



**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

Jurgita Servaitė

**DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ
PLĖTROS GALIMYBĖS**

Baigiamasis magistro projektas

Vadovas
Prof. Gražina Startienė

KAUNAS, 2019

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS

**DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ
PLĖTROS GALIMYBĖS**

Baigiamasis magistro projektas
Verslo ekonomika (kodas 6211JX042)

Vadovas

Prof. dr. Gražina Startienė
2018 12

Recenzentas

Dr. Rozita Susnienė
2018 12

Projektą atliko

Jurgita Servaitė
2018-12-19

KAUNAS, 2019



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas

Jurgita Servaitė

Verslo ekonomika, 6211JX042

Baigiamojo magistro projekto „Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybės“

AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

2018 m. gruodžio 19 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano, **Jurgitos Servaitės**, baigiamasis magistro projektas tema „Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybės“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ir tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame projekte nėra viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose sąrašė. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį projektą niekam nesu mokėjusi.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

(vardą ir pavardę įrašyti ranka)

(parašas)

Jurgita, Servaitė. Development Possibilities of Sharing Economy Based Business Models. Master's Final Degree Project/ supervisor prof., asoc. prof. Gražina Startienė; School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Study area, study field: Social Science, Economics.

Keywords: *sharing economy, business models, development, platforms.*

Kaunas, 2019. 92 pages.

SUMMARY

Sharing economy is rapidly gaining popularity all around the world. The development of smart technologies and Internet infrastructure determines the development possibilities of sharing economy based business models. Increasing consumer engagement in business - sharing is seen in scientific sources. In this thesis, based on scientific literature, the concept of sharing economy is analysed, trends of sharing economy models that influence the behaviour of consumers and service providers. Comparison of traditional business-changing patterns of sharing economy and their strengths and weaknesses.

Analysing the literature about sharing economy summarizes the concept - the sharing economy is an online economic model of demand and supply based on the sharing, exchange, trade or rental of private products or services. When analysing literature, it has been observed that the purchase, exchange of goods or services in the sharing economy is usually carried out among persons who can become suppliers after being buyers and vice versa. According to sources, the economy began to spread on platforms which were created for communication. For sharing economy to work there is one important thing required – online platform which acts as an intermediary. For decades, the traditional business model has clearly separated two groups of economic participants - companies and customers. The biggest change that has been created by the sharing economy - the platforms that provide the mediation function - directly link manufacturers and consumers. The main difference between traditional and sharing economy is that companies operating in the traditional economy rely on the accumulation of private property, the creation of new things, while sharing economy is based on the empowerment of unused assets with financial or other benefits. It has been noticed that the sharing economy is changing traditional business models and causing competition to key industries. The main sectors of the sharing economy business models are: transfer, accommodation, sale of goods, mutual lending and financing. Analysis of literature has helped to distinguish the main advantages of sharing economics: user-friendly use, quick search for goods and services, large selection, low cost, additional source of revenue, community building and promotion of sustainability. The main drawbacks are also highlighted: the unclear legal framework and the security of sharing economics platforms, the doubtful quality, and the

unstable source of income. It should be noted that there are more advantages of sharing economy than disadvantages, which results in the development of sharing economics business models. There has been carried out a number of researches to determine why sharing economy is expanding so rapidly in Europe and United States. In Lithuania, these researches are lacking, therefore, this quantitative and qualitative research has been carried out in this master's thesis, the aim of which is to determine the opportunities for development of sharing economics business models and factors influencing them. This research consists of three stages: overview of scientific researches, a questionnaire survey of respondents using and not using sharing economy platforms. The questionnaire survey is aimed at obtaining quantitative and qualitative results. The results are processed by Excel and SPSS programs. In order to assess the internal consistency of the scale of the expert questionnaire, the Cronbach's alpha coefficient was used, the Kendall concordance coefficient was used in order to assess the degree of compatibility of expert opinion, to assess the significance of the difference between the criteria (criterion assessments) the Friedman criterion was used. For the precise analysis of the results of an expert evaluation the main statistical indicators are calculated: mode, median, first and third quartile, and quartile width.

Research have shown that sharing economy participants are happily using platforms based on sharing economy. Participants distinguishes factors that promote the sharing economy growth - a large choice, low cost, user-friendly platforms, quick search for goods or services. The sharing economy services or goods providers have identified these factors - the possibility of obtaining additional income, promoting employment, easy access to the market, lower transaction costs. Regardless of the fact that the sharing economy participants highlighted many positive factors, it is necessary to take into account the negative ones. One of the main negative factors identified the respondents - unclear regulation, both studies have shown that this factor is one of the most important factors in analysing the opportunities for sharing economic development.

Jurgita, Servaitė. „Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybės“. Magistro baigiamasis projektas / vadovas prof. dr. Gražina Startienė; Kauno technologijos universitetas, Ekonomikos ir verslo fakultetas.

Studijų sritis, studijų kryptis: Socialiniai mokslai, Ekonomika.

Reikšminiai žodžiai: *dalijimosi ekonomika, veiklos modeliai, vystymasis, platformos*.

Kaunas, 2019. 92 puslapiai.

SANTRAUKA

Dalijimosi ekonomika sparčiai populiarėja pasaulyje. Išmaniųjų technologijų ir internetinės infrastruktūros vystymasis lemia dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą. Moksliniuose šaltiniuose pastebimas vis didesnis vartotojų įsitraukimas į dalijimosi ekonomikos principu vykdomą veiklą. Šiame darbe remiantis moksline literatūra analizuojama dalijimosi ekonomikos samprata, dalijimosi ekonomikos modelių tendencijos, kurios įtakoja vartotojų ir paslaugų teikėjų elgseną. Lyginami tradicinį verslą keičiantys dalijimosi ekonomikos modeliai bei jų privalumai ir trūkumai.

Analizuojant literatūros šaltinius apibendrinta dalijimosi ekonomikos sąvoka - dalijimosi ekonomika yra internetinis ekonominis paklausos ir pasiūlos modelis, grindžiamas privačių produktų ar paslaugų dalijimusi, keitimu, prekyba ar nuoma. Analizuojant literatūros šaltinius pastebėta, kad pirkimas, keitimasis prekėmis ar paslaugomis dalijimosi ekonomikoje dažniausiai vyksta tarp fizinių asmenų, kurie bet kuriuo metu iš pirkėjų gali tapti tiekėjais ir atvirkščiai. Pasak šaltinių dalijimosi ekonomika pradėjo plisti bendravimui skirtose platformose. Todėl būtina dalijimosi ekonomikos sąlyga – internetinė platforma, atliekanti tarpininkavimo poziciją. Per dešimtmečius klestėjęs tradicinis verslo modelis aiškiai išskyrė dvi ekonomikos dalyvių grupes - įmones ir klientus. Didžiausias pasikeitimas, kurį sukūrė dalijimosi ekonomika – platformos, kurios teikia tarpininkavimo funkciją, tiesiogiai jungia gamintojus ir vartotojus. Pagrindinis tradicinės ir dalijimosi ekonomikos skirtumas yra tai, kad tradicinės ekonomikos principu veikiančios įmonės remiasi privataus turto kaupimu, naujų daiktų kūrimu, dalijimosi ekonomika remiasi nenaudoto turto įgalinimu gaunant finansinės ar kitokios naudos. Pastebėta, kad dalijimosi ekonomika keičia tradicinius verslo modelius ir kelia konkurenciją pagrindinėms pramonės šakoms. Pagrindiniai dalijimosi ekonomikos veiklos modelių sektoriai: transporto, apgyvendinimo, daiktų pardavimo, tarpusavio skolinimo ir finansavimo.

Literatūros šaltinių analizė padėjo išskirti pagrindinius dalijimosi ekonomikos privalumus: patogus naudojimas, greita prekių ir paslaugų paieška, didelis pasirinkimas, maža kaina, papildomas pajamų šaltinis, bendruomenės kūrimas ir tvarumo skatinimas. Taip pat, išskirti ir pagrindiniai trūkumai: neaiški įstatymų bazė, neužtikrintas dalijimosi ekonomikos platformų saugumas, abejotina kokybė,

nestabilus pajamų šaltinis. Būtina paminėti, kad privalumų dalijimosi ekonomika turi daugiau nei trūkumų, o tai lemia dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą.

Atsižvelgiant į tai, kad dalijimosi ekonomika sparčiai plečiasi Europoje ir JAV yra atlikta daug tyrimų siekiant nustatyti dalijimosi ekonomikos plėtrą įtakojančius veiksnius. Lietuvoje šių tyrimų trūksta, todėl šiame magistro baigiamajame darbe atliktas kiekybinis ir kokybinis tyrimas, kurio tikslas nustatyti dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybes ir jas įtakojančius veiksnius. Atliktas tyrimas susideda iš trijų etapų: jau atliktų mokslinių tyrimų apžvalgos, dalijimosi ekonomikos platformas naudojančių ir nenaudojančių respondentų anketinės apklausos, ekspertinio vertinimo. Anketine apklausa siekiama gauti kiekybinius rezultatus, ekspertiniu tyrimu – kokybinius. Gauti rezultatai apdoroti Excel ir SPSS programomis. Siekiant įvertinti ekspertinio klausimyno skalės vidinį nuoseklumą naudotas Cronbacho alfa koeficientas, siekiant įvertinti ekspertų nuomonės suderinamumo laipsnį Kendallio konkordancijos koeficientas, skirtumo tarp tiriamųjų (kriterijų vertinimų) reikšmingumui nustatyti naudojama Friedmano kriterijaus reikšmė. Tiksliai ekspertinio vertinimo rezultatų analizei skaičiuojami pagrindiniai statistiniai rodikliai: moda, mediana, pirmasis ir trečiasis kvartiliai bei kvartilinis plotis.

Atlikti tyrimai parodė, kad dalijimosi ekonomikos dalyviai noriai naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Pagrindiniai tyrimo metu vartotojų išskirti dalijimosi ekonomikos veiksniai skatinantys dalijimosi ekonomikos plėtrą – didelis pasirinkimas, maža kaina, patogus naudojimas platformomis, greita prekių ar paslaugų paieška. Dalijimosi ekonomikos paslaugų ar prekių teikėjai įvardijo šiuos veiksnius – galimybė gauti papildomų pajamų, užimtumo skatinimas, lengvas patekimas į rinką, mažesni sandorių kaštai. Nepaisant to, kad dalijimosi ekonomikos dalyviai išskyrė daug teigiamų veiksnių būtina atsižvelgti ir į neigiamus. Vienas pagrindinių neigiamų veiksnių, kurį įvardijo tiek dalijimosi ekonomikos dalyvių tyrimo respondentai, tiek ekspertinio vertinimo dalyviai – neaiškus reglamentavimas, abu tyrimai parodė, kad šis veiksnys vienas svarbiausių analizuojant dalijimosi ekonomikos plėtros galimybes.

Turinys

Paveikslų sąrašas	9
Lentelių sąrašas	11
ĮVADAS	12
1. DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ PLĖTROS PROBLEMATIKA	14
2. DALIJIMOSI EKONOMIKOS TEORINIAI ASPEKTAI	19
2.1. Dalijimosi ekonomikos samprata	19
2.2. Dalijimosi ekonomikos veikimo principai ir rūšys	22
2.3 Dalijimosi ekonomikos ir tradicinės ekonomikos palyginimas	26
2.4. Dalijimosi ekonomikos vertinimas teikiamos naudos ir reglamentavimo aspektais	30
2.4.1 Dalijimosi ekonomikos privalumai.....	30
2.4.2 Dalijimosi ekonomikos trūkumai.....	34
2.4.3 Dalijimosi ekonomikos reglamentavimas.....	37
2.5. Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros veiksniai	41
3. TYRIMO METODOLOGIJA	45
4. DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMAS	49
4.1 Tyrimų apie dalijimosi ekonomiką JAV ir Europoje analizė.....	49
4.2 Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybių Lietuvoje apklausos rezultatai vartotojų atžvilgiu	52
4.3 Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybių Lietuvoje ekspertinio vertinimo rezultatai	75
4.4 Dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybių tyrimo rezultatai: diskusiniai aspektai	81
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS.....	82
Literatūros sąrašas	85

Paveikslų sąrašas

1 pav. JAV gyventojų naudojančių dalijimosi ekonomikos platformas skaičiaus prognozės, mln.	15
2 pav. Daiktai kuriais noriai dalintųsi tyrimo dalyviai	16
3 pav. Pelningiausi bendradarbiavimo platformų sektoriai, mlrd. eurų.....	17
4 pav. Veiksniai lėmę dalijimosi ekonomikos populiarumą, proc.....	18
5 pav. Pirkėjų ir teikėjų bendruomenės kūrimas ir sąveika	22
6 pav. Dalijimosi ekonomikos sektoriai	23
7 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos dalyvių skirtumai	26
8 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos pajamų gavėjai	27
9 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos taksi paslaugos palyginimas	28
10 pav. Nuomos paslaugų įmonė nėra dalijimosi ekonomikos dalyvė.....	28
11 pav. Tvarumas dalijimosi ekonomikoje.....	31
12 pav. Dalijimosi ekonomikos privalumai.....	33
13 pav. Dalijimosi ekonomikos trūkumai.....	36
14 pav. Dalijimosi ekonomikos plėtros veiksniai.....	44
15 pav. Bendradarbiavimo platformų populiarumas skirtingo amžiaus grupėse, proc.	50
16 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro nepatogumo veiksnys, proc.	53
17 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro nesaugumo veiksnys, proc.	54
18 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro abejotinos kokybės veiksnys, proc.	54
19 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro informacijos trūkumo veiksnys, proc.	55
20 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimas, proc.	56
21 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro saugumo užtikrinimo veiksnys, proc.	57
22 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro kokybės užtikrinimo veiksnys, proc.	57
23 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro reklamos apie dalijimosi ekonomiką platinimo veiksnys, proc.....	58

24 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro reklamos apie dalijimosi ekonomiką platinimo veiksnys, proc.....	58
25 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro patogumo veiksnys, proc.	59
26 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro patikimumo veiksnys, proc.....	60
27 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro kainos veiksnys, proc.....	60
28 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro didesnis paslaugų ir prekių pasirinkimo veiksnys, proc.	61
29 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro tvarumo veiksnys, proc.....	62
30 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro bendruomeniškumo veiksnys, proc.	62
31 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro pajamų šaltinio veiksnys, proc.....	63
32 pav. Respondentų naudojimosi dažnumas dalijimosi ekonomikos paslaugomis, proc.	64
33 pav. Respondentų, susidūrimų su nesklaidumais, dažnumas naudojantis dalijimosi ekonomikos paslaugomis, proc.....	66
34 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal atsižvelgimą į vartotojų atsiliepimus, proc.	68
35. pav. Respondentų santaupos (eurais) atsiradusios dėl naudojimosi dalijimosi ekonomikos platformomis, proc.	69
36 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal manymą, kad dalijimosi ekonomika palaiko tvarumą, proc.....	69
37 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal teikiamas paslaugas, proc.....	70
38 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal pasitenkinimą turima teikėjo patirtimi, proc.....	71
39 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklaidumu - sudėtinga registracija, proc.....	71
40 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklaidumu – klientas atšaukia pirkimą, proc.	72
41 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklaidumu – gaunamos pajamos mažesnės nei tikėtasi, proc.....	72
42 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal pajamas (eurais) gaunamas iš dalijimosi ekonomikos, proc.....	73

43 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal manymą, kad užtektų pajamų gaunamų tik iš dalijimosi ekonomikos principu vykdomos veiklos, proc.....	74
---	----

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Lietuvos ir Švedijos palyginimas	16
2 lentelė. Dalijimosi ekonomikos privalumai, trūkumai.....	17
3 lentelė. Dalijimosi ekonomikos traktuotės.....	21
4 lentelė. Tradicinės ir dalijimosi ekonomikos skirtumai.....	29
5 lentelė. „Uber“ ir tradicinių taksi vairuotojams keliami reikalavimai	39
6 lentelė. Reikalavimai nuomos paslaugas teikiantiems.....	40
7 lentelė. Imties formulės sudedamosios dalys.....	47
8 lentelė. Dalijimosi platformų paplitimas pagal šalis.....	49
9 lentelė. Naudojimasis dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis paslaugomis, proc.	66
10 lentelė. Nesklandumai su kuriais susiduria respondentai, proc.	67
11 lentelė. Nesklandumai su kuriais susiduria prekių ar paslaugų teikėjai, proc.	73
12 Lentelė. Respondentų darbo patirtis dalijimosi ekonomikoje.	75
13 Lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal atstovaujamą veiklos sritį dalijimosi ekonomikoje.	76
14 Lentelė Vertinamų veiksnių vidinio nuoseklumo ir ekspertų nuomonės suderinamumo tyrimo rezultatai.....	76
15 Lentelė. Išorinių veiksnių vertinimų skaitinės charakteristikos ir χ^2 testo tikimybės.	77
16 Lentelė. Vidinių veiksnių vertinimų skaitinės charakteristikos ir χ^2 testo tikimybės.	79

ĮVADAS

Temos aktualumas. Mokslinėje literatūroje ir tyrimuose analizuojama dalijimosi ekonomikos samprata, dalijimosi ekonomikos modelių tendencijos, kurios įtakoja vartotojų ir paslaugų teikėjų elgseną. Lyginami tradicinį verslą keičiantys dalijimosi ekonomikos modeliai (Shankar (2016), Gyoldi (2017), Bazarovaitė ir Jurčys (2017), Feeney (2015) ir kt.).

Populiariausi dalijimosi ekonomikos veiklos modeliai – gyvenamosios vietos nuoma ir pavėžėjimo paslaugos kelia didelę konkurenciją tradiciniams verslams (Katz 2016, Shankar 2016 , Mleczo 2017 ir kt.).

Dalijimosi ekonomika ir jos tinkamas reglamentavimas sudaro palankias sąlygas dirbti savarankiškai. Tai skatina žmonių užimtumą ir verslumą. Dalijimosi ekonomikos principu veikiančios internetinės platformos padeda sumažinti tarpininkavimo kaštus, skatina bendruomenių kūrimąsi, lengvina prekių ar paslaugų teikėjų patekimą į rinką. Šie veiksniai lemia didesnę prekių pasirinkimą ir mažesnę kainą vartotojams (Guttentag 2013, Hosp 2016, Wright 2017, Lombardo 2015 ir kt.).

Dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybių tyrimą aktuali daro tai, kad trūksta tyrimų, kurie parodytų, kodėl vieni ekonomikos subjektai palaiko dalijimosi ekonomiką ir naudojami jos principu veikiančiomis platformomis, o kiti geriau renkasi tradicinės ekonomikos principu veikiančias įmones ar organizacijas.

Darbo problema. Trūksta informacijos apie dalijimosi ekonomikos paplitimą Lietuvoje, todėl aktualu atlikti dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybių tyrimą. Kyla klausimas, kokie dalijimosi ekonomikos modelių privalumai ir trūkumai įtakoja dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą Lietuvos vartotojų bei paslaugų teikėjų nuomone?

Darbo objektas. Dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybės.

Darbo tikslas. Ištirti dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybes bei jas įtakančius veiksnius vartotojų ir paslaugų teikėjų atžvilgiu.

Uždaviniai:

1. Atskleisti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių problematiką.
2. Apibrėžti dalijimosi ekonomikos sampratą, pagrindinius principus, privalumus ir trūkumus.
3. Teoriniu lygmeniu nustatyti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtrą lemiančius veiksnius.
4. Apibendrinti dalijimosi ekonomikos veiklos modelių tendencijas ir paplitimą JAV ir Europoje.
5. Nustatyti ir įvertinti dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybes vartotojų ir paslaugų tiekėjų atžvilgiu Lietuvoje.

Tyrimo metodai. Sistemine ir lyginamoji mokslines literaturos analize, statistiniu duomenu analize, anketines apklausos metodas, ekspertinis vertinimas, tyrimo rezultatu matematinė ir statistinė analize naudojant duomenų apdorojimo programas: Microsoft Excel ir SPSS.

1. DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ PLĖTROS PROBLEMATIKA

Dalijimosi ekonomika, tai nauja greitai technologijų amžiuje populiarėjanti verslo forma. Bendrovės „Sprinter tyrimai“ 2018 m. sausio mėnesį atliktas visuomenės nuomonės tyrimas, inicijuotas informacinių technologijų bendrovės „Tieto Lietuva“ ir banko „Swedbank“, atskleidė, kad per pastaruosius 12 mėnesių dalijimosi paslaugomis naudojosi 20 proc. visų Lietuvos gyventojų, o Y kartos atstovų net 32 proc. „Tieto Lietuva“ vadovas Vitkus (2018) teigia, kad tūkstantmečio karta šiuo metu sudaro daugiau nei trečdalį darbingo amžiaus Lietuvos gyventojų, tačiau pasak „Eurostat“ (2018) prognozių, po dešimtmečio pilnametystės sulaukę, su naujausiomis technologijomis užaugę asmenys iš viso sudarys daugiau nei pusę darbingo amžiaus gyventojų. Tokia situacija dėl didėjančios konkurencijos ir veiklų reglamentavimo skirtumų taps iššūkiu tradiciniams verslams.

Shankar (2016) pastebi, kad dalijimosi ekonomika keičia tradicinius verslo modelius ir kelia konkurenciją pagrindinėms pramonės šakoms, pasiimdama dalį jų pelno. Per dešimtmečius klestėjęs tradicinis verslo modelis aiškiai išskyrė dvi ekonomikos dalyvių grupes - įmones ir klientus. Didžiausias pasikeitimas, kurį sukūrė dalijimosi ekonomika – platformos, teikiančios tarpininkavimo funkciją, tiesiogiai jungiančios gamintojus ir vartotojus.

Gyoldi (2017) pabrėžia, kad dalijimosi ekonomikos platformų pagalba veikiančios bendruomenės kelia didelę konkurenciją tradiciniams verslams.

Kylančią grėsmę ir naujus iššūkius tradiciniam verslui ir valstybei pastebėjo ekonomikos mokslų daktarė Skaistė (2018) teigdama, kad dalijimosi ekonomikos apimtys visoje Europos Sąjungoje auga neįtikėtinu greičiu. Tokios platformos kaip „Uber“, „Airbnb“ ar „Savy.lt“ tampa įprasta paslaugų įsigijimo erdve. Ne išimtis yra ir Lietuva – dalijimosi platformos plečiasi, jų atsiranda vis daugiau. Tradicinis verslas į tokias dalijimosi ekonomikos platformas žvelgia kaip į konkurentus, o valstybė mato iššūkius užtikrinant platformose paslaugas teikiančių ir gaunančių asmenų socialinę apsaugą, o kartu ir teisingą mokesčių surinkimą. Todėl, norint, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančios įmonės plėstųsi ir būtų saugios bei naudingos valstybei, būtina sutvarkyti ir apibrėžti įstatymų bazę.

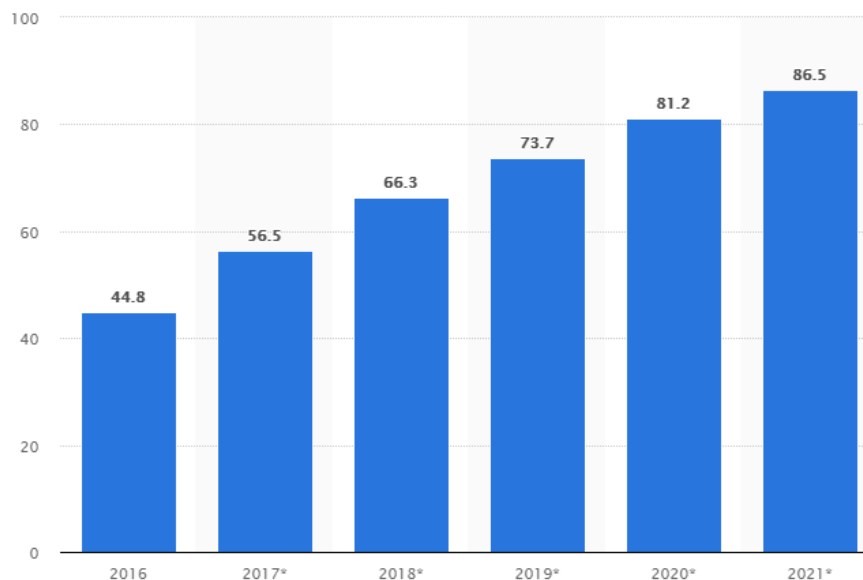
Kad, dalijimosi ekonomikos principu veikiančioms verslams reikia kitokio teisinio reglamentavimo nei tradiciniam verslui taip pat pastebi Bazarovaitė ir Jurčys (2017) rašydami, kad dalijimosi ekonomika iš tiesų yra nauja ir kitokia rinkos forma, todėl tai yra pagrindinė priežastis, kodėl šioje srityje nėra aiškaus, išbaigto įstatymų reguliavimo.

