastanitvene zmožljivosti – sobe, stanovanja, gradovi, igluj, hiše na drevesih in drugo – v 33.000 mestih v 192 državah (ibidem), ki si jih je mogoče izposoditi za nekaj ur, za dan, teden ali za daljši čas. Podjetje je do meseca marca leta 2011 doseglo 1 milijon uspešno sklenjenih nočitev oziroma izposoj (Lee, 2011), junija leta 2012 pa že 10 milijonov nočitev (BloombergBusinessweek, 2012).

Na tem tržišču nastanitvenih zmožljivosti lahko sodeluje kdor koli: bodisi kot ponudnik (host) bodisi kot gost (guest). Prednost tega načina je, da posameznik-ponudnik lahko zasluži takrat, ko sam ne uporablja svoje nepremičnine oziroma določenega dela nepremičnine. V primeru, ko potuje in na primer potrebuje stanovanje ali samo sobo, jo poišče glede na želeno ceno in lokacijo; cena je lahko precej nižja kot v hotelu, poleg tega pa spozna bolj pristen vidik bivanja v novem okolju. Podjetje zaračuna od vsakega izvedenega najema (booking) 3 % tistemu, ki prostor oddaja (host), in 6 do 12 % gostu (Couts, 2012); gostovanje na spletnih straneh podjetja pa je brezplačno.

Kako poteka delitev bivalnih in drugih prostorov

Vsakdo na spletni platformi Airbnb lahko ustvari brezplačno objavo za enega ali več (listing) bivalnih ali delovnih prostorov, ki jih za določen čas drugim ponuja v uporabo in za katera sam tudi določi ceno. Za posamezno ponujeno stvar ima možnost dodati do 24 slik. Vsak ponudnik (host) in gost (guest) si ustvarita svoj spletni profil (profile), ki omogoča pisanje komentarjev (reviews) in priporočil (references) tako za ponudnika kot za gosta. Na podlagi teh komentarjev in priporočil se drugi uporabniki in ponudniki lažje odločijo, s kom bodo sodelovali. Ko potencialni gost pošlje prošnjo za rezervacijo, ima ponudnik 24 ur časa, da sprejme ali zavrne prošnjo (Airbnb, Getting Started). Na sliki 3 je primer spletne strani Airbnb, na kateri se ponujajo nastanitvene zmogljivosti v mestu Seattle, v ameriški zvezni državi Washington.

Slika 3: Primer ponudbe na spletni strani Airbnb



Vir: Pcmag.com 2012

4.2 Neprofitna delitev ali javno-zasebna partnerstva

Zelo razvit in uveljavljen sistem delitve stvari oziroma izdelkov je delitev koles (ang. bike sharing), ki se izvaja v številnih večjih mestih po svetu in je organiziran bodisi kot javna storitev ali kot javno-zasebno partnerstvo. Delitev koles oziroma »deljena uporaba koles«

(Shaheen et al., 2010, str. 1) je preprost princip, kjer posamezniki uporabljajo kolesa »po potrebi«, brez »stroškov in odgovornosti, ki jih prinaša lastništvo koles« (ibidem). Poleg individualnih koristi »delitev koles omogoča okoljske, družbene in s transportom povezane koristi« (ibidem, str. 2).

V svetu deluje 495 sistemov delitve koles (junij 2013), izmed teh jih 76 % izhaja iz Evrope; njihovo število se letno poveča za 14 %. Sistemi delitve koles upravljajo s približno pol milijona kolesi. Največji sistem upravlja kitajsko mesto Hangdžov s približno 60.000 kolesi. Kar 29 % ameriških uporabnikov storitve delitve koles poroča, da zaradi uporabe koles v sistemu delitve manj uporabljajo avtomobile (Bikeshare, 2013). Tudi v Sloveniji že od leta 2011 deluje sistem delitve koles Bicikelj, ki je organiziran kot javno-zasebno partnerstvo.

4.2.1 Bicikelj, sistem delitve koles v Ljubljani

Bicikelj oziroma »mestno kolo v Ljubljani je storitev mesta Ljubljana, prenesena na izvajalca, tj. družbo Europlakat d.o.o. („ponudnik storitev“), da bi se omogočil dostop do koles po načelu samopostrežbe« (Bicikelj, Splošni pogoji dostopa in uporabe mestnega kolesa Bicikelj v Ljubljani). »V okviru sistema Bicikelj je na voljo 31 postajališč (slika 2 prikazuje eno izmed postajališč), ki so med seboj oddaljena približno 300 do 500 metrov« (Bicikelj, Postajališča).

Slika 4: Bicikelj, Ljubljana



Vir: lastni

Na sistem Bicikelj se je mogoče prijaviti z enotedensko (v višini 1 €) ali z letno naročnino (3 €). Prva ura uporabe je brezplačna, daljša uporaba pa se v skladu s cenikom zabeleži na uporabnikovem računu in enkrat mesečno bremeni njegov elektronski bančni račun. Ena izposoja kolesa ne sme biti daljša od 24 ur. Sistem odklepanja in zaklepanja je enostaven in zahteva mestno kartico Urbana ter ustrezno PIN-številko, ki jo uporabnik prejme ob plačilu naročnine.

V letu 2012 je bila opravljena raziskava med 311 prebivalci Ljubljane in njene sosesčine. Kar 79 % anketiranih sistem Bicikelj ocenjuje kot zelo koristen; 98 % anketirancev je za Bicikelj že slišalo ali ga poznajo, petina pa jih je kolo v sistemu Bicikelj že uporabila (Mestna občina Ljubljana, 2012). Delitev koles se s pomočjo sodobne tehnologije odklepanja/zaklepanja, enostavne dostopnosti in nizkih cen uveljavlja kot priljubljena storitev, ki dopolnjuje javni promet, prispeva k manjšemu onesnaževanju mest in okolja na splošno.

Poleg uveljavljenega in uspešnega sistema delitve koles Bicikelj v Ljubljani v Sloveniji za zdaj še ni opaznejših organiziranih oblik ekonomije delitve. Nekaj oblik se je začelo razvijati predvsem na področju organizirane delitve avtomobilov, ki temeljijo predvsem na souporabi oziroma delitvi sedeža (na primer deliva.si, prevoz.org) in delitve lastniškega avtomobila (na primer PosodiAvto⁷).

4.2.2 Landshare

Landshare (delitev zemlje) je brezplačna spletna platforma, ki deluje v okviru poslovnega projekta River Cottage, ki omogoča, da lahko ljudje, ki bi želeli obdelovati zemljo, poiščejo ustreznega ponudnika zemlje. Od leta 2009 se je temu sistemu priključilo 55.000 članov, ki ponujajo ali obdelujejo zemljo, lahko pa tudi samo pomagajo (Landshare, About Landshare). Posameznik, ki želi obdelovati zemljo, poišče ustreznega ponudnika, s katerim se dogovorita za vse podrobnosti; pogosto se »plačilo« izvede kar v obliki dela pridelka ali na kakšen drug dogovorjen način.

⁷ Projekt PosodiAvto je začasno ustavljen (Lokar, 2012).

4.3 Delitev storitev (*sharing services*)

Čeprav bi težko rekli, da je določeno storitev mogoče deliti med več ljudi, pa gre pri storitvah prej za ustvarjanje možnosti, da vsakdo lahko ponuja in sprejema storitve od kogar koli drugega. Posameznik lahko svoje znanje in spretnosti deli z drugimi, medtem ko je ključna naloga podjetja ali kakšne druge organizacije zagotoviti platformo, v okviru katere bo ta delitev potekala.

4.3.1 TaskRabbit

TaskRabbit je ameriško podjetje, ki s pomočjo spletne in mobilne tehnologije povezuje ljudi, ki potrebujejo določene storitve, z ljudmi, ki jih ponujajo oziroma, kot pravijo sami, »spletna skupnost, trg, posvečen spodbujanju ljudi, da delajo tisto, kar imajo radi« (TaskRabbit, How It Works). Deluje na podoben način kot Airbnb na področju delitve prostora, saj podjetje organizira spletno platformo, ki omogoča komur koli, da bodisi ponuja bodisi išče določene storitve. Za ceno se ponudnik in uporabnik storitve dogovorita sama, medtem ko podjetje uporabnikom zaračuna 15 % cene storitve, kar predstavlja prihodek podjetja. Uporabniki ocenjujejo kakovost storitev; kakovostni izvajalci si lahko pridobijo visoke ocene in posledično dobijo več dela.

Podoben sistem je tako imenovana časovna banka. V okviru tega sistema posamezniki ponudijo svoje storitve in za vsako uro dela ne glede na to, za kakšno vrsto dela gre, pridobijo časovno »denarno enoto«, ki jo lahko »unovčijo« za katero koli drugo storitev, ki jo potrebujejo.

5 RAZISKAVA O ODNOSU PREBIVALCEV SLOVENIJE DO EKONOMIJE DELITVE

5.1 *Obstoječe raziskave na področju ekonomije delitve*

Ker gre za sorazmerno novo področje, za zdaj o ekonomiji delitve ni narejenih veliko raziskav. Pregledal sem nekatere primerljive raziskave.

5.1.1 Povzetek raziskave *The New Sharing Economy*

Raziskava *The New Sharing Economy* (Nova ekonomija delitve), ki je potekala v obliki spletne ankete in je bila objavljena leta 2010, je zajela 537 udeležencev z vsega sveta. Raziskavo je opravila raziskovalna institucija Latitude Research (2010). V raziskavi je 75 % anketirancev odgovorilo, da bodo v prihodnjih petih letih delili več dobrin. V raziskavi je bilo ugotovljeno, da trije od štirih anketirancev že zdaj z drugimi delijo osebne ali informacijske vsebine prek spletnih družbenih omrežij; 70 % jih deli digitalne medije, 68 % pa jih deli fizične medije, kot so knjige in DVD-ji. Med tistimi, ki informacije in medije delijo prek spletnih družbenih omrežij, približno 2 od 3 anketirancev uporabljata stvaritve drugih pod odprto licenco Creative Commons (Latitude Research, 2010).

Poleg informacij in medijev so med posameznimi kategorijami naslednje stvari in storitve, ki so jih ljudje pripravljeni deliti:

- bivalni prostori (delilo bi jih 58 % anketirancev)
- delovni prostori (57 %)
- priprava hrane/delitev obrokov (57 %)
- gospodinjski pripomočki in aparati (53 %)
- oblačila (50 %)

75 % anketirancev napoveduje, da se bo delitev fizičnih stvari in prostorov v prihodnjih petih letih razmahnila. Kdor si deli stvari na način on-line, prav tako deli stvari v običajnem okolju. 85 % udeležencev raziskave verjame, da spletne in mobilne tehnologije igrajo ključno vlogo pri izgradnji številčno velikih skupnosti, ki si medsebojno delijo.

Trije od petih anketirancev povezujejo medsebojno delitev s trajnostnim razvojem in navajajo, da je delitev »dobra za okolje« (ibidem). 78 % udeležencev raziskave je mnenja, da jih njihovi spletni stiki delajo bolj odprte za medsebojno delitev s tujci, kar kaže, da spletna medijska revolucija »uničuje ovire do medsebojnega zaupanja« (ibidem).

5.1.2 Povzetek raziskave Quantifying the Sharing Economy

Leta 2012 je bila v ZDA na vzorcu 383 enot opravljena nacionalna kvantitativna raziskava (v obliki spletnega anketiranja) o ekonomiji delitve (sharing economy), ki jo imenujejo tudi sodelovalna potrošnja (collaborative consumption). V raziskavi so želeli raziskati delitev stvari in storitev, ki potekajo na nove in inovativne načine, pogosto v okviru spletnih družbenih omrežij (P2P Foundation, 2012b).

62 % anketirancem se zdi ideja medsebojne delitve privlačna. Anketiranci na prvo mesto racionalnih koristi medsebojne delitve postavljajo »prihranek denarja«, medtem ko so »velikodušnost do sebe in drugih« postavili na prvo mesto med emocionalne koristi delitve. Problem zaupanja se zdi 67 % udeležencem raziskave ključnega pomena pri sodelovanju v okviru ekonomije delitve. Kot glavne ovire pri dajanju stvari v uporabo drugim navajajo možnost izgube ali kraje (30 %), sledita nezaupanje v spletna omrežja (23 %) in problematika varovanja zasebnosti (14 %), nekaj jih navaja, da »delitev ni vredna vloženega napora« (12 %) ter da so »stvari in storitve slabe kvalitete« (12 %) (ibidem).

5.1.3 Povzetek raziskave Disownership is the New Normal

Raziskava, ki je v februarju 2013 potekala med 2.252 odraslimi prebivalci ZDA (nad 18 let) v okviru ameriške marketinške raziskovalne agencije Harris Interactive pod naslovom Disownership is the New Normal (Nelasništvo je nova realnost), je nakazala trend vse manjše usmerjenosti k lastništvu stvari in storitev (Wise, 2013).

Raziskava kaže, da je 8 od 10 Američanov (83 %) pripravljenih na različne načine deliti (najeti ali si izposoditi) nekatere stvari, ki so običajno v individualni lasti, namesto da bi jih kupili, če bi bilo to mogoče storiti na enostaven način. 53 % jih kot razlog navaja prihranek

denarja, 39 % pa manj težav z vzdrževanjem in hranjenjem stvari. Med stvarmi, ki so jih pripravljeni deliti, se pojavljajo stvari, ki so bile tradicionalno v zasebni lasti: knjige in druge publikacije, otroška oblačila, hišni pripomočki in solarni paneli (ibidem).

5.2 Namen in cilji raziskave o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve

Ključni cilj raziskave o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve (v nadaljevanju raziskava) je ugotoviti, kakšen je odnos prebivalcev Slovenije do novih ekonomskih oblik, ki jih s skupnim imenom imenujemo ekonomija delitve. Za potrebe raziskave sem s pomočjo spletnega orodja Survey Monkey najprej izdelal spletno anketo o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve (glej prilogo 1).

5.3 Osnovni podatki o spletni anketi o ekonomiji delitve

Čas trajanja spletne ankete: Od 20. januarja do 20. junija 2013.

Prošnje za izpolnjevanje ankete s pripetim dostopom do spletne strani, kjer je bila objavljena anketa, so bile poslane po spletni pošti, prek spletnega družbenega omrežja Facebook in objavljene na nekaterih spletnih straneh ter blogih.

Metoda: Kvantitativna metoda raziskave.

Tehnika zbiranja podatkov: Spletno anketiranje v spletnem okolju Survey Monkey.

Čeprav ima spletno anketiranje nekatere pomanjkljivosti, kot so na primer »nezajemanje zaradi odsotnosti, vzorčenje in zavrnitev« (Renko, 2005, str. 33), sem presodil, da je za mojo raziskavo to najprimernejša oblika. Glavni razlog za mojo odločitev je sama narava ekonomije delitve, ki se odvija pretežno v okviru svetovnega spleta. Dejstvo je tudi, da so orodja spletnega anketiranja vse bolj izpopolnjena, prav tako vse večji del populacije uporablja splet; preglednica 3 prikazuje delež rednih uporabnikov spleta v celotni populaciji Slovenije v 1. četrtletju 2012 (glej preglednico 3; redni uporabniki so tisti, ki so splet uporabljali v zadnjih 3 mesecih) (Statistični urad, 2012). Poleg tega so vse primerljive raziskave o ekonomiji delitve opravljene v obliki spletnega anketiranja.

Preglednica 3: Redni uporabniki spleta po starosti v Sloveniji v 1. četrtnetu 2012

starostne skupine	1. četrtnetu 2012
	delež (%)
16 do 34 let	95
35 do 54 let	74
55 do 74 let	32
10 do 74 let	70
16 do 74 let	68
10 do 15 let	93

Vir: Statistični urad Republike Slovenije 2012

Spletni naslov ankete: <http://www.surveymonkey.com/s/QFF8W8Z>

Število vseh izpolnjenih anket: 686

Število upoštevanih anket: 538

V obdobju anketiranja je na anketo odgovarjalo 686 oseb, vendar je bilo v celoti izpolnjenih anket 541 (78,9 % vseh anket). Zaradi medsebojnega primerjanja med vprašanji sem moral upoštevati samo v celoti izpolnjene ankete. V analizi tudi nisem upošteval 3 anket, ki so jih izpolnili mlajši od 16 in starejši od 74 let, zato je končno število upoštevanih anket 538.

Analitična oziroma statistična orodja: obdelava podatkov je potekala v programu Excel.

5.4 Vzorčenje

Velikost populacije

V skladu z zastavljenim raziskovalnim vprašanjem sem za raziskavo izbral celotno populacijo Slovenije v starostni skupini 16 do 74 let. V tej skupini je v prvem polletju leta 2013 živel **1.575.880** prebivalcev (Statistični urad RS, 2013). V svoji raziskavi sem uporabil takšne starostne skupine, kot so navedene v preglednici 3. Skupine 10 do 15 let nisem zajel, ker uporabniki spleta v tej starostni skupini praviloma ne smejo samostojno poslovati oziroma še niso opravilno sposobni.

Velikost vzorca

V skladu s pridobljenimi spletnimi anketami je velikost vzorca **538 enot**.

Izbira vzorca

Za potrebe raziskave sem izbral **neverjetnostno vzorčenje**, in sicer **priložnostni vzorec** (ang. convenience sampling). Spletno anketo sem pošiljal po elektronski pošti (elektronska sporočila sem pošiljal ljudem, ki jih poznam, s prošnjo, da anketo pošljejo še drugim) in jo objavil na spletnem omrežju Facebook ter nekaterih blogih. Zavedam se, da vzorec ni reprezentativen, zato rezultatov ni mogoče posplošiti na celotno populacijo.

Manoilov (2012, str. 30) pravi, da je pri spletnem anketiranju vzorčenje lahko težava, »saj ni nekega enotnega seznama uporabnikov oziroma seznama njihovih elektronskih naslovov ali drugih kontaktnih podatkov«. Vendar že sama narava ekonomije delitve, ki temelji na uporabi informacijsko-komunikacijskih tehnologij, govori v prid uporabi spletnega anketiranja kot najprimernejše raziskovalne tehnike.

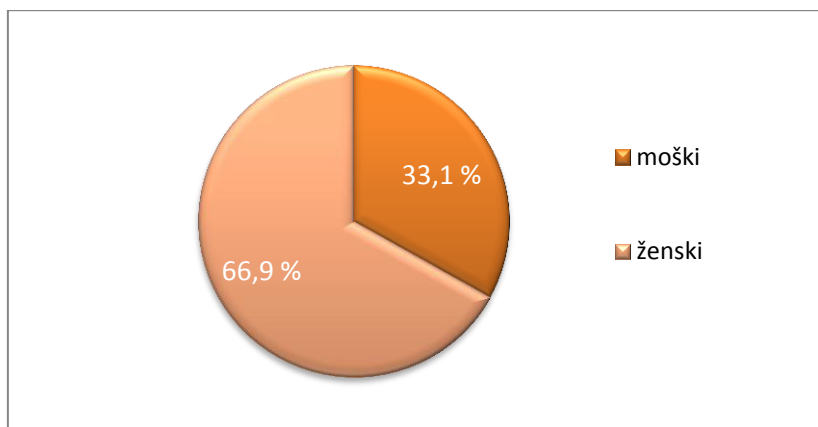
Analizo ankete sem razdelil na tri sklope. V prvem sklopu sem analiziral demografsko strukturo anketirancev (poglavje 5.5), v drugem sklopu sem s pomočjo posameznih vprašanj in statističnih metod analiziral hipoteze (5.6), v tretjem delu (5.7) pa sem preučil še nekatera druga področja, ki so potrebna za oblikovanje predlogov za inovativne podjetniške modele ekonomije delitve v Sloveniji.

5.5 Analiza demografske strukture anketirancev in uporabe IKT-tehnologij

Spol

Na anketo je odgovarjalo 360 (66,9 %) žensk in 178 moških (33,1 %), kar je prikazano v grafikonu 2. Preglednice z rezultati o demografski strukturi anketirancev so podane v prilogi 12.

Grafikon 2: Spol

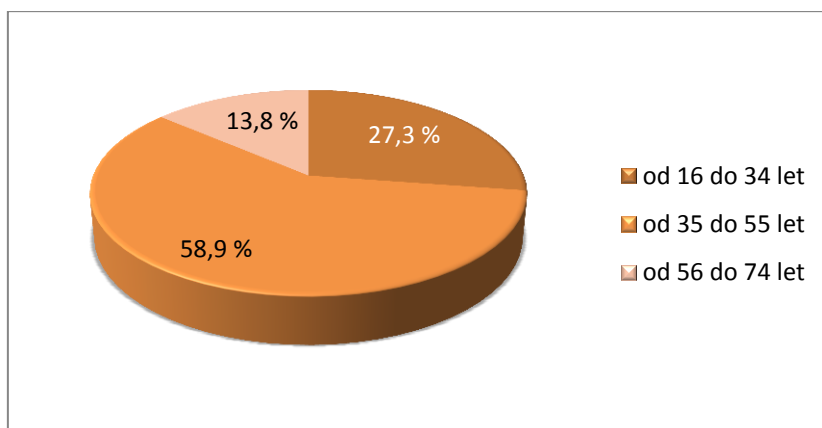


Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Starost

Iz grafikona 3 je razvidno, da je 27,3 % anketirancev pripadalo starostni skupini 16 do 34 let, v starostni skupini 35 do 54 let je bilo 58,9 % anketirancev, v starostni skupini 55 do 74 let pa 13,8 % anketirancev (glej prilogo 12).

Grafikon 3: Starost

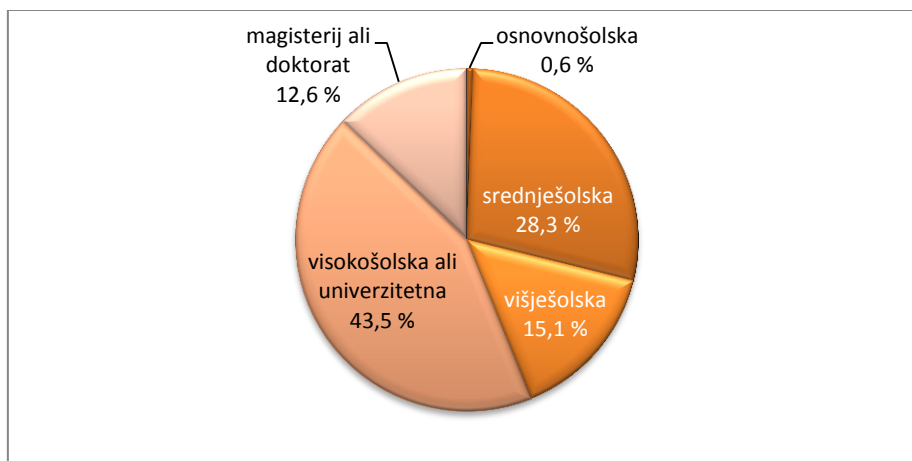


Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Izobrazba

Iz grafikona 4 izhaja, da ima največ anketirancev visokošolsko ali univerzitetno izobrazbo (43,5 %), sledijo skupine s srednješolsko izobrazbo (28,3 %), višješolsko (15,1 %) in z magisterijem ali doktoratom (12,6 %), medtem ko je anketirancev z osnovnošolsko izobrazbo 0,6 % (glej prilogo 12).