Panašiai teigia ir Europos konkurencijos taryba (2016) nuroydamą, kad dalijimosi ekonomikos procesas turi būti reglamentuotas, tačiau tik tiek, kiek tai yra būtina vartotojų teisėms apsaugoti. Šių paslaugų reglamentavimas bet kuriuo atveju neturėtų automatiškai remtis „tradicinėms“ paslaugoms

taikomais reikalavimais, priešingai – dalijimosi ekonomikos plėtra pirmiausia turėtų paskatinti iš esmės peržiūrėti jau taikomus reikalavimus, įvertinant, ar jie tebėra būtini ir proporcingi atsižvelgiant į rinkoje įvykusius pokyčius.

Feeney (2015) taip pat, pastebi, kad dalijimosi ekonomika yra visai kitokia nei tradicinė. Dėl to ir tradicinis teisinis reglamentavimas yra sunkiai pritaikomas. Pvz. Dalijimosi ekonomikos platforma Airbnb leidžia vartotojams nuomoti savo privačius butus ar kitą gyvenamąją vietą, kol Airbnb nebuvo populiaru į tai nebuvo kreipiama dėmesio. Tačiau, kai Airbnb išaugo ir tapo viena didžiausių nuomos paslaugas teikiančių platformų – ji pradėjo konkuruoti su viešbučiais. Įvairūs viešbučių atstovai išreiškė nepasitenkinimą ir kaltino valstybių institucijas dėl teisinio reglamentavimo trūkumo ir nesąžiningos konkurencijos skatinimo. Pasak Feeney'o (2015) šiuo metu galiojantys tradiciniai viešbučių verslo teisės aktai negali būti pritaikomi pagal dalijimosi ekonomiką veikiančiai platformai. Dėl to, kad dalijimosi ekonomikos platforma atlieka tik tarpininkavimo, o ne nuomos paslaugas. Autorius pabrėžia, kad būtent tokie nesusipratimai didina tradicinės ekonomikos dalyvių nepasitenkinimą.

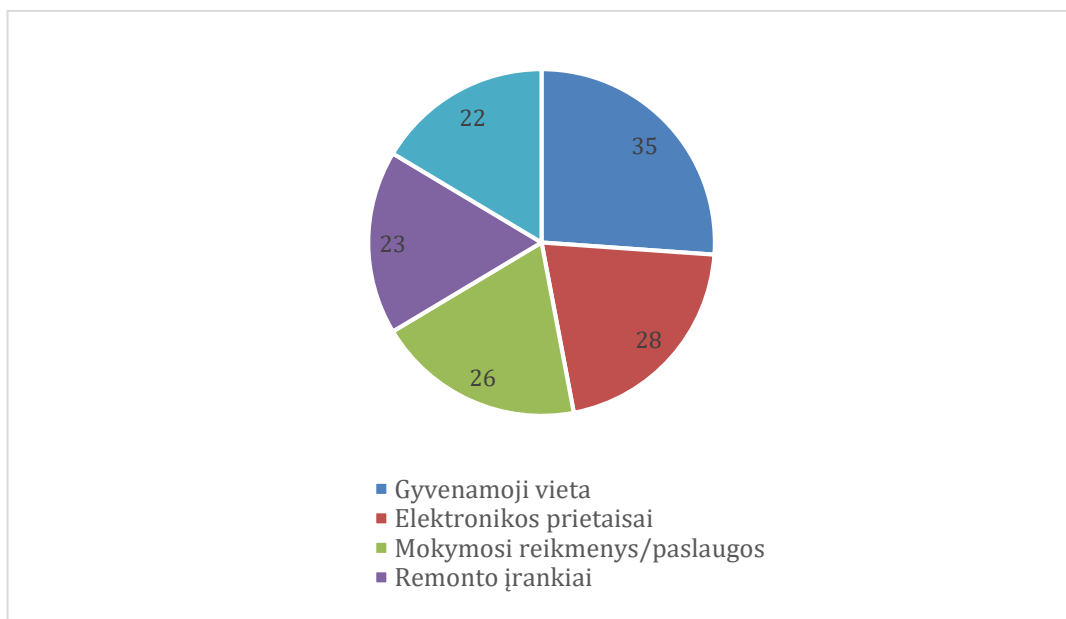
Jungtinėse Amerikos Valstijose buvo atliktas JAV statistikos departamento „Statista“ tyrimas (2016), kuris parodė kiek JAV gyventojų naudojami dalijimosi ekonomikos platformomis – žr. 1 pav.



**1 pav. JAV gyventojų naudojančių dalijimosi ekonomikos platformas skaičiaus prognozės, mln.
(JAV statistikos departamentas „Statista“ 2016).**

Tyrimo metu nustatyta (žr. 1 pav.), kad 2016 m. Jungtinėse Amerikos valstijose dalijimosi ekonomikos platformomis naudojami 44,8 milijonai gyventojų, su kiekvienais papildomais metais prognozuojama, kad šis skaičius didės ir 2018 m. pasieks net 66,3 milijonus. Atsižvelgiant į technologijų plėtrą prognozuojama, kad dalijimosi ekonomikos augimo tendencija nesikeis ir 2021 m. pasieks 86,5 milijonus gyventojų.

Tarptautinė rinkodaros bei vartotojų elgsenos tyrimų agentūra „Nielsen“ 2014 m. atliko globalų tyrimą, kurio tikslas nustatyti – kuo dalintis nori vartotojai.



2 pav. Daiktai kuriais noriai dalintųsi tyrimo dalyviai

(Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Nielsen, 2014)

Tyrimas atskleidė (žr. 2 pav), kad daiktai, kuriais žmonės labiausiai norėtų dalintis yra :

1. Gyvenamoji vieta (35 proc)
2. Elektronikos prietaisai (28 proc.),
3. Mokymosi reikmenys/ paslaugos (26 proc.),
4. Remonto įrankiai (23 proc.),
5. Dviračiai, rūbai, namų apyvokos daiktai bei sporto įranga (22 proc.).

Tyrimo duomenimis, polinkis ir poreikis dalintis labiausiai būdingas Y kartos atstovams (21–34 m. amžiaus).

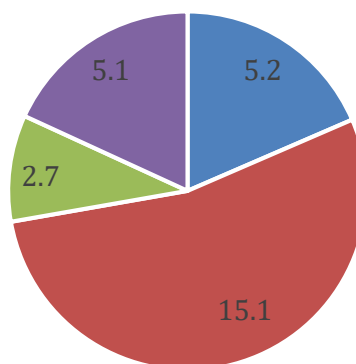
Galdikienė (2018) palygino Lietuvos ir Švedijos gyventojų naudojamą dalijimosi ekonomika skirtingose srityse (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Lietuvos ir Švedijos palyginimas (sudaryta autorės, remiantis Galdikienė, 2018)

Platformos	Lietuvoje naudojasi, proc.	Švedijoje naudojasi, proc.
Muzikos ir filmų	51	84
Gyvenamosios vietos nuomos	19	11
Automobilių nuomos	27	23
Dviračių nuomos	11	8

Tyrimo rezultatai parodė, kad Švedijos ir Lietuvos gyventojai labiausiai linkę naudotis muzikos ir filmų bei transporto platformomis,

Eurobarometras (2016) atliko tyrimą, kurio tikslas buvo nustatyti koks dalijimosi ekonomikos sektorius 2015 m. atnešė daugiausiai pelno. 3 pav. pavaizduota 2015 m. dalijimosi ekonomikos principu įvykusių sandorių vertė.



■ Sutelktinis finansavimas ■ Apgyvendinimas ■ Darbo jėga ■ Transportas

3 pav. Pelningiausi bendradarbiavimo platformų sektoriai, mlrd. eurų.

(Šaltinis: Eurobarometras, Europos komisija, 2016)

3 pav. matyti, kad pelningiausias 2015 m. buvo apgyvendinimo nuomos sektorius, antroje vietoje sutelktinis finansavimas, o trečioje - transporto sektorius.

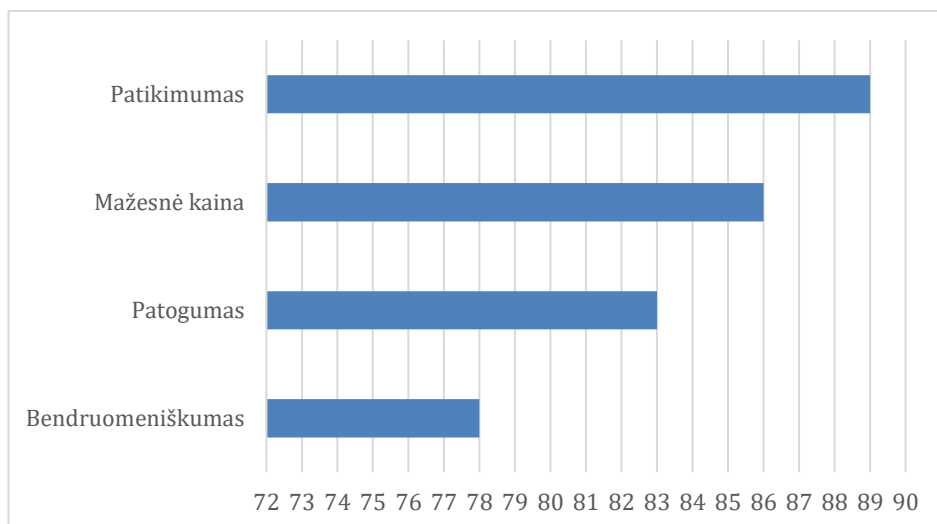
Kitą tyrimą, taip pat, Jungtinėse Amerikos Valstijose, atliko PricewaterhouseCoopers International Limited (2015). Tyrimo tikslas buvo nustatyti, kas didina/mažina dalijimosi ekonomika grįstų platformų populiarėjimą (žr. 2 lentelę). Tyrimo metu buvo apklausta 1000 dalijimosi ekonomikos platformomis besinaudojančių respondentų.

2 lentelė. Dalijimosi ekonomikos privalumai, trūkumai (sudaryta autorės, remiantis PricewaterhouseCoopers International Limited, 2015)

Didina	Mažina
Paprastas, patogus naudojimas	Nėra galimybės apžiūrėti prekės gyvai
Greitas paslaugos užsakymas	Neužtikrinti kokybės standartai
Galimybė sužinoti vartotojų atsiliepimus	Nepasitikėjimas prekės ar paslaugos teikėju
Plati pasirinkimo galimybė	
Žemesnė kaina	

Šis tyrimas parodė, kad nors dalijimosi ekonomika turi daug privalumų, tačiau vis dar yra trūkumų, kurie stabdo dalijimosi ekonomikos plėtrą.

Lietuvos laisvosios rinkos institutas (2017) taip pat atliko tyrimą ir išskyrė kelis veiksnius lėmusius dalijimosi ekonomikos populiarumą Lietuvoje (žr. 4 pav.)



4 pav. Veiksniai lėmę dalijimosi ekonomikos populiarumą, proc.

(sudaryta autorės pagal Laisvosios rinkos institutą, 2017)

Tyrimas parodė, kad 89 proc. apklaustųjų dalyvauja dalijimosi ekonomikoje, nes tai jiems atrodo patikima. Taip gali būti dėl to, kad dažniausiai platformose veikia prekės ar paslaugos vertinimo sistema. Dažniausia platformose vartotojai gali įvertinti prekės ar paslaugos kokybę balais arba palikti atsiliepimų. 86 proc. renkasi dalijimosi ekonomiką dėl mažesnės – lankstesnės kainos. Dalijimosi ekonomikos platformose veikia kainų filtravimo sistema, tai supaprastina paiešką. O paslaugų ar prekių teikėjai yra linkę mažinti kainą dėl platformoje susidarancios konkurencijos. 83 proc. apklaustųjų renkasi dalijimosi ekonomikos platformas dėl patogumo – greitesnio paslaugų gavimo, artimo kontakto su pardavėju - paslaugos teikėju. 78 proc. mano, kad dalijimosi ekonomika kuria tvarią bendruomenę, kurios dėka nebūtina daikto pirkti, galima išsinuomoti ar apsiukeisti.

Atlikus dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros problematikos analizę galima teigti, kad tai auganti veiklos sritis, populiarėjanti jaunimo ir išmaniausias technologijas naudojančių žmonių tarpe. Dalijimosi ekonomika atveria galimybes naujų pajamų šaltinių atsiradimui, užimtumo didinimui ir verslo vystymo skatinimui. Tačiau dalijimosi ekonomika neturi tikslaus teisinio reglamentavimo, o tai kelia iššūkius teisingam mokesčių surinkimui bei tolimesnės veiklos vystymui. Literatūros šaltiniuose pažymima, kad teisinis reglamentavimas lems dalijimosi ekonomikos išsivystymą - populiarėjimą arba žlugimą. Tikslus teisinis reglamentavimas užkirstų kelia nesažiningai konkurencijai ar net šešėlinei ekonomikai.

2. DALIJIMOSI EKONOMIKOS TEORINIAI ASPEKTAI

Šiame skyriuje pateikiamos literatūros šaltiniuose analizuojamos dalijimosi ekonomikos sampratos, dalijimosi platformų pavyzdžiai. Aprašomi dalijimosi ekonomikos veikimo principai ir rūšys. Analizuojami privalumai, trūkumai bei reglamentavimas, lyginama kokie reikalavimai keliami tradiciniu ir dalijimosi ekonomikos principu vykdomai veiklai. Lyginama tradicinė ir dalijimosi ekonomika.

2.1. Dalijimosi ekonomikos samprata

Dalijimosi ekonomika atvėrė galimybių naujai verslo formai, kuri remiasi dalijimusi ir bendruomenės kūrimu, priešingai nei tradicinė verslo forma, jungianti įmonę ir klientą. Pasak Posen'o (2015), dalijimosi ekonomika prasidėjo keičiantis nepanaudotais ištekliams tarp fizinių asmenų, tai išsiplėtė iki teikiamų paslaugų ir parduodamų prekių.

Europos Komisija (2016) pateikia tokį dalijimosi ekonomikos apibrėžimą: dalijimosi ekonomika (angl. sharing economy) - tai ekonominis modelis, kuriame asmenys gali skolintis, keistis, pirkti ar išsinuomoti kitam asmeniui priklausantį turtą. Plačiau dalijimosi ekonomikos sąvoka paaiškinama Komisijos komunikate Europos parlamentui (2016) „dalijimosi ekonomika – tai verslo modelis, kuris leidžia privatiems asmenims dalytis, keistis ar pirkti - parduoti daiktus ar paslaugas platformose, veikiančiose interneto dėka. Pagrindiniai dalijimosi ekonomikos veikėjai: fizinis asmuo - paslaugų teikėjas, kuris dalijasi turtu, ištekliais, laiku ir (arba) įgūdžiais, tarpininkas - kuris, suteikdamas internetinę platformą, teikėjus supažindina su vartotojais ir palengvina jų tarpusavio sandorius, ir vartotojas, kuris yra užsiregistravęs dalijimosi platformoje“. Pačios platformos pelną gauna tik už tarpininkavimo ar reklamos paslaugas. Platformoje užsiregistravę vartotojai gali būti ir paslaugos ar prekės teikėjas, ir pirkėjas.

Pasak Miller'io (2018), labai paprastai apibūdinant, tai yra technologijos naudojimas siekiant palengvinti prekių ar paslaugų mainus tarp dviejų ar daugiau šalių. Tai reiškia, kad abi pusės (šalys) gali dalytis verte, atsiradusia iš nepakankamai išnaudotų įgūdžių ar turto. Šis keitimasis verte vyksta per bendrą rinkos - bendradarbiavimo platformą, kurioje tiek prekės ar paslaugos teikėjas, tiek vartotojas bet kurio metu gali apsikeisti vietomis. Ekonomistas taip pat pastebi, kad dalijimasis nėra nauja - jau nuo senų laikų buvo įprasta keistis daiktais ar paslaugomis. Tačiau interneto prieiga ir atsiskaitymas per platformą išplečia šio verslo modelio mastą. Interneto dėka dalijimosi ekonomika jungia viso pasaulio vartotojus. Wright (2017) teigia, kad dalijimosi ekonomika yra ekonominis modelis, pagal kurį žmonės gali skolintis ar išsinuomoti kitam asmeniui priklausantį turtą. Dalijimosi ekonomika tapo plačiu dalijimosi tinklų ir verslo modelių, pagrįstų pelno siekimu, kategorijos pavadinimu.

Panašų apibrėžimą siūlo Botsman (2015) sakydamas, kad tai ekonominis modelis, pagrįstas produktų ir paslaugų dalijimu, keitimu, prekyba ar nuoma, suteikiant laikiną prieigą prie nuosavybės, neperleidžiant nuosavybės teisių.

Pasaulinė organizacija "The people who share" (2018) siūlo labai plačią apibrėžtį - dalijimosi ekonomika yra socialinė ir ekonominė ekosistema, jungianti žmogiškųjų ir fizinių išteklių pasidalijimą, siekiant finansinės ar kitokios naudos iš neišnaudoto privataus turto. Tai apima bendrą kūrimą, gamybą, platinimą, prekybą ir vartojimą tarp skirtingų žmonių visame pasaulyje.

Schor (2014) apibūdina dalijimosi ekonomiką, kaip galimybę sukurti bendruomenę, kurioje galima tarpusavyje naudotis prekėmis ir paslaugomis, neįgyjant nuosavybės teisių. Upham, & Budd (2015) pateikia dar paprastesnę dalijimosi ekonomikos apibūdinimą, sakydami, kad tai jungianti vartotojus internetinių platformų grupė, kuri mažina tarpininkavimo sąnaudas ir taip palengvina ekonominę veiklą. Labai panašiai Barnes & Mattsson (2016) apibūdinami dalijimosi ekonomiką akcentuoja dalijimosi platformas, sakydami, kad internetinių svetainių ir socialinių tinklų technologijų naudojimas siekiant palengvinti tarpusavio dalijimąsi ištekliais ir yra dalijimosi ekonomika.

Jungtinės Karalystės nacionalinis statistikos departamentas (2017) siūlo kaip atpažinti dalijimosi ekonomiką - veikia per internetinę platformą, per svetainę ar programą, sudarant sąlygas vartotojams ir, paslaugų ar prekių, tiekėjams atlikti sandorius. Laikinais suteikiant prieigą prie prekės ar paslaugos bei neperleidžiant nuosavybės teisių.

Pastebima, kad anksčiau buvo labiau akcentuojamasi į paslaugas, tačiau šiuo metu vis dažniau minima, kad dalijimosi ekonomika gali apimti ir prekes. Pasak „Swedbank“ vyresniosios ekonomistės Galdikienės (2018), dalijimosi ekonomika, taip pat gali būti įvardijama, kaip bendro vartojimo ekonomika: tai – ekonominė rinka, kurioje tarp vartotojų ir paslaugų ar prekių teikėjų vyksta prekyba daiktais, nuoma ar pinigų skolinimas bei dalijamasi prekėmis ir paslaugomis. Pasak Galdikienės (2018) žinomiausi, populiariausi dalijimosi ekonomikos pavyzdžiai – muzikos bei filmų ir serialų platformos „Spotify“ ir „Netflix“ (šiose platformose už tam tikrą mėnesinį mokestį galima klausytis muzikos ar žiūrėti filmus bei serialus), apgyvendinimo paslaugos „Couchsurfing“ ar „AirBnB“ (šiose platformose įvairių šalių gyventojai siūlo turistams trumpalaikę gyvenamosios vietos nuomą už pigesnę kainą nei viešbučiai ar net nemokamai), transporto paslaugos, tokios, kaip „Uber“ ar „Taxify“ (pavežėjimo paslauga) ar net socialiniame tinkle „Facebook“ egzistuojančios daiktų mainymosi grupės ar prekybos turimais drabužiais platforma „Vinted“ – jos taip pat atitinka dalijimosi ekonomikos kriterijus.

Nors daugelyje šaltinių teigiama, kad dalijimosi ekonomika yra gana nauja, galima rasti ir priešingų nuomonių. EY atstovai (2015) teigia, kad dalijimosi ekonomikos įmonių pirmtakai yra „e-Bay“ (daiktų pardavimo platforma), „Wikipedia“ (informacijos platforma), „Facebook“ (bendravimo ir informacijos platforma) ir „YouTube“ (video ir muzikos platforma).

Mokslinėje literatūroje pateikiama dar daugiau įvairių dalijimosi ekonomikos apibrėžimų ir šios sąvokos paaiškinimų. 3 lentelėje pateiktos dalijimosi ekonomikos sampratos, sutinkamos įvairiuose moksliniuose šaltiniuose ir atliktuose tyrimuose.

3 lentelė. Dalijimosi ekonomikos traktuotės (sudaryta autorės, remiantis lentelėje minimais šaltiniais)

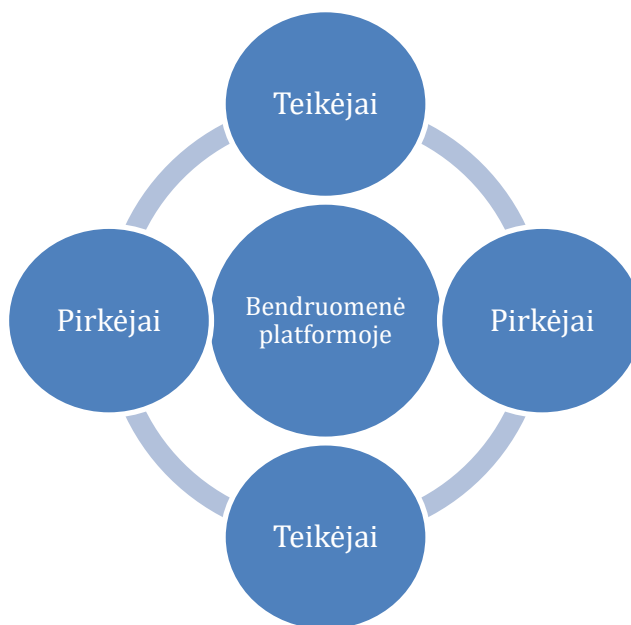
Apibrėžimas	Autorius
Dalijimosi ekonomika yra internetinis ekonominis modelis, grindžiamas produktų ar paslaugų dalijimusi, keitimu, prekyba ar nuoma, suteikiant galimybę naudotis nuosavybės teise.	Botsman (2015). The Sharing Economy Lacks a Shared Definition.
Dalijimosi ekonomika yra interneto ir socialinių tinklų pagalba sukurta platforma, skirta dalintis daiktais ir paslaugomis su suinteresuotais asmenimis, grupėmis ir bendruomenėmis.	Nielsen (2014). The shared building portfolio
Dalijimosi ekonomika yra būdas asmenims sėkmingai dalytis privačiu turtu ir informacija, esant paklausai.	Dyal-Chand (2015). Regulating Sharing: The Sharing Economy as an Alternative Capitalist System.
Dalijimosi ekonomika yra ekonomikos modelis, kuriame žmonės ir verslas kuria ir dalijasi prekėmis, paslaugomis, vieta ar pinigais vieni su kitais.	Miller (2018). First Principles for Regulating the Sharing Economy.
Dalijimosi ekonomika, tai internetinių bendravimo platformų pagalba sukurta rinka laikinam prekių ir paslaugų, kurias teikia privatūs asmenys, naudojimui neperleidžiant nuosavybės teisių.	Europos komisija (2017) „Sharing economy“

Apibendrinant galima teigti, kad literatūros moksliniuose šaltiniuose apibrėžimuose ir dalijimosi ekonomikos sąvokos traktavimuose bendra tai, kad pirkimas, keitimasis prekėmis ar paslaugomis dažniausiai vyksta tarp fizinių asmenų, kurie bet kuriuo metu iš pirkėjų gali tapti tiekėjais ir atvirkščiai. Pasak šaltinių dalijimosi ekonomika pradėjo plisti bendravimui skirtose platformose. Todėl būtina dalijimosi ekonomikos sąlyga – internetinė platforma, atliekanti tarpininkavimo poziciją. Todėl galima daryti išvadą, kad tai pagrindiniai kriterijai norint nustatyti ar vykdoma ekonominė veikla atitinka dalijimosi ekonomikos sampratą.

2.2. Dalijimosi ekonomikos veikimo principai ir rūšys

Pagrindinis dalijimosi ekonomikos aspektas – internetinė platforma. Jos svarbą pastebi Rysman (2009) sakydamas, kad paslaugos vartotojai ir teikėjai sudaro dvišalę rinką. Dvišalėje rinkoje paslaugų vartotojai ir paslaugų teikėjai sąveikauja visoje platformoje sudarydami tinklą, ir platformos vertė didėja proporcingai pagal tinklo dydį. Taip pat, Rysman (2009) akcentuoja, kad dalijimosi platformos remiasi pasitikėjimu, jose dažniausiai veikia siūlomų paslaugų kokybės vertinimo sistema - balais, žvaigždutėmis, vartotojų atsiliepimais. Be to yra privalu suteikti galimybę vartotojui asmeniškai susisiekti su paslaugų teikėju. Šios funkcijos padeda išlaikyti skaidrumą ir suteikia saugumo bei bendruomenės jausmą.

Lietuvos laisvosios rinkos instituto leidinyje “Prisitaikyti, kovoti ar ignoruoti” (2017) apibrėžiama dalijimosi ekonomikos esmė - tai produktyvus pardavėjų, paslaugų teikėjų ir pirkėjų bendruomenės kūrimas platformoje (žr. 5 pav.) padedantis gauti finansinės naudos iš neišnaudoto asmeninio turto.



5 pav. Pirkėjų ir teikėjų bendruomenės kūrimas ir sąveika

(sudaryta autorės pagal Lietuvos laisvosios rinkos institutą, 2017)

5 pav. pavaizduota, kad dalijimosi ekonomikos bendruomenę sudaro paslaugų ir prekių teikėjai bei pirkėjai. Platformoje užsiregistravę vartotojai (pirkėjai ir pardavėjai) sudaro bendruomenę, kurioje sąveikauja tarpusavyje ir bet kuriuo metu pirkėjas gali virsti pardavėju ir atvirkščiai.

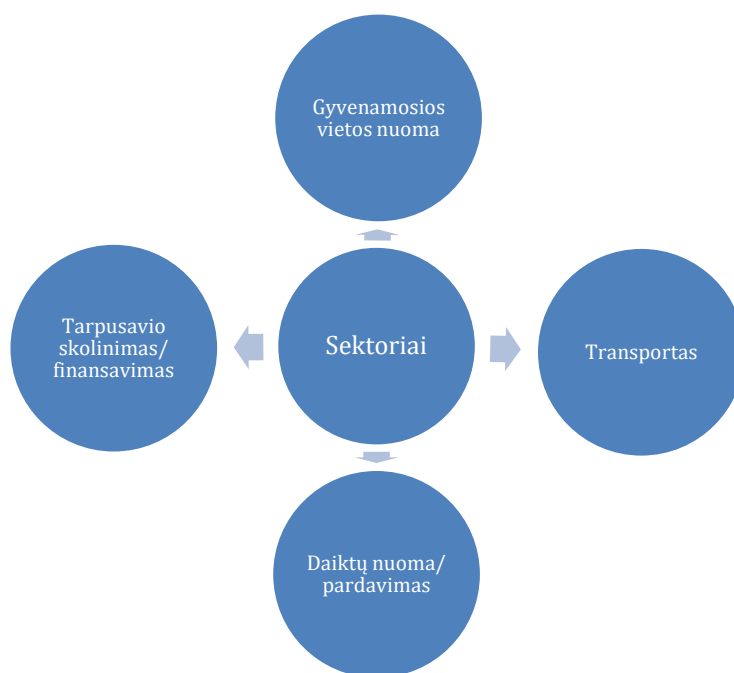
Gilindamiesi į dalijimosi ekonomikos platformų veikimo principą Edelman & Luca (2014) pastebi, jog net platformos, kurios yra ne pelno siekiančios platformos, turi būti suprogramuotos taip, kad būtų

galima užtikrinti, jog platforma veiks ilguoju laikotarpiu. Pvz., "AirBnB" veikia programinė įranga, kuri neleidžia tiekėjams ir klientams dalintis el. pašto adresais ar telefono numeriais prieš užsakymo patvirtinimą. Taip yra dėl to, kad platformose dažniausiai yra nustatytas tarpininkavimo mokestis ir išankstinis pasidalijimas kontaktais keltų riziką to mokesčio vengimui.

Botsman (2015) išskyrė 3 dalijimosi ekonomikos principus:

1. **Technologinės naujovės:** socialiniai tinklai, mokėjimai internetu, tapatybės nustatymo sistemos, platformos, kurių pagalba vyksta mainai.
2. **Bendruomenė:** pardavėjų ir pirkėjų sudaryta fizinių asmenų bendruomenė.
3. **Pilnavertis turto ar nuosavybės išnaudojimas,** sąmoningumas: nenaudojamo turto ar nuosavybės perleidimas kitam, nebūtinai suteikiant nuosavybes teises. Šis principas skatina tvarumą.

Panašius principus išskiria ir Schor (2014), pasak autorės svarbiausi dalijimosi ekonomikos principai yra: bendruomenė ir atviras tinklas (internetas). Schor (2014) mini, kad anksčiau dalijimosi ekonomika klestėjo iš „lūpų į lūpas“, po to atsirado įmonės teikiančios prekes ar paslaugas vartotojams, galiausiai išsivysčius technologijoms atsirado tinklas, kuriuo greitai sklinda informacija ir vartotojai gali rinktis – pirkti iš įmonių ar tapti tiekėjais ir siūlyti savo paslaugas ar prekes. Dalijimosi ekonomika pagavo pagreitį ir pradėjo veikti daugelyje sektorių, tokių kaip: daiktų, transporto, apgyvendinimo paslaugų nuomos sektoriai, tarpusavio skolinimo sektorius. Žukauskas (2017) taip pat išskiria anksčiau minėtus dalijimosi ekonomikos sektorius ir papildomai įvardija naudotų daiktų ar rūbų pardavimo sektorių ir tarpusavio finansavimo sektorių.



6 pav. Dalijimosi ekonomikos sektoriai

(sudaryta autorės, pagal Schor 2014, Žukauską 2017, Matzler 2014, Ordanini 2009)

Richardson (2016) analizuodama dalijimosi ekonomiką pabrėžia bendruomeniškumo ir sąmoningo mąstymo svarbą. Autorė pastebi, kad anksčiau žmonės siekė turėti kuo daugiau privačios nuosavybės nesvarbu tai būtų butas, mašina ar retai naudojami, specifiniai, daiktai. Anot autorės po pasaulį ištikusios ekonominės krizės žmonės pradėjo ieškoti būtų – kaip sutaupyti, kaip gauti reikalingų daiktų laikinam naudojimui. Vystantis šiuolaikinėms technologijoms, interneto plėtrai atsirado platformų siūlančių nuomos – laikinos prieigos paslaugas. Plečiantis turizmo sektoriui išsiplėtė ir dalijimosi ekonomikos principu paremta gyvenamosios vietos nuomos paslauga. Atsirado alternatyva viešbučiams.

Viena populiariausių **gyvenamosios vietos** dalijimosi platformų - Airbnb. Oficialioje svetainėje (2018) pateikiama informacija apie Airbnb idėją ir veikimo principą. Pirminė idėja - internetinės platformos pagalba nuomoti kambarį savo bute ar name už nedidelę kainą. Tokiu būdu gyvenamosios vietos savininkas gali gauti pajamų, o keliautojams norintiems tik nakvynės nereikia mokėti už viešbutį. Pagrindinis veikimo principas - viskas vyksta per platformą, joje talpinama nuomojama fizinio asmens gyvenamoji vieta su aprašymu ir kaina (į kainą įeina rezervavimo mokestis/platformos mokestis). Vartotojai gali rinktis, tai kas jiems tinka pagal poreikius, nuo nakvynės pas kažką namuose iki buto, kotedžo, namo ar net pilies.

Trivett (2013) analizuoja dalijimosi ekonomika besiremiantį transporto paslaugų sektorių. Pagrindinė problema, kurią iškelia autorius, tai didelis automobilių kiekis ir dėl to didėjanti oro tarša. Trivett pastebi, kad šiais laikais žmonės siekia patogumo ir nepriklausomybės – tai reiškia nevaržomą judėjimą kada nori ir kur nori. O tam reikalinga transporto priemonė, dažniausiai – automobilis. Pasak autoriaus automobiliai turi 5 sėdimas vietas, tačiau nepaisant to dažniausiai yra užimama tik viena ar dvi. Dėl šios priežasties gatvės prisipildo automobilių ir susidaro kamščiai. Dalijimosi ekonomikos principu grįstos transporto paslaugos padeda išvengti šių problemų, nes siūlo ne įsigyti privatų automobilį, o naudotis alternatyvomis.

Viena iš **transporto paslaugų nuomos** platformų yra „Uber“. Oficialioje „Uber“ svetainėje (2018) skelbiama, kad dalijimasis transportu, tai ne tik pavėžėjimo paslauga. Tai, taip pat:

1. autonominio vairavimo technologijų plėtra ir pritaikymas,
2. maisto atvežimas,
3. inovatyvūs krovinių pervežimo sprendimai.

Matzler (2014) analizuoja dalijimosi ekonomika besiremiantį **daiktų – įrankių nuomos paslaugų** sektorių. Autorius pastebi, kad statybų ar remonto sektoriuose reikalingi įvairūs įrankiai, įmonėms sudaro papildomas sąnaudas. Šiuose sektoriuose yra vienkartinių ar specifinių darbų, kuriems reikalingi įrankiai naudojami periodiškai ar labai retai. Tokių įrankių įsigijimas yra netikslingas ir reikalaujantis papildomų išlaidų. Anot Matzler (2014) būtent dėl šios priežasties atsirado daiktų – įrankių nuomos

platformos, kuriose galima išsinuomoti reikiamą daiktą norimam periodui už tam tikrą mokestį. Autorius pastebi, kad šiais laikais galima išsinuomoti ne tik įrankius, bet ir įvairius daiktus.

Daiktų nuomos platformos pavyzdys dalinuosi.lt. Prisijungus į šią platformą, galima įkelti savo turimus daiktus ir skolinti juos kitiems, taip pat skolintis pačiam. „Tai galimybė užsidirbti įdarbinant savo turimus daiktus“ (Rusteika, 2018).

Lietuvos tarpusavio skolinimo ir sutelktinio finansavimo asociacija (2018) apibūdina ir išaiškina tarpusavio finansavimo veikimą. „**Tarpusavio skolinimas** (angl. peer-to-peer lending arba P2PL) yra veikla, kurios metu nesusiję asmenys atlieka skolinimosi ir skolinimo veiksmus, nesinaudodami tradiciniais finansiniais tarpininkais, tokiais kaip bankai ar kitos tradicinės finansinės institucijos. Tokia skolinimosi ir skolinimo veikla vykdoma išskirtinai internetu, naudojantis tarpusavio skolinimo paslaugas teikiančios įmonės platforma. Tokios platformos atlieka paskolų ir lėšų administravimo funkcijas taip pat atlieka besiskolinančiųjų kreditingumo vertinimą“. Tarpusavio skolinimosi dalijimosi ekonomikos principu veikiančios platformos pavyzdys savy.lt. Platformoje galima pasirinkti kelis paskolos variantus: vartojimui, namų remontui, nekilnojamo turto vystymui. Taip pat, galima finansuoti kitų paskolas ir taip gauti palūkanas. Tarpusavio skolinimo platformoje veikia patikimumo sistema, pagal kurią keičiasi palūkanų dydžiai.

Ordanini (2009) išskiria dar vieną dalijimosi ekonomikos sektorių, tai minios finansavimas. Pasak autoriaus, minios finansavimas paverčia žmones investuotojais. Minios finansavimo esmė – rėmimas už tam tikrą naudą. Šis dalijimosi ekonomikos principu veikiantis finansavimas, padeda naujiems kūrėjams gauti pajamų vykdomai veiklai. Tokios veiklos pavyzdys platforma patreon.com joje prisijungę vartotojai mato sąrašą žmonių ar veiklų, kuriems reikia finansavimo. Pasirinkus finansuojamos veiklos yra nurodyta, kokią naudą gaus finansuotojas, tai gali būti pirmumo teisė pamatyti, panaudoti ar išbandyti finansuojamą veiklą ar kt.

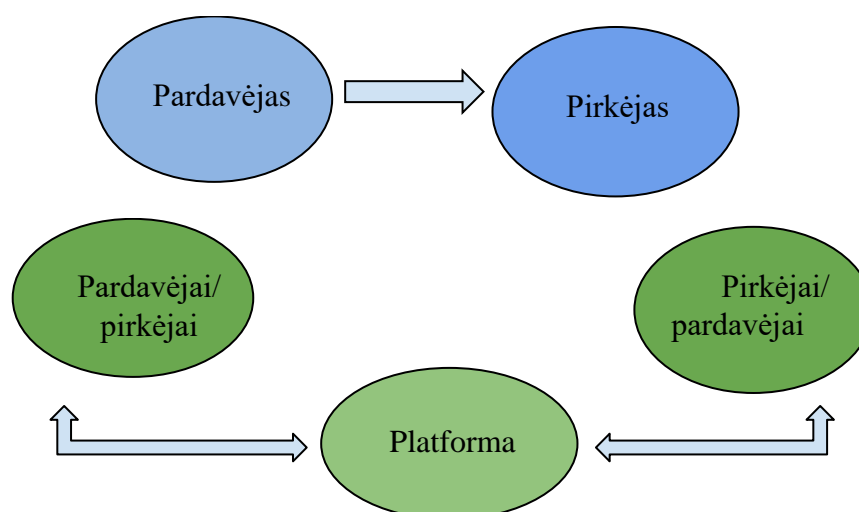
Visus dalijimosi ekonomikos sektorius jungia tas pats principas – asmenys parduoda, skolina, nuomoja prekes arba teikia paslaugas naudodamiesi internetine platforma. Platformos savininkai gauna pelną už tarpininkavimą.

Apibendrinant analizuojamus šaltinius galima teigti, kad dalijimosi ekonomikos pagrindinis veikėjas yra fizinis asmuo gaunantis naudos iš savo nuosavo turto ar teikiamų paslaugų nuomos ar pardavimo. Juridiniai asmenys – atlieka tarpininkavimo poziciją ir pajamas gauna tik už tarpininkavimą ar reklamos paslaugas, kuo didesnė platforma, tuo daugiau sandorių joje įvyksta – o nuo jų didėja ir platformos vertė. Pagrindinis aspektas apjungiantis dalijimosi ekonomikos tiekėjus ir pirkėjus yra platforma, kuri kuria bendruomenę ir skatina jos narius išnaudoti nepanaudotus išteklius, taip gaunant finansinės naudos. Išanalizavus mokslinius literatūros šaltinius galima daryti išvadą, kad prie dalijimosi ekonomikos negalima priskirti įmonių užsiimančių nuomos paslaugomis, nes nuomojamas turtas priklauso įmonei, ne fiziniam asmeniui.

2.3 Dalijimosi ekonomikos ir tradicinės ekonomikos palyginimas

Dalijimosi ekonomikos sandoryje dalyvauja trys šalys: vartotojas, kuris moka už paslaugą, paslaugos ar prekės teikėjas, kuris gauna pajamas ir platforma, kuri sujungia juos abu bei pasiima fiksuotą komisinių mokesčių. Tačiau svarbu paminėti, kad šiame verslo modelyje pirkėjas taip pat gali būti ir pardavėju. Viskas remiasi apsikeitimu, mainais, kolektyviniu pirkimu, bendru naudojimu, bendra verte. Priešingai nei tradicinės ekonomikos sandoryje, kuriame dalyvauja prekės ar paslaugos teikėjas ir pirkėjas, jie pozicijomis nesikeičia. Viskas remiasi asmenine nuosavybe, privačiu turtu. (The people who share, 2018).

Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos dalyvių skirtumai ir jų priklausomybių ryšiai pavaizduoti 8 pav.



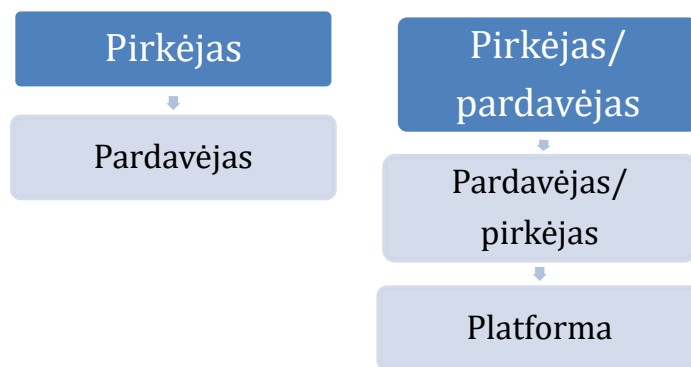
**7 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos dalyvių skirtumai
(sudaryta autorės pagal The people who share, 2018)**

Šiame paveikslėlyje (7 pav.) mėlynai pavaizduotas tradicinio verslo modelis, kuriame matosi, kad pardavėjas ir pirkėjas yra atskiri ekonomikos dalyviai. Tai tradicinis verslo modelis, kuriame pardavėjas ir pirkėjas vaidmenimis nesikeičia – tik pardavėjas gali teikti prekes ar paslaugas pirkėjui. Žaliai pavaizduotas dalijimosi ekonomikos veiklos modelis, kuriame matyti, kad pardavėjas gali būti pirkėju ir atvirkščiai. Šiame verslo modelyje atsiranda jungiamasis veiksnys – platforma (The people who share, 2018).

Skirtumus tarp įprastos ir dalijimosi ekonomikos pastebi ir Katz (2016) sakydama, kad dalijimosi ekonomikos principu interneto platformose vykdomas verslas padeda išvengti sąnaudų, kurias patiria tradicinės ekonomikos principu vykdomas įprastas verslas. Pvz. sandėliavimo sąnaudos. Įprastą verslo formą vykdančios įmonės teikia prekes, kurias privalo sandėliuoti, o tai užima vietą. Jei tai maisto produktai, jie gali sugesti – taip sudarydami dar daugiau sąnaudų. Dalijimosi ekonomikos atvejų tokių

sąnaudų nelieka, nes įmonė užsiima tarpininkavimu ir tiesiogiai teikiamos prekės neturi ir nesandėliuoja. Pagrindinis aspektas, kurį išskiria autorė yra tai, kad platformos, kuriose vykdomi mainai tiesiogiai neuždirba iš vykdomos veiklos. Jos atlieka tik tarpininko poziciją, už kurią gauna pajamas. Panašiai argumentuoja ir Raemdonck (2016) straipsnyje „Sharing economy enemy or ally of traditional business“ sakydamas, kad dalijimosi ekonomika yra interneto ir žiniasklaidos pagalba išpopuliarėjęs socialinis ir ekonominis fenomenas, kuriantis tvarią bendruomenę, kurioje vyksta mainai. Raemdonck (2016) pastebi, kad ši ekonomikos rūšis stipriai skiriasi nuo tradicinės ekonomikos tuo, kad pirkėjas turi galimybę, bet kuriuo metu, tapti paslaugų ar prekių teikėju, taip pat, tuo pačiu metu būti ir pirkėjas ir pardavėjas - tradicinės ekonomikos atveju, tai neįmanoma, nes tik pardavėjas gali teikti paslaugas ar prekes.

8 pav. pavaizduotas tradicinės ir dalijimosi ekonomikos pajamų gavėjai.

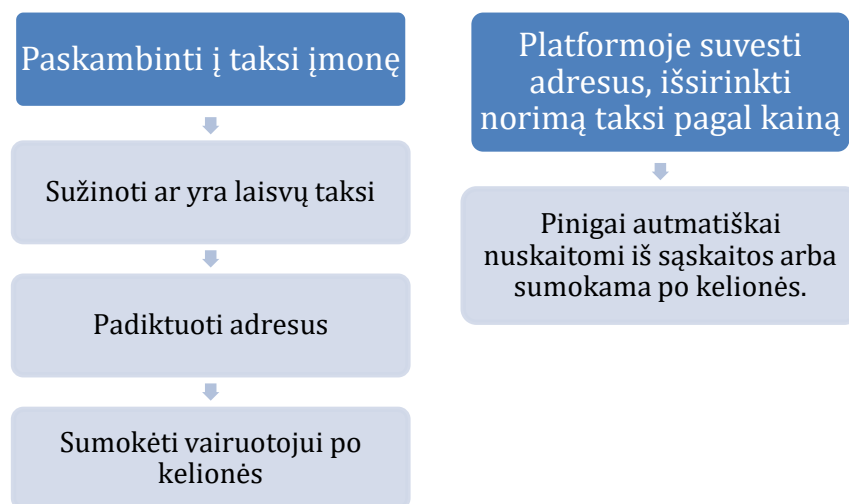


8 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos pajamų gavėjai
(sudaryta autorės pagal Katz, 2016, Raemdonck, 2016)

8 pav. kairėje pusėje pavaizduotas tradicinės ekonomikos modelis, kai pardavėjas gauna pajamas iš pirkėjo. Dešinėje pusėje pavaizduotas dalijimosi ekonomikos modelis, kai pardavėjas gali būti ir pirkėjas bei atvirkščiai. Šiuo atveju pardavėjas gauna pajamas už parduotas prekes ar paslaugas. Platforma gauna pajamas už tarpininkavimą.

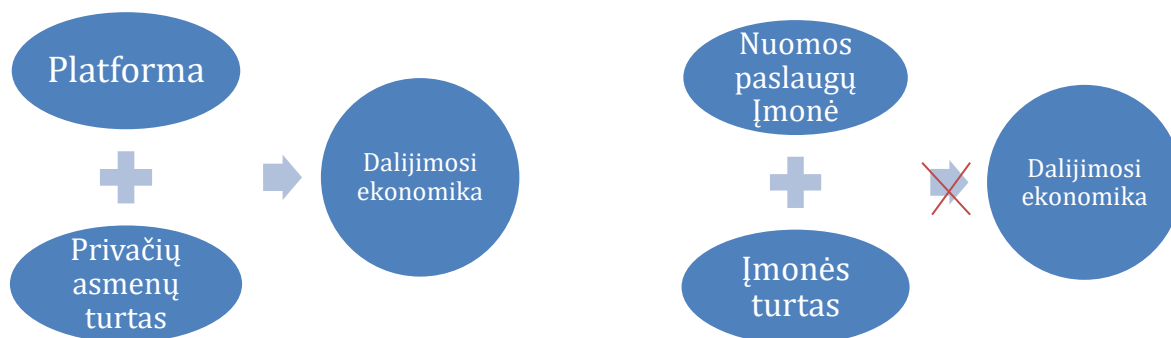
Shankar (2016) lygina tradicinės ir dalijimosi ekonomikos principu veikiančias taksi paslaugas (žr. 9 pav). Kairėje pusėje pavaizduotas tradiciniu principu veikiančias taksi. Pirmiausia reikia paskambinti, sužinoti ar yra laisvų taksi. Jei atsakymas neigiamas, skambinama sekančiai taksi firmai. Kai tuo tarpu dalijimosi ekonomikos principu veikiančioje taksi platformoje realiu laiku galima matyti ar šalia yra laisvų taksi paslaugų tiekėjų ir kiek reikės laukti kol jie atvyks. Prieš atvykstant tradiciniam taksi būtina įspėti, jei norima mokėti kortele. Kai tuo tarpu naudojantis dalijimosi ekonomikos taksi paslaugomis pinigai iš karto gali būti nuskaičiuoti iš vartotojo asmeninės banko sąskaitos. Shankar (2016) lygindamas

šias paslaugas, mano, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančių taksi paslaugų pranašumas akivaizdus.



9 pav. Tradicinės ekonomikos ir dalijimosi ekonomikos taksi paslaugos palyginimas
(sudaryta autorės pagal Shankar, 2016)

Shankar (2016) nuomone tradicinis verslas norėdamas išsilaikyti rinkoje privalo rasti alternatyvų lengvinančių paslaugų tiekimą. Nuomos paslaugas teikiančios įmonės nėra dalijimosi ekonomikos dalis (žr. 10 pav.)



10 pav. Nuomos paslaugų įmonė nėra dalijimosi ekonomikos dalyvė
(sudaryta autorės pagal JAV komercijos departamentą, 2016)

Tokio atvejo pavyzdys yra UAB „Prime Leasing“ siūloma trumpalaikės automobilių ir dviračių nuomos paslauga „CityBee“ sukurtoje platformoje. Šioje platformoje užsiregistravę vartotojai gali daug pigiau nei įprastame nuomos punkte išsinuomoti įmonei priklausantį automobilį ar dviratį. Transporto priemones galima palikti tam tikrose miesto vietose, o už jas atsiskaitymas vyksta platformoje - tai sudaroma galimybė dalintis. Automobiliai ir dviračiai išdėstomi mieste, klientams nereikia važiuoti į

nuomos punktą. Tvarkos palaikymą apibrėžia griežtos taisyklės. Todėl ką tik naudotą automobilį jau gali perimti kitas klientas. Tai iš dalies atitinka dalijimosi ekonomikos principą. Tačiau atsižvelgiant į tai, kad JAV Komercijos departamento (2016) pranešime pažymima jog švelnesnis nei fiziniams asmenims įstatymų reguliavimas neturėtų būti taikomas juridiniams asmenims vien tik dėl dalijimosi ekonomikos specifikos. Nurodoma, kad daiktai ar vieta nuomai, reikalingi suteikti tam tikras paslaugas, turi priklausyti nepriklausomiems paslaugų teikėjams, o įmonės, kurios nuomoja daiktus ir veikia kaip nuomos punktai, neturėtų būti laikomi dalijimosi ekonomikos dalyvėmis (žr. 8 pav.).

Tradicinę ir dalijimosi ekonomiką lygina ir Mleczo (2017) sakydamas, kad tradicinės ekonomikos principu veikiančios įmonės parduoda ar teikia paslaugas turėdamos nuosavybės ar turto. Priešingai, dalijimosi ekonomikos pagrindu veikiančios įmonės turto neturi, jos valdo platformas, kuriose vyksta prekių ar paslaugų mainai.– platformos. Tokių platformų pavyzdžiais galėtų būti:

1. „**Uber**“ - didžiausia pasaulyje taksi įmonė, neturinti transporto priemonių.
2. „**Facebook**“ - populiariausia pasaulyje žiniasklaidos svetainė, nekurianti turinio.
3. „**Alibaba**“, vertingiausias mažmenininkas, neturintis inventoriaus.
4. „**Airbnb**“, didžiausia pasaulyje apgyvendinimo paslaugų teikėja, neturi nekilnojamojo turto.