Grafikon 4: Izobrazba

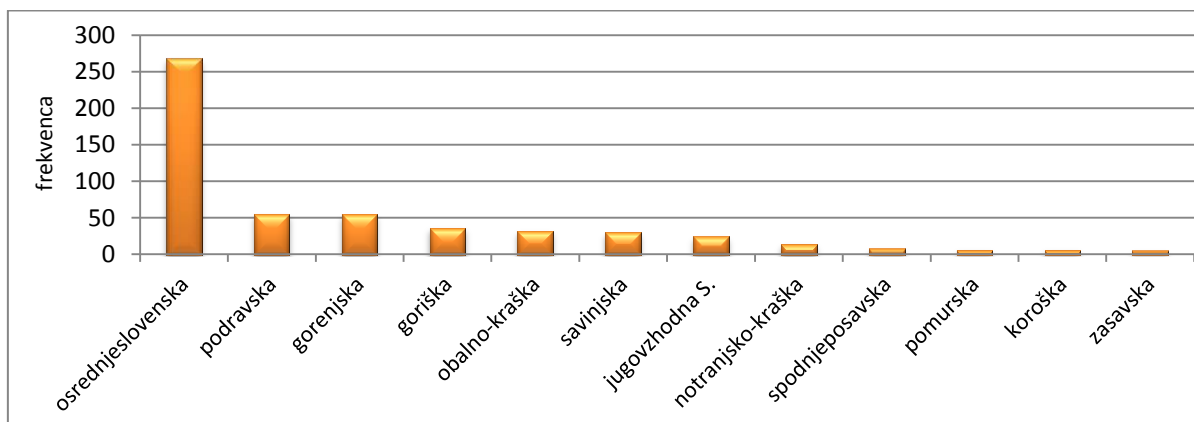


Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Regije

Skoraj polovica anketirancev prihaja iz osrednjeslovenske regije (49,8 %), iz podravske regije jih prihaja 10,2 %, skoraj toliko tudi iz gorenjske regije (10 %); zastopane so tudi vse druge slovenske regije (glej grafikon 5 in prilogo 12), kot jih definira Statistični urad Republike Slovenije.

Grafikon 5: Regije

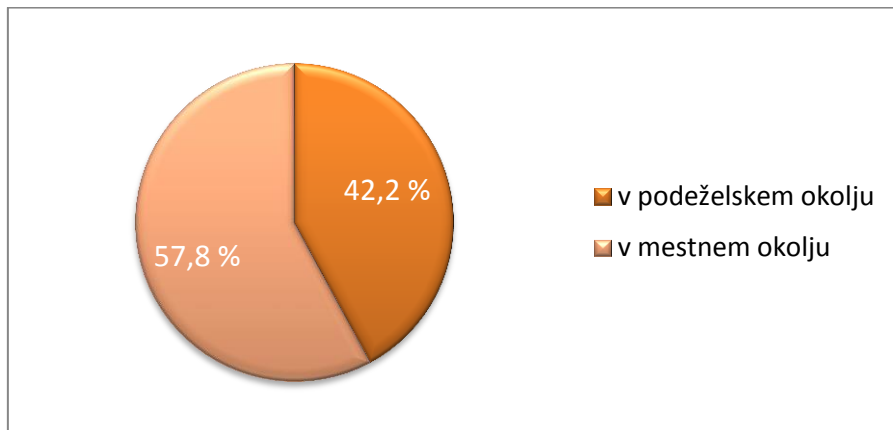


Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Mestno ali podeželsko okolje

Iz grafikona 5 je razvidno, da 57,8 % anketirancev prihaja iz mestnega okolja, 42,2 % pa iz podeželskega okolja (glej prilogo 12).

Grafikon 6: Mestno ali podeželsko okolje



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Značilnosti vzorca glede uporabe IKT-tehnologij in spleta

V anketi sem skušal ugotoviti tudi značilnosti vzorca glede na uporabo IKT-tehnologij in spleta, saj je ekonomija delitve s tem tesno povezana – preglednice z rezultati so navedene v prilogi 11.

Anketiranci najpogosteje uporabljajo prenosni računalnik (66,4 %) in namizni računalnik (53,3 %), sorazmerno veliko pa jih uporablja tudi tako imenovani pametni telefon (33,1 %) in tablični računalnik (7,8 %). Anketiranci najpogosteje uporabljajo naslednje brezplačne spletne storitve: uporabo brezplačnih programov (66,0 %), brezplačno spletno gostovanje (64,7 %), spletno telefonijo (62,5 %) in izmenjavo datotek (61,3 %). Med plačljivimi spletnimi storitvami anketiranci najpogosteje nakupujejo manjše in cenejše izdelke (59,9 %), rezervirajo hotele, letalske karte in podobno (57,2 %) in rezervirajo karte za prireditve (55 %).

Plačevanju s pomočjo različnih spletnih storitev (npr. PayPal) in plačilnih kartic zaupa 59,5 % anketirancev, ne zaupa jim 21,2 %, medtem ko se jih 19,3 % ne more odločiti. 58,9 % jih meni, da bi morale biti vse spletne vsebine povsem brezplačne, s tem pa se ne strinja 33,3 % anketirancev.

Kar 65,6 % anketirancev je vključenih v spletno družbeno omrežje Facebook, 30,5 % jih je vključenih v Google+, manj pa v druga spletna družbena omrežja; da niso vključeni v spletna družbena omrežja, je odgovorilo 26,8 % anketirancev.

Ugotovim lahko, da so anketiranci zelo aktivni uporabniki IKT-tehnologij, spleta, spletnih storitev in spletnih družbenih omrežij, ki predstavljajo tudi temeljna »orodja« ekonomije delitve. V tem smislu anketiranci predstavljajo populacijo, ki je naklonjena ekonomiji delitve.

5.6 Preizkus hipotez

V nadaljevanju sem analizo razdelal glede na zastavljene hipoteze. Zaradi izbranega neverjetnostnega vzorčenja, ki je posledica spletnega anketiranja, nisem mogel opraviti zahtevnejših statističnih analiz.

5.6.1 Preizkus hipoteze 1

V hipotezi 1 sem predpostavil, da so mlajši prebivalci Slovenije (v starostni skupini 16 do 34 let) dovzetnejši za nove podjetniške oblike ekonomije delitve kot starejši prebivalci Slovenije (stari 35 let do 74 let). Hipotezo 1 sem preizkusil s pomočjo **vprišanja 8**, pri čemer sem analiziral pripravljenost delitve v starostni skupini 16 do 34 let v primerjavi s starostnima skupinama 35 do 54 let in 55 do 74 let:

- Ali bi se vključili v organizirano delitev dobrin (v okviru podjetja, lokalne skupnosti itd.), ki bi vam omogočala stalen dostop do posameznih dobrin, ustrezne informacije o njih in enostaven način plačevanja?

Na podlagi rezultatov (navedeni v preglednici 4) sem ugotovil, da je v starostni skupini 16 do 34 let le malo višji odstotek tistih, ki so se pripravljeni vključiti (odgovor **da**) v organizirano delitev dobrin (62,59 %), kot v skupini 35 do 54 let (60,25 %), medtem ko je v skupini 55 do 74 let 47,30 % vprašanih pripravljenih vključiti se v organizirano obliko delitve.

Preglednica 4: Pripravljenost na delitev glede na starostne skupine

Starostne skupine	Odgovor	da	ne	morda	skupaj
16 do 34 let	delež (%)	62,59	3,4	34,01	100
	frekvenca	92	5	50	147
35 do 54 let	delež (%)	60,25	4,73	35,02	100
	frekvenca	191	15	111	317
55 do 74 let	delež (%)	47,3	2,7	50	100
	frekvenca	35	2	37	74

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

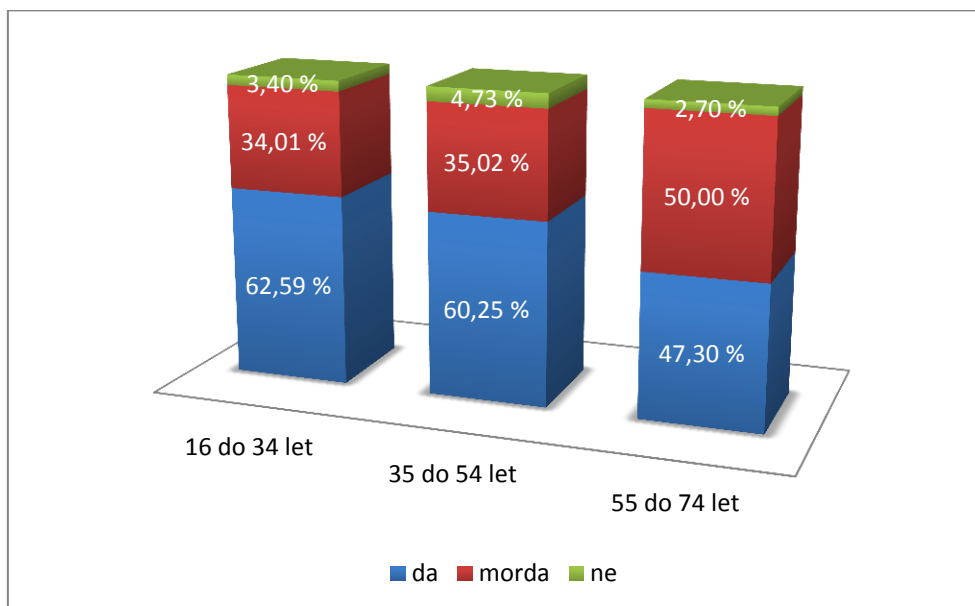
Vendar, kot je razvidno iz grafikona 6, če odgovoru »da« dodamo še odgovor »morda«, je rezultat v vseh skupinah podoben, iz česar lahko sklepamo, da so starejši prebivalci prav tako pripravljeni deliti stvari in storitve. Sklepamo lahko, da gre morda tudi za povezavo z manjšo uporabo informacijsko-komunikacijskih tehnologij med starejšimi prebivalci (glej preglednico 3) oziroma za nezaupanje v te tehnologije, vendar bi bilo treba to sklepanje ustrezno raziskati.

Ugotovitve pri preverjanju hipoteze 1:

Čeprav rezultatov zaradi nereprezentativnosti vzorca ne moremo posplošiti na celotno populacijo, lahko ugotovimo, da so mlajši prebivalci (16 do 34 let) res dovzetnejši za nove oblike ekonomije delitve. Razlika je še zlasti opazna v primerjavi s starostno skupino 55 do 74 let. Vendar so tudi starejši prebivalci pripravljeni deliti v okviru organizirane delitve, če upoštevamo še odgovor »morda«.

Hipotezo 1 torej lahko **potrdim**, saj so razlike glede pripravljenosti za delitev glede na starostne skupine opazne.

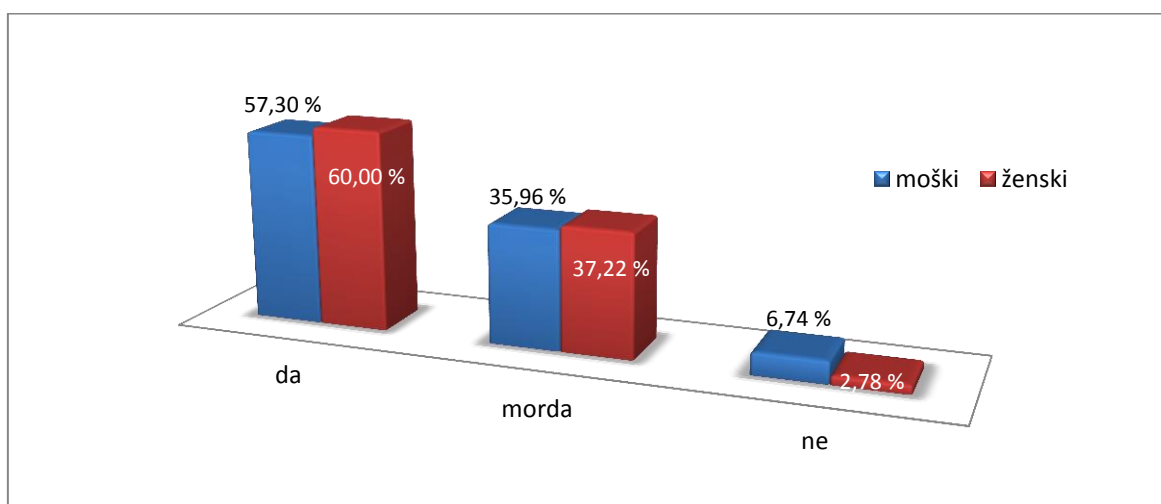
Grafikon 7: Pripravljenost za delitev glede na starostne skupine



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Zanimalo me je tudi, ali obstajajo razlike glede pripravljenosti za delitev glede na spol, kar je razvidno iz grafikona 8. Rezultati kažejo, da ni bistvene razlike med moškimi in ženskami, saj je 60 % žensk pritrdilno odgovorilo, da bi se vključile v organizirano delitev dobrin, moških pa le nekaj manj (57,30 %) (rezultati so navedeni v prilogi 13).

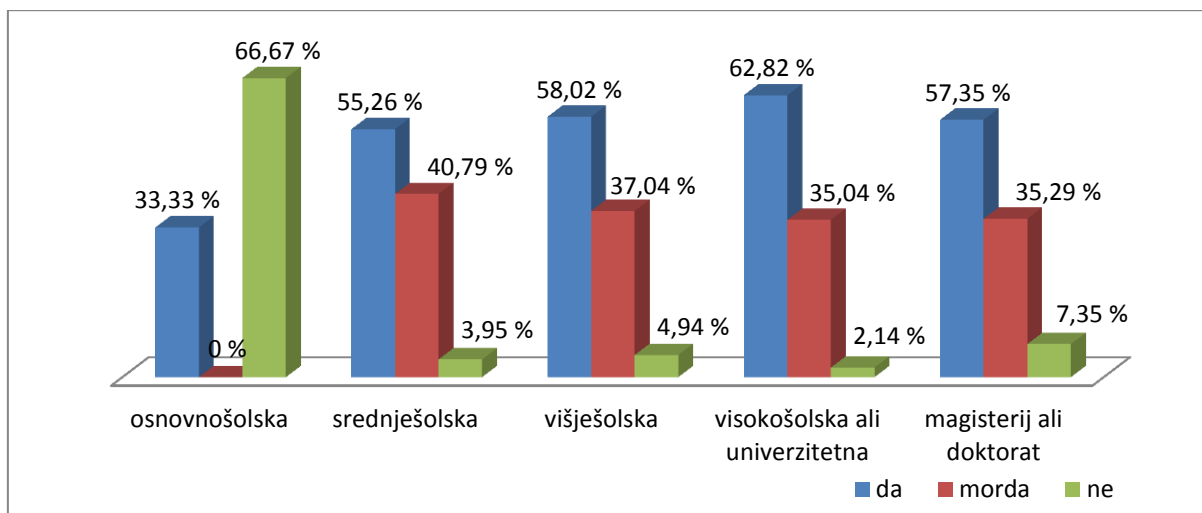
Grafikon 8: Pripravljenost za delitev glede na spol



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Preučil sem tudi pripravljenost za delitev glede na izobrazbo. Iz grafikona 9 je razvidno, da je na vprašanje, ali bi se vključili v organizirano delitev dobrin, pritrdilno odgovorilo več anketirancev z višjo stopnjo izobrazbe, vendar so večje razlike predvsem glede na osnovnošolsko izobrazbo, kjer je delež tistih, ki se niso pripravljeni vključiti v organizirano delitev dobrin, zelo visok (rezultati so navedeni v prilogi 13).

Grafikon 9: Pripravljenost za delitev glede na izobrazbo



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Glede na rezultate lahko dopolnim ugotovitve, da obstajajo razlike glede pripravljenosti za vključitev v organizirano obliko ekonomije delitve. Poleg mlajših prebivalcev so ženske v primerjavi z moškimi dovzetnejše za ekonomijo delitve, prav tako tudi bolj izobraženi glede na manj izobražene, predvsem glede na tiste z nižjo izobrazbo.

5.6.2 Preizkus hipoteze 2

V hipotezi 2 sem predpostavil, da so prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bolj pripravljeni deliti deljive stvari in storitve manjših vrednosti kot večjih vrednosti. Pri tem sem za vrednejše stvari opredelil:

- nepremičnine (bivalne in delovne prostore, garaže in druge prostore za hrambo, vrt ali obdelovalno zemljo,) in
- druge stvari večjih vrednosti (prevozna sredstva na motorni ali drug pogon, priključke za motorna vozila, večje orodje oziroma naprave).

Preostale stvari, ki so bile navedene v anketi, sem upošteval kot stvari manjših vrednosti, čeprav je dejansko med njimi možen visok cenovni razpon. V primeru storitev sem za vrednejše storitve opredelil: inštrukcije ali poučevanje, skrb za starejše ali invalide, hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela ter pomoč pri selitvi.

Za preizkus hipoteze 2 sem analiziral anketni vprašanja 1 do 4, ki so se glasila:

1. Katera možnost bi bila za vas NAJPRIMERNEJŠA za spodaj naštete stvari (materialne dobrine)?
2. Katera možnost bi bila za vas NAJPRIMERNEJŠA za posamezno storitev (nematerialno dobrino)?
3. S kom ste že delili spodaj naštete stvari (materialne dobrine)?
4. S kom ste že delili spodaj naštete storitve?

Primerjal sem vprašanja 1 in 3, ki se nanašata na delitev stvari, ter vprašanja 2 in 4, ki se nanašata na delitev storitev.

a) Stvari – materialne dobrine

Analiza vprašanja 1: Katera možnost bi bila za vas NAJPRIMERNEJŠA za spodaj naštete stvari (materialne dobrine)?

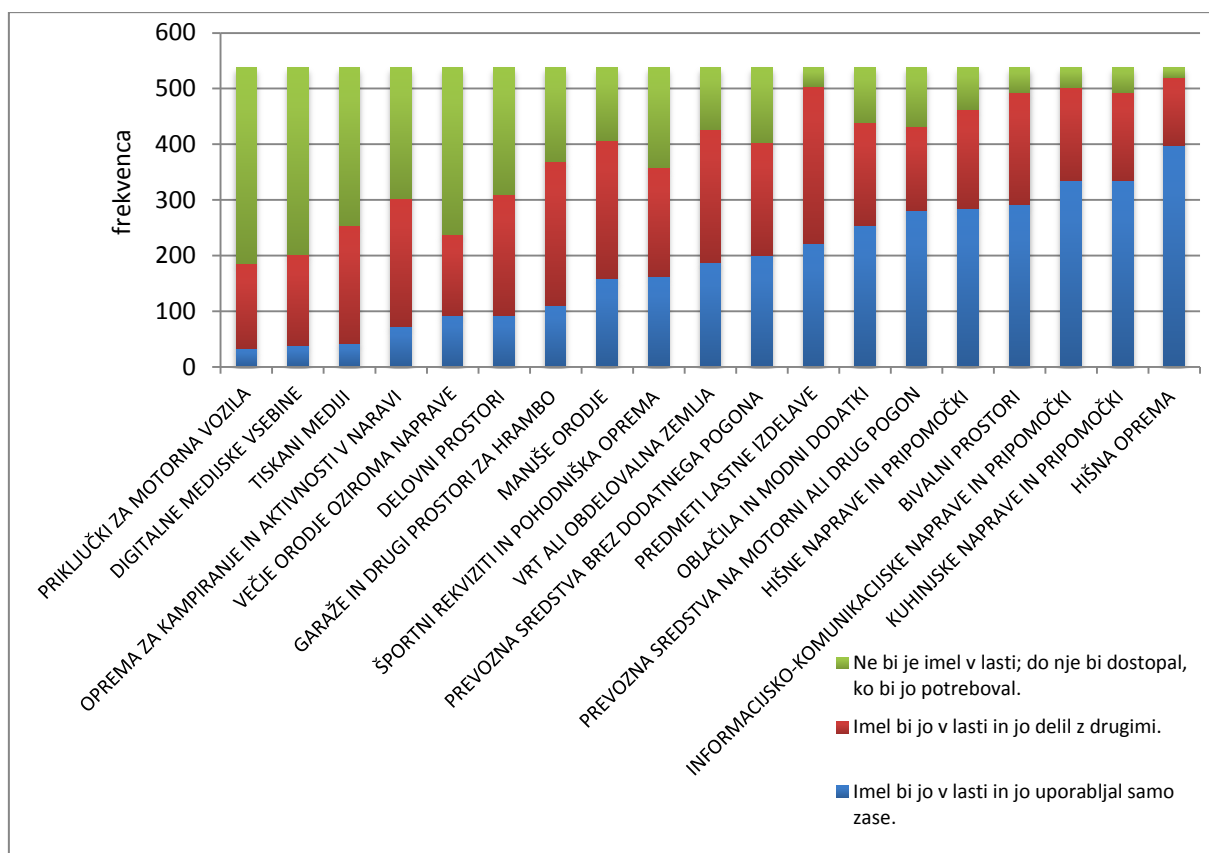
Glede na postavljeno hipotezo 2 sem najprej želel ugotoviti, katere stvari so za prebivalce Slovenije primernejše za delitev. V ta namen sem primerjal odgovora »imel bi jo v lasti in jo delil z drugimi« in »ne bi je imel v lasti; do nje bi dostopal, ko bi jo potreboval«, ki izražata pripravljenost za delitev (v grafikonu 10 označeno z zeleno in rdečo barvo), z odgovorom »imel bi jo v lasti in jo uporabljal samo zase« (nepripravljenost za delitev; v grafikonu 10 označeno z modro barvo).

Slovenci v starosti 16 do 74 let so **bolj pripravljeni deliti** naslednje stvari (frekvence po vrstnem redu od največje pripravljenosti k delitvi do najmanjše; v oklepaju sem označil, ali gre za stvari večjih ali manjših vrednosti):

- priključke za motorna vozila (večja vrednost – VV)
- digitalne medijske vsebine (manjša vrednost – MV)
- tiskane medije (MV)
- opremo za kampiranje in aktivnosti v naravi (MV)

- večje orodje oziroma naprave (VV)
- delovne prostore (VV)
- garaže in druge prostore za hrambo (VV)
- manjše orodje (MV)
- športne rekvizite in pohodniško opremo (MV)
- vrt ali obdelovalno zemljo (VV)
- prevozna sredstva brez dodatnega pogona (MV)
- predmete lastne izdelave (MV)
- oblačila in modne dodatke (MV)
- prevozna sredstva na motorni ali drug pogon (VV)
- hišne naprave in pripomočke (MV)
- bivalne prostore (VV)
- kuhinjske naprave in pripomočke (MV)
- IKT-naprave in pripomočke (MV)
- hišno opremo (MV)

Grafikon 10: Najprimernejša možnost za posamezno stvar



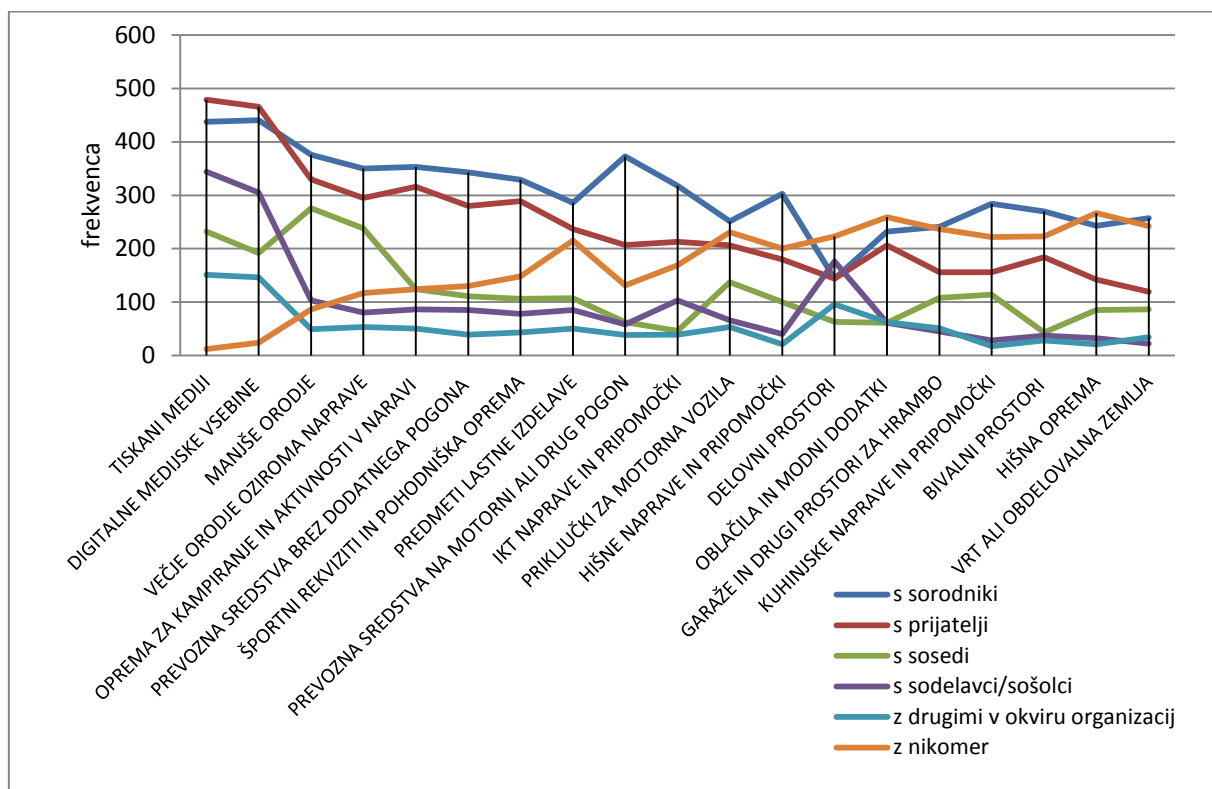
Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Analiza vprašanja 3: S kom ste že delili spodaj naštetе stvari (materialne dobrine)?

Grafikon 11 prikazuje neenakomerno porazdelitev stvari, ki si jih prebivalci Slovenije že delijo z različnimi kategorijami prebivalstva (prijatelji, sorodniki, sosede itd.) ali v okviru organizacij.

Jasnejšo sliko pa dobimo s prikazom povprečnih vrednosti (aritmetičnih sredin) za posamezno spremenljivko – s kom prebivalci najpogosteje delijo stvari in katere stvari najpogosteje delijo. S pomočjo programa Excel sem izračunal aritmetične sredine in jih prikazal v grafikonih 12 in 13 (izračuni aritmetičnih sredin in frekvenc so podani v prilogi 4).

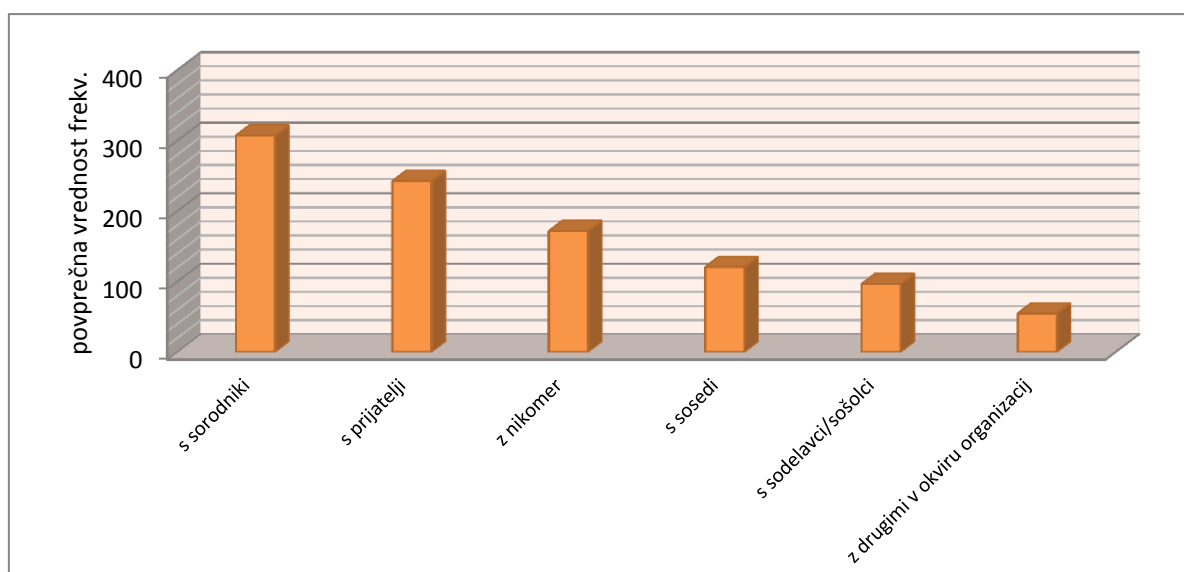
Grafikon 11: Stvari, ki so jih anketiranci že delili



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Grafikon 12 prikazuje, da prebivalci Slovenije stvari najpogosteje delijo s **sorodniki** in s **prijatelji**, redkeje pa s **sosedi**, **sodelavci oz. sošolci** in najredkeje **v okviru organizacij** (na tretjem mestu je odgovor **z nikomer**).

Grafikon 12: S kom so anketiranci najpogosteje delili stvari



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

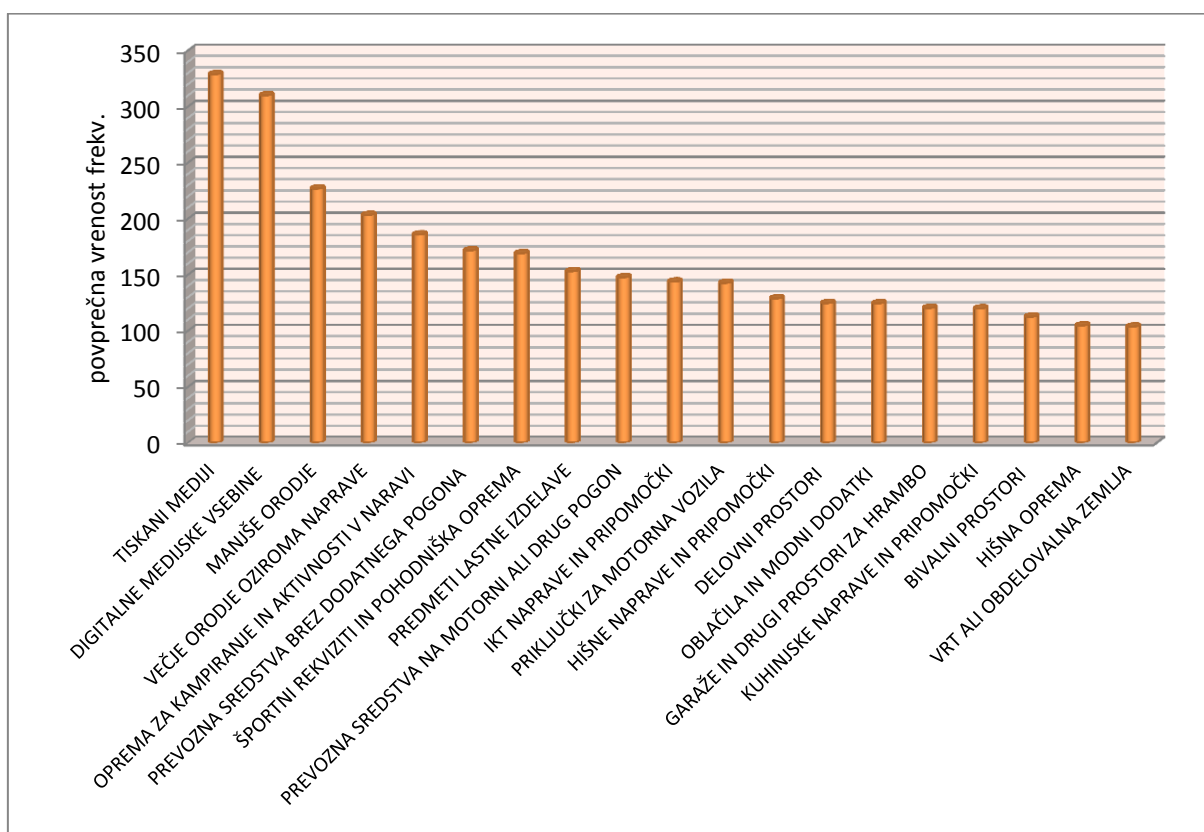
Da bi ugotovil, kaj prebivalci Slovenije že delijo, sem izračunal aritmetično sredino za vsako posamezno stvar, pri čemer sem izzzvel odgovor **z nikomer**. Rezultati so prikazani v grafikonu 13 (izračuni so podani v prilogi 4).

Stvari, ki jih prebivalci Slovenije najpogosteje delijo, so (v oklepaju sem označil, ali gre za stvari manjših – MV ali večjih vrednosti – VV):

- tiskani mediji (MV)
- digitalne medijske vsebine (MV)
- manjše orodje (MV)
- večje orodje oz. naprave (VV)
- oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi (MV)
- prevozna sredstva brez dodatnega pogona (MV)
- športni rekviziti in pohodniška oprema (MV)
- predmeti lastne izdelave (MV)
- prevozna sredstva na motorni ali drug pogon (VV)
- IKT-naprave in pripomočki (MV)
- priključki za motorna vozila (VV)
- hišne naprave in pripomočki (MV)
- delovni prostori (VV)

- oblačila in modni dodatki (MV)
- garaže in drugi prostori za hrambo (VV)
- kuhinjske naprave in pripomočki (MV)
- bivalni prostori (VV)
- hišna oprema (MV)
- vrt ali obdelovalna zemlja (VV)

Grafikon 13: Stvari, ki jih anketiranci najpogosteje delijo



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

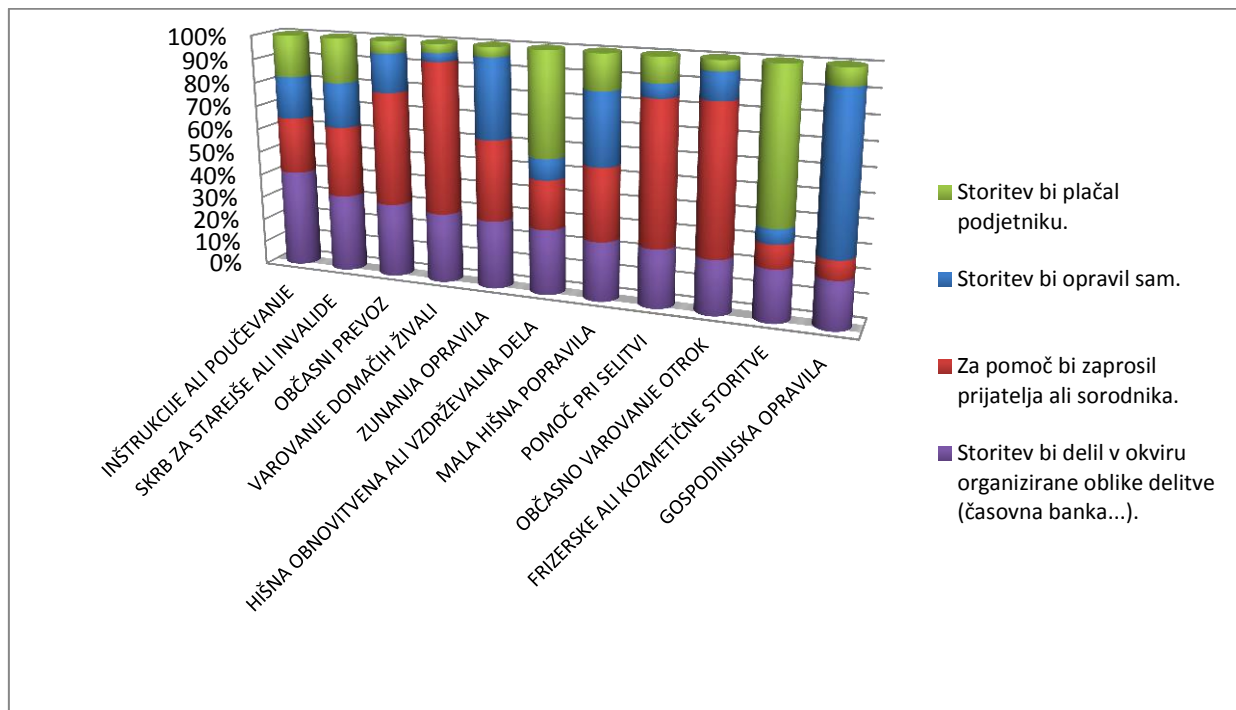
b) Storitve – nematerialne dobrine

Analiza vprašanja 2: Katera možnost bi bila za vas NAJPRIMERNEJŠA za posamezno storitev (nematerialno dobrino)?

Analizo vprašanja 2 sem opravil na podlagi odgovora »storitev bi delil v okviru organizirane oblike delitve«, ki je v grafikonu 14 označena z vijolično barvo (izračun je podan v prilogi 3). Opazimo lahko, da se storitve delijo predvsem med prijatelji in sorodniki (v grafikonu označeno z rdečo barvo), nekatere pa anketiranci pretežno prepuščajo podjetnikom, na primer

frizerske storitve (označeno z zeleno barvo). Predvsem gospodinjska opravila pa večina opravi sama. Na splošno lahko sklepam, da je organizirana delitev storitev v primerjavi z delitvijo stvari za anketirance manj privlačna.

Grafikon 14: Storitve, ki bi jih prebivalci Slovenije delili, če bi imeli možnost



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

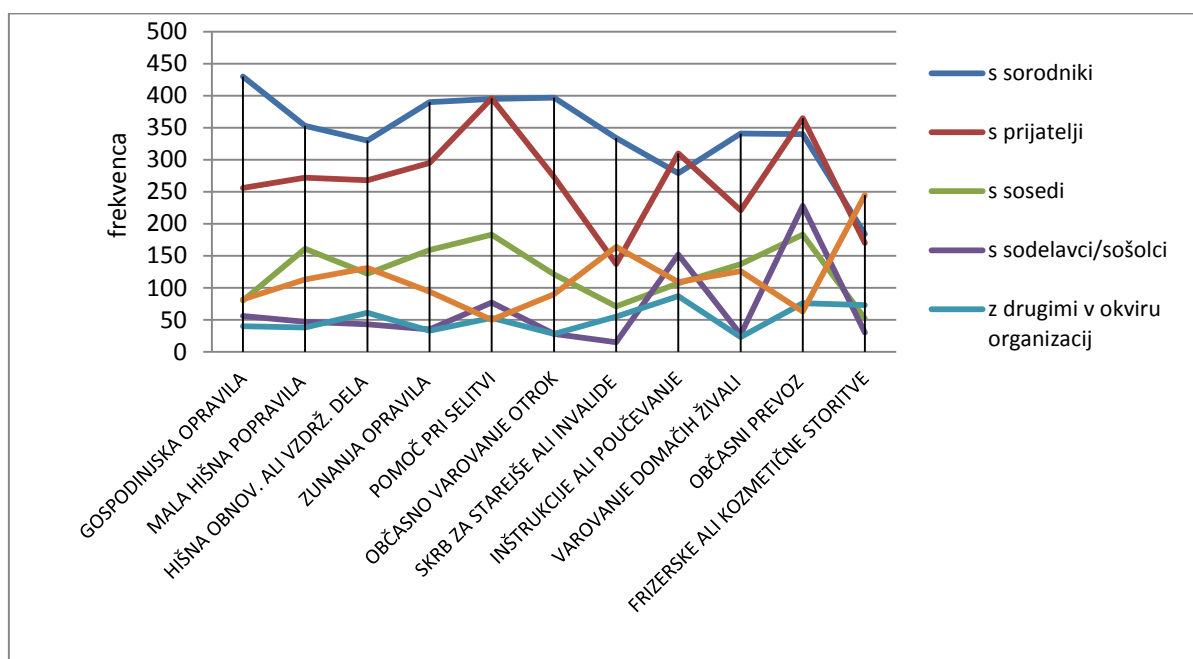
Prebivalci Slovenije, stari 16 let in več, so torej v okviru organiziranih oblik **bolj pripravljeni deliti** naslednje storitve (v oklepaju sem navedel, ali gre za storitve manjših – MV ali večjih vrednosti – VV):

- inštrukcije ali poučevanje (večja vrednost – VV)
- skrb za starejše ali invalide (VV)
- občasni prevoz (manjša vrednost – MV)
- varovanje domačih živali (MV)
- zunanja opravila (MV)
- hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela (VV)
- mala hišna popravila (MV)
- pomoč pri selitvi (VV)
- občasno varovanje otrok (MV)
- frizerske ali kozmetične storitve (MV)
- gospodinjska opravila (MV)

Analiza vprašanja 4: S kom ste že delili spodaj naštetе storitve?

Analiziral sem še vprašanje 4, s pomočjo katerega sem preučil, katere storitve prebivalci Slovenije že delijo z drugimi in s kom. Grafikon 15 prikazuje neenakomerno porazdelitev storitev, ki jih prebivalci Slovenije že delijo z različnimi kategorijami prebivalstva (prijatelji, sorodniki, sosede itd.) ali v okviru organizacij (izračun je podan v prilogi 5). Jasnejšo sliko pa dobimo s prikazom aritmetičnih sredin za posamezno spremenljivko, ki izraža večjo ali manjšo pogostost njenega pojavljanja (v grafikonih 16 in 17).

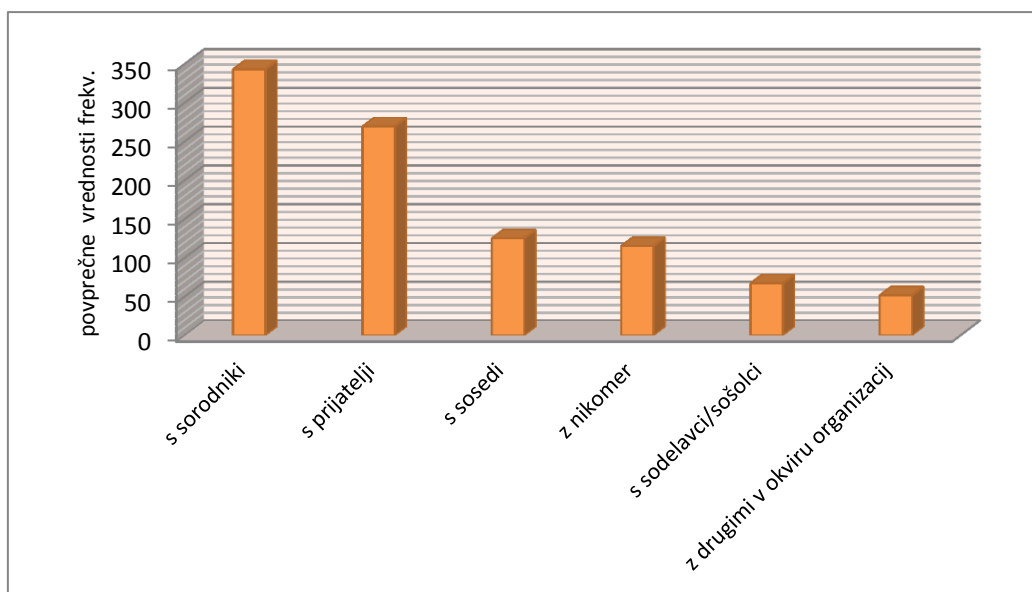
Grafikon 15: Storitve, ki jih prebivalci Slovenije že delijo z drugimi



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Iz grafikona 16 lahko razberemo, da prebivalci Slovenije prav tako kot v primeru stvari najpogosteje delijo storitve s **sorodniki** in s **prijatelji**, redkeje pa s **sosedi**, **sodelavci oz. sošolci** ter najredkeje **v okviru organizacij** (odgovor z nikomer je na četrtem mestu). Delitev storitev torej najpogosteje poteka s sorodniki in prijatelji, kar je skladno s strukturo omrežij socialne opore v Sloveniji, ki jih prav tako v največjem deležu tvorijo sorodniki in prijatelji (Dremelj, Kogovšek in Hlebec v Novak et al., str. 58).