Mleczo (2017) akcentuoja, kad dalijimosi ekonomikos principu veikianti verslo forma padeda išvengti tradicinės ekonomikos principu vykdomo verslo sąnaudų.

Torregrossa (2013) pateikia dar vieną tradicinės ir dalijimosi ekonomikos palyginimą (žr. 4 lentelę).

4 lentelė. Tradicinės ir dalijimosi ekonomikos skirtumai (sudaryta autorės, pagal Torregrossa, 2013)

Tradicinė ekonomika	Dalijimosi ekonomika
Veiklą kontroliuoja keli asmenys savininkai/akcininkai	Prie veiklos prisidėti gali norintys platformos vartotojai
Centralizuotas valdymas	Besiplečiantis valdymas
Tvirtas konkurencinis pranašumas	Konkurencija inovacijų dėka
Klientas	Bendruomenė

Lentelėje akcentuojamas tradicinės ekonomikos susitelkimas į privatumą – veiklą kontroliuoja keli asmenys, galioja centralizuotas pavaldumo principu veikiantis valdymas. Tradicinės ekonomikos įmonės turi tvirtą konkurencinį pranašumą. Dalijimosi ekonomikoje viskas atvirkščiai. Negalioja pavaldumo principas, vartotojams suteikiama daugiau laisvių. Vystomos inovacijos. Pagrindinis dalijimosi ekonomikos tikslas - bendruomenė.

Apibendrinant analizuotus mokslinius šaltinius galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika remiasi, šiek tiek, kitokiais principais nei tradicinė ekonomika. Tai nauja verslo forma siekianti sukurti bendruomenę bei tvirtą vartojimą. Pagrindinis šių ekonomikų skirtumas yra tai, kad tradicinės

ekonomikos principu veikiančios įmonės remiasi privataus turto kaupimu, naujų daiktų kūrimu, dalijimosi ekonomikos – nenaudoto turto išnaudojimu.

2.4. Dalijimosi ekonomikos vertinimas teikiamos naudos ir reglamentavimo aspektais

Šiame skyriuje pateikiami literatūros šaltiniuose analizuojami dalijimosi paslaugų ir platformų teikiama nauda, išskiriant verslo, paremto dalijimosi ekonomika, privalumus bei trūkumus, kuriuos įvardija dalijimosi ekonomikos dalyviai. Lyginamas tradicinės ir dalijimosi ekonomikos reglamentavimas transporto ir gyvenamosios vietos nuomos veiklos srityse. Pateikiamas tarpusavio skolinimo reglamentavimas.

2.4.1 Dalijimosi ekonomikos privalumai

Dalijimosi ekonomika palengvina nuosavybės, gamybos, bendradarbiavimo, smulkaus verslo veiklą, atgaivina ekonomiką, skatina inovatyvias dalijimosi prekėmis ir paslaugomis galimybes.

Europos konkurencijos taryba (2016) pastebi, kad „naujo pobūdžio paslaugas, paremtas informacinių technologijų platformų naudojimu, kuriančios įmonės geba suvesti vartotojus su labiausiai jų lūkesčius atitinkančiais paslaugų teikėjais, prisideda prie inovacijų skatinimo ir veiklos skaidrumo didinimo. Dalijimosi ekonomikos teikiamomis galimybėmis be jokių valstybės paskatų ir paramos gali pasinaudoti individualūs paslaugų teikėjai bei smulkus verslas, taip prisideddami prie bendro valstybės ekonominio augimo“.

Europos Konkurencijos tarybos (2016) nuomone, dalijimosi ekonomika:

1. užtikrina didesnę paslaugų įvairovę,
2. suteikia vartotojams daugiau galimybių pasirinkti,
3. gali pasiūlyti aukštesnės kokybės paslaugą už geresnę kainą.

Guttentag (2013) atlikęs mokslinės literatūros analizę nustatė, kad pagrindinis veiksnys lėmęs Airbnb plėtrą buvo santykinai maža kaina už kokybišką paslaugą. Tai padarė didžiulę įtaką viešbučių pramonei, kadangi atsirado galimybė visiems norintiems nuomoti savo gyvenamąją vietą ir rinką prisipildė naujų paslaugos teikėjų. Hosp (2016) pastebi, kad Airbnb kaip privalumą reklamoje mini naujus pozityvius potyrius. Pavyzdžiui, viena šeima dalijosi įspūdžiais, kad iš butų savininkų yra sulaukę staigmenų - sveikinimo raštelių, šviežių vaisių ar tradicinių saldumynų. Anot Hosp tai paliečia emocijas, todėl klientas yra suinteresuotas dalintis gerais atsiliepimais bei grįžti.

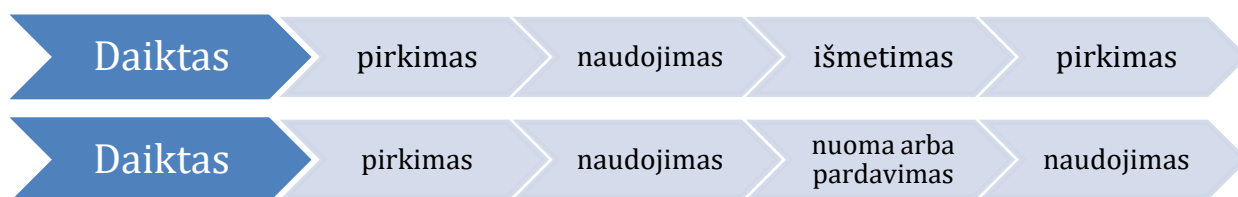
Europos Komisijos užsakymu rinkos tyrimų ir konsultacijų bendrovės „Kantar TNS“ atliktas „Eurobarometro“ tyrimas (2016) parodė, kad Lietuvos gyventojų matomi dalijimosi platformų

privalumai sutampa su tais, kuriuos įvardijo likusios ES piliečiai. Respondentai Lietuvoje mano, kad naudojantis dalijimosi platformomis įvairias paslaugas galima gauti paprasčiau, toks vartojimo modelis leidžia įvairias paslaugas gauti pigiau nei perkant jas tradiciniu būdu. Dar dalis lietuvių dalijimosi platformas vertina teigiamai dėl galimybės per jas paslaugomis ar produktais keistis su kitais vartotojais, o ne atsiskaityti pinigais.

Wright (2017) pastebi, dalijimosi ekonomika vartotojams padeda sutaupyti pinigų ir padidina patogumą. Šis modelis suteikia vartotojams galimybę greitai palyginti kainas, todėl jiems galima pasirinkti pigesnę paslaugą ar prekę. Patogumas vertinamas greičiu, daugelis prekių ir paslaugų, kuriomis keičiamasi, teikiamos nedelsiant ir beveik visi sandoriai apmokami elektroniniu būdu.

Lombardo (2015) pabrėžia, kad dalijimosi ekonomika kuria naujas, savarankiškas darbo vietas suteikiant galią sudaryti sąlygas ir turėti lanksčias darbo valandas, pavyzdžiui – Ebay. platforma, kurioje žmonės parduoda nebenaudojamus ar savo sukurtus daiktus.

Rustrum (2015) atliko tyrimą, kuris parodė, kad dalijimosi ekonomikos vartotojai mano jog dalijimasis prekėmis, daiktais, būstu ar paslaugomis yra naudingas aplinkai ir didina žmonių sąmoningumą nuolatinio pirkimo perspektyvoje. Taip yra dėl to, kad nauji daiktai reikalauja sąnaudų, o dalijimasis padeda sulėtinti pirkimo - išmetimo procesą. Tuo pačiu siunčiama žinutė - jog prekės ir produktai turi būti gaminami sąmoningai ne tam, kad būtų kuo greičiau išmesti ir pakeisti naujais, o tam, kad būtų naudingi vartotojui ir draugiški aplinkai. Panašiai teigia ir Wright (2017) sakydama, kad dalijimosi ekonomikos modelis yra patrauklus vartotojams, kurie domisi tvarumu ir siekia išnaudoti daiktą iki pabaigos. Arba stengiasi sumažinti asmeninę nuosavybės teisę į daiktus - jei galima dalintis automobiliu, nereikia pirkti automobilio. Taip ne tik sutaupomi finansai, bet ir saugoma aplinka.



**11 pav. Tvarumas dalijimosi ekonomikoje
(sudaryta autorės pagal Wright, 2017)**

Nupirkto daikto naudojimo laiko pratęsimas išsivysčius dalijimosi ekonomikai pavaizduotas 11 pav. Pasak Wright (2017). Interneto dėka išpopuliarėjusios dalijimosi ekonomikos platformos palengvino tarpusavio sandorių vykdymą.

Moghaddam (2015) taip pat pastebi jog dalijimosi ekonomika skatina tvarumą ir suteikia vartotojams didžiulę naudą leisdamą pasinaudoti daiktais jų neįsigyjant. Taip pat perleisti jau turima, tačiau pabodusį daiktą.

Lietuvos elektronikos paslaugų asociacija (2018) įžvelgia dalijimosi ekonomikos naudą gamtai „pirma, tokiu būdu ne tik formuojami geresni santykiai tarp bendruomenės narių, paprasčiau susipažįstama, bet ir skatinamas socialiai atsakingas vartojimas. Galimybė užuot pirkus skolintis ar dalintis, padėtų išvengti nereikalingo pirkimo ir apsikrovimo retai naudojamais daiktais. Taip taupomi ir pinigai, ir vieta namuose, o svarbiausia - gamtos išteklių“.

Gregory (2017) taip pat pritaria sakydamas, kad dalijimosi ekonomika skatina tvarumą ir miestų išteklių reorganizavimą mažinant sąnaudas ir apjungiant visuomenę bendram poreikių tenkinimui iššvaistant kuo mažiau išteklių. O M. Cheryl (2017) papildoma sakydama jog dalijimosi ekonomika skatina gyventojų įsitraukimą į bendruomenes, skatina sąmoningumą ir mažina apatiškumą globaliniam klausimams. Bendruomeniškumo skatinimą pastebi ir Europos parlamentas, sakydamas, kad ne visi dalijimosi ekonomikos verslo modeliai yra orientuoti į pelną. Jie taip pat gali remtis bendruomenės savanoryste. Vienas geriausių pavyzdžių – visiems žinoma laisvoji interneto enciklopedija – „Vikipedija“, kuri nuo sukūrimo pradžios 2001 m. tapo didžiausiu pasaulyje žinyne (Europos parlamentas, 2017).

Jungtinių Amerikos Valstijų bankas „United bank“ išleido leidinį „The Sharing Economy—Pros, Cons, and Why It’s Here to Stay“ (2018), kuriame nurodo tokius dalijimosi ekonomikos privalumus:

1. **Laisvas darbo grafikas** – dalijimosi ekonomika suteikia žmonėms galimybę būti savarankiškai dirbančiais asmenimis ir gauti pajamų iš savo asmeninio turto.
2. **Mažesnė kaina** - nesvarbu, ar tai yra dizainerio suknelė, važiavimas, ar atostogų būsto nuoma populiariausioje miesto dalyje. Dalijimosi ekonomika padaro brangesnes prekes ir paslaugas labiau prieinamas, nei tai būtų gaunama per tradicinės priemonės. Dalijimosi ekonomika platformos dėka padeda sumažinti išlaidas. Tai sumažina kliūtis vartotojai turi geresnį pasirinkimą už aukštos kokybės produktus ir paslaugas mažesne kaina.
3. **Pajamos iš nenaudojamo turto** - dalijimosi ekonomika padeda žmonėms užsidirbti, parduodant ar nuomojant neišnaudotus prekes ar išteklius. Pavyzdžiui, žmogus, turintis papildomą kambarį savo namuose, gali jį išsinuomotį per "Airbnb". Asmuo, turintis brangų įrankį remontui, vietoj to, kad laikytų jį garaže, gali išnuomotį tiems, kam jo reikia.

Martucci (2018) taip pat, mini šiuos privalumus, tačiau papildomai išskiria dar du:

1. **Naujos galimybės** – pasidalijimo ekonomika suteikia prieigą prie dalykų, kurie gali būti neprieinami. Pavyzdžiui, daugelis žmonių tiesiog negali sau leisti naujo automobilio ar gauti paskolos iš tradicinio banko. Dalijimosi ekonomika atveria tam galimybes.
2. **Stiprios bendruomenės** – platformos, turi įmontuotus reitingus ir atsiliepimus, kurie padeda užtikrinti, kad tiekėjai ir vartotojai būtų sąžiningi. Taip stiprinama dalijimosi ekonomikos bendruomenė ir pasitikėjimas vieni kitais.

Žukauskas (2016) pastebi dar keletą dalijimosi ekonomikos privalumų:

1. **Produktyvumas** – platforma supaprastina tarpininkavimą, taip mažina sąnaudas.
2. **Platesnė pasirinkimo galimybė** – platformose įvestos filtrų funkcijos padeda išsirinkti tiekėją, pagal norimus kriterijus.
3. **„Švelnesnis“ reglamentavimas** – lyginant su tradiciniu verslu dalijimosi ekonomikos dalyviams taikomai „švelnesni“ reikalavimai.

Taip pat, pasitikėjimą ir norą įsitraukti į dalijimosi ekonomiką didina įvairios akcijos prie kurių gali prisidėti visi norintys platformų naudotojai. Pavyzdžiui, TechRepublic (2018) teigimu, "Airbnb" koordinavo nemokamą apgyvendinimą žmonėms, nukentėjusiems nuo stichinių nelaimių, ir "TaskRabbit" eksperimentavo su savanorių organizavimu krizinėse situacijose. Šios ir kitos pastangos stiprinti pasitikėjimą padeda dalijimosi ekonomikos dalyviams, padeda kurti tvirtus santykius, kurių anksčiau nebuvo.

Apibendrinus ir išanalizavus mokslinius šaltinius išskirti pagrindiniai dalijimosi ekonomikos privalumai (žr. 12 pav.)



12 pav. Dalijimosi ekonomikos privalumai

(sudaryta autorės pagal Žukauską, 2016, Martucci, 2018, Gregory, 2017 ir kt.)

Pagrindiniai dalijimosi platformų privalumai, kuriuos išskyrė dalijimosi ekonomikos vartotojai pavaizduoti 12 pav.

Išanalizavus mokslinius šaltinius galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika naudinga ne tik finansiškai, bet ir skatina aplinkos saugojimą, turimo turto pilnavertį išnaudojimą – tvarumą. Skaitmeninių technologijų dėka gerokai supaprastėjo paslaugų ar prekių radimo bei užsakymo procesai,

o tai reiškia sumažintas sąnaudas verslui. Dalijimosi ekonomika, taip pat, skatina visuomenės užimtumą ir verslumą, o kartu ir didina valstybės biudžeto pajamas.

2.4.2 Dalijimosi ekonomikos trūkumai

Frank (2015) atliko tyrimą, kuris parodė jog nors dalijimosi ekonomika ir yra patraukli geresnės kainos, naujos patirties, ir didesnio pasirinkimo atžvilgiu, tačiau tuo pačiu toks verslo modelis neužtikrina saugumo, higienos reikalavimų laikymosi bei kokybės patikimumo. Dėl šios priežasties vyresnio amžiaus respondentai atsakė, kad būtent trumpalaikės nuomos atveju geriau rinktųsi brangesnį tačiau kokybišką viešbutį, nei būstą iš platformos.

Saugumo klausimą kelia ir Lombardo (2015) teigdamas, kad paslaugos ar prekės pirkimas internetu per platformą neužtikrina kokybės ir atsiranda nemaža tikimybė, kad klientas bus apgautas, o prekės ar paslaugos kokybė bus menkesnė nei nurodyta. Tačiau gali nutikti ir taip, kad apgautas bus pardavėjas, jei prisiregistravęs vartotojas norintis paslaugos ar prekės bus nurodęs ne savo duomenis. Dėl šios priežasties būtina patikrinti platformos politikos taisykles ir išanalizuoti saugumo užtikrinimo principus.

Apie dalijimosi ekonomikos grėsmes pasisako ir Galal (2017) sakydamas, kad netinkamas dalijimosi ekonomikos reglamentavimas gali:

1. iššaukti saugumo, socialinės nelygybės incidentus
2. paskatinti tradicinių rinkų nykimą
3. sukelti nesąžiningos konkurencijos plitimą.

Tinkamos kontrolės nebuvimą akcentuoja ir Masalskas (2018) pateigdamas pavyzdį, kad nors „Airbnb“ ir kitos gyvenamosios vietos dalijimosi platformos gerokai padidino turistų srautą Paryžiuje, tačiau tai turėjo neigiamų pasekmių. Pasak Masalsko (2018) Butų ir kambarių nuoma per „Airbnb“ portalą ar panašias interneto platformas Paryžiuje tokia populiari, kad 2017 m. Prancūzijos sotinės regione jau siūloma daugiau kaip 65 tūkst. tokių būstų. 2013 m. buvo tik 4 tūkst. Masalskas (2018) pastebi, kad dėl dalijimosi ekonomikos išpopuliarėjimo ir nuolatinių turistų srautų, per penkis metus Paryžius prarado daugiau kaip 10 proc. nuolatinių gyventojų, teko mažinti klases mokyklose, be to pradėjo trūkti įprastinių paslaugų – kirpyklų, kepyklų ir panašių įmonių, nes jas išstūmė turistams skirtos kavinės ir restoranai. Taigi Airbnb platformos atsiradimas sutrikdė įprastą Paryžiaus piliečių gyvenimą.

Panašūs atvejai, kai dalijimosi ekonomikos teisinio reglamentavimo nebuvimas sukelia saugumo incidentus užfiksuoti keliose pasaulio valstybėse - viena iš jų Graikija. Tagaris (2018) pastebi, kad Atėnuose jau 3 metus vyksta sujudimai – taksi vairuotojų pasipriešinimai ir protesto akcijos prieš „Uber“. Protestai prasidėjo nuo demonstracijų – „„Uber“ No Thanks“ – Ačiū ne, „Uber“. 2018 m. Protestai tapo agresyvūs ir keliantys saugumo incidentus – buvo užpulti automobiliai teikiantys

pavėžėjimo paslaugas per „Uber“ platformą. Pagrindiniai aspektai paskatinę protestus – nelygūs reikalavimai taksi vairuotojams ir platformų vežėjams bei masinis „Uber“ populiarėjimas. "SATA", taksi regioninė sąjunga (2018), atstovaujanti taksi vairuotojams Graikijoje, pabrėžė, kad „Uber“ verslas yra nelegalus, bet taip greit populiarėjantis, kad legalūs, visus reikalavimus atitinkantys, taksi vairuotojai nebeturi klientų, o tai sukelia vietinių taksi verslų žlugimą. „SATA

“ pastebi, kad „Uber“ susiduria su teisiniais iššūkiais visame pasaulyje, kurias paskatino tradicinių taksi paslaugų sąjungos ir ginčų dėl darbo teisių tyrimai. Dėl neaiškaus dalijimosi ekonomikos reglamentavimo ir greito dalijimosi platformų išpopuliarėjimo ir išplitimo „Uber“ buvo uždraustas Danijoje ir Vengrijoje.

Bosque (2018) pastebi, kad Ispanijoje galioja įstatymas, kuris nustato išduodamų taksi licencijų skaičių. Ispanijos taksi vairuotojų federacija suorganizavo protesto akciją, kurios metu sustabdė pagrindinės Madrido gatvės eismą, taip sudarydami spūstis ir transporto nesklandumus visame mieste. Ši akcija tęsėsi kelias dienas. Protesto tikslas – paskatinti valdžios institucijas griežtai laikytis teisės aktų. Pagal įstatymą Ispanijoje kiekvienai VTC (turistinei transporto priemonei su vairuotoju) licencijai, pagal kurią veikia „Uber“, turėtų būti 30 tradicinių taksi santykis. Tačiau dėl neįvardytų priežasčių buvo išduota daug daugiau VTC licencijų nei tai numato įstatymas. Taksi vairuotojų federacija teigia, kad įprastų taksi vairuotojų licencijos yra daug brangesnės nei VTC. Ispanijos taksi federacija praneša, kad įstatymo nesilaikymas žlugdo tradicinį taksi verslą.

Tiongson (2016), taip pat, įvardija keletą dalijimosi ekonomikos trūkumų, tai - vandalizmo bei daiktų praradimo galimybė. Nuomojant savo asmeninį automobilį ar gyvenamąją vietą niekada negali būti tikras, kad nuomotojas gražins turtą tvarkingą ir nesugadintą. Dėl to būtina šias aplinkybes numatyti sutartyje ar dalijimosi ekonomikos platformų politikos taisyklėse.

JAV United bank (2018) taip pat išskiria dalijimosi ekonomikos trūkumus:

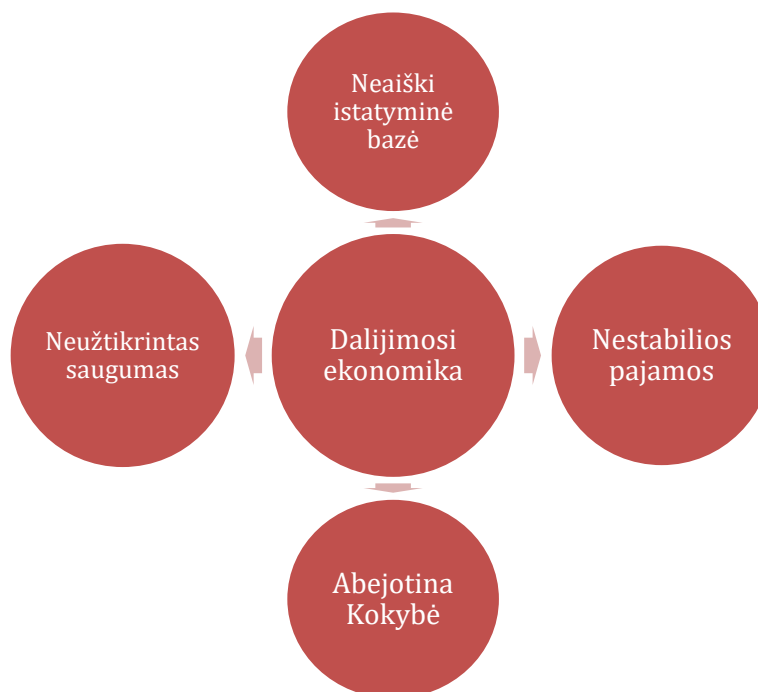
1. **Taisyklių nebuvimas** - daugeliu atvejų trūksta reguliavimo, kuriuo būtų kontroliuojami produktai ir paslaugos, kuriais keičiamasi per sandorį. Pvz., Viešbučiai yra tikrinami, jie turi atitikti saugumo standartus, priešgaisrinio ir higienos reikalavimus. "Airbnb" platformoje nuomojamos gyvenamosios vietos nėra tikrinamos, o tai gali kelti pavojų nuomininkams. Gyventojai, kurie gyvena šalia "Airbnb" nuomų patalpų, yra nepatenkinti, dėl to, kad privatūs namai dažnai apeina gyvenamosios vietos įstatymus ir yra naudojami kaip viešbučiai, o viešbučiai yra nepatenkinti, dėl to, kad "Airbnb" pasiima jų verslo dalį nesąžiningai konkuruodami.
2. **Nestabilios pajamos** – nors dalijimosi ekonomika atveria galimybes naujai verslo formai ir pajamų šaltiniui, tačiau tuo užsiimantis asmuo negali būti tikras pajamų pastovumu. Dalijimosi ekonomikos principu grindžiama verslo galimybė labiau tinka papildomų pajamų gavimui.

Martucci (2018) taip pat mini šiuos trūkumus, tačiau papildomai išskiria dar du :

1. **Privatumo/ saugumo klausimas** - pasidalinimo ekonomika reikalauja, kad abiejuose sandorio šalyse žmonės prarastų privatumą. Pavyzdžiui, kai nuomojama gyvenamoji vieta per "Airbnb", savininkas negali būti tikras, dėl grėsmės iškilimo jo turtui ar net sveikatai.
2. **Prisitaikymas prie kitų** - kai nuomojama gyvenamoji vieta, užimama kažkieno nuosavybė, kurioje gali būti taikomos namų savininkų taisyklės. Platformoje „Airbnb“ nurodoma ar nuomotojai pageidauja tylių, nemėgstančių grįžti vėlai nuomininkų. Dėl to neatkreipus į platformoje nurodytas, nuomos sąlygas dėmesio ir išsinuomojus poreikių neatitinkančią gyvenamąją vietą gali kilti nepasitenkinimas.

Lombardo (2015) pastebi, kad bet kokia ekonominė sistema turi savo privalumus ir trūkumus, ir juos būtina apsvarstyti. Per keletą metų dalijimosi ekonomika įgijo pagreitį ir išplito visame pasaulyje. Pokyčiai bei technologijos ir toliau vystosi, o kartu su jomis, ir dalijimosi ekonomika. Pasak Lombardo (2015) tai, ką valstybių institucijos turi padaryti - ištirti dalijimosi ekonomikos privalumus ir trūkumus ir nuspręsti, kaip ji bus reglamentuojama, kad atneštų kuo didesnę naudą.

Apibendrinus mokslinę literatūrą išskirti pagrindiniai dalijimosi ekonomikos trūkumai, jie pavaizduoti 13 pav.



13 pav. Dalijimosi ekonomikos trūkumai
(sudaryta autorės pagal Žukauską, 2016, Martucci, 2018, Tiongson, 2016)

Dalijimosi platformų vartotojų išskirti dalijimosi ekonomikos trūkumai pavaizduoti 13 Pav. Pagrindinis – įstatymų bazė. Taip pat vartotojai nelinkę manyti, kad iš dalijimosi ekonomikos gaunamos pajamos yra stabilios. Abejojama saugumu ir kokybe.

Išanalizavus mokslinius šaltinius galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika nors ir yra greitai populiarėjanti ir plintanti, tačiau turi ir trūkumų. Visuose analizuotuose šaltiniuose kaip pagrindinis dalijimosi ekonomikos trūkumas buvo įvardytas – aiškaus reglamentavimo nebuvimas. Įstatymų bazės trūkumai kelia sumaištį ir tradicinių verslų nepasitenkinimą. Aiškus reglamentavimas užkirstų kelią interpretacijai ir sudarytų sąlygas sąžiningai konkurencijai tarp tradicinės ir dalijimosi ekonomikos dalyvių. Taip pat, kaip trūkumai buvo įvardinti abejotina kokybė, neužtikrintas saugumas

2.4.3 Dalijimosi ekonomikos reglamentavimas

Jungtinių Amerikos valstijų komercinės ekonomikos ir statistikos departamentas (2017) pastebi, kad dalijimosi platformos veikia teisinio reglamentavimo „tamsiojoje zonoje“, kurios teisės aktai pakankamai nereglamentuoja, dėl šios priežasties iškyla nesklandumų dėl netinkamo įstatymų interpretavimo ir taikymo.

Europos komisijos išleistame leidinyje “ The Cost of Non Europe in the Sharing Economy” (2016) pabrėžiama, kad pagal dalijimosi ekonomiką veikiančioms platformoms sunku pritaikyti tradicinio ar internetinio verslo įstatymus. Būtent dėl dalijimosi ekonomikos specifikos – įmonės atlieka ne paslaugos teikimo, o tarpininkavimo pozicijas. Tarpininkavimo paslaugas teikiančių platformų dėka, atsiranda bendruomenė, kuri dideliu mastu vykdo dalijimosi veiklą ir pradeda konkuruoti su didelėmis įmonėmis. Dėl šios priežasties ir teisinio reglamentavimo nebuvimo kyla rizika nesąžiningos konkurencijos atsiradimui.

Taip pat, Europos komisijos komunikate Europos Parlamentui (2016) sakoma „Bendro vartojimo ekonomikos (arba dalijimosi ekonomikos) srityje dažnai kyla klausimų dėl esamų teisinių sistemų taikymo, nes čia nyksta nusistovėjusios ribos tarp vartotojo ir paslaugų teikėjo – jie bet kuriuo metu gali apsikeisti vietomis – vartotojas gali tapti paslaugos teikėju ir atvirkščiai. Taip pat pamažu nyksta riba tarp darbuotojo ir savarankiškai dirbančio asmens, arba profesionalaus ir neprofesionalaus paslaugų teikimo. Dėl to gali kilti klausimas, kokios taisyklės turėtų būti taikomos. Visų pirma, susiduriama su reglamentavimo susiskaidymu, atsirandančiu dėl nacionaliniu arba vietos lygmeniu taikomų skirtingų reglamentavimo būdų. Tai trukdo Europoje vystyti bendro vartojimo ekonomikai ir neleidžia išnaudoti visų jos teikiamų galimybių. Be to, kyla rizika, kad reglamentavimo neaiškumai bus išnaudoti siekiant apeiti taisykles, kuriomis siekiama apsaugoti viešąjį interesą“.

Dalijimosi ekonomikos teisinis reglamentavimas svarstomas ir Europos Parlamente. Europos Sąjunga, turėtų išsikelti prioritetus ir užtikrinti (Danti, 2016):

1. sąžiningą tradicinių verslo sektorių konkurenciją ir naują bendradarbiaujančios ekonomikos pasaulį
2. užtikrinti aukštą vartotojų apsaugos lygį

3. skatinti Europos bendradarbiavimo modelį, kuris galėtų prisidėti prie darnaus ES vystymosi

Europos konkurencijos tarybos (2016) nuomone, dalijimosi ekonomikos paslaugų teikimas turi būti reglamentuotas, tačiau tik tiek, kiek tai yra būtina vartotojų teisėms apsaugoti. Siekiant dalijimosi ekonomikos įsitvirtinimo šių paslaugų reglamentavimas, bet kuriuo atveju, neturėtų automatiškai remtis „tradicinėms“ paslaugoms taikomais reikalavimais, priešingai – dalijimosi ekonomikos plėtra pirmiausia turėtų paskatinti iš esmės peržiūrėti jau taikomus reikalavimus, įvertinant, ar jie tebėra būtini ir proporcingi atsižvelgiant į rinkoje įvykusius pokyčius.

Plačiau analizuojant vartotojų apsaugą Europos komisija komunikate Europos Parlamentui (2016) pastebi, kad „ES vartotojų apsaugos ir prekybos teisės aktais paprastai reglamentuojami tokie sandoriai, kai viena iš sandorio šalių yra silpnesnė ir jai reikalinga apsauga (paprastai tai yra vartotojas). Tačiau bendro vartojimo ekonomikoje (dalijimosi ekonomikoje) nėra aiškios ribos tarp vartotojų ir verslo, nes čia esama daugiašalių santykių, galinčių apimti įmonių sandorius su įmonėmis, įmonių sandorius su vartotojais, vartotojų sandorius su įmonėmis ir vartotojų sandorius su vartotojais. Esant tokiems santykiams, ne visada aišku, kas galėtų būtų ta silpnesnioji šalis, kuriai reikalinga apsauga“.

Nead (2016) Taip pat, atkreipia dėmesį, kad nyksta riba tarp darbuotojo ir privačiai dirbančio asmens. Pvz.: „Uber“ teigia, kad vairuotojai, kurie naudojami platformą yra laikomi privačiai dirbančiais asmenimis. Todėl bendrovė negarantuoja:

1. minimalaus darbo užmokesčio
2. sveikatos priežiūros išmokų
3. atostogų

Tačiau, skirtingai nei savarankiškai dirbantiems asmenims, "Uber" vairuotojams taikomi keli apribojimai (pvz.: jie negali nustatyti savo kainų). Lietuvos valstybinė mokesčių inspekcija išleido leidinį „Individualios veiklos vykdymo ypatumai“ (2018), kuriame nurodė – kaip atskirti ar vykdoma veikla yra individuali:

„Individuali veikla – savarankiška veikla, kurią vykdydamas asmuo siekia gauti finansinių pajamų ar kitokios ekonominės naudos per tęstinį laikotarpį:

1. savarankiška bet kokio pobūdžio komercinė arba gamybinė veikla, išskyrus nekilnojamųjų pagal prigimtį daiktų pardavimo ir (ar) nuomos veiklą;
2. savarankiška kūryba, mokslinė, profesinė ir kita panašaus pobūdžio savarankiška veikla;
3. savarankiška sporto veikla;
4. savarankiška atlikėjo veikla.“

Visais išvardytais atvejais pabrėžiamas savarankiškumas. Taip pat, Valstybinė mokesčių inspekcija (2018) pateikia platesnį paaiškinimą „Veiklos savarankiškumas pasireiškia per individualią

veiklą vykdančio gyventojų santykį su kita sandorio šalimi, kuri turi iš esmės skirtis nuo darbdavio ir darbuotojo santykių, t. y. jo santykiuose su kita sandorio šalimi neturi būti darbo santykiams būdingų požymių – susitarimo dėl darbo apmokėjimo, darbo vietos ir funkcijų, darbo laiko, atostogų ir pan. Gyventojas pats sprendžia su savo veikla susijusius klausimus, pats dengia savo išlaidas, susijusias su veiklos vykdymu.“

Išanalizavus anksčiau minėtą pavyzdį, kad „Uber“ individualią veiklą vykdančiams vairuotojams nustato kainas, būtų galima manyti, kad tai prieštarauja individualios veiklos principams. Tačiau, kol nėra galiojančių tiesės aktų tiksliai apibrėžiančių ir reglamentuojančių dalijimosi ekonomikos būdu vykdomą veiklą, tol jai taikomi individualios veiklos reikalavimai.

5 lentelėje nurodyti reikalavimai „Uber“ ir tradicinių taksi vairuotojams.

5 lentelė. „Uber“ ir tradicinių taksi vairuotojams keliami reikalavimai (sudaryta autorės, remiantis VMI (2018) ir Lietuvos Keleivių vežimo už atlygį lengvaisiais automobiliais ir lengvaisiais automobiliais taksi taisyklėmis (2012, 2017 registracija)

„Uber“ vairuotojas turi turėti/mokėti	Tradicinių taksi vairuotojas turi turėti/mokėti
Individualios veiklos pažymą ar verslo liudijimą	Leidimą vežti keleivius taksi lengvuju automobiliu
-	Taksi automobilio ženklus
-	Vežėjo vardu įregistruotą taksometrą, valdantį išorinės šviesos signalizaciją, rodančią taksi užimtumą
Techninę apžiūrą kas 24 mėn	Techninę apžiūrą kas 12 mėn
Gyventojų pajamų mokestį, Sodros mokesčius	Gyventojų pajamų mokestį, Sodros mokesčius
PVM mokestį, jei pajamos per metus viršija 45000 EUR	
„Uber“ platformos mokestį	

5 Lentelėje matyti, kad taksi vairuotojams keliami daugiau reikalavimų dėl leidimų, techninės apžiūros periodiškumo bei taksi automobilio žymėjimo. „Uber“ vairuotojams nereikia specialaus automobilio ženklinimo, vežėjo vardu įregistruoto taksometro, išorinės šviesos signalizacijos, rodančios „Uber automobilio užimtumą, o techninę apžiūrą reikia atlikti kas du metus. „Uber“ vairuotojai dirba pagal individualią veiklą ir moka atitinkamus įstatymų tvarka nustatytus mokesčius, kurie pateikti 5 lentelėje.

Toliau analizuojamas gyvenamosios vietos nuomos pavyzdys. Mrazauskaitė (2017) pastebi, kad Lietuvoje trumpalaikė gyvenamųjų patalpų nuoma šalies teisės aktuose neregamentuojama. Lietuvos civiliniame kodekse reglamentuojama tik ilgalaikė gyvenamosios paskirties patalpų nuoma, o Turizmo įstatyme – apgyvendinimo paslaugų reikalavimai. Viešbučiai populiarėjančią trumpalaikę nuomą vertina nepalankiai ir tvirtina, kad panašias paslaugas teikiantys viešbučiai ir butų savininkai veikia nelygiomis

sąlygomis: pirmiesiems tenka mokėti gerokai daugiau mokesčių nei antriesiems. Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacija (LVRA) akcentuoja keliamų reikalavimų skirtumus viešbučiams ir privatiems asmenims – dalijimosi ekonomikos dalyviams (žr. 6 lentelę).

6 lentelė. Reikalavimai nuomos paslaugas teikiantiems
(sudaryta autorės, remiantis Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacija, 2017)

Viešbučiams keliami reikalavimai:	Dalijimosi ekonomikos dalyviams keliami reikalavimai:
Priešgaisrinės saugos reikalavimai	Verslo liudijimas
Higienos normos	Gyventojų pajamų, Sodros mokesčiai
Nekilnojamojo turto mokestis	PVM mokestį, jei pajamos per metus viršija 45000 EUR
Pridėtinės vertės mokestis	
Įmokos autorių teisių apsaugos asociacijoms	

Viešbučiai moka nekilnojamojo turto mokesčius, pridėtinės vertės mokestį, įmokas autorių teisių apsaugos asociacijoms, turi atitikti priešgaisrinės saugos ir higienos reikalavimus. Tuo metu nuomojantiems butus gyventojams tereikia už fiksuotą kainą įsigyti verslo liudijimą ir atitinkamai sumokėti gyventojų pajamų ir Sodros mokesčius, taip pat, jei veikla viršija 45000 EUR prisideda PVM mokestis (žr. 6 lentelėje).

Išanalizavus transporto bei nuomos paslaugų reglamentavimą, toliau analizuojamas sutelktinis finansavimas – tarpusavio skolinimas.

Pirmos Lietuvoje atsiradusios skolinimo platformos „GoSavy” vadovas Zabulis (2017) teigia, kad „platformų operatoriai kol kas labiausiai kritikuoja gana neliberalų tarpusavio finansavimo reguliavimą – jam galioja daug saugiklių bei suvaržymų, galima investuoti ir skolintis tik palyginti nedideles pinigų sumas“. Tarpusavio skolinimas reglamentuojamas Lietuvos Respublikos sutelktinio finansavimo įstatyme (2016, 2018 redakcija), kuriame nurodoma, kad Lietuvos bankas atlieka sutelktinio finansavimo platformų operatorių veiklos priežiūros ir teisinio reguliavimo funkcijas.

Lietuvos bankas (2018) nurodo visus įstatymus, reglamentuojančius sutelktinį finansavimą:

1. Lietuvos Respublikos sutelktinio finansavimo įstatymas;
2. Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymas;
3. Lietuvos banko 2016 m. lapkričio 29 d. nutarimas Nr. 03-171 „Dėl Viešojo sutelktinio finansavimo platformų operatorių sąrašo tvarkymo taisyklių patvirtinimo“;
4. Lietuvos banko 2016 m. lapkričio 29 d. nutarimas Nr. 03-170 „Dėl Sutelktinio finansavimo platformų operatorių informacijos teikimo Lietuvos bankui taisyklių patvirtinimo“;

5. Lietuvos banko 2016 m. lapkričio 29 d. nutarimas Nr. 03-172 "Dėl informacijos apie finansavimo platformų vadovus ir dalyvius teikimo Lietuvos bankui tvarkos aprašo patvirtinimo"
6. Lietuvos banko 2016 m. lapkričio 29 d. nutarimas Nr. 03-169 „Dėl Sutelktinio finansavimo platformų operatorių finansavimo sandorių priimtumo finansuotojams ir projektų savininkų patikimumo vertinimo taisyklių patvirtinimo“.

Šiuose teisės aktuose aiškiai išdėstyta kas gali vykdyti sutelktinio finansavimo platformos operatoriaus veiklą, kaip atrenkami finansuotojai ir išskelti riziką ribojantys reikalavimai.

Apibendrinus analizuojamus šaltinius galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika atveria galimybes naujai verslo formai ir turi daug privalumų. Tačiau būtina atsižvelgti į tai, kad šaltiniuose minima nemažai trūkumų, kurie turi didelės reikšmės tiek valstybei, tiek tradiciniams verslams. Pagrindinis trūkumas darantis didžiausią įtaką dalijimosi ekonomikos plitimui ir tradicinių verslų vykdytojų nepasitenkinimui yra teisinis reglamentavimas. Daugumoje šaltinių minima, kad teisingai reglamentavus ir teisiškai apibrėžus dalijimosi ekonomiką ji gali būti naudinga ne tik visuomenei, bet ir valstybei. Atlikus šaltinių analizę galima teigti, kad kol kas griežčiausiai reglamentuojama yra tarpusavio finansavimo sritis.

2.5. Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros veiksniai

Byers (2017) pastebi, kad dalijimasis nėra nauja koncepcija, istorijoje aprašomas keitimasis prekėmis ar paslaugomis dar tais laikais, kai pinigų nebuvo. Tačiau šių dienų dalijimasis išaugo į dalijimosi ekonomiką ir tapo verslo modeliu, galinčiu išsiplėsti masto ekonomijos dėka. Su išmaniųjų telefonų, internetinių technologijų plėtra kartu susikūrė ir galinga socialinių tinklų paslaugų rinka. Byers (2017) pabrėžia, kad svarbiausią įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro **socialinių tinklų plėtra**. Socialiniuose tinkluose kuriasi bendrus interesus turinčios bendruomenės, kuriose galima ne tik parduoti ar pirkti prekes ir paslaugas, bet, ir konsultuotis, bendrauti bei diskutuoti dominančiomis temomis. Autorius išskiria pagrindinį socialinių tinklų privalumą, tai skaidrumas. Tinkle užsiregistravę vartotojai privalo nurodyti savo vardą ir pavardę, sistemoje veikia komentarų funkcija, kurioje vartotojai gali rašyti teigiamus arba neigiamus atsiliepimus ir pastebėjimus, todėl prekių ar paslaugų pardavėjai yra suinteresuoti išlaikyti kokybę. Tai stiprina pasitikėjimą bei tvirtina bendruomeninį ryšį. Pasak autoriaus, vien tai, kad socialiniuose tinkluose galima rasti ir užsisakyti paslaugų ir prekių iš bet kuriuos pasaulio vietos, lemia dalijimosi ekonomikos populiarėjimą ir plitimą.

Reynolds (2015) taip pat, pastebi, kad socialiniai tinklai paskatino žmones dalintis informacija, rekomendacijomis, bendrauti tarpusavyje su nepažįstamaisiais. Toks tarpusavio bendravimas pamažu kuria pasitikėjimą ir **bendruomenes**, kurios tarpusavyje vykdo ekonominius sandorius. Socialinių tinklų

platformos įvedė tapatybės patvirtinimo sistemas, kurios didina skaidrumą ir stiprina tarpusavio pasitikėjimą, o tuo pačiu ir pasitikėjimą dalijimosi ekonomika. Pasak Reynolds (2015) kuo internetinių dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų vartotojai labiau pasitiki platformos skaidrumu ir saugumu, tuo didesnė platformos plėtros tikimybė. Autorius mano, šiuolaikinei visuomenei svarbu pasitikėjimas ir abipusė pagarba, todėl galima manyti, kad teisinga – skaidrumą ir saugumą užtikrinanti, dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų politika lemia dalijimosi ekonomikos platformų plėtrą.

Consum ir Behav (2012) pastebi, kad didžiausią įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai daro socialiniai tinklai ir žiniasklaida. Visuomenės komunikacijos persikėlimas į internetinę erdvę lemia naujos – **greitai pasiekiamos** – dalijimosi ekonomikos atsiradimą ir tolesnį vystymąsi. Pasak Consum ir Behav (2012) atsiradus socialiniams tinklams ir įvairioms dalijimosi ekonomikos pagrindu veikiančioms platformoms, kuriose prekių ar paslaugų teikėju gali būti bet kuris norintis, atsiveria **galimybės dirbti savarankiškai**. Pasak autorių šiuolaikinė visuomenė vertina nepriklausomybę – galimybę dirbti ne pagal darbo sutartį, o individualiai, todėl dalijimosi ekonomikos principu veikiančių veiklos modelių rūšių tik daugės.

Technologijų svarbą dalijimosi ekonomikoje pabrėžia Galal (2017) teigdamas, kad skaitmeninių platformų atsiradimas leido dalytis tokiu mastu, kurio nebuvo galima pasiekti neprisijungus į internetinį tinklą. O technologijų vystymasis tik patvirtina, jog dalijimosi ekonomika plėsis ir toliau.

Ekonomikos analitikas Miller (2018), taip pat, pastebi, kad dalijimosi ekonomika technologinių naujovių dėka yra viena iš sparčiausiai augančių verslo tendencijų istorijoje. **Išmaniųjų technologijų vystymasis** ir prieinamumas, kartu su internetinės infrastruktūros plėtra, sudarė sąlygas socialinių tinklų atsiradimui. Kasdieniniai veiksmai persikėlė į internetinę erdvę. Pasak autoriaus elektroniniai bankai, valdžios institucijos, internetiniai mokesčių administratoriai, elektroninės parduotuvės, elektroninės paslaugų ar prekių paieškos sudarė galimybes dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų atsiradimui. Pasak autoriaus technologijų naudojimas kasdienybėje išugdė visuomenės įprotį rasti informaciją, rinktis prekes ar paslaugas paprastai ir greitai – dalijimosi platformos remiasi būtent šiuo principu. Pasak Miller'io (2018) dalijimosi ekonomika grįsti veiklos modeliai atitinka šiuolaikinės visuomenės poreikius, todėl dalijimosi ekonomika plėsis ir populiarės tolygiai su išmaniosiomis technologijomis.

Botsman (2015) mano, kad dalijimosi ekonomikos modelis ir toliau plėsis ir vystysis kartu su išmaniosiomis technologijomis. Botsman (2015) pastebi, kad išmanusis telefonas yra pagrindinis daiktas, kurį turi didžioji dalis visuomenės. Išmaniuoju telefonu galima ne tik susisiekti su kitais, bet ir atlikti įvairias pirkimo, pardavimo funkcijas, tai lyg mažas kompiuteris. Visos pasidalijimo ekonomikos principu veikiančios platformos yra pritaikytos išmaniesiems telefonams - tai labai supaprastinta paslaugų ar prekių radimą bei užsakymą. Botsman (2015) pastebi, kad dalijimosi ekonomikos

platformos palengvina prekių ar paslaugų teikėjų patekimą į rinką. Internetinė platforma apjungia daug prekių ar paslaugų teikėjų bei pirkėjų, joje veikia filtravimo sistemos, kurios pagreitina norimo daikto ar paslaugos radimą bei užsakymą, būtent tai mažina sandorių **sudarymo kaštus** ir didina dalijimosi ekonomikos principu veikiančių **platformų konkurencingumą** tarp tradicinės ekonomikos principu veikiančių įmonių. Botsman (2015) atkreipia dėmesį į tai, kad pavėžėjimo ir būsto nuomos sektoriuose dalijimosi ekonomikos principu veikiančios platformos nuo mažų bendruomenių išaugo į pasaulinio mąsto bendruomenes, kurios konkuruoja su tradicinės ekonomikos principu veikiančiomis įmonėmis.

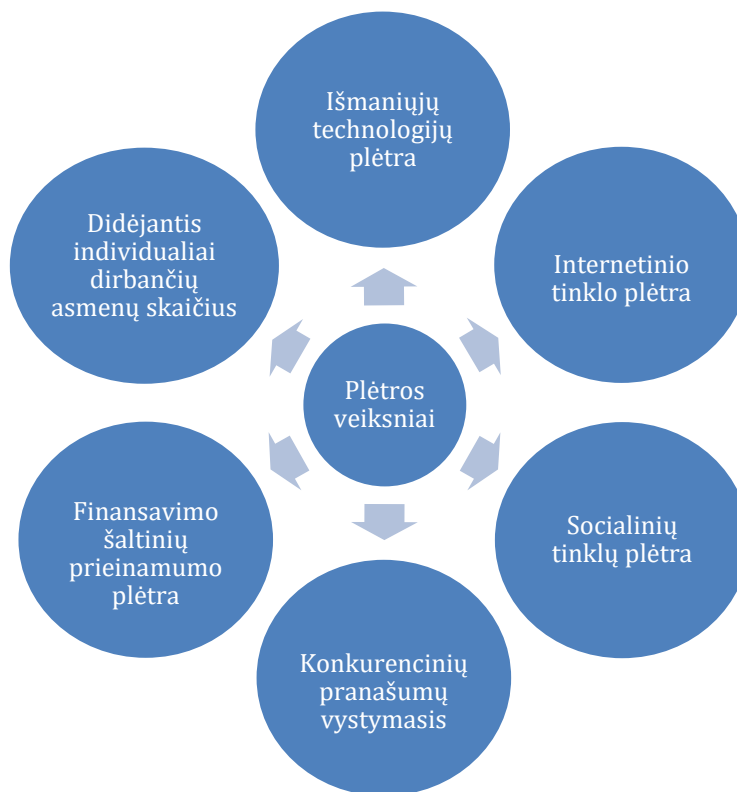
Miller (2018) straipsnyje “ First Principles for Regulating the Sharing Economy ” rašoma, kad „Uber“ atsiradimas transporto sektoriuje yra vienas iš geriausių ir labiausiai pasisekusių pavyzdžių, rodančių pasidalijimo ekonomikos plėtrą ir **poveikį tradiciniam sektoriui**. „Uber“ ir kitos kelionių pavėžėjimo ir pasidalijimo (galimybė platformoje rasti vartotojų keliaujančių į tą pačią vietą – viena mašina) paslaugos yra prieinamos, saugios ir patogios alternatyvos tradicinėms transporto priemonėms, pavyzdžiui, viešajam transportui ar taksi. Naudodamiesi veiksminga mobilia programa ir patikrintų vairuotojų tinklu, „Uber“ patenkina vartotojų transportavimo poreikius, tuo pačiu užtikrinant geresnę naudotojų patirtį nei tradicinės priemonės. Vien tik Niujorke nuo 2015 m. iki 2018 m. atsirado 4,5 karto daugiau „Uber“ vairuotojų nei taksi vairuotojų. Tai padarė stiprią įtaką tradicinės ekonomikos principu veikiančiam taksi verslui ir sukėlė taksi paslaugų kainos sumažėjimą. Pasak Šumskio (2018) „Uber“ vertė 2015 m. buvo 50 milijardų dolerių, 2016 m. 69 milijardai dolerių ir 2018 m. 72 milijardai dolerių.