Grafikon 16: S kom prebivalci Slovenije najpogosteje delijo storitve



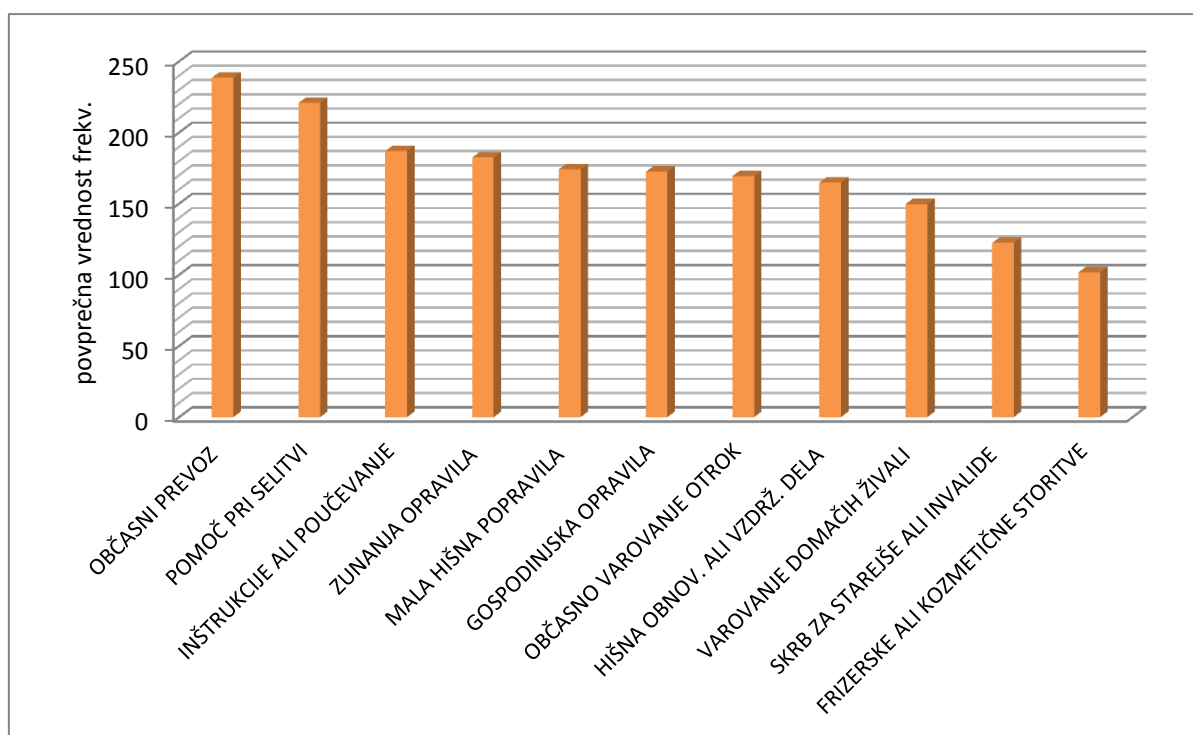
Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Za izračun zaporedja pogostosti delitve storitev z drugimi sem izračunal aritmetične sredine za vsako storitev, pri čemer nisem upošteval odgovora **z nikomer**. V grafikonu 17 sem prikazal zaporedje pogostosti delitve z drugimi, izračuni pa so podani v prilogi 5.

Prebivalci Slovenije najpogosteje delijo naslednje storitve (v oklepaju sem označil, ali gre za storitve manjših – MV ali večjih vrednosti – VV):

- občasni prevoz (MV)
- pomoč pri selitvi (VV)
- inštrukcije ali poučevanje (VV)
- zunanja opravila (MV)
- mala hišna popravila (MV)
- gospodinjska opravila (MV)
- občasno varovanje otrok (MV)
- hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela (VV)
- varovanje domačih živali (MV)
- skrb za starejše ali invalide (VV)
- frizerske ali kozmetične storitve (VV)

Grafikon 17: Storitve, ki jih prebivalci Slovenije najpogosteje delijo z drugimi



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Ugotovitve pri preverjanju hipoteze 2:

Prebivalci Slovenije, ki so stari 16 do 74 let, pri delitvi ne dajejo prednosti vrednejšim stvarjem in storitvam, kar pomeni, da hipoteze 2 **ne morem potrditi**. Veljalo pa bi raziskati, ali so morda prebivalci Slovenije dovzetnejši za delitev stvari in storitev, ki jih dojemajo kot manj osebne (na primer priključki za motorna vozila), v nasprotju s tistimi, ki jih dojemajo kot bolj osebne (npr. bivalni prostori in hišna oprema).

5.6.3 Preizkus hipoteze 3

V hipotezi 3 sem predpostavil, da bi prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bolj zaupali neprofitnim modelom ekonomije delitve kot profitnim. Za profitno obliko sem opredelil podjetje, medtem ko sem vse preostale štel za neprofitne oblike.

Za preizkus hipoteze 3 sem uporabil anketni vprašnji 6 in 7, ki se glasita:

- Komu bi najbolj zaupali pri organiziranju delitve dobrin? Razvrstite spodaj navedene možne organizatorje po vrstnem redu glede na to, komu bi najbolj zaupali. V vsakem

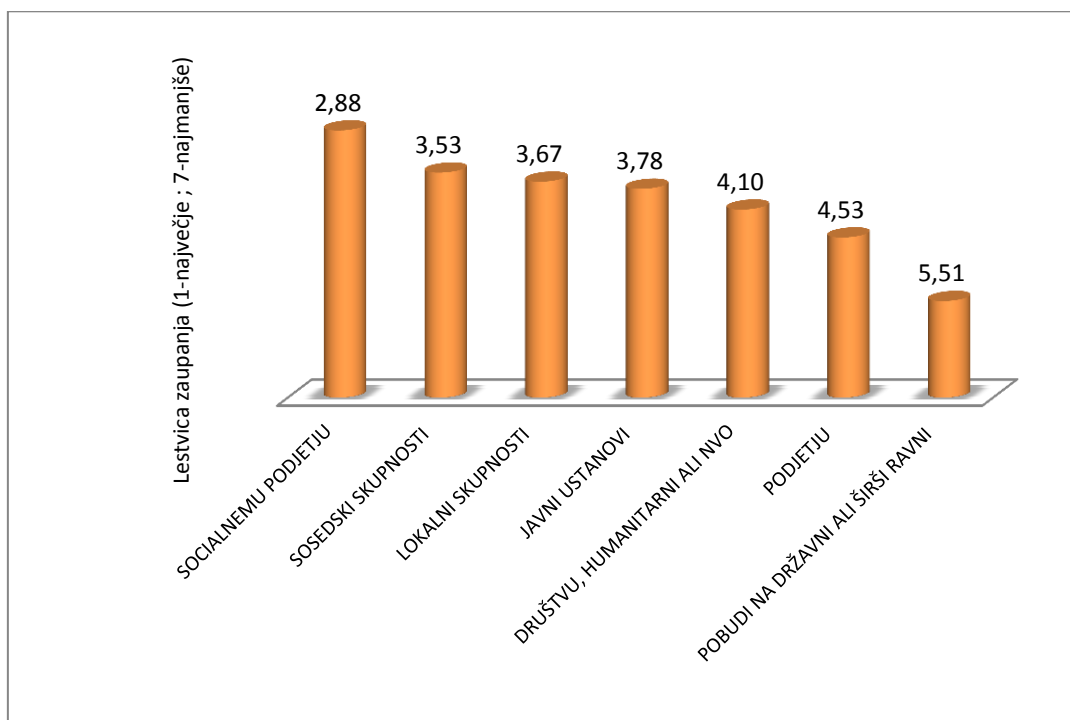
polju izberite ustrezno številko od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni NAJBOLJ BI ZAUPAL in 7 NAJMANJ BI ZAUPAL.

- Kakšen način delitve se vam zdi najprimernejši? Razvrstite spodaj navedene načine delitve po vrstnem redu glede na to, kateri se vam zdi najprimernejši. V vsakem polju izberite ustrezno številko od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni NAJBOLJ PRIMEREN in 5 NAJMANJ PRIMEREN.

Grafikon 18 prikazuje, komu bi prebivalci Slovenije najbolj zaupali organiziranje ekonomije delitve (rezultati so podani v prilogi 7). V skladu z rezultati ankete bi prebivalci Slovenije delitev stvari ali storitev v organizacijskem smislu najbolj zaupali:

- socialnemu podjetju
- sosedski skupnosti,
- lokalni skupnosti;
- javni ustanovi,
- društvu, humanitarni ali nevladni organizaciji,
- podjetju,
- pobudi na državni ali širši ravni.

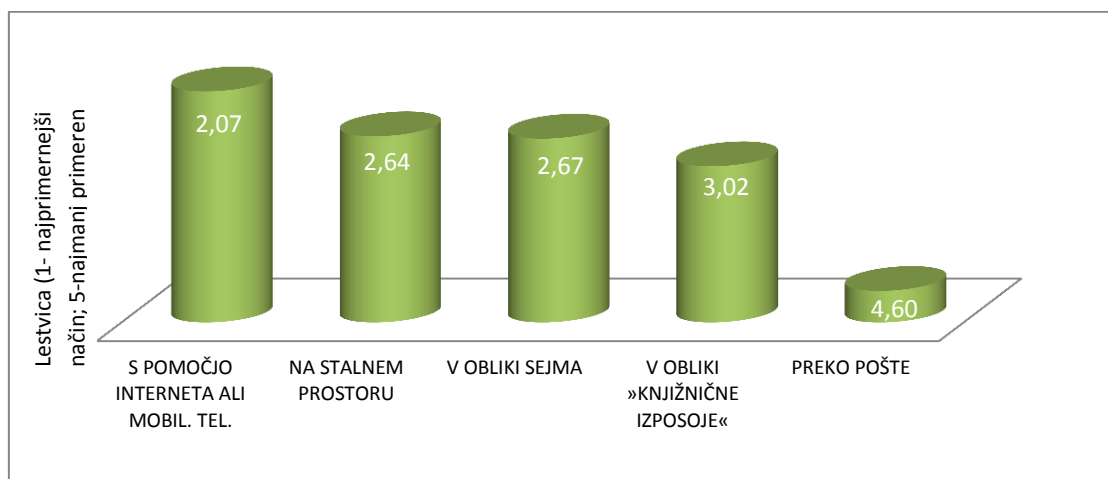
Grafikon 18: Največje zaupanje pri organiziranju delitve dobrin



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Iz grafikona 19 izhaja, da se prebivalcem Slovenije zdijo najprimernejši načini delitve s **pomočjo interneta ali mobilne tehnologije, na stalnem prostoru in v obliki sejma**, manj pa v obliki **knjižnične izposoje** in najmanj prek **pošte**.

Grafikon 19: Najprimernejši načini delitve



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Ugotovitve pri preverjanju hipoteze 3:

Ugotavljam, da je najprimernejša organizacijska oblika ekonomije delitve socialno podjetje, ki je dejansko najbližje temeljnemu načelu ekonomije delitve, saj se v osnovi osredotoča na zadovoljevanje skupnih družbenih potreb, kot so reševanje ekonomskih, družbenih in okoljskih problemov. Tako na primer Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP) med drugim opredeljuje dejavnosti socialnega podjetništva kot »dejavnosti, ki zagotavljajo dodatno ponudbo proizvodov in storitev za večjo kvaliteto življenja ljudi ali bivanja v okolju, krepijo družbeno solidarnost in kohezijo« (Zakon o socialnem podjetništvu).

Med načini delitve je na prvem mestu delitev s pomočjo spleta in mobilne tehnologije, kar potrjuje teoretične ugotovitve iz prvega dela naloge, ki postavljajo te nove tehnologije za temelj ekonomije delitve. Ugotovim lahko, da so prebivalci na splošno – z izjemo pobude na državni ali širši ravni, ki jo je v tem kontekstu težko uvrstiti v eno ali drugo kategorijo, – bolj naklonjeni neprofitnim oblikam ekonomije delitve kot profitnim, zato hipotezo 3 lahko **potrdim**.

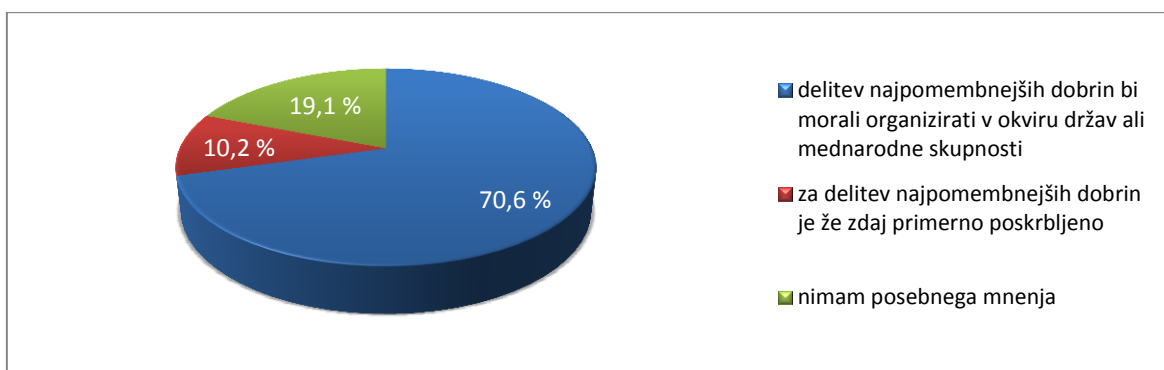
5.7 Druge ugotovitve, ki izhajajo iz raziskave

Poleg demografskih podatkov in vprašanj, ki so neposredno povezana s postavljenimi hipotezami, sem analiziral še odnos do delitve najpomembnejših dobrin (vprašanje 9 v anketi) in opredelitev do ekonomije delitve (vprašanje 5). Analiza teh vprašanj bo prispevala k oblikovanju konkretnih predlogov za podjetniške rešitve, ki bi bile najprimernejše za slovensko poslovno in širše družbeno okolje ter za razumevanje odnosa prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve.

Delitev najpomembnejših dobrin

Zanimivo je mnenje anketirancev glede delitve najpomembnejših dobrin, kot sta na primer hrana in voda. Iz grafikona 18 izhaja, da jih je kar 70,6 % mnenja, da bi morali delitev najpomembnejših dobrin organizirati v okviru držav ali mednarodne skupnosti (priloga 10).

Grafikon 20: Kako bi morale biti poskrbljeno za delitev najpomembnejših dobrin



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Analiziral sem tudi odgovore pod možnostjo »drugo«, kjer so imeli anketiranci možnost napisati svoje predloge. Vse skupaj lahko združim v naslednje štiri ugotovitve:

- osnovne dobrine bi morale biti na pravičen in pregleden način dostopne vsem ljudem,
- delitev oziroma dostop do dobrin bi moral izhajati iz lokalnih skupnosti in se širiti na širše ravni,
- ključne dobrine morajo biti javne dobrine v domeni javnih ustanov, nevladnih organizacij ali neodvisnih agencij,
- oskrbe s ključnimi dobrinami se ne sme prepustiti trgom.

Opredelitev do ekonomije delitve

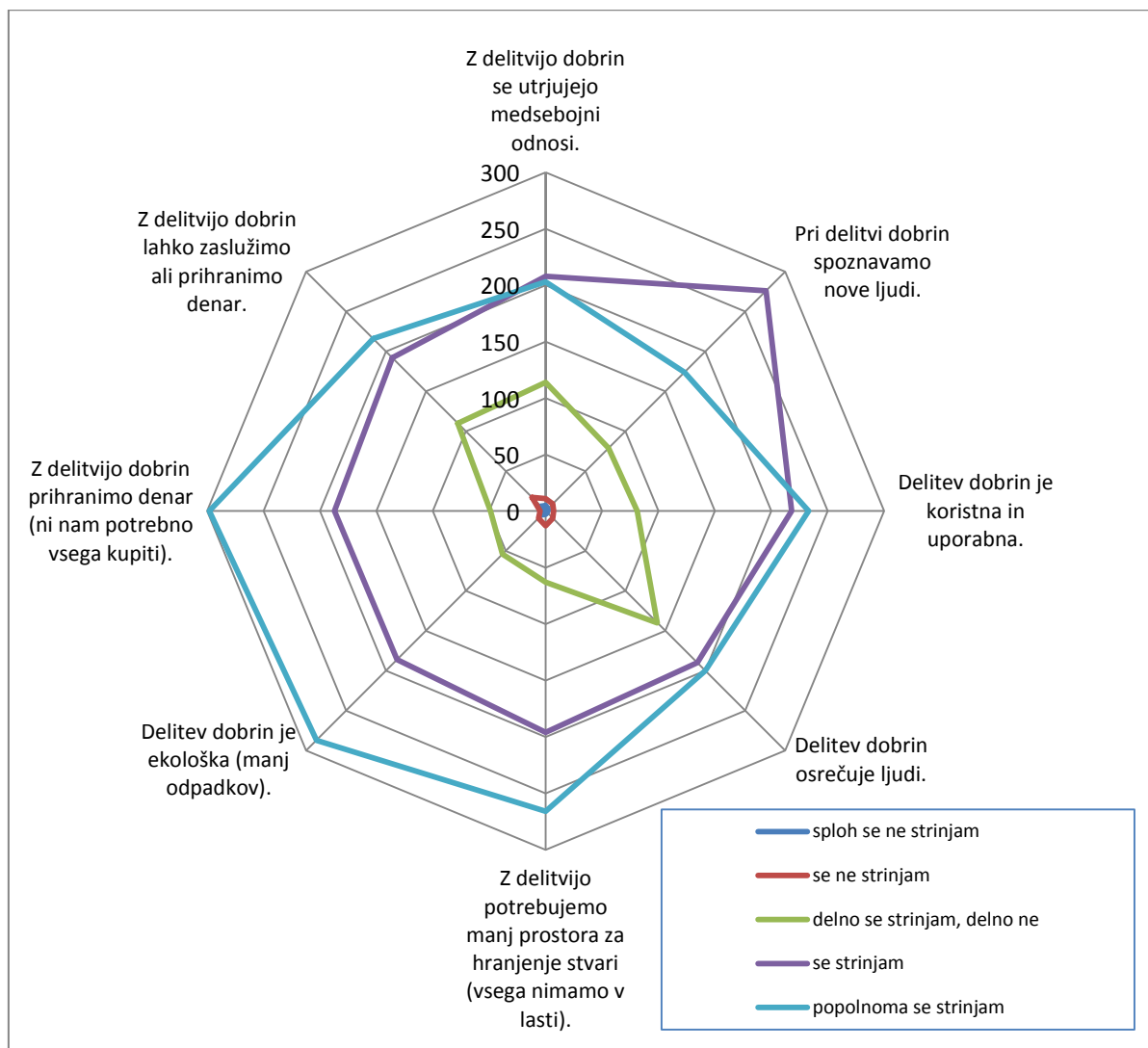
Opredelitev do delitve dobrin je pomembna, saj lahko predstavlja dobro osnovo za promoviranje različnih podjetniških in drugih oblik ekonomije delitve. Anketiranci so se najbolj strinjali (»popolnoma se strinjam«) z naslednjimi trditvami (grafikon 17, priloga 6):

- Z delitvijo dobrin prihranimo denar (ni nam treba vsega kupiti).
- Delitev dobrin je ekološka (manj odpadkov).
- Z delitvijo potrebujemo manj prostora za hranjenje stvari (vsega nimamo v lasti).

Poleg tega so se v veliki meri strinjali (odgovor »se strinjam«) s trditvijo:

- Pri delitvi dobrin spoznavamo nove ljudi.

Grafikon 21: Opredelitev do delitve dobrin



Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

5.8 *Sklepne ugotovitve raziskave*

Raziskava, ki sem jo s pomočjo spletne ankete opravil na vzorcu 538 oseb, je pokazala, kakšen je odnos prebivalcev Slovenije v starosti 16 do 74 let do ekonomije delitve. Ker sem uporabil neverjetnostno vzorčenje (priložnosti vzorec), rezultati veljajo za vzorec, ne moremo pa jih splošiti na celotno populacijo.

Ugotovil sem (hipoteza 1), da so mlajši prebivalci Slovenije (v starostni skupini 16 do 34 let) dovzetnejši za nove podjetniške oblike ekonomije delitve kot starejši prebivalci, vendar razlike niso velike, še zlasti če upoštevamo še podano možnost »morda«, ki nakazuje možnost delitve v okviru določenih pogojev, ki bi jih bilo treba še raziskati. Dovzetnejši za delitev so ženske in bolj izobraženi prebivalci Slovenije, vendar ne gre za velike razlike.

Nadalje sem ugotovil, da prebivalci Slovenije, ki so stari 16 do 74 let, pri delitvi ne bi dali prednosti deljivim stvarem in storitvam manjših vrednosti v nasprotju z višjimi vrednostmi (hipoteza 2). Najbolj bi bili pripravljeni deliti naslednje **stvari**: priključke za motorna vozila, digitalne medijske vsebine, tiskane medije, opremo za kampiranje in aktivnosti v naravi, večje orodje oziroma naprave, delovne prostore, garaže in druge prostore za hrambo, manjše orodje, športne rekvizite in pohodniško opremo ter vrt ali obdelovalno zemljo. Prebivalci Slovenije bi bili najbolj pripravljeni deliti naslednje **storitve**, če bi imeli primerno možnost: inštrukcije ali poučevanje, skrb za starejše ali invalide, občasni prevoz, varovanje domačih živali, zunanja opravila ter hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela.

Že zdaj najpogosteje delijo tiskane medije, digitalne medijske vsebine, manjše ter večje orodje in naprave, opremo za kampiranje in aktivnosti v naravi, prevozna sredstva brez dodatnega pogona, med storitvami pa občasne prevoze, pomoč pri selitvi, inštrukcije ali poučevanje, zunanja in mala hišna ter gospodinjska opravila. Najpogosteje jih delijo s sorodniki in prijatelji, manj pa s sosedi, s sodelavci oziroma sošolci, najmanj pa v okviru organizacij.

Prebivalci Slovenije stari 16 do 74 let bi bolj zaupali neprofitno usmerjenim modelom ekonomije delitve kot profitnim (hipoteza 3). Najbolj bi zaupali socialnemu podjetju, sosedski in lokalni skupnosti, med načini delitve pa so izpostavili: delitev s pomočjo spleta ali mobilne telefonije, delitev na stalnem prostoru in v okviru sejma.

Ključne prednosti ekonomije delitve, ki jih navajajo prebivalci Slovenije, so prihranek denarja, ekološki vidik delitve in manjša potreba po prostoru za hrambo stvari. Več kot dve tretjini prebivalcev Slovenije pa je mnenja, da bi morali za pravičnejšo delitev najpomembnejših dobrin, kot sta na primer voda in hrana, poskrbeti v okviru držav in mednarodne skupnosti, kar poudarja družbeno odgovorni vidik ekonomije delitve.

V preglednici 5 sem prikazal ključne ugotovitve raziskave o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve, na podlagi katerih sem oblikoval predloge za modela ekonomije delitve, ki bi bili primerni za slovensko poslovno in širše družbeno okolje.