Guttentag (2013) analizuoja dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų naudą ir patrauklumą vartotojams. Pasak autoriaus vien tai, kad dalijimosi ekonomikos platforma apjungia daug paslaugų ar prekių teikėjų lemia didelę konkurenciją, o vienas iš konkuravimo rodiklių yra kaina. Pirkėjams yra naudingas prekių ar paslaugų teikėjų konkuravimas tarpusavyje, nes tai lemia didesnę pasirinkimą ir **mažesnę kainą**. Nors kaina ir yra mažesnė nei perkant tradicinės ekonomikos principu veikiančiose įmonėse, to neužtenka. Dalijimosi ekonomikos platformose veikiantys teikėjai privalo išlaikyti kokybę ir atrasti naujų būdų, kuriais būtų galima išsiskirti iš kitų platformoje veikiančių prekių ar paslaugų teikėjų. Pasak Guttentag'o (2013) toks vidinis konkuravimas ir pirkėjui palankių sąlygų sudarymas lemia dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų plėtrą.

Ordanini (2009) pastebi, kad dalijimosi ekonomikos principu grįstų veiklos modelių rūšys plečiasi ir darosi įvairesnės. Pirmiausia išpopuliarėjo kasdienių naudotų daiktų ar drabužių pardavimo, pavėžėjimo ir būsto nuomos paslaugų platformos. Vėliau atsirado tarpusavio skolinimo platformos, kuriose kiekvienas (platformos politiką ir taisykles atitinkantis) užsiregistravęs vartotojas gali tapti investuotoju (už tai gaunant palūkanas) ar gauti paskolą. Minios **finansavimo platformų** atsiradimas sudarė galimybes kūrėjams ar projektų organizatoriams gauti finansavimą vykdomai veiklai neimant paskolos. Tokie finansavimo būdai ypač naudingi tiems, kurie, dėl tam tikrų priežasčių, negali gauti paskolos iš bankų ar kredito įmonių. Ordanini (2009) pabrėžia, kad finansavimo paslaugas iki tol teikė

tik bankai ar kredito įmonės. Pasak autoriaus, efektyvus tarpusavio skolinimo ir minios finansavimo paslaugų teikimas dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose rodo, kad dalijimosi ekonomika plečiasi ir atsiranda naujų veiklos modelių rūšių, kurių ateityje jų tik daugės.

Apibendrinti dalijimosi ekonomikos plėtrą lemiantys veiksniai pavaizduoti 14 pav.



14 pav. Dalijimosi ekonomikos plėtos veiksniai

(sudaryta autorės pagal Consum, Behav, 2012, Beyers, 2017, Botsman, 2015 ir kt)

Įdomią teoriją apie pasidalijimą pateikia Volker & Flap (2007) sakydami, kad yra atvirkštinis santykis tarp dalijimosi ir nuosavybės: tai reiškia, kad žmonės dalijasi tik tuo atveju, kai jie negali sau leisti įsigyti daiktų privačiai, o pasidalijimo praktika mažėja, kai tik išauga galimybė įsigyti turtą ar prekę nuosavybės teise. Marsh (2010) tyrimai tai patvirtino - socialiniuose tinkluose bendruomenės yra didesnės, kai išteklių mažesni.

Apibendrinus analizuotus šaltinius galima teigti, kad dalijimosi ekonomika sparčiai plinta pasauliniu lygmeniu įtraukdama vis daugiau naudotojų. Iš analizuotų tyrimų rezultatų galima spręsti, kad tendencijos numatomos ir ateityje Išmaniųjų technologijų ir inovacijų plėtra tiesiogiai susijusi ir su dalijimosi ekonomikos plėtra ir populiarumu. Vienintelis aspektas galintis užkirsti kelią dalijimosi ekonomikos populiarumui yra griežtas teisinis reglamentavimas. Palankus teisinis reglamentavimas atvertų galimybes dalijimosi ekonomikos plėtrai, taip atnešdamas naudos ne tik vartotojams, bet ir valstybėms bei naujų verslo formų vystymuisi.

3. TYRIMO METODOLOGIJA

Bendrovės „Sprinter tyrimai“ 2018 m atliktas tyrimas rodo, kad dalijimosi ekonomika sparčiai populiarėja technologijų vystymosi amžiuje. Išanalizavus atliktus tyrimus pastebima, kad respondentai susiskirsto į dvi grupes – vieni domisi ir dalyvauja dalijimosi ekonomikoje, kiti išreiškia nepasitikėjimą, ir nedalyvauja (Wright, 2017; Masalskas, 2018).

Dauguma mokslinių tyrimų parodo, kad dalijimosi ekonomika skatina gyventojų užimtumą ir atveria galimybes naujiems pajamų šaltiniams (Lombardo, 2015). Taip pat atkreipiamas dėmesys į aplinkos apsaugą – tvarumą – pilnavertį daiktų ar turto išnaudojimą (Botsman, 2015). Dažnai minimas bendruomeniškumas, tarpusavio pasitikėjimas bei skaidrumas (Reynolds, 2015). Akcentuojamas ryšys tarp išmaniųjų technologijų plėtros ir dalijimosi ekonomikos populiarėjimo („Eurostat“, 2018). Tačiau nepaisant atskleistų privalumų ir dalijimosi ekonomikos naudos, minimas reglamentavimo trūkumas. Įstatymų bazės netikslumai gali sukelti saugumo, socialinės nelygybės, nesąžiningos konkurencijos incidentus, tradicinių rinkų nykimą (Galal, 2017).

Šiame magistro baigiamajame darbe analizuoja dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių principai, plėtra, bei ją įtakojantys veiksniai. Dalijimosi ekonomikos tematika atlikta daug tyrimų Europoje bei Jungtinės Amerikos Valstijose. Lietuvoje trūksta tyrimų apie dalijimosi ekonomikos paplitimą, naudotojų skaičių, dalijimosi ekonomikos privalumus ir trūkumus, populiariausias dalijimosi ekonomikos sritis bei platformas. Naujausias 2018 m. atliktas tyrimas apie dalijimosi ekonomikos paplitimą ir naudojimą Lietuvoje ir Švedijoje buvo inicijuotas „Tieto Lietuva“ ir banko „Swedbank“. Tyrimo metu nustatyta kokios amžiaus grupės vartotojai dalyvauja dalijimosi ekonomikoje, kokios dalijimosi ekonomikos sritys populiarnės Lietuvoje, kokios Švedijoje. Kitą tyrimą atliko Lietuvos laisvosios rinkos institutas 2017 m. tyrimo metu nustatyta, kokie veiksniai skatina respondentus įsitraukti į dalijimosi ekonomiką, o kokie priešingai – skatina susilaikyti. Sekantį tyrimą Europos Komisijos užsakymu 2016 m. atliko rinkos tyrimų ir konsultacijų bendrovė „Kantar TNS“ tyrimas, kuris parodė – kas respondentų nuomone lemia dalijimosi ekonomikos populiarumą.

Europos lygmeniu analizuojamas dalijimosi ekonomikos reglamentavimas. Europos komisija (2016) analizuoja įstatymų bazės problemą, akcentuodama tai, kad sunku vienareikšmiškai apibrėžti dalijimosi ekonomiką, kai reglamentavimas visose šalyse skiriasi. Europos konkurencijos taryba (2016) pripažįsta, kad dalijimosi ekonomikai netinka tradicinės ekonomikos reglamentavimo principai ir svarsto galimybę apriboti dalijimosi ekonomiką tik tiek, kad būtų apsaugotos vartotojų teisės ir prisidėtų prie darnios Europos vystymosi. Europos konkurencijos taryba (2016) taip pat, akcentuoja tai, kad nuo tolimesnio reglamentavimo ir įstatymų bazės priklausys ar dalijimosi ekonomika plėsis ateityje. Kadangi giežtas apmokestinimas ir veiklos ribojimas apsunkintų dalijimosi ekonomikos principų veikiančių platformų paprastumą ir patogumą.

Tyrimo problema. Dalijimosi ekonomika grįsti veiklos modeliai, jų privalumai ir trūkumai yra nepakankamai ištirti Lietuvoje. Trūksta informacijos dalijimosi ekonomikos principu grįstų veiklos modelių plėtros galimybių aspektu, todėl aktualu atlikti dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybių tyrimą. Palyginus vartotojų bei paslaugų teikėjų nuomonę išsiaiškinti kokie dalijimosi ekonomikos veiklos modelių privalumai ir trūkumai, kokie veiksniai lemia pasirinkimą dalyvauti dalijimosi ekonomikoje.

Tyrimo tikslas. Ištirti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes vartotojų ir paslaugų teikėju atžvilgiu.

Tyrimo uždaviniai:

1. Nustatyti ir įvertinti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes vartotojų atžvilgiu Lietuvoje.

2. Nustatyti ir įvertinti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes paslaugų teikėjų atžvilgiu Lietuvoje.

3. Palyginti vartotojų ir paslaugų teikėjų gautus tyrimo rezultatus.

Tyrimo metodas. Šio magistrinio baigiamojo darbo tyrimo eigą sudaro keli etapai:

Pirmajame tyrimo etape pasirinktas dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių ypatumų vertinimo Jungtinių Amerikos Valstijų ir Europos dalijimosi ekonomikos dalyvių – vartotojų ir paslaugų teikėjų - atžvilgiu metodas. Prieš vertinant dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes Lietuvoje aktualu apžvelgti JAV ir Europoje jau atliktus tyrimus. Svarbu išskirti kokius dalijimosi ekonomikos privalumus ir trūkumus išskiria kitų šalių gyventojai, kokie dalijimosi ekonomika grįsti veiklos modeliai yra dažniausiai pasirenkami, tarp kokio amžiaus žmonių dalijimosi ekonomika populiariausia. Dalijimosi ekonomikos ypatumų vertinimas pagal JAV ir Europoje atliktus tyrimus padės lengviau suprasti kokios dalijimosi ekonomikos tendencijos vyrauja kitose šalyse.

Antrajame tyrimo etape pasirinktas anketinės apklausos - kiekybinis metodas. Apklausiami dviejų grupių dalijimosi ekonomikos dalyviai – prekių ar paslaugų teikėjai ir pirkėjai bei dalijimosi ekonomikos principais grįstais veiklos modeliais nesinaudojantys respondentai. Anketinės apklausos pagalba bus nustatytas Lietuvos gyventojų požiūris į dalijimosi ekonomiką. Tyrimo metu bus išskirti dalijimosi ekonomikos privalumai, trūkumai, nustatyta kokio amžiaus žmonių grupė dažniausiai naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Bus nustatyti veiksniai, lemiantys pasirinkimą dalyvauti ar nedalyvauti dalijimosi ekonomikoje. Gauti dalijimosi ekonomikos dalyvių rezultatai bus lyginami tarpusavyje su dalijimosi ekonomikoje nedalyvaujančių respondentų rezultatais. Taip pat, bus palyginti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose prekes ar paslaugas teikiančių ir perkančių respondentų apklausos rezultatai. Tyrimo apklausa pateikiama 1 priede.

Trečiajame tyrimo etape pasirinktas ekspertinės apklausos – kokybinis metodas. Apklausiami dalijimosi ekonomikos ekspertai – respondentai, mažiausiai metus vykdantys veiklas, kurios remiasi

dalijimosi ekonomikos principu. Ekspertinės anketos atsakymai bus tikslesni ir patikimesni. Ekspertinis vertinimas remiasi ilgalaike patirtimi ir pastebėjimais. Respondentams vertinimui bus pateikiami išoriniai ir vidiniai veiksniai, įtakojantys dalijimosi ekonomikos modelių plėtrą. Šiuo tyrimu siekiama nustatyti, kokie veiksniai daro stipriausią įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai. Ekspertų bus prašoma veiksnius įvertinti balais: 1 – nedaro įtakos, 2 - daro silpną įtaką, 3 – daro silpną įtaką, 4 – daro stiprią įtaką ir 5 – daro labai stiprią įtaką. Gauti ekspertinės apklausos rezultatai bus tarpusavyje lyginami su dalijimosi ekonomikos vartotojų apklausos rezultatais. Tyrimo apklausa pateikiama 2 priede.

Tyrimo imtis, laikotarpis ir vykdymas.

Anketinė apklausa kiekybiniam tyrimui sukurta manoapklausa.lt platformoje. Ši platforma pasirinkta dėl patogių ir aiškių funkcijų, kurių pagalba galima kurti vertinimo skalės metodo klausimus.

Apklausos nuoroda talpinama „Facebook“, „Linkedin“, „Manoapklausa“ platformose, taip pat siunčiama el. paštu.

Reikalingas respondentų skaičius nustatytas pagal formulę:

$$n = \frac{t^2 p(1-p)}{\Delta^2}$$

Imties formulės sudedamųjų dalių paaiškinimas pavaizduotas 7 lentelėje.

7 lentelė. Imties formulės sudedamosios dalys (Sudaryta autorės)

Trumpinys	Reikšmė
n	Imties tūris
t	Patikimumo lygmenį išreiškiantis Stjudento koeficientas
p	Numatomas imties pasiskirstymas
Δ	paklaida

Remiantis Pūkėnu (2009) pasirinktas 95 proc. patikimumo lygmuo, šis dydis lemia optimalų imties tūrį ir yra dažniausiai pasirenkamas vykdant tyrimus. Esant tokiam patikimumo lygmeniui, Stjudento koeficientas atitinka $t = 1,96$, p reikšmė pasirinkta 0,5. Pasirinktinis paklaidos procentas, kuris yra 8 proc. ($\Delta = 0,08$). Pagal aukščiau nurodytą formulę apskaičiuotas apklausos imties tūris yra 150 respondentų. Gautiems apklausos rezultatams apdoroti naudojamos SPSS ir Microsoft Excel programos. Ekspertinio vertinimo metodo įgyvendinimui taip pat pasirinktas anketinės apklausos būdas. Mokslinėje literatūroje rekomenduojama apklausti bent 5 ekspertus (Pūkėnas, 2009). Atsižvelgiant į tai, kad didėjant respondentų skaičiui kokybinio tyrimo tikslumas didėja - pasirinktas 14 respondentų skaičius. Gauti rezultatai apdoroti SPSS ir Microsoft Excel programomis. Pirmiausia bus nustatomas vertinamų veiksnių vidinis nuoseklumas ir ekspertų nuomonės suderinamumas. Vėliau apskaičiuojamos išorinių

veiksnių vertinimų skaitinės charakteristikos ir χ^2 testo tikimybės. Siekiant įvertinti klausimyno skalės vidinį nuoseklumą naudotas Cronbacho alfa koeficientas (alfa), kurio esmė yra „įvertinti atskirų anketos klausimų koreliaciją bei klausimų tinkamumą tiriamajam dydžiui atskleisti, leidžia pakoreguoti reikalingų klausimų skaičių, pridėti ar sumažinti“ (Pūkėnas, 2009). „Cronbacho alfos koeficiento reikšmė turi būti ne mažesnė kaip 0,6“ (Pūkėnas, 2009). Taip pat, naudojamas Kendallo konkordacijos koeficientas (W), „siekiant įvertinti ekspertų nuomonės suderinamumo laipsnį Kendallo konkordacijos koeficientas kinta intervale $0 \leq W \leq 1$. Ekspertų nuomonė panašesnė, kuo koeficientas arčiau 1“ (Pūkėnas, 2009). Skirtumo tarp tiriamųjų (kriterijų vertinimų) reikšmingumui nustatyti naudojama Friedmano kriterijaus p reikšmė. Pasiklovimo lygmuo šiame tyrime pasirinktas 0,05, „jei Friedmano kriterijaus tikimybė yra didesnė už pasiklovimo lygmenį ($p > 0,05$), vadinasi, skirtumas tarp rangų yra statistiškai nereikšmingas, tačiau, kurie vertinimai skiriasi, nėra nustatoma. Jeigu Friedmano kriterijaus tikimybė yra mažesnė už pasiklovimo lygmenį ($p < 0,05$), tuomet skirtumas tarp rangų yra statistiškai reikšmingas“ (Pūkėnas, 2009). Visi šie skaičiavimai bus atliekami SPSS programa.

Tiksliai ekspertinio vertinimo rezultatų analizei SPSS programa skaičiuojami ir vėliau analizuojami šie pagrindiniai statistiniai rodikliai: moda, mediana, pirmasis ir trečiasis kvartilai bei kvartilinis plotis. Mediana dalija variacinę eilutę į dvi lygias dalis. Moda – yra dažniausiai pasikartojanti požymio reikšmė variacinėje eilutėje. Kvartilinis plotis yra lygus skirtumui tarp trečiojo (viršutinio) ir pirmojo (apatinio) kvartilų jo paskirtis apibūdinti 50% duomenų reikšmių sklaidą, jis laikomas patikima sklaidos charakteristika. Siekiant gauti detalesnę ekspertų nuomonės sklaidos vertinimą, atliekamas Chi-square (X^2) testas.

„Reikalinga patikrinti hipotezes:

- H0: bet koks vertinimas (rangas) yra vienodai galimas;
- H1: bet koks vertinimas (rangas) yra nevienodai galimas.

H0 atmetama, jei apskaičiuota X^2 testo tikimybė neviršija 0,05 ($p < 0,05$). Tokiu atveju, ekspertų vertinimai turėtų būti panašūs, jų nuomonė skiriasi nedaug. H0 priimama, jei apskaičiuota X^2 testo tikimybė viršija 0,05 ($p > 0,05$). Vadinasi, ekspertų nuomonė ir vertinimai yra skirtingi, tai reiškia, kad vertinimas gali svyruoti nuo 1 iki 5 balų. Vertinimai skiriasi statistiškai nereikšmingai“ (Pūkėnas, 2009).

4. DALIJIMOSI EKONOMIKA GRĮSTŲ VEIKLOS MODELIŲ PLĖTROS GALIMYBIŲ TYRIMAS

4.1 Tyrimų apie dalijimosi ekonomiką JAV ir Europoje analizė

2016 metais buvo atliktas Europos komisijos tyrimas, kurio tikslas nustatyti, kokiose šalyse labiausiai išplitusios dalijimosi ekonomikos platformos. 8 lentelėje matyti, kad dalijimosi ekonomika 2016 m. stipriausiai išplitusi buvo Prancūzijoje, Airijoje bei Latvijoje.

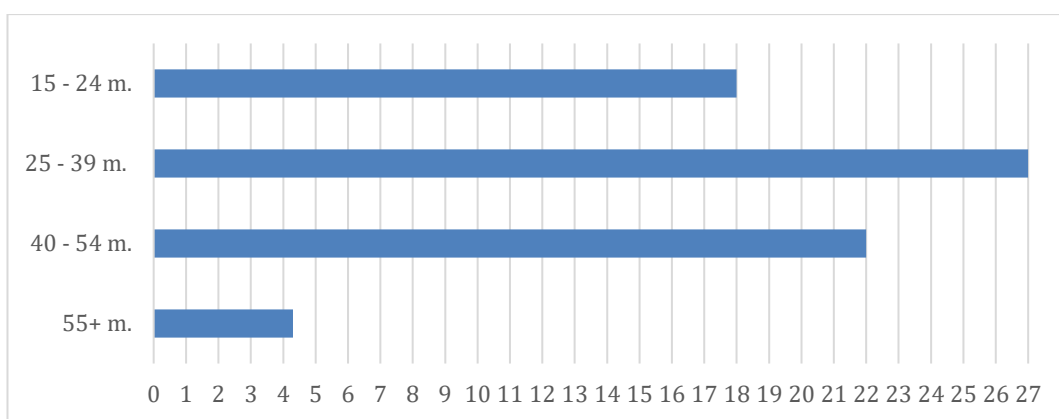
8 lentelė. Dalijimosi platformų paplitimas pagal šalis
(sudaryta autorės, remiantis Europos komisija, 2016)

Ei. nr	Procentas	Šalis
1	36 %	Prancūzija
2	35 %	Airija
3	24 %	Latvija
4	24 %	Kroatija
5	20 %	Vokietija
6	20 %	Estija
7	20 %	Rumunija
8	19 %	Ispanija
9	17 %	Italija
10	17 %	Bulgarija
11	16 %	Vengrija
12	15 %	Austrija
13	15 %	Švedija
14	15 %	Lenkija
15	14 %	Danija
16	14 %	Slovakija
17	13 %	Liuksemburgas
18	12 %	Nyderlandai
19	10 %	Slovėnija
20	10 %	Lietuva
21	9 %	Graikija
22	8 %	Belgija
23	8 %	Jungtinė Karalystė
24	8 %	Suomija
25	8 %	Portugalija
26	7 %	Čekija
27	4 %	Malta

Europos komisijos užsakyto tyrimo rezultatai parodo, kad 2016 m. Lietuvoje dalijimosi ekonomikos platformos nebuvo labai populiaros, lyginant su kitomis šalimis (8 lentelė). Pagal dalijimosi ekonomikos platformų paplitimą Lietuva užsėmė 20 vietą iš 27.

Europos komisija (2016), taip pat, atliko tyrimą, kuriame nustatė tarp kokio amžiaus žmonių dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių platformos yra populiariausios. Tyrimo apklausoje buvo išskirtos 4 amžiaus grupių intervalai:

1. Nuo 15 iki 24 m.
2. Nuo 25 iki 39 m.
3. Nuo 40 iki 54 m.
4. 55 m. ir daugiau (žr.16 pav.)



15 pav. Bendradarbiavimo platformų populiarumas skirtingo amžiaus grupėse, proc.

(Šaltinis: Eurobarometras, Europos komisija, 2016)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 15 pav.), kad dalijimosi ekonomika grįstos platformos populiariausios 25-39 m. amžiaus žmonių tarpe, mažiausiai populiaros tarp respondentų, kuriems virš 54 m. Pasak tyrimo, tokį amžiaus grupių pasiskirstymą ir dalijimosi ekonomikos populiarumą jose lemia tai, kad išmaniąsias technologijas dažniau linkę naudoti jaunesnio amžiaus žmonės. Atsižvelgiant į šio tyrimo rezultatus prognozuojama, kad ateityje dalijimosi ekonomika dar labiau išpopuliarės būtent dėl to, kad šiais laikais dauguma kasdienių funkcijų yra paremtos technologijomis ir internetu.

Hitwise (2017) atliko tyrimą, kurio metu analizavo JAV gyventojų apsilankymų skaičių įvairiose dalijimosi platformų svetainėse. Analizė parodė, kad 35 metų ir vyresnio amžiaus dalijimosi ekonomikos vartotojai dažniausiai lankosi gyvenamosios vietos nuomos platformose "AirBnB" ir "Home Away", ir tai yra 10% dažniau nei 18-34 m. asmenys. Prognozuojama, kad šis vartotojų, apsilankančių dalijimosi ekonomikos platformų svetainėse, amžiaus intervalas per metus prasiplės ir bus nuo 25 m. ir daugiau. Tai lemia išmaniųjų technologijų populiarumas ir dalijimosi ekonomikos patogumas.

Kitą tyrimą atliko "Warwick" verslo mokyklos mokslininkai (2018). Buvo apklausta 1220 Jungtinės Karalystės gyventojų. Londonas yra populiariausias Jungtinės Karalystės regionas dalijimosi ekonomikai. Tyrime buvo klausiama ar respondentai žino, kas yra dalijimosi ekonomika (16 pav.).

Net 67,6 proc. respondentų iš Londono atsakė, kad žino kas yra dalijimosi ekonomika ir naudojami dalijimosi platformomis. Iš jų daugiau kaip 70 procentų apklaustųjų nurodė, kad dažniausiai naudojami pavėžėjimo, automobilio nuomos ar trumpalaikės gyvenamosios vietos nuomos paslaugomis. Daugiau nei 70 procentų tyrimo respondentų amžiaus grupėje nuo 18 iki 34 metų naudojami dalinimosi platformomis bent kartą per mėnesį. Vyresnio amžiaus (55+ metų) grupės dalyviai nurodė, kad dalijimosi ekonomikos platformomis nesinaudoja arba tai daro labai retai – kartą į pusę metų.

Tyrimo metu buvo klausiama kokie pagrindiniai aspektai lemia dalijimosi ekonomikos plitimą ir populiarėjimą. Respondentai įvardijo šiuos veiksnius:

1. Patogumas
2. Taupymas
3. Galimybė užsidirbti pinigų.

Vyresnio amžiaus respondentai nurodė, kad jiems sunku prisitaikyti prie išmaniųjų technologijų ir jomis naudotis. Būtent dėl šios priežasties nors ir suprasdami dalijimosi ekonomikos naudą šie respondentai renkasi tradicinės ekonomikos principu veikiančias įmones ir jų paslaugas.

"Warwick" verslo mokyklos mokslininkų (2018) atliktame tyrime apie 70 proc. apklaustųjų mano jog dalijimosi ekonomika yra naudinga ir reikalinga.