Preglednica 5: Pregled ključnih ugotovitev raziskave o ekonomiji delitve

STVARI, NAJPRIMERNEJŠE ZA DELITEV	STORITVE, NAJPRIMERNEJŠE ZA DELITEV
- priključki za motorna vozila - digitalne medijske vsebine - tiskani mediji - oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi - večje orodje oziroma naprave - delovni prostori - garaže in drugi prostori za hrambo - manjše orodje	- inštrukcije ali poučevanje - skrb za starejše ali invalide - občasni prevoz - varovanje domačih živali - zunanja opravila - hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela
STVARI, KI SE ŽE DELIJO	STORITVE, KI SE ŽE DELIJO
- tiskani mediji - digitalne medijske vsebine - manjše orodje - večje orodje oz. naprave - oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi - prevozna sredstva brez dodatnega pogona - športni rekviziti in pohodniška oprema - predmeti lastne izdelave	- občasni prevoz - pomoč pri selitvi - inštrukcije ali poučevanje - zunanja opravila - mala hišna popravila - gospodinjska opravila
S KOM SE STVARI ŽE DELIJO	S KOM SE STORITVE ŽE DELIJO
- s sorodniki - s prijatelji - s sosedi - s sodelavci oz. sošolci - v okviru organizacij	- s sorodniki - s prijatelji - s sosedi - s sodelavci oz. sošolci - v okviru organizacij
ZA DELITEV NAJPRIMERNEJŠE ORGANIZACIJSKE OBLIKE	
- socialno podjetje - sosedska skupnost - lokalna skupnost	
NAJPRIMERNEJŠI NAČINI DELITVE	
- delitev s pomočjo spleta ali mobilne telefonije - delitev na stalnem prostoru - delitev v okviru sejma	
NAJPRIMERNEJŠA POPULACIJA	
celotno prebivalstvo Slovenije v starosti 16 do 74 let	
KLJUČNE PREDNOSTI EKONOMIJE DELITVE, KI JIH NAVAJAJO PREBIVALCI SLOVENIJE	
- Z delitvijo dobrin prihranimo denar (ni nam treba vsega kupiti). - Delitev dobrin je ekološka (manj odpadkov). - Z delitvijo potrebujemo manj prostora za hranjenje stvari (vsega nimamo v lasti).	

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

5.9 Primerjava opravljene raziskave z obstoječimi raziskavami

V raziskavi *Disownership is the New Normal* je kar 83 % anketirancev odgovorilo, da so na različne načine pripravljeni deliti (najeti ali si izposoditi) nekatere stvari, namesto da bi jih kupili, če bi bilo to mogoče storiti na enostaven način (Wise, 2013). V raziskavi *The New Sharing Economy* je 75 % anketirancev odgovorilo, da bodo v prihodnjih petih letih delili več dobrin (Latitude Research, 2010). V raziskavi *Quantifying the Sharing Economy* je 62 % anketirancev odgovorilo, da se jim zdi delitev privlačna (P2P Foundation, 2012b). V moji raziskavi bi se 59,1 % vprašanih vključilo v organizirano obliko delitve dobrin, če pa prištejemo tudi tiste, ki so odgovorili z »morda«, je takšnih kar 95,9 %.

Iz raziskave *The New Sharing Economy* (Latitude Research, 2010) izhaja, da 70 % anketirancev že zdaj deli digitalne medije, v moji raziskavi je takšnih 61,2 % (vprašanje 11). Prav tako je povsem primerljiv podatek o uporabi odprtokodnih programov oziroma drugih vsebin – v obeh raziskavah jih uporablja približno dve tretjini anketirancev. V raziskavi *The New Sharing Economy* je 58 % anketirancev navedlo, da bi bilo pripravljeno deliti bivalne prostore, medtem ko bi jih v skladu z mojo raziskavo 46 %; 57 % bi jih delilo delovne prostore (Latitude Research, 2010), med prebivalci Slovenije pa 83 %; gospodinjske pripomočke in aparate bi delilo 53 %, v Sloveniji pa 47 % (hišne naprave in pripomočki); oblačila bi delilo 50 %, med prebivalci Slovenije pa 53 % (oblačila in modni dodatki). Rezultati v obeh raziskavah se razen pri delovnih prostorih bistveno ne razlikujejo.

V raziskavi *The New Sharing Economy* (Latitude Research, 2010) tri petine (60 %) anketirancev navaja, da je »delitev dobra za okolje«, v moji raziskavi se 53 % anketirancev popolnoma strinja, da je delitev ekološka, če pa prištejemo še možnost »se strinjam«, je takšnih kar 87 %. V raziskavi *Disownership is the New Normal* 53 % anketirancev kot razlog za delitev navaja prihranek denarja; v moji raziskavi se 55 % anketirancev popolnoma strinja, da z delitvijo dobrin prihranimo denar, če pa prištejemo še tiste, ki »se strinjajo«, je takšnih kar 89,6 %. V raziskavi *Disownership is the New Normal* 39 % anketirancev kot razlog za delitev navaja manj težav z vzdrževanjem in hranjenjem stvari (Wise, 2013), v moji raziskavi se 49,2 % anketirancev popolnoma strinja, da z delitvijo potrebujemo manj prostora za hranjenje stvari, če pa upoštevamo še tiste, ki so odgovorili s »strinjam se«, je takšnih kar 85,4 %.

Čeprav raziskave zaradi različnih velikosti vzorcev niso povsem primerljive, lahko opazimo, da so odgovori primerljivi. Seveda pa bi bilo za bolj poglobljene primerjave potrebne dodatne analize.

Preglednica 6: Primerjava med raziskavami

Primerjava raziskav o ekonomiji delitve	Raziskave			
	Razisk. o odnosu prebiv. Slovenije do ekonomije d.	The New Sharing Economy	Disownership is the New Normal	Quantifying the Sharing Economy
OSNOVNI PODATKI O RAZISKAVAH				
leto raziskave	2013	2010	2013	2012
vzorec (št. enot)	538	537	2252	383
način anketiranja	spletno anketiranje	spletno anketiranje	spletno anketiranje	spletno anketiranje
pripravljenost za delitev oz. privlačnost ideje delitve	59,1 %*	75 %	83 %	62 %
DELITEV RAZLIČNIH STVARI				
delitev digitalnih medijev	61 %	70 %		
delitev odprtih kodnih programov	66 %	66 %		
delitev bivalnih prostorov	46 %	58 %		
delitev delovnih prostorov	83 %	57 %		
gospodinjski pripomočki in naprave	47 %	53 %		
oblačila	53 %	50 %		
TRDITVE O EKONOMIJI DELITVE				
delitev je dobra za okolje	53 %	60 %		
delitev pomeni prihranek denarja	55 %		53 %	
delitev pomeni manj problemov z vzdrževanjem in hranjenjem stvari	49 %		39 %	

*skupaj z opcijo "morda": 95,9 %

Viri: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013; Latitude Research 2010; P2P Foundation 2012b; Wise 2013

6 PREDLOGI MODELOV EKONOMIJE DELITVE, PRIMERNIH ZA SLOVENSKO PODJETNIŠKO OKOLJE

Na podlagi teoretičnih izhodišč in še zlasti raziskave, ki sem jo opravil med prebivalci Slovenije, sem oblikoval dva predloga podjetniških modelov ekonomije delitve, ki bi bila primerna za slovensko podjetniško okolje. Pri tem se je treba zavedati, da bodo za hitrejši razvoj ekonomije delitve potrebne tudi zakonodajne spremembe, ki bodo omogočale nemoteno delovanje zelo raznolikih oblik delitve dobrin in storitev. Danes je na primer davčni sistem prilagojen prodaji in nakupu izdelka oziroma storitve, medtem ko je ekonomija delitve zasnovana na pogostem prehajanju stvari med različnimi uporabniki. Poleg tega je pomembno oblikovati tudi nove zavarovalniške produkte, še zlasti ko gre za delitev dražjih stvari, kot sta na primer stanovanje ali avtomobil.

6.1 *Prvi model: delitev orodij, naprav in drugih pripomočkov*

Prvi model ekonomije delitve bi bil organiziran kot socialno podjetje, ki bi najprej delovalo na področju občine Kamnik, pozneje pa bi bilo mogoče model uporabiti tudi v drugih lokalnih okoljih. Občino Kamnik sem izbral, ker v njej tudi živim in poznam njeno okolje. V nadaljevanju podajam okvirne značilnosti tega modela in razloge zanj.

Organizacijska oblika: Socialno podjetje, ustanovljeno s sodelovanjem lokalne skupnosti – občine Kamnik. Socialno podjetništvo je v skladu z raziskavo najprimernejša organizacijska oblika ekonomije delitve, poleg tega pa bi bila dejavnost, ki jo opisujem, neprofitna.

Področje dela: Delitev manjšega in večjega orodja ter naprav, priključkov za motorna in druga vozila, opreme za kampiranje in aktivnosti v naravi. Izbral sem tiste stvari, ki bi jih bili prebivalci Slovenije v starosti 16 do 74 let v skladu z raziskavo najbolj pripravljeni deliti, hkrati pa jih je smiselno deliti skupaj.

Način dela: Delitev na stalnem prostoru in s pomočjo spleta ali mobilne telefonije; možnost »dostave na dom«.

Zadovoljitev potreb:

- enostaven dostop do orodij in naprav, ki se potrebujejo za domačo rabo
- prihranki posameznikov in gospodinjstev
- prihranek prostora za hrambo večjih naprav ali priključkov
- zaposlitev težje zaposljivih skupin prebivalstva (zakon o socialnem podjetništvu)
- manjše obremenitve okolja

Prostor: enostavno dostopen prostor s skladiščem v mestu Kamnik.

Opis delovanja: Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP), ki je bil sprejet leta 2011, predstavlja dobro osnovo za delovanje različnih podjetij tudi na področju ekonomije delitve. Socialno podjetništvo med drugim »krepi družbeno solidarnost in kohezijo, spodbuja sodelovanje ljudi in prostovoljsko delo, krepi inovativno sposobnost družbe za reševanje socialnih, gospodarskih, okoljskih in drugih problemov, zagotavlja dodatno ponudbo proizvodov in storitev, ki so v javnem interesu, razvija nove možnosti zaposlovanja, zagotavlja dodatna delovna mesta ter socialno integracijo in poklicno reintegracijo najbolj ranljivih skupin ljudi na trgu dela (cilji socialnega podjetništva)« (Zakon o socialnem podjetništvu).

Prav zato bi bila primerna oblika socialno podjetje, ki bi delovalo na področju delitve manjšega in večjega orodja ter naprav, priključkov za motorna in druga vozila ter opreme za kampinganje in aktivnosti v naravi. Podjetje bi na lahko dostopnem prostoru v Kamniku, ki bi bil urejen tako kot trgovina, v začasno uporabo za minimalno nadomestilo ponujalo zgoraj naštetih stvari. Poleg tega bi podjetje od posameznikov, ki stvari začasno ne potrebujejo, le-te prevzelo in jih posredovalo v uporabo tistim, ki jih potrebujejo.

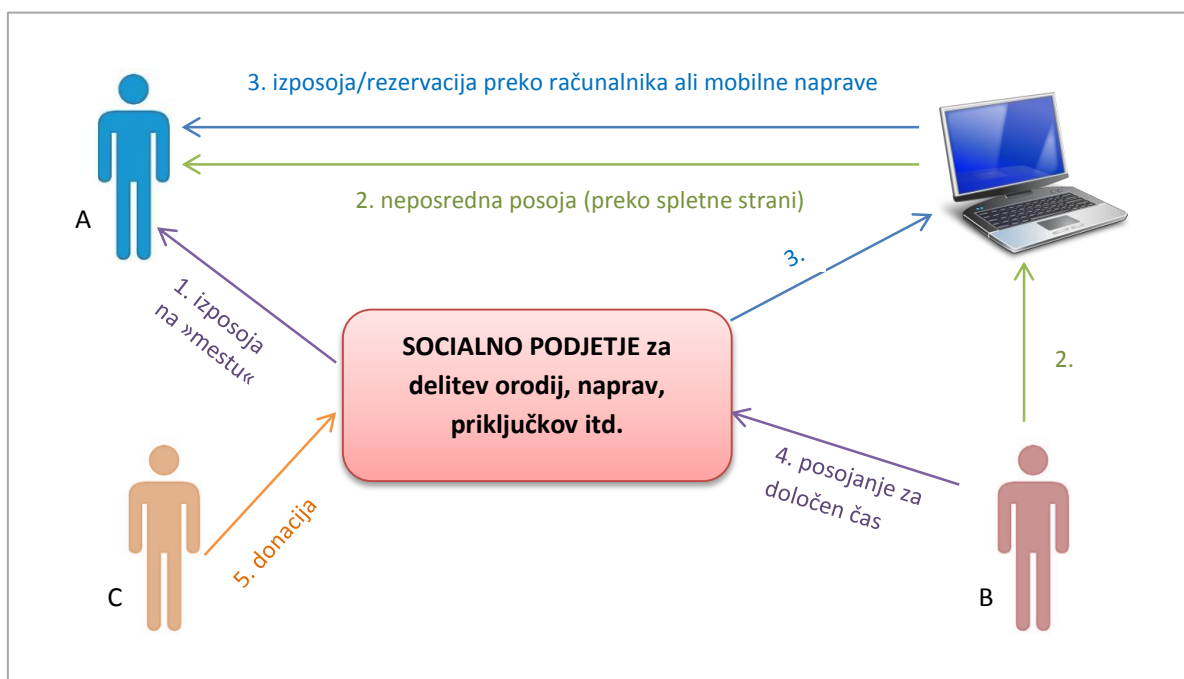
Podjetje bi oblikovalo spletno stran, kjer bi bilo vidno, kaj, kdaj in po kakšni ceni si je mogoče izposojati stvari, hkrati pa bi lahko potekala neposredna izmenjava stvari med tistimi, ki jih (začasno) ne potrebujejo, in tistimi, ki jih potrebujejo. Način in nagrada bi bila prepuščena dogovoru med ponudnikom in uporabnikom. Mogoče bi bilo uvesti tudi dostavo zelenih stvari na dom.

Podjetje bi uvedlo članske izkaznice, ki bi članom za določeno letno članarino omogočalo številne ugodnosti (cenejša izposoja, brezplačna ponudba/povpraševanje na spletnih straneh podjetja itd.).

Podjetje bi delovalo na različne načine; na sliki 5 so prikazane možnosti, kako si posameznik lahko izposodi na primer orodje, konkretneje vrtalni stroj:

1. oseba A si vrtalni stroj (v lasti podjetja) neposredno izposodi v prostorih podjetja (urejeno kot knjižnica) in plača določeno izposojevalnino;
2. oseba B na spletni strani podjetja ponuja v uporabo svoj vrtalni stroj, oseba A si ga izposodi (za način izmenjave in ceno se osebi dogovorita sami; podjetje zaračuna provizijo ali storitev »zaračuna« v okviru letne članarine);
3. oseba A rezervira vrtalni stroj na spletni strani in ga »dvigne« v prostorih podjetja ali »zahteva« dostavo na dom;
4. oseba B podjetju za določen čas »odstopi« svoj vrtalni stroj, ki si ga oseba A lahko izposodi (oseba B dobi del izposojevalnine);
5. oseba D donira vrtalni stroj, ki ga ne potrebuje več ali ker želi pomagati socialnemu podjetju.

Slika 5: Grafični prikaz delovanja modela 1



Vir: lasten

6.2 *Drugi model: delitev storitev*

Kot predlog za drugi organizacijski model ekonomije delitve sem izbral podjetje, ki bi organiziralo sistem delitve storitev v osrednjeslovenski regiji na podoben način, kot ga izvaja podjetje TaskRabbit v ZDA (glej podpoglavje 4.3.1). Pozneje bi bila mogoča tudi širitev na širši slovenski prostor, saj storitveni sektor običajno ni vezan na geografsko območje.

Storitveni sektor se v današnjem času sicer hitro razvija, a je še vedno precej tog. Poleg običajnih storitev (na primer hišna vzdrževalna dela, frizerske storitve, prevozne storitve), ki jih ponujajo predvsem manjša podjetja, obstaja še cel spekter storitev, ki bi jih lahko zajela takšna oblika delitve. Najbolj bi se osredotočil na tiste storitve, ki so bile v raziskavi na najvišjih mestih: inštrukcije ali poučevanje, skrb za starejše ali invalide, občasni prevoz, varovanje domačih živali, zunanja opravila, hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela, ne bi pa bile izključene tudi druge storitve.

Organizacijska oblika: Podjetje, ki bi organiziralo sistem delitve storitev v osrednjeslovenski regiji. Poleg povsem komercialne dejavnosti bi v sodelovanju z lokalnimi skupnostmi, humanitarnimi in nevladnimi organizacijami organizirali tudi izvajanje storitev za ljudi s slabšim ekonomskim statusom, ki bi bile bodisi subvencionirane bodisi brezplačne.

Področje dela: Oblikovanje spletne platforme, ki bi omogočala delitev storitev po vzoru podjetja TaskRabbit.

Način dela: Postavitev spletne platforme, ki bi posredovala informacije o ponudnikih in povpraševalcih po storitvah ter ponujala možnosti plačevanja prek spleta, ocenjevanja storitev, komunikacijo med vsemi deležniki itd.

Zadovoljitev potreb:

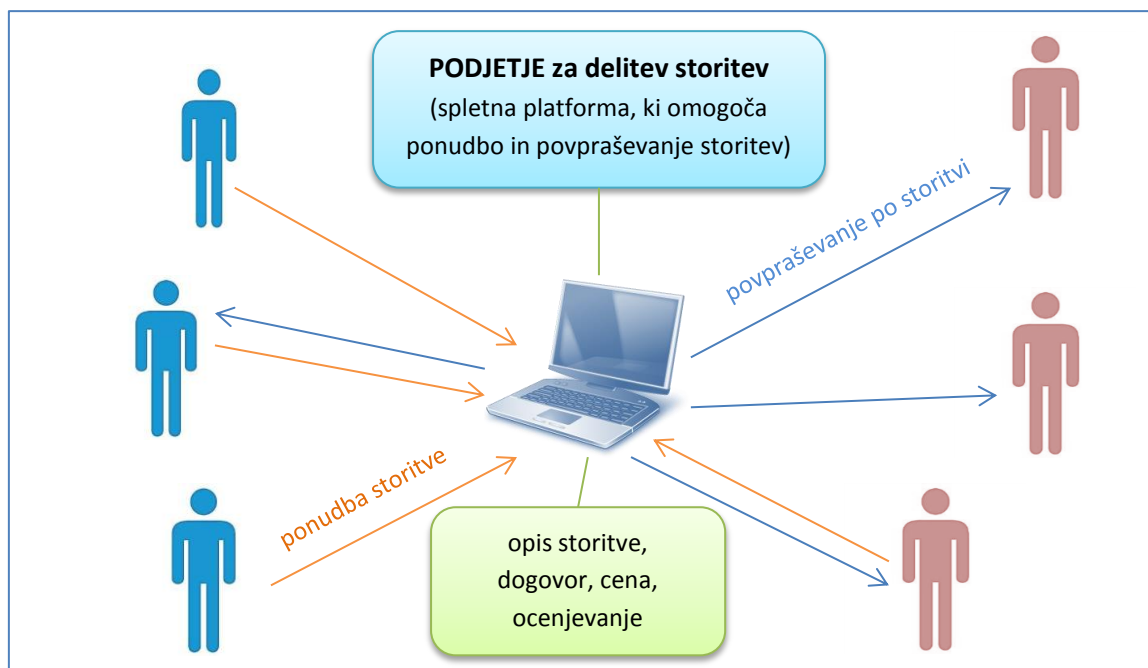
- enostaven in hiter dostop do raznolikih storitev (na primer manjša hišna popravila, inštrukcije, različni prevozi, spremstvo starejših itd.)
- prihranki posameznikov in gospodinjstev
- širok izbor ponudbe in možnost sodelovanja vsakogar z določenimi znanji oziroma spretnostmi
- spodbujanje zaposlitev oziroma dodatnega dela

Prostor: pisarna z ustrezno strojno in programsko računalniško opremo.

Opis delovanja (glej sliko 6): Podjetje bi vzpostavilo spletno platformo, ki bi omogočala celovito storitev ponudbe in povpraševanja raznolikih storitev posameznikov in tudi malih podjetij. Na spletni strani bi bilo mogoče ponujati različne storitve (na primer inštrukcije ali poučevanje, skrb za starejše ali invalide, občasni prevoz, varovanje domačih živali, zunanja opravila, hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela, pomoč pri nakupovanju, manjše prevoze, košnjo trave, sprehajanje domačih živali itd.) oziroma povpraševati po le-teh. Ponudnik storitve je lahko tudi povpraševalec in obratno. Vsak ponudnik bi ponudil okvirno ceno, končni dogovor pa bi se izvršil med ponudnikom in povpraševalcem. Podjetje bi zaračunalo določen odstotek vrednosti opravljene storitve.

Vsak ponudnik storitve bi na spletnem portalu odprl svoj profil, kjer bi natančno opisal storitev, navedel geografsko področje delovanja in postavil okvirno ceno svoje storitve. Po opravljeni storitvi bi naročnik storitve to ocenil, s čimer bi se spodbujalo bolj kakovostno opravljanje storitev, saj bi vsak izvajalec storitve želel čim boljšo oceno, ki mu bo zagotovila več dela. Danes pogosto ni mogoče vnaprej ugotoviti, kako posamezni izvajalci storitev opravljajo svoje delo. S pomočjo spletnih profilov posameznih izvajalcev storitev, ki bi omogočale njihovo ocenjevanje, bi bodoče stranke dostopale do kakovostnih podatkov, ki bi olajšali njihove odločitve.

Slika 6: Grafični prikaz delovanja modela 2



Vir: lasten

6.3 *Tretji model: delitev uporabnih prostorov*

V skladu z raziskavo bi bili prebivalci Slovenije pripravljeni deliti tudi delovne prostore ter garaže in druge prostore za hrambo različnih stvari (skrajšano jih bom poimenoval uporabni prostori), medtem za ko delitev bivanjskih prostorov ni večje pripravljenosti.

Podobno kot v primeru ameriškega podjetja Airbnb (glej podpoglavje 4.1.2), bi bilo tudi v slovenskem prostoru mogoče razmišljati o delitvi prostorov, vendar pretežno delovnih prostorov, garaž in drugih prostorov za hrambo različnih stvari – uporabnih prostorov. Na spletni strani bi lahko posamezniki ponujali določene prostore, ki jih za določen čas ne uporabljajo. Posamezniki ali manjša podjetja morda le za nekaj dni ali tednov potrebujejo na primer mizarstvo delavnico, manjše skladišče, garažo. S primerno rešitvijo, ki bi vsebovala tudi zavarovanje nepremičnine, bi se izboljšala izkoriščenost delovnih prostorov, garaž in drugih prostorov za hrambo, hkrati pa bi marsikdo lahko prišel do dodatnega zaslužka.

Organizacijska oblika: Podjetje, ki bi organiziralo sistem delitve prostorov, garaž in prostorov za hrambo različnih stvari – uporabnih prostorov v Sloveniji.

Področje dela: Oblikovanje spletne platforme, ki bi omogočala delitev uporabnih prostorov po vzoru ameriškega podjetja Airbnb.

Način dela: Postavitev spletne platforme, ki bi posredovala informacije o ponudnikih in povpraševalcih uporabnih prostorov ter ponujala možnosti plačevanja prek spleta, ocenjevanja storitev, komunikacijo med vsemi deležniki itd.

Zadovoljitev potreb:

- enostaven in hiter dostop do uporabnih prostorov
- boljša izkoriščenost obstoječih uporabnih prostorov
- dodatni zaslužek posameznikov, ki imajo v lasti neizkoriščene uporabne prostore

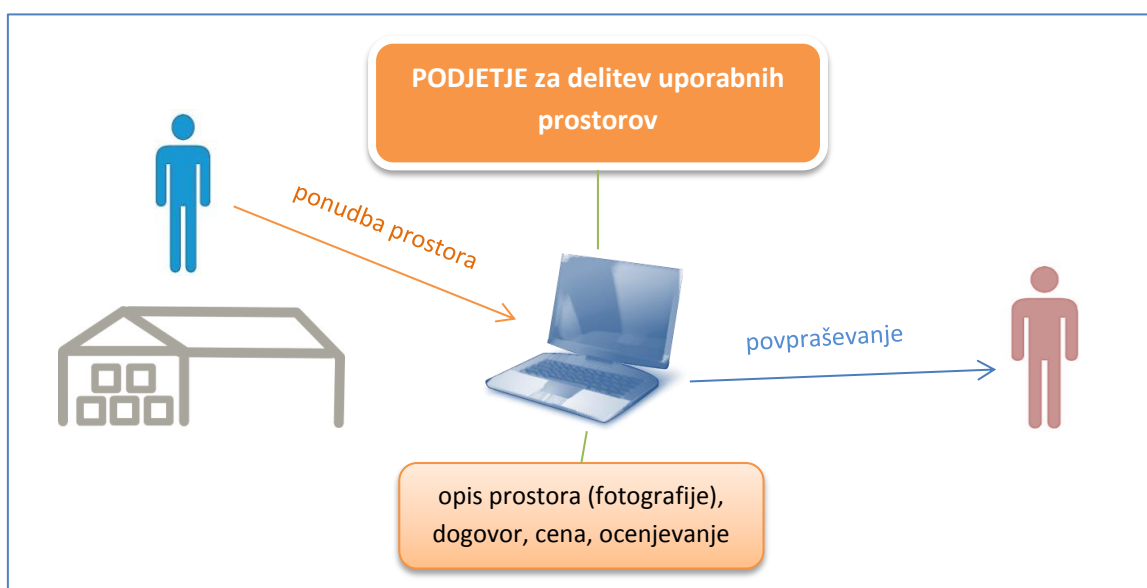
Prostor: pisarna z ustrezno strojno in programsko računalniško opremo.

Opis delovanja (glej sliko 7): Ponudniki uporabnih prostorov na spletnem portalu podjetja ustvarijo svoj profil, kjer ponujajo svoje prostore. Poleg opisa in fotografij prostora navedejo tudi okvirno ceno najema prostora. Če se povpraševalec oz. uporabnik prostora, ki prav tako

kot ponudnik odpre profil na spletnem portalu podjetja, odloči za najem prostora, se dogovori s ponudnikom in od vsakega sklenjenega najema se plača določena provizija podjetju, ki organizira delitev uporabnih prostorov. Po končanem najemu prostora ponudnik in uporabnik ocenita drug drugega, kar daje drugim dobro orientacijo za prihodnje poslovanje.

Na sliki 7 je na poenostavljen način prikazana shema delovanja sistema za delitev uporabnih prostorov.

Slika 7: Grafični prikaz delovanja modela 3



Vir: lasten

Pomemben vidik delitve uporabnega prostora bi bilo ustrezno zavarovanje, kajti le na takšen način bi ponudniki svoje prostore zaupali v uporabo drugim. Poleg individualnih uporabnikov bi se v ta sistem lahko vključile tudi lokalne skupnosti, podjetja in druge organizacije, ki imajo na voljo določene prostore, morda za dalj časa ali za le nekaj dni (na primer v času dopustov).

V skladu z rezultati raziskave in na podlagi teoretičnih izhodišč ter primerov dobrih praks je mogoče razmišljati še o drugih možnostih, ki bi bile primerne za slovensko okolje. V nadaljevanju navajam še dva primera, ki bi bila morda primerna za slovensko okolje, čeprav ju raziskava ni uvrstila na »najvišja« mesta primernosti. Primerna organiziranost, ki bi ji ljudje zaupali, bi morda lahko spremenila določena stališča in pomanjkanje izkušenj na tem novem ekonomskem področju.

6.4 Druge možnosti

Možnosti raznolikih modelov ekonomije delitve so praktično neomejene. Različne oblike, ki so navedene v teoretičnem delu naloge, in rezultati raziskave so lahko dobra osnova za številne druge modele ekonomije delitve, ki bi bili primerni za slovensko okolje. Najpomembnejše pri tem pa je, da se zagotovi dober, zanesljiv in enostaven dostop do stvari in storitev, ki so primerne za delitev. V nadaljevanju navajam še dva predloga oziroma razmisleka o možnih organizacijskih oblikah ekonomije delitve, ki bi lahko zaživele v slovenskem okolju. Gre za delitev stvari, ki jih raziskava ni potrdila kot najprimernejše, vendar praksa iz tujine kaže, da se ob dobri organizaciji lahko izkažejo za zelo uspešne. Poleg tega rešujejo nekatera pomembna družbena, okoljska in ekonomska vprašanja, kar je morda lahko pomemben dejavnik njihove uspešne uveljavitve.

6.4.1 Delitev avtomobilov

Delitev avtomobilov, kot ga izvajajo ameriško podjetje Zipcar in druga podobna podjetja, bi zaradi majhnega trga verjetno težko enostavno »prenesli« v Slovenijo. Težava je v velikem začetnem vložku v tehnologijo in same avtomobile. Morda bi bila rešitev, da bi dejavnost delitve avtomobilov izvajali proizvajalci in trgovci z avtomobili ter podjetja za najem avtomobilov (rent-a-car), ki bi ustanovili skupno podjetje za delitev avtomobilov.

V večjih slovenskih mestih (Ljubljana, Maribor, Kranj, Celje, Koper, Murska Sobota) bi vzpostavili mrežo točk, kjer bi bili avtomobili dostopni. Rezervacija, odklepanje, plačilo in druge storitve bi potekale v okviru informacijsko-komunikacijskih tehnologij (podobno, kot sem opisal v podpoglavju 4.1.1 o podjetju Zipcar). Ob vse slabši prodaji novih vozil zaradi posledic dolgotrajne krize bi tako rešili težavo presežnih vozil, hkrati pa bi si marsikdo bistveno lažje privoščil občasno uporabo avtomobila kot njegovo izjemno drago lastništvo. Prav tako pa s tem pripomoremo k večji gospodarnosti voženj ter manjšim obremenitvam okolja.

6.4.2 Delitev zemlje oziroma vrtov

Deloma zaradi ekonomske krize deloma pa tudi iz razlogov veselja do lastne pridelave bi veljalo razmisliti o spletni platformi za delitev zemlje po vzoru britanske spletne platforme Landshare (glej podpoglavje 4.2.2), ki omogoča »ponudbo« neizkoriščene obdelovalne zemlje in vrtov ter »povpraševanje« po le-teh. Tako imenovana delitev zemlje bi lahko predstavljala rešitev za ljudi, ki iz različnih razlogov ne morejo obdelovati svoje zemlje (starejši, bolni, zelo zaposleni itd.), po drugi strani pa rešitev za tiste, ki želijo sami pridelovati pridelke, pa nimajo lastne zemlje. »Plačilo« bi lahko bilo že del pridelka ali katera druga dogovorjena oblika.

Primer delitve zemlje: Starejša vdova ne zmore obdelovati svojega vrta. Na spletni strani platforme za delitev zemlje objavi ponudbo, v kateri navede ključne informacije o obdelovalnem zemljišču ter predstavi pogoje, pod katerimi zemljišče ponuja v uporabo. Par srednjih let iz soseščine se zanima za obdelovanje zemljišča. Stranki se dogovorita za način plačila: bodisi v obliki dela pridelka bodisi v obliki dodatne pomoči starejši gospe. Delitev zemljišč v takšni obliki bi bila organizirana kot neprofitna dejavnost, na primer v okviru lokalnih skupnosti.

7 ZAKLJUČEK

V času dolgotrajne krize, ki je zajela ekonomsko, družbeno in okoljsko področje, moramo razmišljati o novih, inovativnih ekonomskih pristopih in modelih. Ekonomsko področje zahteva največ pozornosti, saj ima velik vpliv tako na okolje kot na celotno družbo. Današnji ekonomski sistem še vedno temelji na neprestani gospodarski rasti in individualni potrošnji, ki povzročata pretirano izrabljanje naravnih virov in preobremenjenost okolja z odpadki ter izpusti v ozračje, poleg tega pa izjemno nepravilno porazdelitev globalnih dobrin. Drugo stran tega »kovanca« pa predstavlja individualno potrošništvo oziroma prepričanje, da moramo vse, kar potrebujemo, kupiti oziroma imeti v lasti. Na planetu, kjer prebiva že več kot sedem milijard ljudi, so takšni trendi samouničevalni.

Ekonomija delitve je podjetniški model, ki na nov, inovativen način rešuje omenjena vprašanja. Ekonomija delitve je deloma odziv na krizo, deloma pa izhaja iz hitrega razvoja informacijsko-komunikacijskih tehnologij in spletnih družbenih omrežij, ki so v zadnjih letih spremenili podobo današnje družbe in s tem tudi njenega ekonomskega področja. V samem jedru tega razvoja se skriva dejstvo, da je komunikacija v osnovi proces medsebojne delitve (ang. sharing) in ne proces izmenjave oziroma menjave, na katerem temelji sodobna ekonomija. Informacije si z drugimi vedno delimo, saj vedno ostanejo tudi pošiljatelju in hkrati vsem, ki so jih prejeli oziroma imajo do njih dostop. Z izjemnim razvojem tehnologij in informacijsko-komunikacijskih sistemov (splet, mobilna telefonija in spletna družbena omrežja) naša zmožnost komunikacije in delitve informacij dosega neslutene razsežnosti.

Zmožnost komunikacije in delitve informacij spreminja naš način življenja; na področju dostopa do informacij in drugih vsebin, učenja, druženja, zabave, dela, družbene angažiranosti, potrošnje in produkcije. In ravno nove potrošniške in produkcijske oblike spreminjajo ekonomsko področje. Ekonomija delitve (ang. sharing economy) opredeljuje raznolike ekonomske oblike oziroma modele, ki uporabnikom omogočajo enostaven in stalen dostop do deljivih stvari in storitev, s čimer se zmanjša potreba po njihovem individualnem lastništvu, ki je povezano z visokimi stroški in znatnimi vplivi na okolje.

V svetu in tudi pri nas se v zadnjem času uveljavljajo številne oblike, ki jih lahko postavimo v okvir ekonomije delitve. Še zlasti uspešne oblike so delitev avtomobilov (na primer ameriško podjetje Zipcar), delitev bivanjskega in drugega prostora (na primer ameriško podjetje Airbnb) in sistem delitve koles (na primer javno-zasebno partnerstvo Bicikelj v Ljubljani).

Poleg drugačnih potrošniških vzorcev se spreminjajo tudi načini produkcije, ki na decentraliziran način vključujejo veliko število posameznikov in skupin, ki na odprt način ustvarjajo nove dobrine. Pri tem je še zlasti velik poudarek na zadovoljevanju družbenih potreb in trajnostnem razvoju oziroma družbeno odgovornem podjetništvu.

V raziskavi, ki sem jo s pomočjo spletne ankete opravil med 538 prebivalci Slovenije, ki so stari 16 do 74 let, sem želel raziskati njihov odnos do novih oblik ekonomije delitve, ki se pod različnimi imeni postopno pojavljajo tudi v Sloveniji. Rezultatov ne morem posplošiti na celotno populacijo, saj sem zaradi narave spletnega anketiranja uporabil neverjetnostno vzorčenje, tj. priložnostni vzorec. Vendar je bilo spletno anketiranje smiselno, saj je ekonomija delitve tesno povezana z uporabo informacijsko-komunikacijskih tehnologij, različnih spletnih storitev in uporabo spletnih družbenih omrežij. Na podoben način so bile izvedene tudi ankete v tujini, katerih rezultate sem uporabil za primerjavo s svojo raziskavo.

Jedro raziskave sem osnoval na preizkusu treh hipotez, ki sem jih na podlagi teoretičnega znanja in primerjav z drugimi raziskavami postavil v uvodnem delu naloge. Hipotezo 1, s katero sem predpostavil, da so mlajši prebivalci Slovenije (v starostni skupini 16 do 34 let) dovzetnejši za nove podjetniške oblike ekonomije delitve kot starejši prebivalci, sem potrdil; razlike so opaznejše predvsem s starejšimi prebivalci (starostna skupina 55 do 74 let). Poleg tega sem ugotovil še, da so za delitev dovzetnejše ženske in bolj izobraženi prebivalci Slovenije, vendar ne gre za velike razlike.

V hipotezi 2 sem predpostavil, da so prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bolj naklonjeni delitvi deljivih stvari in storitev manjših vrednosti v primerjavi s tistimi višjih vrednosti (hipoteza 2). Vendar sem z raziskavo hipotezo ovrgel, saj ni bilo zaznati opaznih razlik med pripravljenostjo za delitev med stvarmi in storitvami manjših in višjih vrednosti. S hipotezo 3 sem predpostavil, da bi prebivalci Slovenije, stari 16 do 74 let, bolj zaupali neprofitno usmerjenim modelom ekonomije delitve kot profitnim, kar sem z raziskavo tudi potrdil.

Še zlasti s hipotezo 2 se odpira področje, ki bi ga bilo treba dodatno raziskati. Rezultati raziskave nakazujejo, da gre pri pripravljenosti za delitev morda za razlike v dojemanju stvari in storitev kot bolj osebnih za razliko od bolj neosebnih. Tisto, kar zaznavamo kot bolj osebno, smo morda manj pripravljeni deliti z drugimi (na primer hišna oprema, IKT-naprave in pripomočki, bivalni prostori ter gospodinjska opravila itd.) kot tisto, kar zaznavamo kot bolj neosebne stvari in storitve (priključki za motorna vozila, tiskani mediji itd.).

Prebivalcem Slovenije se najprimernejše stvari, ki bi jih bili pripravljeni deliti v okviru organiziranih modelov ekonomije delitve, zdijo priključki za motorna vozila, digitalne medijske vsebine, tiskani mediji, oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi, večje orodje oziroma naprave, delovni prostori, garaže in drugi prostori za hrambo, manjše orodje itn. Storitve, ki se prebivalcem Slovenije zdijo najprimernejše za delitev, so inštrukcije ali poučevanje, skrb za starejše ali invalide, občasni prevoz, varovanje domačih živali, zunanja opravila, hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela itn.

Za najprimernejšo organizacijsko obliko ekonomije delitve so prebivalci Slovenije izbrali socialno podjetje, hkrati pa bi organizacijo zaupali tudi soseskam ali lokalnim skupnostim. Zanimivo je, da bi manj zaupali podjetjem in javnim ustanovam ter celo društvom in humanitarnim organizacijam, kar si lahko razložimo kot splošno nezaupanje v institucije, ki so vpletene v številne nepravilnosti in korupcijske škandale. Kot najprimernejši načini ekonomije delitve se prebivalcem Slovenije zdijo delitev s pomočjo spleta ali mobilne telefonije, delitev na stalnem prostoru in v okviru sejma.

Med ključne prednosti ekonomije delitve prebivalci Slovenije štejejo prihranek denarja, kajti vsega, kar potrebujemo, nam ni treba imeti v lasti; na drugo mesto postavljajo ekološki vidik (manj odpadkov); nadalje pa se jim zdi pomembno, da z ekonomijo delitve potrebujemo manj prostora za hrambo stvari. Prebivalci Slovenije so mnenja, da bi morali za pravičnejšo delitev najpomembnejših dobrin, ki so povezane s preživetjem ljudi, poskrbeti na državni in globalni ravni, na primer v okviru Organizacije združenih narodov.

Na podlagi teoretičnih ugotovitev, že uveljavljenih organizacijskih modelov oziroma primerov dobrih praks in rezultatov raziskave sem oblikoval več predlogov modelov ekonomije delitve, ki bi bili primerni za slovensko poslovno in širše družbeno okolje. Prvi se

nanaša na delitev orodij, naprav in drugih pripomočkov v okviru socialnega podjetja, drugi na podjetniški model delitve storitev, tretji pa na sistem delitve delovnih prostorov, garaž in prostorov za hrambo različnih stvari. Poleg tega sem podal še predloga za delitev avtomobilov in obdelovalne zemlje, o katerih bi veljalo razmisliti, čeprav v skladu z raziskavo nista med najprimernejšimi za slovensko okolje, predstavljata pa možno rešitev nekaterih ekonomskih in okoljskih problemov (manj izpustov v ozračje, boljša izkoriščenost zemlje, lastna pridelava hrane). Možnosti ekonomije delitve so vsekakor velike, saj gre za nov pristop, za katerega so potrebne sistemske rešitve in tudi sprememba miselnosti tako potrošnikov kot tudi trgovcev in proizvajalcev.

Teoretična spoznanja in izsledke raziskave nameravam objaviti v poljudnih in strokovnih publikacijah ter na različnih spletnih straneh, kjer sem že doslej objavljaj (na primer spletni portal Za-misli, blog Medsebojna delitev). Prav tako nameravam teoretična in empirična spoznanja vključiti v predavanja tako v svojem poklicnem delu (zaposlen sem kot srednješolski učitelj ekonomske stroke v zavodu CIRIUS Kamnik) kot tudi ljubiteljskem (predavanja v knjižnicah, drugih šolah itd.). Celotno magistrsko nalogo nameravam v nekoliko predelani obliki objaviti tudi v knjižni obliki.

Z magistrsko nalogo sem skušal spodbuditi razpravo o novih in inovativnih ekonomskih ter družbenih oblikah, hkrati pa vsaj malo prispevati k reševanju kompleksne in dolgotrajne družbene, ekonomske in ekološke krize. Zavedam se, da gre pri ekonomiji delitve za izjemno obsežno področje, ki zahteva še številne dodatne raziskave in študij dodatne literature. Upam, da mi je z magistrsko nalogo uspelo predstaviti ekonomsko področje, ki je v slovenskem prostoru še sorazmerno slabo poznano, in spodbuditi morebitno ustanovitev novih organizacijskih oblik ekonomije delitve, ki bodo prispevale svoj delež k reševanju kompleksne družbene, ekonomske in ekološke krize v Sloveniji.

Menim, da bo v prihodnosti ekonomija delitve postala pomemben del celotnega ekonomskega področja, saj na učinkovit način rešuje nekatera pereča vprašanja sodobne ekonomije in družbe (pretirana izraba naravnih virov, prevelike obremenitve okolja, visoki stroški lastništva nekaterih dobrin itd.). Prav tako bo ekonomija delitve postala predmet teoretičnega preučevanja in raziskovanja in, kar je najpomembnejše, sprožila bo razvoj številnih inovativnih podjetniških modelov.

8 LITERATURA IN VIRI

1. Airbnb, About. *Elektronski vir*, <https://www.airbnb.com/about>, [dostop 8. decembra 2012].
2. Airbnb, Getting Started. *Elektronski vir*, https://www.airbnb.com/info/getting_started_host, [dostop 2. junija 2013].
3. Autoblog (2009) 'Zipcar's iPhone app finally available go ahead and honk the horn from your couch', *Elektronski vir*, <http://green.autoblog.com/2009/09/30/zipcars-iphone-app-finally-available-go-ahead-and-honk-the-horn/>, [dostop 2. junija 2013].
4. Shunk, C. (2012) 'Average cost of car ownership rises to \$8946 per year', *Autoblog* [online]. Dostopno na: <http://www.autoblog.com/2012/05/04/average-cost-of-car-ownership-rises-to-8-946-per-year/>, [dostop 5. junija 2013].
5. Belk, R. (2010) 'Sharing'. *Journal of Consumer Research*, Volume 36, Number 5, February 2010.
6. Benkler, Y. (2004) 'Sharing Nicely: On shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production', *The Yale Law Journal*, Vol. 114, str. 273–358.
7. Benkler, Y., Nissenbaum, H. (2006) 'Commons-based Peer Production and Virtue', *Yale Law School. Culture & Communication, New York University, The Journal of Political Philosophy*: Volume 14, Number 4, 2006, str. 394–419.
8. Bicikelj, Splošni pogoji dostopa in uporabe mestnega kolesa Bicikelj v Ljubljani, *Elektronski vir*, Dostopno na: <https://abo-ljubljana.cyclocity.fr/Kako-deluje/Postajalisca/Uvodna-predstavitev-storitve>, [dostop 10. junija 2013].
9. Bicikelj, Postajališča, *Elektronski vir*, <http://www.bicikelj.si/Kako-deluje/Postajalisca>, [dostop 5. julija 2013].
10. Bikeshare (2013) 'Bike Share Statistic', Dostopno na: <http://bikeshare.com/insight/statistics/>, [dostop 16. junija 2013].