Europos Komisija atliko dar vieną tyrimą ir nustatė, kad 2015 m. populiariausios dalijimosi ekonomikos rūšys buvo:

1. apgyvendinimas - gyvenamųjų patalpų nuoma,
2. finansavimas - tarpusavio skolinimas,
3. transportas - dalijimasis automobiliais.

Lyginant anksčiau aprašytą "Warwick" verslo mokyklos mokslininkų tyrimą ir Europos Komisijos tyrimą pastebimas panašumas – dalijimosi ekonomikos vartotojai, kaip populiariausias dalijimosi ekonomikos veiklos sritis įvardija pavėžėjimo, automobilių ir būsto nuomos paslaugas.

Apibendrinant šiuos tyrimus galima daryti išvadą, kad užsienio šalyse dalijimosi ekonomika populiariausia 25 – 39 m. žmonių amžiaus grupėje. Populiariausios dalijimosi ekonomikos sritys – pavėžėjimo, automobilio ir gyvenamosios vietos nuomos sferose.

4.2 Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybių Lietuvoje apklausos rezultatai vartotojų atžvilgiu

Tyrimas buvo pradėtas 2018 m. spalio 1 d. ir baigėsi spalio 15 d. Iš viso apklausti 157 respondentai. Tyrime pirmiausia buvo užduoti klausimai, kurių tikslas išsiaiškinti ar respondentas žino kas yra dalijimosi ekonomika ir ar naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis.

Dėl aiškumo buvo pateikti keli dalijimosi ekonomikos platformų pavyzdžiai, t. y:

1. „Vinted“ – naudotų rūbų pardavimo platforma,
2. „Ebay“ – daiktų pardavimo platforma,
3. „Savi“ – tarpusavio skolinimo platforma,
4. „Airbnb“ – gyvenamosios vietos nuomos platforma,
5. „Uber“ – pavėžėjimo paslaugų platforma.

Apklausoje dalyvavo 157 respondentai.

Iš 157 apklausos respondentų 86,6 proc. apklaustųjų atsakė, kad žino kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia. 13,4 proc. apklaustųjų atsakė, kad nežino kas yra ir kaip veikia dalijimosi ekonomika. Atsižvelgiant į šio klausimo rezultatus galima daryti išvadą, kad didžiajai tyrime dalyvavusių respondentų daliai yra žinoma dalijimosi ekonomikos sąvoka ir veikimo principai.

Sekančiu klausimu norima išsiaiškinti kiek respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis, taip pat, ar yra ryšys tarp žinojimo, kas yra dalijimosi ekonomika ir naudojimosi dalijimosi ekonomikos platformomis; ar visi respondentai žinantys, kas yra dalijimosi ekonomika naudojami platformomis ir atvirkščiai – ar nežinantys nesinaudoja.

Iš 157 apklausos respondentų 88,5 proc. apklaustųjų atsakė, kad yra naudojęsi bent viena dalijimosi ekonomikos principu veikiančia platforma. 11,5 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformomis nesinaudojo. Atsižvelgiant į šio klausimo rezultatus galima daryti išvadą, kad didžioji, tyrime dalyvavusių respondentų, dalis naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Vizualiam palyginimui 20 pav. apjungiami dviejų klausimų rezultatai.

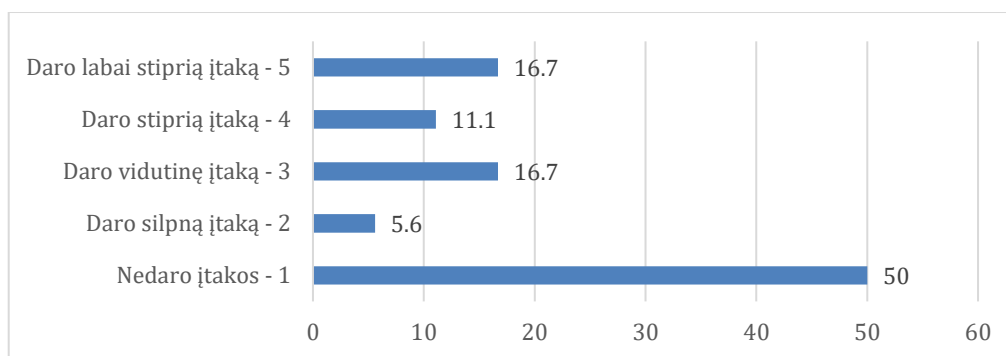
Įdomu tai, kad iš visų apklaustųjų 86,5 proc. respondentų atsakė, kad žino, kas yra dalijimosi ekonomika, o 88,5 proc. respondentų atsakė jog naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Vadinasi 2 proc. respondentų, kurie naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis nežino kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia. Taip gali būti dėl to, kad apklaustieji nesidomėjo pačiu dalijimosi ekonomikos principu ir sąvoka, jiems užtenka tik iš platformos gaunamos naudos.

Vartotojų, nesinaudojančių dalijimosi ekonomikos platformomis, apklausos rezultatai

Iš apklausoje dalyvavusių 157 respondentų 18 (11,5 proc.) nesinaudoja dalijimosi ekonomikos platformomis. Iš jų 33,3 proc. yra vyrai ir 66,73 proc. – moterys. Pagal išsilavinimą respondentai, nesinaudojantys dalijimosi ekonomikos platformomis pasiskirsto taip: 22,2 proc. yra įgiję profesinę kvalifikaciją, 61,1 yra įgiję aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą, 5,6 proc. respondentų nurodė, jog yra įgiję mokslų daktaro laipsnį. Iš apklaustųjų, kurie nesinaudoja dalijimosi platformomis 50 proc. respondentų yra 18 – 25 metų amžiaus, 16,7 proc. daugiau nei 55 metų. 5,6 proc. 26 – 45 metų ir, taip pat, 5,6 proc. 45-55 metų amžiaus .

Pirmiausia buvo aiškinamasi kokie veiksniai lemia respondentų pasirinkimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Šiam klausimui analizuoti pasirinktas vertinimo skalės metodas. Anketoje išvardyti veiksniai, kuriuos respondentas gali įvertinti balais pagal tai, kokią įtaką jie daro priimant sprendimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis.

Pirmas veiksnys – nepatogumas.

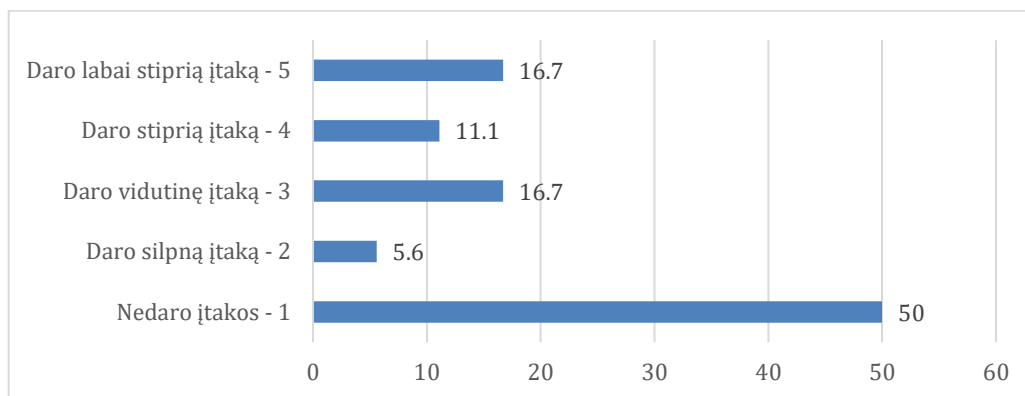


16 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro nepatogumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 16 pav.), kad labai stiprią įtaką, renkantis nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis, nepatogumo veiksnys daro 16,7 proc. apklaustųjų. 11,1 proc. respondentų nurodė, kad nepatogumo veiksnys daro stiprią įtaką. Net 50 proc. respondentų nurodė, kad nepatogumo veiksnys nedaro įtakos priimant pasirinkimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Todėl būtų galima daryti išvadą, kad nepatogumo negalima priskirti prie esminių veiksnių. Sekantis veiksnys - nesaugumas.

Tyrimo rezultatai parodė (17 pav.), kad labai stiprią įtaką, renkantis nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis, nesaugumo veiksnys daro 16,7 proc. apklaustųjų. 11,1 proc. respondentų nurodė, kad nesaugumo veiksnys daro stiprią įtaką. Taip pat, 50 proc. apklaustųjų nurodė, kad nesaugumo veiksnys nedaro įtakos priimant apsisprendimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu

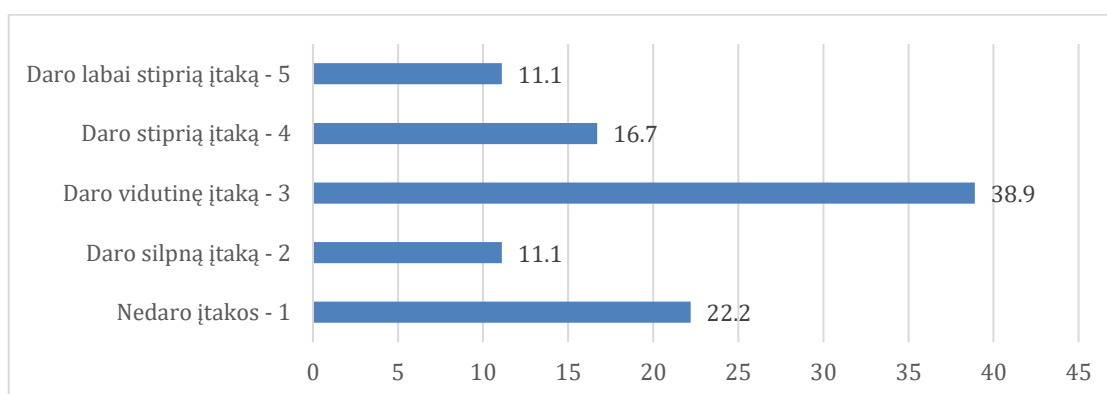
veikiančiomis platformomis. Todėl būtų galima daryti išvadą, kad nesaugumo negalima priskirti prie esminių veiksnių darančių įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis. Respondentai, atsakydami į šį klausimą, pasiskirstė į dvi lygias dalis - 50 proc. manančių, kad nesaugumas daro įtaką pasirinkimui ir 50 proc. nemanančių.



17 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro nesaugumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Analizuojant tyrimo rezultatus pastebėta, kad respondentai nepatogumo ir nesaugumo veiksnius vertino vienodais balais, tai matoma ir procentinę išraišką vaizduojančiuose paveiksluose. Apibendrinant nepatogumo ir nesaugumo veiksnių daromą įtaką respondentų pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis būtų galima teigti, kad 27,8 proc. respondentų mano jog dalijimosi ekonomikos platformos yra labai nepatogios, ir nesaugios. 22,3 proc. apklaustųjų mano, kad šios platformos yra nepatogios ir nesaugios. 50 proc. respondentų nemano, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančios platformos yra nepatogios ir nesaugios.

Toliau analizuojamas abejotinos kokybės veiksnys.

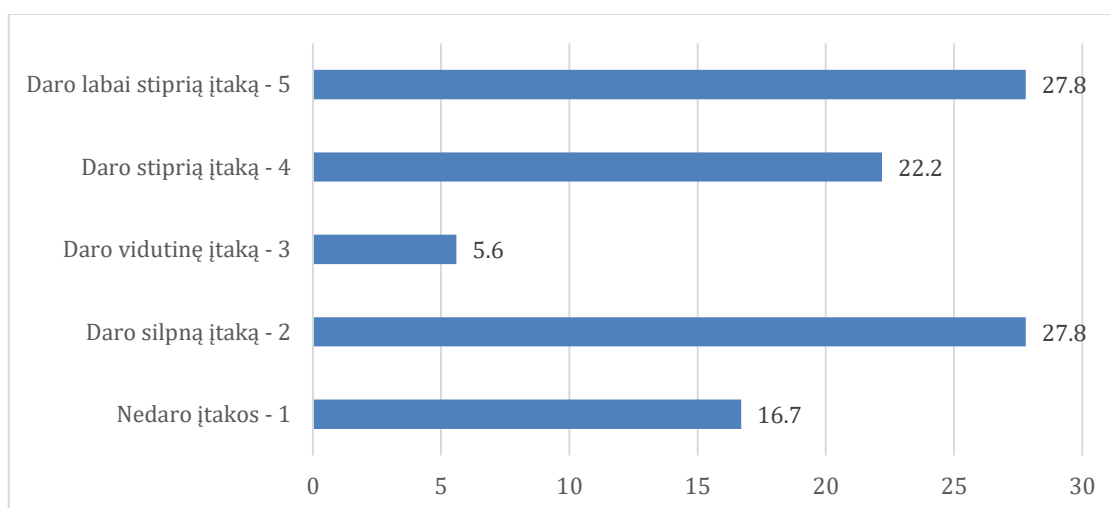


18 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro abejotinos kokybės veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 18 pav.), kad renkantis nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis, abejotinos kokybės veiksnys daro labai stiprią įtaką 11,1 proc. apklaustųjų. 16,7 proc. respondentų nurodė, kad abejotinos kokybės veiksnys daro stiprią įtaką. 22,2 proc. respondentų nurodė, kad abejotinos kokybės veiksnys nedaro įtakos priimant pasirinkimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Atsižvelgiant į tai, kad 77,8 respondentai įvardija, kad abejotinos kokybės veiksnys daro įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis, būtų galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra vienas iš esminių priimant sprendimą.

Lyginant prieš tai įvardytus nepatogumo ir nesaugumo bei abejotinos kokybės veiksnius pastebimas respondentų nuomonės pasikeitimas. Vertinant pirmus du veiksnius 50 proc. respondentų vieningai nurodė, kad nepatogumo ir nesaugumo veiksniai nedaro įtakos, likę 50 proc. respondentų atsakymų pasiskirstė tarp vertinimų, kad šie veiksniai daro nuo silpnos iki labai stiprios įtakos. Analizuojant kokybės veiksnį, respondentų nuomonė ryškesnė, tik 22,2 proc. mano, kad tai neturi įtakos ir 77,8 proc. respondentų kokybės veiksnį įvertina, kaip darantį įtaką.

Kitas analizuojamas veiksnys – nepakankamas informavimas apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia.

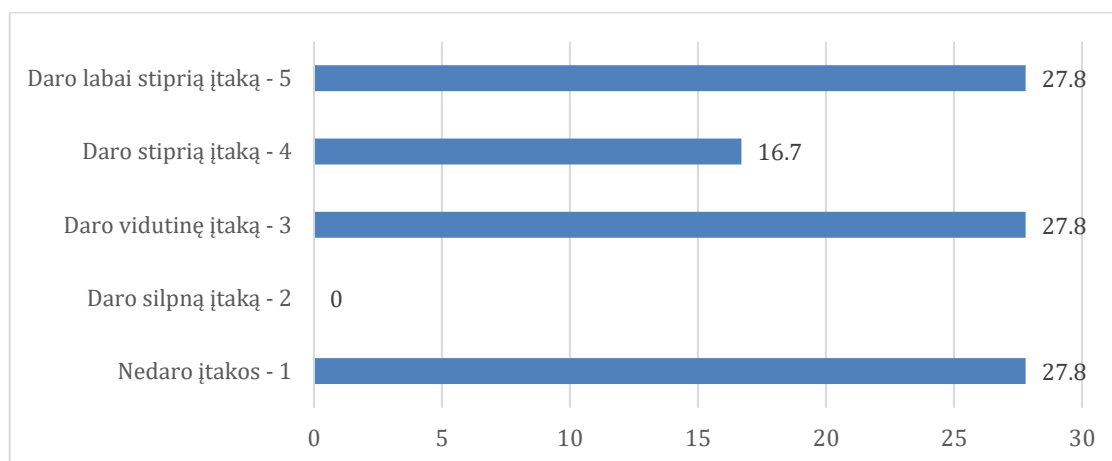


19 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro informacijos trūkumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 19 pav.), kad pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis, 83,3 proc. respondentų nuomone, įtaką daro informacijos trūkumo apie tai, kas yra ir kaip veikia dalijimosi ekonomika veiksnys. 16,7 proc. nurodė, kad informacijos trūkumo veiksnys nedaro įtakos priimant sprendimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Remiantis atliktos apklausos rezultatais galima teigti, kad šis veiksnys yra vienas iš esminių.

Paskutinis veiksnys – renkamas tik tradicinės ekonomikos principu teikiamas paslaugas.

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 20 pav.), kad labai stiprią įtaką, renkantis nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis, tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimo veiksnys daro net 27,8 proc. apklaustųjų. 16,7 proc. respondentų nurodė, kad tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimo veiksnys daro stiprią įtaką. 27,8 proc. respondentų nurodė, kad tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimo veiksnys daro vidutinę įtaką. 27,8 proc. respondentų nurodė, kad priimant sprendimą nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis - tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimas - nedaro įtakos. Atsižvelgiant į tai, kad 72,2 proc. respondentų įvardija, kad tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimo veiksnys daro stiprią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis, būtų galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra vienas iš esminių priimant sprendimą. Taip pat, gali būti, kad vartotojai, kurie renkasi naudotis tik tradicinės ekonomikos principu veikiančių įmonių paslaugomis turi susiformavusį labai stiprų įprotį ir nepaisant to, kiekie dalijimosi ekonomikos privalumai būtų jie vis tiek rinktųsi tradicinės ekonomikos principu veikiančias įmones.



20 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos platformomis daro tradicinės ekonomikos principu teikiamų paslaugų pasirinkimas, proc.

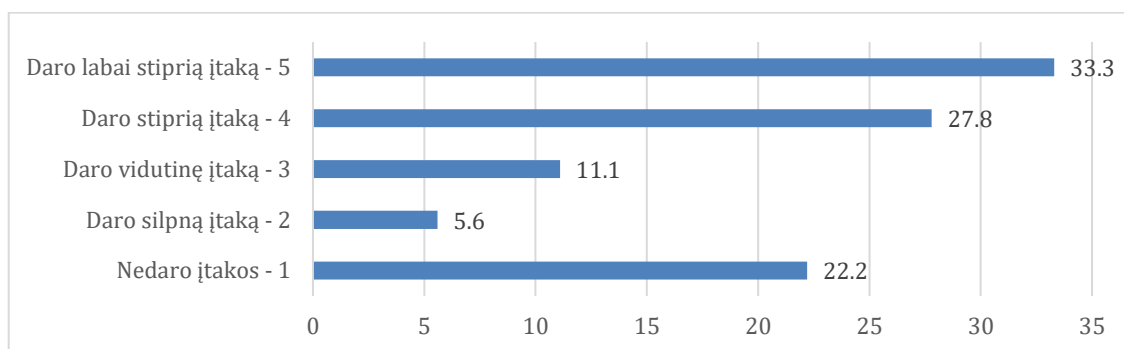
(Šaltinis: sudaryta autorės)

Apibendrinant šios dalies klausimus, kaip svarbius – darančius įtaką sprendimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis veiksniais, galima įvardyti:

1. Prekių ar paslaugų kokybę
2. Informacijos apie dalijimosi ekonomiką trūkumą
3. Pirmenybės teikimą tradicinės ekonomikos principu veikiančioms įmonėms.

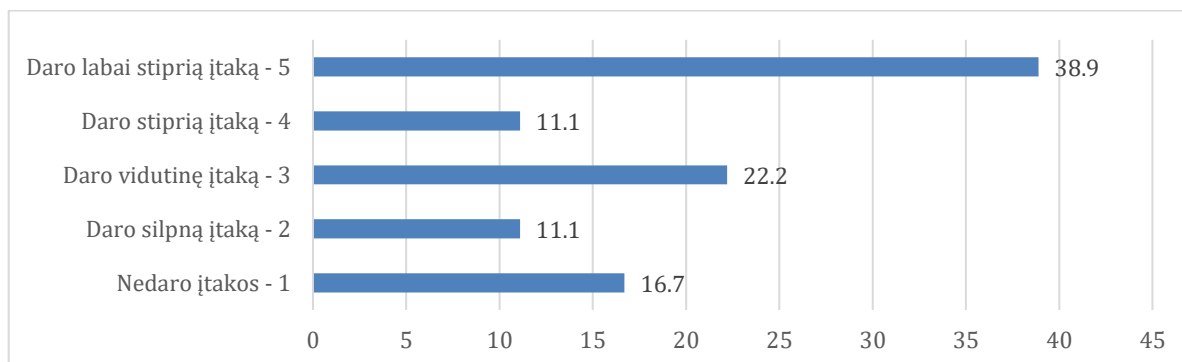
Toliau tiriama, kokie veiksniai respondentus, nesinaudojančius dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis, paskatintų jomis naudotis.

Šioje dalyje, taip pat buvo pateikiami klausimai vertinimo skalės principu. Pirmasis veiksnys – platformos saugumo užtikrinimas.



21 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro saugumo užtikrinimo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

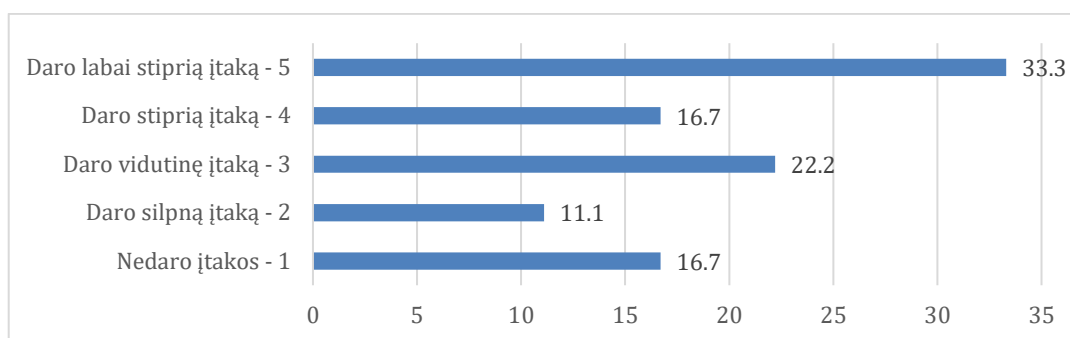
Tyrimo rezultatai parodė (žr. 21 pav.), kad respondentų nuomone pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu grįstomis platformomis įtakos turėtų platformų saugumo užtikrinimas, - taip mano – 76,8 proc. respondentų.



22 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro kokybės užtikrinimo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 22 pav.), kad respondentų nuomone pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu grįstomis platformomis labai stiprios įtakos turėtų platformose teikiamų paslaugų kokybės užtikrinimas, taip mano – 38,9 proc. respondentų. 11,1 proc. respondentų mano, kad kokybės užtikrinimo veiksnys darytų silpną įtaką. 22,2 proc. apklaustųjų mano, kad kokybės užtikrinimas darytų vidutinę įtaką. Respondentų nuomone kokybės užtikrinimas dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose nedarytų įtakos pasirinkimui naudotis dalijimosi platformomis, taip mano 16,7 proc. Susumavus respondentų vertinimą gauta, kad 83,3 proc. apklaustųjų mano, jog kokybės užtikrinimo veiksnys daro įtaką.

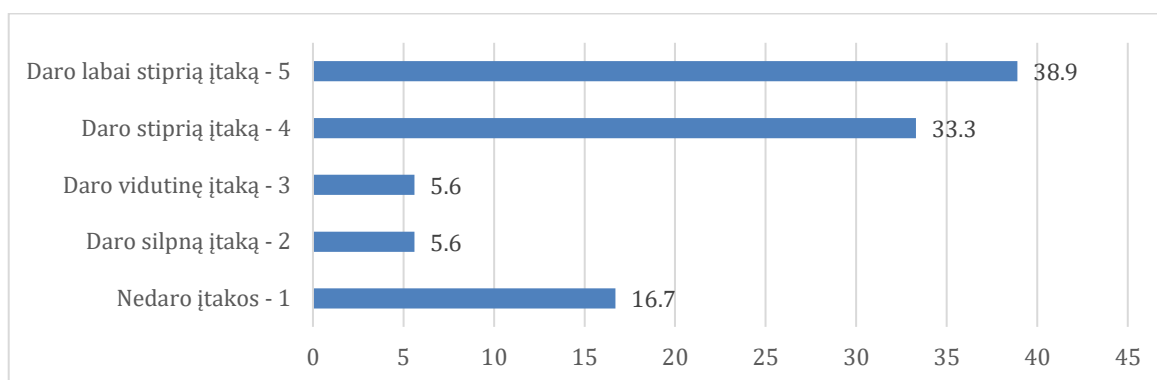
Apibendrinant respondentų atsakymus kad saugumo ir kokybės užtikrinimo veiksniai daro įtaką priimant sprendimą naudotis dalijimosi platformomis galima daryti prielaidą, kad abu veiksniai yra reikšmingi.