11. BloombergBusinessweek (2012) 'Airbnb Celebrates Over 10 Million Nights Booked', Dostopno na: <http://www.businessweek.com/videos/2012-06-19/airbnb-celebrates-over-10-million-nights-booked>, [dostop 2. junija 2013].
12. Botsman, R. in Rogers, R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, New York, HarperBusiness.
13. Cherry, C. (1985) *The Age of Access: information technology and social revolution*, London, Sydney, Dover, Croom Helm.
14. Coutts, A. (2012) 'Terms & Conditions: Airbnb makes everything your problem', Digital Trends [online]. Dostopno na: <http://www.digitaltrends.com/web/terms-conditions-airbnb/>, [dostop 4. maja 2013].
15. Chesbourg, H. (2004) 'Open Innovation: Renewing Growth from Industrial R&D', 10th Annual Innovation Conference, Minneapolis.
16. Chesbrough, H., Vanhaverbeke, W., West, J. (2008) *Open Innovation: Researching a New Paradigm*, New York, Oxford University Press.
17. Černe, M., Škerlavaj, M., Dysvik, A. in Nerstad, C. (2012) 'What goes around comes around: Knowledge hiding, perceived motivational climate, and creativity', *Academy of Management Journal*, [online]. Dostopno na: <http://amj.aom.org/content/early/2013/01/04/amj.2012.0122.abstract>, [dostop 24. junija 2013].
18. Department for Transport (2011) 'National Travel Survey 2010', Elektronski vir, <http://assets.dft.gov.uk/statistics/releases/national-travel-survey-2010/nts2010-01.pdf>, [dostop 4. junija 2013].
19. Druckner, P. F. (1993) *Innovation and Entrepreneurship*, New York, HarperCollins, 1st edition.
20. Edmondson, G. (2013) 'European industry is “innovating its way out of the crisis”', Science/Business [online]. Dostopno na: <http://www.sciencebusiness.net/news/76069/European-industry-is-%E2%80%9Cinnovating-its-way-out-of-the-crisis%E2%80%9D>, [dostop 15. maja 2013].
21. European Commission (2004) 'Innovation management and the knowledge-driven economy'. Elektronski vir,

- http://www.innovation.lv/ino2/publications/studies_innovation_management_final_report.pdf, [dostop 2. maja 2013].
22. Evropska komisija (2011) 'Pobuda za socialno podjetništvo: ustvarjanje ekosistema za spodbujanje socialnih podjetij kot ključnih akterjev socialnega podjetništva in socialnih inovacij'. Elektronski vir, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0682:FIN:SL:PDF>, [dostop 14. maja 2013].
23. Fabjan, D., Tomc, B. [prev.] (2003) *Priročni latinsko-slovenski slovar*, Ljubljana, DZS.
24. Foodsharing.de. Elektronski vir, <http://foodsharing.de/>, [dostop 26. julija 2013].
25. Gansky, L. (2010) *The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing*, London, Portfolio Penguin.
26. Gansky, L. What is the Mesh. Elektronski vir, <http://meshing.it/about>, [dostop 2. julija 2013].
27. Geodetska uprava RS (2012) 'Cene stanovanj v Sloveniji', *Geodetski vestnik* 56/1 [online]. Dostopno na: http://www.geodetski-vestnik.com/56/1/gv56-1_196-206.pdf, [dostop 12. julija 2013].
28. Good (2012) 'Beyond Zipcar: Can Carpooling 2.0 Remake American Commutes?' Elektronski vir, <http://www.good.is/posts/beyond-zipcar-can-carpooling-2-0-remake-american-commutes>, [dostop 22. maja 2013].
29. Gold, L. (2004) *The Sharing Economy: Solidarity Networks Transforming Globalisation*, Aldershot, Ashgate Pub Ltd.
30. Harris Interactive, Disownership is the New Normal, Elektronski vir, <http://www.harrisinteractive.com/>, [dostop 23. junija 2013].
31. Ivanjko, Š. (2009) *Družbena odgovornost*, Maribor, Doba Fakulteta.
32. Jackson, M. O. (2010) *Social and Economic Networks*, New Jersey, Princeton University Press.
33. Landshare, About Landshare. Elektronski vir, <http://www.landshare.net/about/>, [dostop 5. junija 2013].

34. Latitude Research (2010) 'The New Sharing Economy'. *Elektronski vir*, <http://latdsurvey.net/pdf/Sharing.pdf>, [dostop 5. junija 2013].
35. Lee, E. (2011) 'Airbnb passes bookings milestone: 1 million nights'. *San Francisco Chronicle* [online]. Dostopno na: <http://www.sfgate.com/business/article/Airbnb-passes-bookings-milestone-1-million-nights-2473584.php>, [dostop 2. junija 2012].
36. Lokar, S. (2012) 'Izvoli, tukaj je ključ mojega avtomobila!' *Dnevnik*, 2. 8. 2012 [online]. Dostopno na: <http://www.dnevnik.si/clanek/1042544747>, [dostop 2. junija 2012].
37. Manoilov, M. (2012) *Osnove metodologije in statistike, vodič za pisanje diplome ali magisterija*, Nova Gorica, CenterPRO, profesionalne rešitve d.o.o.
38. Marketing Terms, Viral Marketing. *Elektronski vir*, http://www.marketingterms.com/dictionary/viral_marketing/, [dostop 22. julija 2013].
39. Mesh, the pulse of sharing economy. *Elektronski vir*, <http://meshing.it/companies>, [dostop 5. julija 2013].
40. Mestna občina Ljubljana (2012) 'Bicikelj po letu in pol delovanja'. *Elektronski vir*, <http://www.ljubljana.si/si/zivljenje-v-ljubljani/v-srediscu/79944/detail.html>, [dostop 15. julija 2013].
41. Milič, M. (2011) 'Petrošniška revolucija! Manj kupovanja, več sposojanja', *Moje finance*, št. 10, oktober 2011, str. 10–16.
42. Novak, M., Černigoj Sadar, N., Dragoš, S., Dremelj, P., Ferligoj, A., Hlebec, V., Kogovšek, T., Nagode, M. (2004) *Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije*, Ljubljana, Inštitut Republike Slovenije za socialno varstvo.
43. OECD (2009) 'Policy Responses to the Economic Crisis: Investing in Innovation for Long-Term Growth'. *Elektronski vir*, <http://www.oecd.org/science/inno/42983414.pdf>, [dostop 25. junija 2013].
44. Pcmag (2012) *Elektronski vir*, <http://www.pcmag.com/slideshow/story/297576/10-incredibly-useful-travel-websites/5>, [dostop 22. julija 2013].
45. Price, J. A. (1975) 'Sharing: The Integration of Intimate Economics', *Anthropologica*, Vol. 17, No. 1, 3–27.

46. P2P Foundation (2012a) 'Synthetic Overview of the Collaborative Economy'. *Elektronski vir*, <http://p2p.coop/files/reports/collaborative-economy-2012.pdf>, [dostop 20. junija 2013].
47. P2P Foundation (2012b) 'Quantifying the Sharing Economy'. *Elektronski vir*, http://p2pfoundation.net/Quantifying_the_Sharing_Economy_-_Survey, [dostop 6. junija 2013].
48. Rainie, L. in Wellman, B. (2012) *Networked, The New Social Operating System*, Cambridge, Massachusetts, London, England, The MIT Press.
49. Ranga, M., Etzkowitz, H. (2012) 'Great Expectations: An Innovation Solution to the Contemporary Economic Crisis', *European Planning Studies*[online] Vol. 20, No. 9, September 2012, Dostopno na: <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/09654313.2012.709059>, [dostop 9. junija 2013].
50. Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve (2013) *Elektronski vir*, <http://www.surveymonkey.net/MySurveys.aspx>, [dostop z geslom 17. junija 2013].
51. Renko, E. (2005) *Uporabnost spletnega anketiranja v trženjskem raziskovanju*. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
52. Rifkin, J. (2000) *The Age of Access, The New Culture of Hypercapitalism, Where All of Life Is a Paid-for Experience*, New York, Jeremy P. Tarcher/Putnam.
53. Rihtarič, M. (2008) 'Renesansa Schumpetrove razvojne teorije'. NG, št. 1–2/2008 Znanstvena konferenca [online]. Dostopno na: www.dlib.si/stream/URN:NBN:SI:doc-WZSIR3FQ/...9072.../PDF, [dostop 25. maja 2013].
54. Schumpeter, J. A. (1975) *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York, Harper.
55. Sen, A. K. (2002) *Ekonomija blaginje, izbrane razprave*, Ljubljana, Založba *cf.
56. Shaheen, S. A., Guzman, S., Zhang, H. (2010) 'Bikesharing in Europe, the Americas, and Asia; Past, Present and Future', *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board* [online], Volume 2143/2010. Dostopno na: <http://www.escholarship.org/uc/item/79v822k5#page-3>, [dostop 8. junija 2013].

57. Share The World's Resources. About. *Elektronski vir*, <http://www.stwr.org/about/overview.html>, [dostop: 26. 7. 2013].
58. Share The World's Resources (2012)'Financing the global sharing economy'. *Elektronski vir*,http://www.stwr.org/economic-sharing-alternatives/financing-the-global-sharing-economy.html?dm_t=0,0,0,0,0, [dostop 26. julija 2013].
59. Stanovnik, P., Kavaš, D., Koren, M. (2012) *Uvodni webinar pri predmetu Inovativni poslovni procesi, odnosi in modeli*. Maribor, Doba Fakulteta.
60. Stanovnik, P. (2012) *'Spodbujanje inovativnosti v času gospodarske krize – primer Slovenije'*, Maribor, Doba Fakulteta.
61. Stanovnik, P., Kavaš, D. (2011–2012) *Inovacijski management, študijsko gradivo*. Maribor, Fakulteta Doba.
62. Statistični urad RS (2013) 'Prebivalstvo po starosti in spolu, kohezijski regiji, Slovenija, polletno'. *Elektronski vir*, http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05C1002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/10_stevilo_preb/05_05C10_prebivalstvo_kohez/&lang=2, [dostop 17. junija 2013].
63. Statistični urad Republike Slovenije (2012) 'Uporaba informacijsko - komunikacijske tehnologije v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2012 - končni podatki'. *Elektronski vir*,http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=5037, [dostop 5. marca 2013].
64. Survey Monkey. *Elektronski vir*, <http://www.surveymonkey.net/>, [dostop 2. decembra 2012].
65. Tapscott, D., Williams, A. D. (2008) *Wikinomics*, London, Penguin Books.
66. TaskRabbit, How It Works. *Elektronski vir*, <https://www.taskrabbit.com/how-it-works>, [dostop 2. julija 2013].
67. US Department of Transportation, Federal Highway Administration (2011a) '2009 National Household Travel Survey'. *Elektronski vir*, <http://nhts.ornl.gov/2009/pub/stt.pdf>, [dostop 1. junija 2013].

68. US Department of Transportation, Federal Highway Administration (2011b) 'Average Annual Miles per Driver by Age Group'. *Elektronski vir*, <http://www.fhwa.dot.gov/ohim/onh00/bar8.htm>, [dostop: 1. junija 2013].
69. Walljasper, J. (2010) *All That We Share: How to Save the Economy, the Environment, the Internet, Democracy, Our Communities and Everything Else that Belongs to All of Us*, New York, London, The New Press.
70. Wiki Answers. What is the CO2 emission per liter petrol? *Elektronski vir*, http://wiki.answers.com/Q/What_is_the_CO2_emission_per_liter_petrol, [dostop 2. junija 2013].
71. Wikipedija, Internet. *Elektronski vir*, <http://sl.wikipedia.org/wiki/Internet>, [dostop 12. julija 2013].
72. Wise, S. (2013) 'New Survey Reveals Disownership is the New Normal', Sun Run [online] Dostopno na: <http://www.sunrunhome.com/blog/new-survey-reveals-disownership-is-the-new-normal/>, [dostop 7. junija 2013].
73. Zakon o socialnem podjetništvu (ZSocP) Uradni list RS, št. 20/2011 z dne 18. 3. 2011.
74. Zipcar. *Elektronski vir*, <http://www.zipcar.com/>, [dostop 8. decembra 2012].
75. Zipcar (2012) 'Zipcar reports 2012 third quarter results'. *Elektronski vir*, <http://ir.zipcar.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=719904>, [dostop 10. marca 2013].
76. Zipcar (2013) 'Avis Budget Group To Acquire Zipcar For \$12.25 Per Share In Cash'. *Elektronski vir*, <http://zipcar.mediaroom.com/index.php?s=43&item=294>, [dostop 1. junija 2013].
77. Zipcar, Green Benefits. *Elektronski vir*, <http://www.zipcar.com/is-it/greenbenefits>, [dostop 1. junija 2013].
78. Zipcar, Our Technology. *Elektronski vir*, <http://www.zipcar.com/how/technology>, [dostop 1. junija 2013].
79. Zipcar, What's Included. *Elektronski vir*, <http://www.zipcar.com/sf/how/whatsincluded>, [dostop 2. junija 2013].

9 PRILOGE

Priloga 1: Anketa o ekonomiji delitve.....	94
Priloga 2: Rezultati 1. vprašanja	105
Priloga 3: Rezultati 2. vprašanja	106
Priloga 4: Rezultati 3. vprašanja	107
Priloga 5: Rezultati 4. vprašanja	108
Priloga 6: Rezultati 5. vprašanja	109
Priloga 7: Rezultati 6. vprašanja	110
Priloga 8: Rezultati 7. vprašanja	110
Priloga 9: Rezultati 8. vprašanja	111
Priloga 10: Rezultati 9. vprašanja	111
Priloga 11: Rezultati vprašanj o uporabi IKT-tehnologije in spleta.....	112
Priloga 12: Rezultati vprašanj o demografskih podatkih anketirancev	115
Priloga 13: Pripravljenost za delitev glede na spol in izobrazbo.....	117

Priloga 1: Anketa o ekonomiji delitve

Spletna anketa je bila v elektronski obliki objavljena na spletni strani Survey Monkey (<http://www.surveymonkey.com/s/QFF8W8Z>).

Spoštovani!

Sem Rok Kralj, v okviru magistrske naloge na podiplomskem študiju Organizacija in menedžment socialnih dejavnosti na Fakulteti Doba želim raziskati odnos prebivalcev Slovenije do novih, inovativnih podjetniških in drugih oblik, ki jih s skupnim izrazom imenujemo ekonomija delitve (ang. sharing economy). Ker gre za novo področje, je potrebnih nekaj kratkih pojasnil.

Bistvena značilnost ekonomije delitve je, da nam vseh dobrin, ki jih potrebujemo, ni nujno imeti v lasti, temveč do njih dostopamo, ko jih potrebujemo. Če pa jih že imamo v lasti, jih lahko takrat, ko jih ne uporabljamo ali ne potrebujemo, delimo z drugimi.

V okvir ekonomije delitve lahko štejemo DELITEV, SOUPORABO, IZMENJAVO ali IZPOSODO stvari ter DELITEV storitev. Čeprav nam je večina teh načinov že znanih, pa jih danes lahko s pomočjo novih tehnologij in spletnih socialnih omrežij organiziramo v okviru podjetij, lokalnih skupnosti, društev itd.

Pri tem so koristi lahko ekonomske (manjši stroški ali dodaten zaslužek), ekološke (manj stvari in manj odpadkov) in družbene (večja družbena povezanost, medsebojna pomoč).

Na podlagi rezultatov ankete bom oblikoval konkretne predloge za nove podjetniške in druge oblike, ki bi jih lahko uveljavili v slovenskem prostoru in s tem prispevali »droben kamenček v mozaiku« reševanja globoke ekonomske, družbene in ekološke krize, ki je našo državo zelo prizadela.

Anketa vam bo vzela največ 15 minut in je anonimna. Če imate možnost, vas prosim, da anketo pošljete še drugim. Za dodatne informacije si lahko ogledate spletno stran ekonomije delitve (<http://www2.arnes.si/~rkralj3/>) ali mi pišite na e-mail: kralj.rok@gmail.com.

Za sodelovanje se vam vnaprej najlepše zahvaljujem.

Rok Kralj, Kamnik

1. Katera možnost delitve dobrin bi bila za vas najprimernejša za posamezno stvar (materialno dobrino)?

Pri vsaki materialni dobrini obkrožite tisto številko, ki za vas **najbolj** velja glede na spodnje opise.

1	2	3		
Ne bi je imel v lasti; do nje bi dostopal, ko bi jo potreboval.	Imel bi jo v lasti in jo delil z drugimi.	Imel bi jo v lasti in jo uporabljal samo zase.		
digitalne medijske vsebine (glasba, fotografije, filmi, računalniške igre ...)		1	2	3
tiskani mediji (revije, knjige ...)		1	2	3
informacijsko-komunikacijske naprave in pripomočki (prenosni računalnik, zvočniki ...)		1	2	3
bivalni prostori (v času, ko jih ne potrebujemo)		1	2	3
delovni prostori (na primer delavnice, pisarne)		1	2	3
garaže in drugi prostori za hrambo (v času, ko jih ne potrebujemo)		1	2	3
vrt ali obdelovalna zemlja		1	2	3
prevozna sredstva brez dodatnega pogona (kolo, tricikel ...)		1	2	3
prevozna sredstva na motorni ali drug pogon (avto ...)		1	2	3
priključki za motorna vozila (prikolice ...)		1	2	3
manjše orodje (izvijači, ključi, pile ...)		1	2	3
večje orodje oziroma naprave (vrtalnik, motorna žaga ...)		1	2	3
hišne naprave in pripomočki (globinski sesalnik, pralni stroj ...)		1	2	3
kuhinjske naprave in pripomočki (mešalnik, mlinček za kavo ...)		1	2	3
hišna oprema (stoli, mize ...)		1	2	3
predmeti lastne izdelave		1	2	3
oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi (šotor, zložljivi stoli ...)		1	2	3
športni rekviziti in pohodniška oprema (fitnes naprave, teniški lopar, nahrbtnik ...)		1	2	3
oblačila in modni dodatki (npr. v obliki zamenjave na sejmihi ali po pošti)		1	2	3

2. Katera možnost delitve storitev bi vam bila najprimernejša za posamezno storitev (nematerialno dobrino)?

Pri vsaki storitvi obkrožite tisto črko, ki za vas **najbolj** velja glede na spodnje opise.

1	2	3	4			
Storitev bi opravil sam.	Za pomoč bi zaprosil prijatelja ali sorodnika.	Storitev bi plačal podjetniku.	Storitev bi delil z drugimi v okviru organizirane oblike delitve.			
gospodinjska opravila (pospravljanje, likanje, kuhanje ...)			1	2	3	4
mala hišna popravila (čiščenje odtokov, popravilo ključavnice ...)			1	2	3	4
hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela (pleskanje zidov, menjava oken ...)			1	2	3	4
zunanja opravila (delo na vrtu, obrezovanje drevja, trgatev ...)			1	2	3	4
pomoč pri selitvi (prenos omar, hišne opreme ...)			1	2	3	4
občasno varovanje otrok			1	2	3	4
skrb za starejše ali invalide (pomoč pri domačih opravilih, nega)			1	2	3	4
instrukcije ali poučevanje			1	2	3	4
varovanje domačih živali (varovanje v času naše odsotnosti)			1	2	3	4
občasni prevoz (na primer v službo)			1	2	3	4
frizerske ali kozmetične storitve			1	2	3	4

3. S kom ste že delili spodaj naštetе stvari (materialne dobrine)?

Pri vsaki materialni dobrini obkrožite tisto številko ali številke, ki za vas najbolj veljajo glede na spodnje opise.

1	2	3	4	5				6	
s sorodniki	s prijatelji	s sosedi	s sodelavci/ sošolci	z drugimi v okviru organizacij				z nikomer	
digitalne medijske vsebine (glasba, fotografije, filmi, računalniške igre ...)				1	2	3	4	5	6
tiskani mediji (revije, knjige ...)				1	2	3	4	5	6
informacijsko-komunikacijske naprave in pripomočki (prenosni računalnik, zvočniki ...)				1	2	3	4	5	6
bivalni prostori (v času, ko jih ne potrebujemo)				1	2	3	4	5	6
delovni prostori (na primer delavnice, pisarne)				1	2	3	4	5	6
garaže in drugi prostori za hrambo (v času, ko jih ne potrebujemo)				1	2	3	4	5	6
vrt ali obdelovalna zemlja				1	2	3	4	5	6
prevozna sredstva brez dodatnega pogona (kolo, tricikel ...)				1	2	3	4	5	6
prevozna sredstva na motorni ali drug pogon (avto ...)				1	2	3	4	5	6
priključki za motorna vozila (prikolice ...)				1	2	3	4	5	6
manjše orodje (izvijači, ključi, pile ...)				1	2	3	4	5	6
večje orodje oziroma naprave (vrtalnik, motorna žaga ...)				1	2	3	4	5	6
hišne naprave in pripomočki (globinski sesalnik, pralni stroj ...)				1	2	3	4	5	6
kuhinjske naprave in pripomočki (mešalnik, mlinček za kavo ...)				1	2	3	4	5	6
hišna oprema (stoli, mize ...)				1	2	3	4	5	6
predmeti lastne izdelave				1	2	3	4	5	6
oprema za kampiranje in aktivnosti v naravi (šotor, zložljivi stoli ...)				1	2	3	4	5	6
športni rekviziti in pohodniška oprema (fitnes naprave, teniški lopar, nahrbtnik ...)				1	2	3	4	5	6
oblačila in modni dodatki (npr. v obliki zamenjave na sejmihi ali po pošti)				1	2	3	4	5	6

4. S kom ste že delili spodaj naštetе storitve?

Pri vsaki storitvi obkrožite tisto številko ali številke, ki za vas najbolj veljajo glede na spodnje opise.

1	2	3	4	5			6	
s sorodniki	s prijatelji	s sosedi	s sodelavci/ sošolci	z drugimi v okviru organizacij			z nikomer	
gospodinjska opravila (pospravljanje, likanje, kuhanje ...)			1	2	3	4	5	6
mala hišna popravila (čiščenje odtokov, popravilo ključavnice ...)			1	2	3	4	5	6
hišna obnovitvena ali vzdrževalna dela (pleskanje zidov, menjava oken ...)			1	2	3	4	5	6
zunanja opravila (delo na vrtu, obrezovanje drevja, trgatev ...)			1	2	3	4	5	6
pomoč pri selitvi (prenos omar, hišne opreme ...)			1	2	3	4	5	6
občasno varovanje otrok			1	2	3	4	5	6
skrb za starejše ali invalide (pomoč pri domačih opravilih, nega)			1	2	3	4	5	6
inštrukcije ali poučevanje			1	2	3	4	5	6
varovanje domačih živali (varovanje v času naše odsotnosti)			1	2	3	4	5	6
občasni prevoz (na primer v službo)			1	2	3	4	5	6
frizerske ali kozmetične storitve			1	2	3	4	5	6

5. Kako bi se opredelili do naslednjih trditev o delitvi dobrin (stvari in storitev) z vašimi bližnjimi, prijatelji ali z drugimi ljudmi?

V vsaki vrstici označite svoje mnenje s pomočjo številke 1 do 5.

	sploh se ne strinjam	se ne strinjam	delno se strinjam, delno ne	se strinjam	popolnoma se strinjam
	1	2	3	4	5
Z delitvijo dobrin se utrjujejo medsebojni odnosi.	1	2	3	4	5
Pri delitvi dobrin spoznavamo nove ljudi.	1	2	3	4	5
Delitev dobrin je koristna in uporabna.	1	2	3	4	5
Delitev dobrin osrečuje ljudi.	1	2	3	4	5
Z delitvijo potrebujemo manj prostora za hranjenje stvari (vsega nimamo v lasti).	1	2	3	4	5
Delitev dobrin je ekološka (manj odpadkov).	1	2	3	4	5
Z delitvijo dobrin prihranimo denar (ni nam treba vsega kupiti).	1	2	3	4	5
Z delitvijo dobrin lahko zaslužimo ali prihranimo denar.	1	2	3	4	5

6. Komu bi najbolj zaupali pri organiziranju delitve dobrin?

Razvrstite spodaj navedene možne organizatorje po vrstnem redu glede na to komu bi najbolj zaupali. V vsakem polju izberite ustrezno številko od 1 do 7, pri čemer 1 pomeni NAJBOLJ BI ZAUPAL in 7 NAJMANJ BI ZAUPAL.

Podjetju (delitev dobrin je plačljiva storitev; primer <u>Zipcar</u> , podjetje za delitev avtomobilov).	
Socialnemu podjetju , kjer dobiček ni ključnega pomena; na primer <u>deliva.si</u> , delitev sedežev v avtu).	
Lokalni skupnosti (simbolično plačilo; mesto, občina, krajevna skupnost; na primer <u>BicikeLJ</u> , Ljubljana).	
Javni ustanovi (šola, vrtec; na primer menjava izdelek za izdelek; <u>Sejem medsebojne delitve</u> , CIRIUS Kamnik).	
Društvu, humanitarni ali nevladni organizaciji (na primer <u>Musopen</u> , odprt in brezplačen dostop do glasbenih del).	
Pobudi na državni ali širši ravni (na primer <u>foodsharing.de</u> , delitev hrane na ravni države).	
Sosedske skupnosti (sosedje, ki si delijo stvari in storitve, na primer v okviru stanovanjskega bloka).	

7. Kakšen način delitve se vam zdi najprimernejši?

Razvrstite spodaj navedene načine delitve po vrstnem redu glede na to, kateri se vam zdi najprimernejši. V vsakem polju izberite ustrezno številko od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni NAJBOLJ PRIMEREN in 5 NAJMANJ PRIMEREN.

S pomočjo spleta ali mobilne telefonije (objavimo, kaj imamo na voljo za delitev; poiščemo, kaj je na voljo).	
V obliki sejma (prinesemo stvari, ki jih ne potrebujemo in odnesemo, kar potrebujemo – kolikor kosov prinesemo, toliko odnesemo).	
Na stalnem prostoru (podobno kot pri sejmu, le da ne gre samo za občasen dogodek).	
V obliki »knjižnične izposoje« (na primer izposoja orodja, ki je organizirana podobno kot izposoja knjig).	
Prek pošte (pošiljanje paketov).	

8. Ali bi se vključili v organizirano delitev dobrin (v okviru podjetja, lokalne skupnosti itd.), ki bi vam omogočala stalen dostop do posameznih dobrin, ustrezne informacije o njih in enostaven način plačevanja?

- da
- ne
- morda

9. Kako menite, da bi morale biti poskrbljeno za delitev najpomembnejših dobrin, kot so hrana, voda zdravila?

- delitev najpomembnejših dobrin bi morali organizirati v okviru držav ali mednarodne skupnosti (na primer z ustanovitvijo specializirane agencije)
- za delitev najpomembnejših dobrin je že zdaj primerno poskrbljeno (v okviru trgov)
- nimam posebnega mnenja
- drugo: _____

10. Kateri informacijsko-komunikacijski pripomoček najpogosteje uporabljate?
(možni so največ trije odgovori)

- namizni računalnik
- prenosni računalnik
- tablični računalnik
- »pametni« mobilni telefon
- »običajni« mobilni telefon
- stacionarni telefon
- drugo: _____

11. Katere od naslednjih brezplačnih spletnih storitev že uporabljate? *(možnih je več odgovorov)*

- **izmenjava datotek** (glasba, filmi, fotografije, igrice)
- **spletna telefonija** (npr. Skype)
- **uporaba brezplačnih programov**
- **brezplačno gostovanje** (blogi, forumi, spletne strani)
- **nobene**

12. Katere od naslednjih plačljivih spletnih storitev že uporabljate? *(možnih je več odgovorov)*

- **nakupovanje prehranskih izdelkov**
- **nakupovanje manjših in cenejših izdelkov** (knjige, DVD-ji, manjši hišni pripomočki)
- **nakupovanje večjih in dražjih izdelkov** (pralni stroj, računalnik, mobilni telefon...)
- **rezervacija kart** (kino, gledališče)
- **rezervacija hotela, letalske karte** itd.
- **igre na srečo** (loterija, spletni poker...)
- **nobene**

13. Ali zaupate plačevanju s pomočjo različnih spletnih storitev in plačilnih kartic (npr. PayPal, Klik; Mastercard)?

- da
- ne
- ne vem, ne morem se odločiti

14. Ali menite, da bi morale biti vse spletne vsebine povsem brezplačne?

- da
- ne
- vseeno mi je

15. Ali ste vključeni v katero od spletnih socialnih omrežij?

- da
- ne

Če da, v katera ste **vključeni**:

(možnih je več odgovorov)

- Facebook
- Twitter
- Google+
- LinkedIn
- My Space
- Badoo
- nisem vključen v spletna socialna omrežja

16. Spol.

- moški
- ženski

17. Starost.

- do 15 let
- od 16 do 34 let
- od 35 do 54 let
- od 55 do 74 let
- nad 75 let

18. Izobrazba.

- osnovnošolska
- srednješolska
- višješolska
- visokošolska ali univerzitetna
- magisterij ali doktorat

19. Kraj bivanja (regija).

- pomurska regija
- podravska
- koroška
- savinjska
- zasavska
- spodnjeposavska
- jugovzhodna Slovenija
- osrednjeslovenska
- gorenjska
- notranjsko-kraška
- goriška
- obalno-kraška

20. V kakšnem okolju prebivate.

- podeželsko okolje (vas, manjše naselje)
- mestno okolje

Priloga 2: Rezultati 1. vprašanja

Vprašanje v anketi	1	2	3		
1. Katera možnost delitve dobrin bi bila za vas najprimernejša za posamezno stvar (materialno dobrino)?	Ne bi je imel v lasti; do nje bi dostopal, ko bi jo potreboval.	Imel bi jo v lasti in jo delil z drugimi.	Imel bi jo v lasti in jo uporabljal samo zase.	Skupaj 1. in 2. stolpec	Skupaj 1. in 2. stolpec
Možni odgovori	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	delež
PRIKLJUČKI ZA MOTORNA VOZILA	353	152	33	505	93,87 %
DIGITALNE MEDIJSKE VSEBINE	336	164	38	500	92,94 %
TISKANI MEDIJI	284	212	42	496	92,19 %
OPREMA ZA KAMPIRANJE IN AKTIVNOSTI V NARAVI	236	230	72	466	86,62 %
VEČJE ORODJE OZIROMA NAPRAVE	300	146	92	446	82,90 %
DELOVNI PROSTORI	228	217	93	445	82,71 %
GARAŽE IN DRUGI PROSTORI ZA HRAMBO	170	257	111	427	79,37 %
MANJŠE ORODJE	131	248	159	379	70,45 %
ŠPORTNI REKVIZITI IN POHODNIŠKA OPREMA	180	196	162	376	69,89 %
VRT ALI OBDELOVALNA ZEMLJA	112	239	187	351	65,24 %
PREVOZNA SREDSTVA BREZ DODATNEGA POGONA	135	203	200	338	62,83 %
PREDMETI LASTNE IZDELAVE	33	282	222	315	58,66 %
OBLAČILA IN MODNI DODATKI	100	184	254	284	52,79 %
PREVOZNA SREDSTVA NA MOTORNI ALI DRUG POGON	107	151	280	258	47,96 %
HIŠNE NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	76	178	284	254	47,21 %
BIVALNI PROSTORI	45	201	292	246	45,72 %
KUHINJSKE NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	45	159	334	204	37,92 %
IKT NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	36	168	334	204	37,92 %
HIŠNA OPREMA	19	122	397	141	26,21 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Obrazložitev: Seštel sem frekvenca v 1. in 2. stolpcu, ki izražajo pripravljenost za delitev, seštevek obeh pa sem razporedil po zaporedju od največjega do najmanjšega v programu Excel. Tako sem ugotovil, katere stvari so prebivalci Slovenije bolj pripravljeni deliti kot druge.

Priloga 3: Rezultati 2. vprašanja

Vprašanje v anketi	1	2	3	4
2. Katera možnost delitve storitev bi vam bila najprimernejša za posamezno storitev (nematerialno dobrino)?	Storitev bi opravil sam	Za pomoč bi zaprosil prijatelja ali sorodnika	Storitev bi plačal podjetniku	Storitev bi delil v okviru organizirane oblike delitve
Možni odgovori	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca
INŠTRUKCIJE ALI POUČEVANJE	96	127	94	221
SKRIB ZA STAREJŠE ALI INVALIDE	101	159	101	177
OBČASNI PREVOZ	86	255	28	169
VAROVANJE DOMAČIH ŽIVALI	19	341	20	158
ZUNANJA OPRAVILA	179	182	22	155
HIŠNA OBNOVITVENA ALI VZDRŽEVALNA DELA	47	110	232	149
MALA HIŠNA POPRAVILA	161	163	79	135
POMOČ PRI SELITVI	31	319	55	133
OBČASNO VAROVANJE OTROK	60	331	23	124
FRIZERSKE ALI KOZMETIČNE STORITVE	32	52	336	118
GOSPODINJSKA OPRAVILA	349	43	37	109

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Obrazložitev: Frekvence v stolpcu 4. sem v programu Excel razporedil po zaporedju od največje do najmanjše in tako ugotovil, katere storitve bi bili prebivalci Slovenije bolj pripravljeni deliti od drugih v okviru organizirane oblike ekonomije delitve.

Priloga 4: Rezultati 3. vprašanja

Vprašanje v anketi	1	2	3	4	5	6	
3.S kom ste že delili spodaj našteje stvari (materialne dobrine)?	s sorodniki	s prijatelji	s sosedi	s sodelavci /sošolci	z drugimi v okviru organizacij	z nikomer	aritmetična sredina stolpcev 1 do 5
Možni odgovori	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca
TISKANI MEDIJI	435	476	232	342	151	12	327,2
DIGITALNE MEDIJSKE VSEBINE	438	464	192	304	146	24	308,8
MANJŠE ORODJE	373	327	276	103	49	86	225,6
VEČJE ORODJE OZIROMA NAPRAVE	347	292	238	80	53	117	202
OPREMA ZA KAMPIRANJE IN AKTIVNOSTI V NARAVI	351	315	124	85	50	123	185
PREVOZNA SREDSTVA BREZ DODATNEGA POGONA	340	278	111	84	39	130	170,4
ŠPORTNI REKVIZITI IN POHODNIŠKA OPREMA	326	287	106	78	43	148	168
PREDMETI LASTNE IZDELAVE	283	235	107	85	50	215	152
PREVOZNA SREDSTVA NA MOTORNALI DRUG POGON	371	205	62	58	38	131	146,8
IKT NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	315	212	46	102	39	169	142,8
PRIKLJUČKI ZA MOTORNA VOZILA	249	205	137	66	53	230	142
HIŠNE NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	301	179	100	40	21	199	128,2
DELOVNI PROSTORI	142	143	63	175	96	222	123,8
OBLAČILA IN MODNI DODATKI	230	205	61	61	62	258	123,8
GARAŽE IN DRUGI PROSTORI ZA HRAMBO	238	154	108	44	51	237	119
KUHINJSKE NAPRAVE IN PRIPOMOČKI	281	154	114	27	17	222	118,6
BIVALNI PROSTORI	267	182	43	36	28	223	111,2
HIŠNA OPREMA	241	141	85	32	21	266	104
VRT ALI OBDELOVALNA ZEMLJA	255	118	86	21	34	241	102,8
aritmetična sredina	304,4	240,6	120,6	95,9	54,8	171,2	

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Obrazložitev: Za frekvence v stolpcih 1 do 5 sem v programu Excel izračunal aritmetično sredino in rezultate razporedil po zaporedju od največjega do najmanjšega in tako ugotovil, katere stvari prebivalci Slovenije najpogosteje delijo, v spodnji vrstici pa, s kom jih najpogosteje delijo.

Priloga 5: Rezultati 4. vprašanja

Vprašanje v anketi	1	2	3	4	5	6	
S kom ste že delili spodaj naštetih storitev?	s sorodniki	s prijatelji	s sosedi	s sodelavci/ sošolci	z drugimi v okviru organizacij	z nikomer	aritmetična sredina stolpcev 1 do 5
Možni odgovori	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca
OBČASNI PREVOZ	338	364	183	228	76	62	237,8
POMOČ PRI SELITVI	392	393	182	77	53	50	219,4
INŠTRUKCIJE ALI POUČEVANJE	276	308	107	151	87	109	185,8
ZUNANJA OPRAVILA	388	294	158	35	33	93	181,6
MALA HIŠNA POPRAVILA	351	271	161	47	38	112	173,6
GOSPODINJSKA OPRAVILA	428	255	80	56	40	81	171,8
OBČASNO VAROVANJE OTROK	395	272	121	28	27	90	168,6
HIŠNA OBNOVITVENA ALI VZDRŽEVALNA DELA	327	267	121	43	61	131	163,8
VAROVANJE DOMAČIH ŽIVALI	338	219	136	27	23	126	148,6
SKRB ZA STAREJŠE ALI INVALIDE	333	136	71	15	54	163	121,8
FRIZERSKE ALI KOZMETIČNE STORITVE	182	168	52	30	72	245	100,8
aritmetična sredina	340,73	267,91	124,73	67,00	51,27	114,73	

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Obrazložitev: Za frekvenca v stolpcih 1 do 5 sem v programu Excel izračunal aritmetično sredino in rezultate razporedil po zaporedju od največjega do najmanjšega in tako ugotovil, katere storitve prebivalci Slovenije najpogosteje delijo, v spodnji vrstici pa, s kom jih najpogosteje delijo.

Priloga 6: Rezultati 5. vprašanja

Vprašanje v anketi	1	2	3	4	5
5. Kako bi se opredelili do naslednjih trditev o delitvi dobrin (stvari in storitev) z vašimi bližnjimi, prijatelji ali z drugimi ljudmi?	sploh se ne strinjam	se ne strinjam	delno se strinjam, delno ne	se strinjam	popolnoma se strinjam
Možni odgovori	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca	frekvenca
Z delitvijo dobrin se utrjujejo medsebojni odnosi.	5	11	112	207	203
Pri delitvi dobrin spoznavamo nove ljudi.	3	9	78	274	174
Delitev dobrin je koristna in uporabna.	2	7	80	216	233
Delitev dobrin osrečuje ljudi.	2	9	140	187	200
Z delitvijo potrebujemo manj prostora za hranjenje stvari (vsega nimamo v lasti).	3	13	63	194	265
Delitev dobrin je ekološka (manj odpadkov).	5	9	54	185	285
Z delitvijo dobrin prihranimo denar (ni nam potrebno vsega kupiti).	2	5	49	186	296
Z delitvijo dobrin lahko zaslužimo ali prihranimo denar.	6	17	108	192	215

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 7: Rezultati 6. vprašanja

Vprašanje v anketi	Lestvica (1 - NAJBOLJ BI ZAUPAL in 7 - NAJMANJ BI ZAUPAL)							
6. Komu bi najbolj zaupali pri organiziranju delitve dobrin?	1	2	3	4	5	6	7	aritmetična sredina lestvice
SOCIALNEMU PODJETJU	136	127	114	63	45	32	21	2,88
SOSEDSKI SKUPNOSTI	169	59	63	58	34	65	90	3,53
LOKALNI SKUPNOSTI	44	110	113	94	90	65	22	3,67
JAVNI USTANOVI	48	80	97	129	103	62	19	3,78
DRUŠTVU, HUMANITARNI ALI NEVLADNI ORGANIZACIJI	41	71	86	94	122	88	36	4,10
PODJETJU	79	64	40	54	69	76	156	4,53
POBUDI NA DRŽAVNI ALI ŠIRŠI RAVNI	21	27	25	46	75	150	194	5,51

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 8: Rezultati 7. vprašanja

Vprašanje v anketi	Lestvica (1 - NAJBOLJ PRIMEREN in 5 - NAJMANJ PRIMEREN)					
7. Kakšen način delitve se vam zdi najprimernejši?	1	2	3	4	5	aritmetična sredina lestvice
S POMOČJO SPLETA ALI MOBILNE TELEFONIJE	272	94	68	69	35	2,07
NA STALNEM PROSTORU	101	140	173	97	27	2,64
V OBLIKI SEJMA	73	184	149	114	18	2,67
V OBLIKI »KNJIŽNIČNE IZPOSOJE«	72	109	119	214	24	3,02
PREK POŠTE	20	11	29	44	434	4,60

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 9: Rezultati 8. vprašanja

8. Ali bi se vključili v organizirano delitev dobrin (v okviru podjetja, lokalne skupnosti itd.), ki bi vam omogočala stalen dostop do posameznih dobrin, ustrezne informacije o njih in enostaven način plačevanja?		
Možni odgovori	frekvenca	delež
da	318	59,1 %
ne	22	4,1 %
morda	198	36,8 %
Skupaj	538	100,0 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 10: Rezultati 9. vprašanja

9. Kako menite, da bi moralo biti poskrbljeno za delitev najpomembnejših dobrin, kot so hrana, voda zdravila?		
Možni odgovori	frekvenca	delež
delitev najpomembnejših dobrin bi morali organizirati v okviru držav ali mednarodne skupnosti (na primer z ustanovitvijo specializirane agencije)	380	70,6 %
za delitev najpomembnejših dobrin je že zdaj primerno poskrbljeno (v okviru trgov)	55	10,2 %
nimam posebnega mnenja	103	19,1 %
Skupaj	538	100 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 11: Rezultati vprašanj o uporabi IKT-tehnologije in spleta

10. Kateri informacijsko-komunikacijski pripomoček najpogosteje uporabljate? <i>(možni so največ trije odgovori)</i>		
Možni odgovori	frekvenca	delež
namizni računalnik	287	53,3 %
prenosni računalnik	357	66,4 %
tablični računalnik	42	7,8 %
»pametni« mobilni telefon	178	33,1 %
»običajni« mobilni telefon	265	49,3 %
stacionarni telefon	73	13,6 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

11. Katere od naslednjih brezplačnih spletnih storitev že uporabljate? <i>(možnih je več odgovorov)</i>		
Možni odgovori	frekvenca	delež
izmenjava datotek (glasba, filmi, fotografije, igrice)	330	61,3 %
spletna telefonija (npr. Skype)	336	62,5 %
uporaba brezplačnih programov	355	66,0 %
brezplačno gostovanje (blogi, forumi, spletne strani)	348	64,7 %
nobene	18	3,3 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

12. Katere od naslednjih plačljivih spletnih storitev že uporabljate? (možnih je več odgovorov)

Možni odgovori	frekvenca	delež
NAKUPOVANJE PREHRANSKIH IZDELKOV	84	15,6 %
NAKUPOVANJE MANJŠIH IN CENEJŠIH IZDELKOV	322	59,9 %
NAKUPOVANJE VEČJIH IN DRAŽJIH IZDELKOV	135	25,1 %
REZERVACIJA KART ZA PRIREDITVE	296	55,0 %
REZERVACIJA HOTELA, LETALSKIH KART itd.	308	57,2 %
IGRE NA SREČO (loterija, spletni poker ...)	28	5,2 %
NOBENE	82	15,2 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

13. Ali zaupate plačevanju s pomočjo različnih spletnih storitev in plačilnih kartic (npr. PayPal, Klik; Mastercard)?

Možni odgovori	frekvenca	delež
da	320	59,5 %
ne	114	21,2 %
ne vem, ne morem se odločiti	104	19,3 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

14. Ali menite, da bi morale biti vse spletne vsebine povsem brezplačne?

Možni odgovori	frekvenca	delež
da	317	58,9 %
ne	179	33,3 %
vseeno mi je	42	7,8 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

15. Ali ste vključeni v katero od spletnih socialnih omrežij? (možnih je več odgovorov)		
Možni odgovori	frekvenca	delež
Facebook	353	65,6 %
Twitter	73	13,6 %
Google+	164	30,5 %
LinkedIn	104	19,3 %
My Space	12	2,2 %
Badoo	12	2,2 %
nisem vključen v spletna socialna omrežja	144	26,8 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 12: Rezultati vprašanj o demografskih podatkih anketirancev

Spol		
Možni odgovori	frekvenca	delež
moški	178	33,1 %
ženski	360	66,9 %
Skupaj	538	100,0 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Starost		
Možni odgovori	frekvenca	Delež
od 16 do 34 let	147	27,3 %
od 35 do 54 let	317	58,9 %
od 55 do 74 let	74	13,8 %
	538	100,0 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Izobrazba		
Možni odgovori	frekvenca	delež
osnovnošolska	0,6 %	3
srednješolska	28,3 %	152
višješolska	15,1 %	81
visokošolska ali univerzitetna	43,5 %	234
magisterij ali doktorat	12,6 %	68
Skupaj	100 %	538

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Kraj bivanja (regija)		
Možni odgovori	frekvenca	delež
pomurska	6	1,1 %
podravska	55	10,2 %
koroška	6	1,1 %
savinjska	30	5,6 %
zasavska	5	0,9 %
spodnjeposavska	8	1,5 %
jugovzhodna Slovenija	24	4,5 %
osrednjeslovenska	268	49,8 %
gorenjska	54	10,0 %
notranjsko-kraška	14	2,6 %
goriška	36	6,7 %
obalno-kraška	32	5,9 %
Skupaj	538	100 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

V kakšnem okolju prebivate.		
Možni odgovori	frekvenca	delež
v podeželskem okolju (vas, manjše naselje)	227	42,2 %
v mestnem okolju	311	57,8 %
Skupaj	538	100,0 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

Priloga 13: Pripravljenost za delitev glede na spol in izobrazbo

spol/pripravljenost za delitev		da	morda	ne	skupaj
moški	frekvenca	102	64	12	178
	delež	57,30 %	35,96 %	6,74 %	100,00 %
ženski	frekvenca	216	134	10	360
	delež	60,00 %	37,22 %	2,78 %	100,00 %

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013

izobrazba/pripravljenost za delitev		da	morda	ne	skupaj
osnovnošolska	frekvenca	1	0	2	3
	delež	33,33 %	0 %	66,67 %	100,00 %
srednješolska	frekvenca	84	62	6	152
	delež	55,26 %	40,79 %	3,95 %	100,00 %
višješolska	frekvenca	47	30	4	81
	delež	58,02 %	37,04 %	4,94 %	100 %
visokošolska ali univerzitetna	frekvenca	147	82	5	234
	delež	62,82 %	35,04 %	2,14 %	100 %
magisterij ali doktorat	frekvenca	39	24	5	68
	delež	57,35 %	35,29 %	7,35 %	100 %
skupaj		318	198	22	538

Vir: Raziskava o odnosu prebivalcev Slovenije do ekonomije delitve 2013