23 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro reklamos apie dalijimosi ekonomiką platinimo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 23 pav.), kad respondentų nuomone pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu grįstomis platformomis labai stiprios įtakos turėtų tai, jei būtų daugiau reklamos apie dalijimosi ekonomiką, taip mano – 33,3 proc. respondentų. 16,7 proc. respondentų mano, kad reklamos veiksnys darytų silpną įtaką. 22,2 proc. apklaustujų mano, kad reklamos platinimas darytų vidutinę įtaką. Kad reklamos apie dalijimosi ekonomiką platinimas nedarytų įtakos pasirinkimui naudotis dalijimosi platformomis mano 16,7 proc. respondentų. Susumavus respondentų vertinimą gauta, kad 83,3 proc. apklaustujų reklamą apie dalijimosi ekonomiką įvardija kaip veiksnį, darantį įtaką priimant sprendimą naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis.

Sekantis veiksnys – mažesnė kaina.



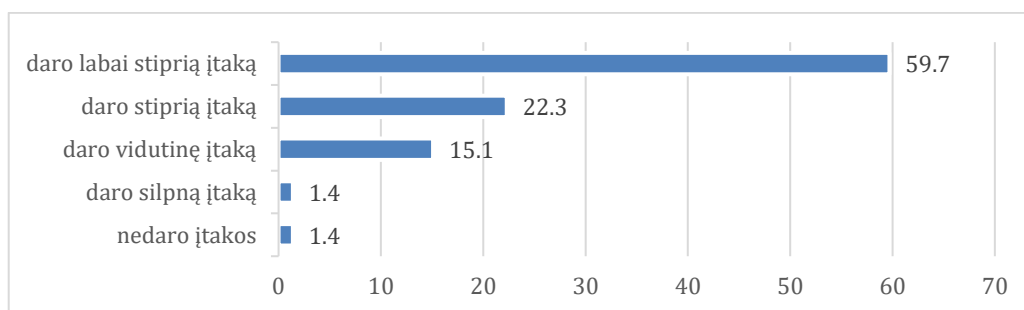
24 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro reklamos apie dalijimosi ekonomiką platinimo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo rezultatai parodė (žr. 24 pav.), kad respondentų nuomone pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu grįstomis platformomis labai stiprios įtakos turėtų tai, jei platformose teikiamų paslaugų ir prekių kaina būtų mažesnė nei tradiciniu ekonomikos būdu teikiamų paslaugų ar prekių, - taip mano 38,9 proc. respondentų. 33,3 proc. respondentų mano, mažesnės kainos veiksnyms darytų silpną įtaką. 5,6 proc. apklaustųjų mano, kad mažesnė kaina darytų vidutinę įtaką. Respondentų nuomone mažesnė kaina nedarytų įtakos pasirinkimui naudotis dalijimosi platformomis, taip mano 16,7 proc. respondentų. Susumavus respondentų vertinimą gaunasi, kad 83,3 proc. apklaustųjų reklamą apie dalijimosi ekonomiką įvardiją, kaip veiksnį darantį įtaką priimant sprendimą naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis.

Apibendrinant tyrimo rezultatus galima daryti išvadą, kad respondentų sprendimui nesinaudoti dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis įtaką daro: abejotina prekių ar paslaugų kokybė, informacijos trūkumas apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika, įprotis rinktis paslaugas ar prekes tik iš tradicinės ekonomikos principu veikiančių prekių ar paslaugų teikėjų. Respondentai nurodė, kad šie veiksniai paskatintų juos naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis: reklama apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia, saugumo ir kokybės veiksnių užtikrinimas platformose, mažesnė kaina nei tradicinės ekonomikos principu veikiančiose įmonėse ar organizacijose.

Dalijimosi ekonomikos platformų naudotojų apklausos rezultatai

Šioje baigiamojo darbo dalyje analizuojami respondentų, kurie naudojami dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis rezultatai. Iš 157 respondentų 139 (88,5 proc.) naudojami dalijimosi ekonomikos platformomis. Pirmiausia buvo užduoti bendrieji klausimai, siekiant išsiaiškinti, kokie veiksniai daro įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis.

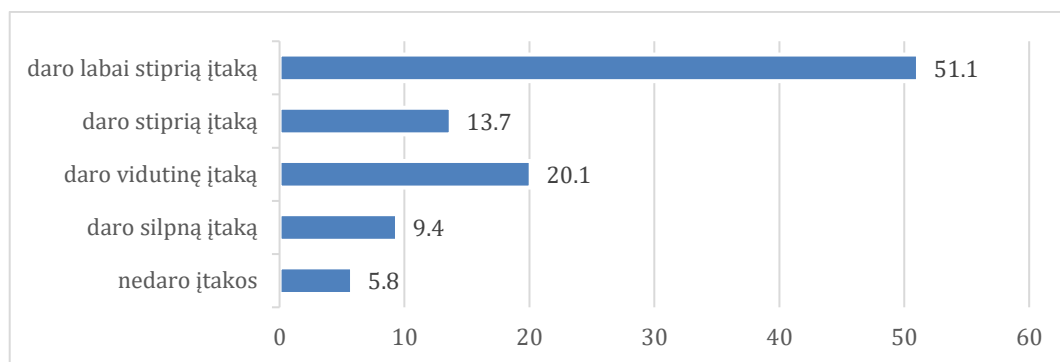


25 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro patogumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 25 pav.) patogumo veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 59,7 proc. apklaustųjų atsakė, kad

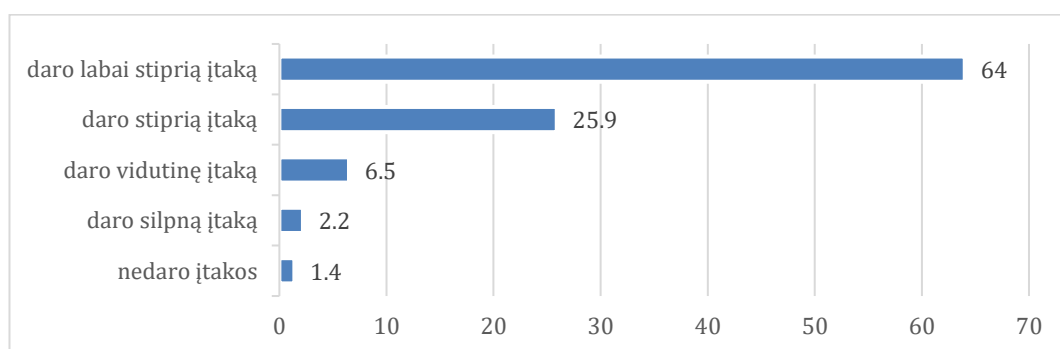
dalijimosi platformų patogumas daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 22,3 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 15,10 proc. nurodė, kad patogumo veiksnys daro vidutinę įtaką ir 1,4 proc. respondentų mano, kad patogumo veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad patogumo veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 98,6 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra tikrai reikšmingas.

Toliau analizuojamas dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų patikimumo veiksnys. Šiam veiksniai analizuoti, taip pat pasitelktas vertinimo skalės principas.



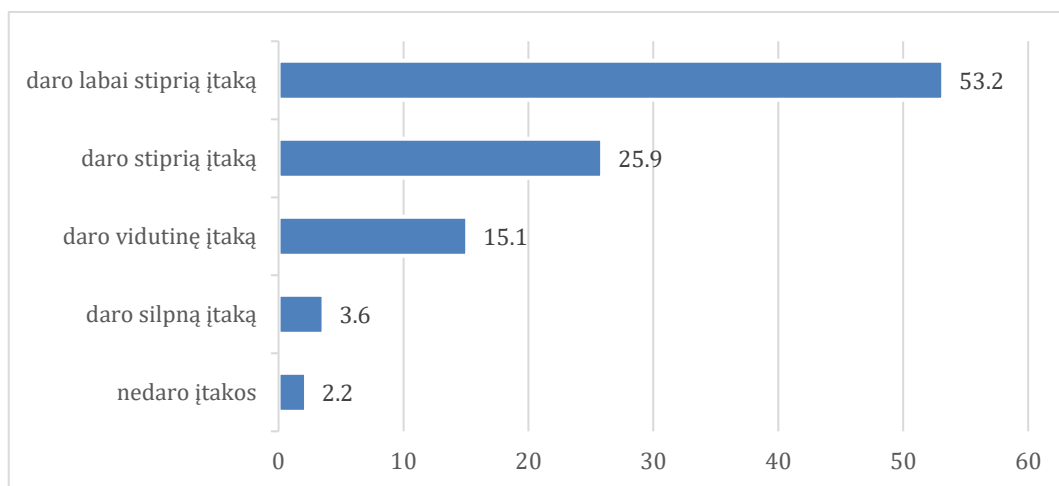
26 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro patikimumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 26 pav.) patikimumo veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 51,1 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformų patikimumas daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 13,7 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 20,1 proc. nurodė, kad patikimumo veiksnys daro vidutinę įtaką ir 5,8 proc. respondentų mano, kad patogumo veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad patikimumo veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 94,2 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra tikrai reikšmingas.



27 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro kainos veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 27 pav.) kainos veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 64 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformose esanti mažesnė kaina nei parduotuvėse daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 25,9 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 6,5 proc. nurodė, kad kainos veiksnys daro vidutinę įtaką ir 1,4 proc. respondentų mano, kad kainos veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad kainos veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 98,6 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra tikrai reikšmingas.



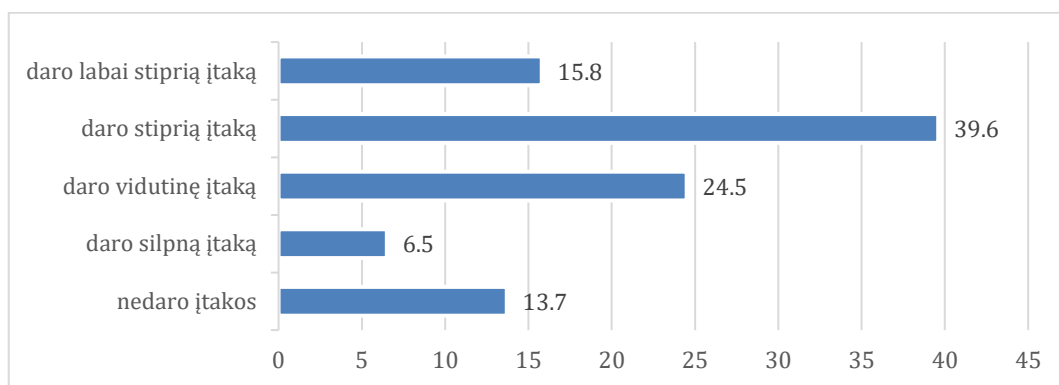
28 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro didesnis paslaugų ir prekių pasirinkimo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 28 pav.) didelio paslaugų ir prekių pasirinkimo veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 53,2 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformose esantis didesnis pasirinkimas nei parduotuvėse daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 25,9 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 15,1 proc. nurodė, kad didelio paslaugų ir prekių pasirinkimo veiksnys daro vidutinę įtaką ir 2,2 proc. respondentų mano, kad didesnio pasirinkimo veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad didesnio pasirinkimo veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 97,8 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra tikrai reikšmingas.

Apibendrinant prieš tai analizuotus veiksnius matyti, kad didžiausią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis daro platformos patogumo ir žemesnės paslaugų ar prekių, teikiamų platformose, kainos veiksnys. Tik keliais procentais mažesnę įtaką daro didelio prekių ar paslaugų, teikiamų platformose, pasirinkimo veiksnys.

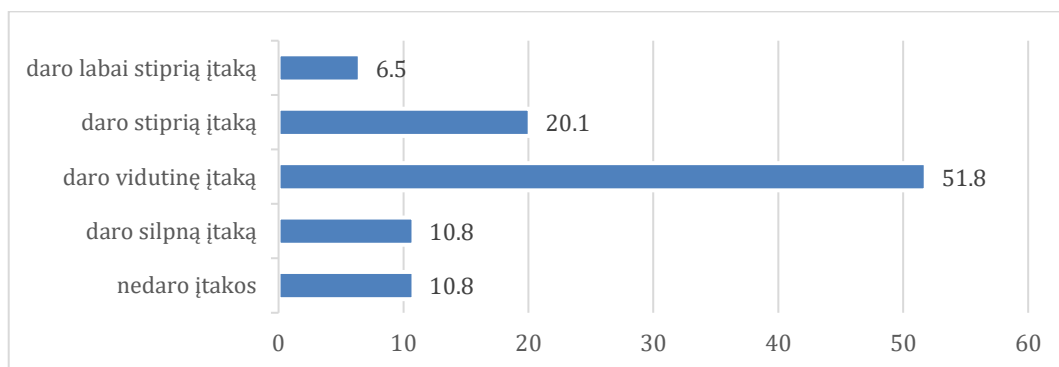
Toliau vertinamas tvarumo veiksnys. Daugumos respondentų nuomone (žr. 29 pav.) tvarumo - aplinkosaugos veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 15,8 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformose ugdomas tvarumo -

aplinkosaugos veiksnys daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 39,6 proc. nurodė, kad tai daro stiprią įtaką. 24,5 proc. nurodė, kad tvarumo – aplinkosaugos veiksnys daro vidutinę įtaką ir 13,7 proc. respondentų mano, kad tvarumo – aplinkosaugos veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad tvarumo – aplinkosaugos veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 86,3 proc. Nors galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra reikšmingas, tačiau matyti, kad prieš tai analizuoti veiksniai buvo reikšmingesni.



29 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro tvarumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

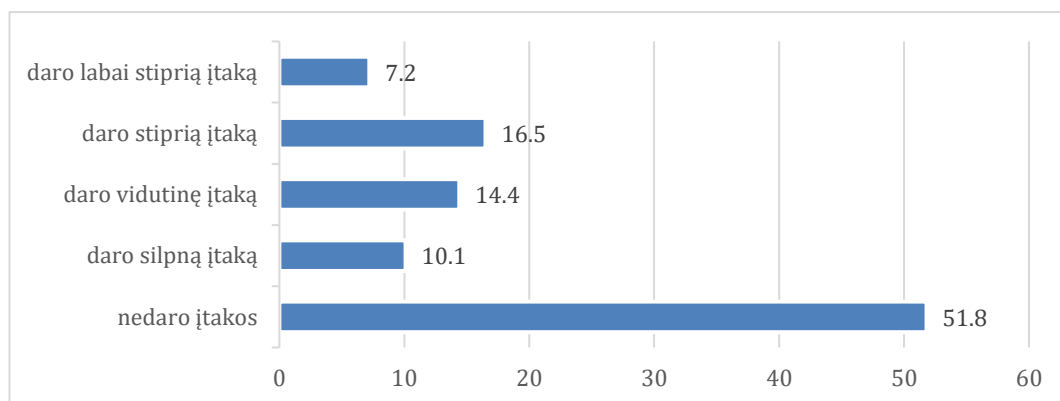
Toliau apžvelgiama, kokią įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai daro bendruomenės kūrimo veiksnys.



30 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro bendruomeniškumo veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 30 pav.) bendruomeniškumo veiksnys daro įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 6,5 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformose ugdomas bendruomeniškumo veiksnys daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 20,1 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 51,8 proc. nurodė, kad bendruomeniškumo veiksnys daro vidutinę įtaką ir 10,8 proc. respondentų mano, kad

bendruomeniškumo veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad bendruomeniškumo veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 80,2 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra reikšmingas.



31 pav. Respondentų vertinimas - kokią įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis daro pajamų šaltinio veiksnys, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Daugumos respondentų nuomone (žr. 31 pav.) papildomų pajamų gaunamų iš prekių ar paslaugų teikimo platformoje veiksnys daro silpną įtaką pasirinkimui naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. 7,2 proc. apklaustųjų atsakė, kad dalijimosi platformose gaunamų papildomų pajamų veiksnys daro labai stiprią įtaką apsisprendimui naudotis dalijimosi platformomis. 16,5 proc. nurodė, kad tai daro silpną įtaką. 14,4 proc. nurodė, kad papildomų pajamų veiksnys daro vidutinę įtaką ir 10,8 proc. respondentų mano, kad papildomų pajamų veiksnys įtakos nedaro. Susumavus respondentų pasisakiusių, kad papildomų pajamų veiksnys daro įtaką matyti, kad taip mano 48,2 proc. Todėl galima daryti prielaidą, kad šis veiksnys yra dalinai reikšmingas. Iš visų analizuotų veiksnių - papildomų pajamų gaunamų iš prekių ar paslaugų teikimo dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose matyti, kad šis veiksnys mažiausiai įtakoja respondentų apsisprendimą naudotis dalijimosi ekonomikos platformomis.

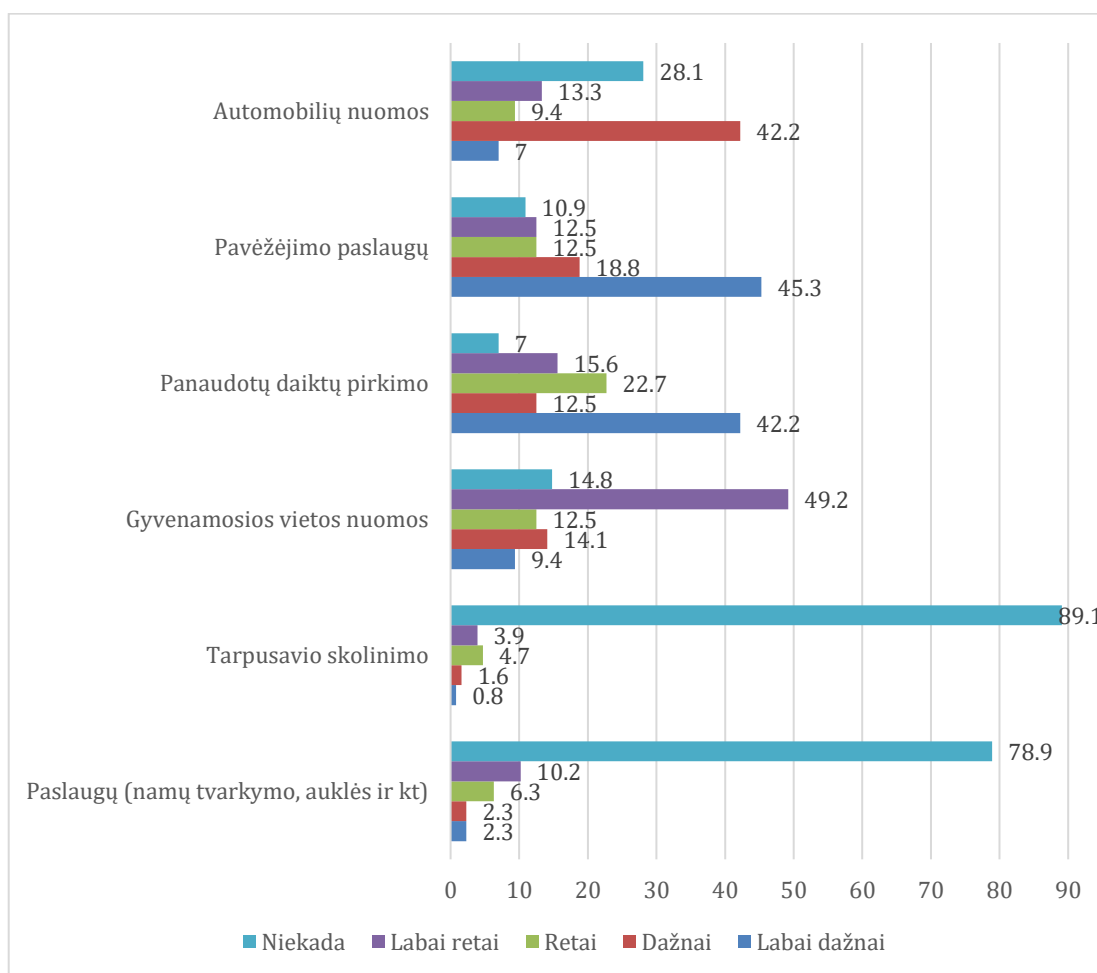
Anketoje išskiriamos dvi dalijimosi ekonomikos dalyvių grupės – vartotojai ir prekių ar paslaugų teikėjai, taip pat bendra grupė. Iš dalijimosi ekonomikoje dalyvaujančių apklausos respondentų 79,1 proc. nurodė, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose yra tik vartotojai, 7,9 proc. tik paslaugų ar prekių teikėjai, 12,9 proc. - ir vartotojai, ir paslaugų ar prekių teikėjai.

Apibendrinus galima teikti, kad respondentų pasirinkimą naudotis dalijimosi ekonomika lemia patogumo, patikimumo, mažesnės kainos, didelio pasirinkimo veiksniai, taip pat, galimybė gauti papildomų pajamų.

Dalijimosi ekonomikos platformose vartotojais esančių respondentų apklausos rezultatai

Šioje dalyje analizuojami tyrimo rezultatai dalijimosi platformose vartotojais esančių respondentų atžvilgiu. Iš 139 respondentų 110 (79,10 proc.) yra vartotojai. 83,6 proc. respondentų yra moterys ir 16,4 proc. vyrai. 17,2 proc. respondentų yra įgiję vidurinį išsilavinimą ar profesinę kvalifikaciją, 23,44 proc. aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą. 54,7 proc. Aukštąjį universitetinį bakalauro laipsnio išsilavinimą. Ir 4,7 proc. Aukštojo universitetinio magistro laipsnio išsilavinimą. Daugiausia dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose vartotojų yra nuo 26 iki 35 m., šiek tiek mažiau – 45,3 proc. nuo 18 iki 25 m. ir mažiausiai 4,7 proc. nuo 36 iki 45 m. respondentų.

Pirmiausia buvo siekiama išsiaiškinti kokiomis dalijimosi ekonomikos paslaugomis respondentai naudojami dažniausiai (žr. 32 pav.).



32 pav. Respondentų naudojimosi dažnumas dalijimosi ekonomikos paslaugomis, proc.

(Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimas parodė, kad 7 proc. respondentų automobilių nuomos paslaugomis naudojami labai dažnai, 42,2 proc. dažnai, 9,4 proc. retai. 13,3 labai retai ir 28,10 automobilių nuomos paslaugomis nesinaudoja

visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 71,9 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis automobilių nuomos paslaugomis 48,2 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Sekanti – pavėžėjimo paslauga. Tyrimas parodė, kad 45,3 proc. respondentų pavėžėjimo paslaugomis naudojami labai dažnai, 18,8 proc. dažnai, 12,5 proc. retai. 12,5 proc. labai retai ir 10,9 proc. pavėžėjimo paslaugomis nesinaudoja visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 81,1 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis pavėžėjimo paslaugomis 64,10 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Toliau panaudotų daiktų pirkimo paslauga. Apklausa parodė, kad 42,2 proc. respondentų panaudotų daiktų pirkimo paslaugomis naudojami labai dažnai, 12,5 proc. dažnai, 22,7 proc. retai. 15,6 proc. labai retai ir 7 proc. panaudotų daiktų pirkimo paslaugomis nesinaudoja visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 93 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis panaudotų daiktų pirkimo paslaugomis 54,7 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Gyvenamosios vietos nuomos paslauga 9,4 proc. respondentų naudojami labai dažnai. 14,1 proc. dažnai, 12,5 proc. retai. 49,2 proc. labai retai ir 14,8 proc. gyvenamosios vietos nuomos paslaugomis nesinaudoja visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 85,2 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis gyvenamosios vietos nuomos paslaugomis, 23,5 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Tarpusavio skolinimo paslauga 0,8 proc. respondentų naudojami labai dažnai, 1,6 proc. dažnai, 4,7 proc. retai. 3,9 proc. labai retai ir 89,1 proc. tarpusavio skolinimo paslaugomis nesinaudoja visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 14,8 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis tarpusavio skolinimo paslaugomis, 6,3 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Toliau apžvelgiamos žmonių teikiamos fizinės paslaugos (auklės, namų tvarkymo, slaugos). Tyrimas parodė, kad 2,3 proc. žmonių teikiamomis fizinėmis paslaugomis naudojami labai dažnai, 2,3 proc. dažnai, 6,3 proc. retai. 10,2 proc. labai retai ir 78,9 proc. žmonių teikiamomis fizinėmis paslaugomis nesinaudoja visai. Apibendrinant galima daryti prielaidą, kad 21,1 proc. respondentų naudojami dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis žmonių fizinėmis paslaugomis 4,6 proc. naudojami šiomis paslaugomis dažnai.

Tyrimas parodė, kad 5,5 proc. respondentai yra labai patenkinti savo, kaip dalijimosi ekonomikos vartotojų turima patirtimi. 82,8 proc. yra patenkinti. 10,9 proc. respondentų yra iš dalies patenkinti, o 0,8 proc. yra nepatenkinti savo turima patirtimi.

Toliau buvo tiriama ar respondentai patenkinti turima patirtimi. Tyrimas atskleidė, kad nors dauguma respondentų – 81,3 proc. yra patenkinti turima savo, kaip dalijimosi ekonomikos vartotojų patirtimi, tačiau yra ir tokių, kurie yra tik iš dalies patenkinti – 13,3 proc. ar nepatenkinti visai – 5,5 proc. Toliau analizuojamos priežastys galėjusios lemti šį respondentų vertinimą.

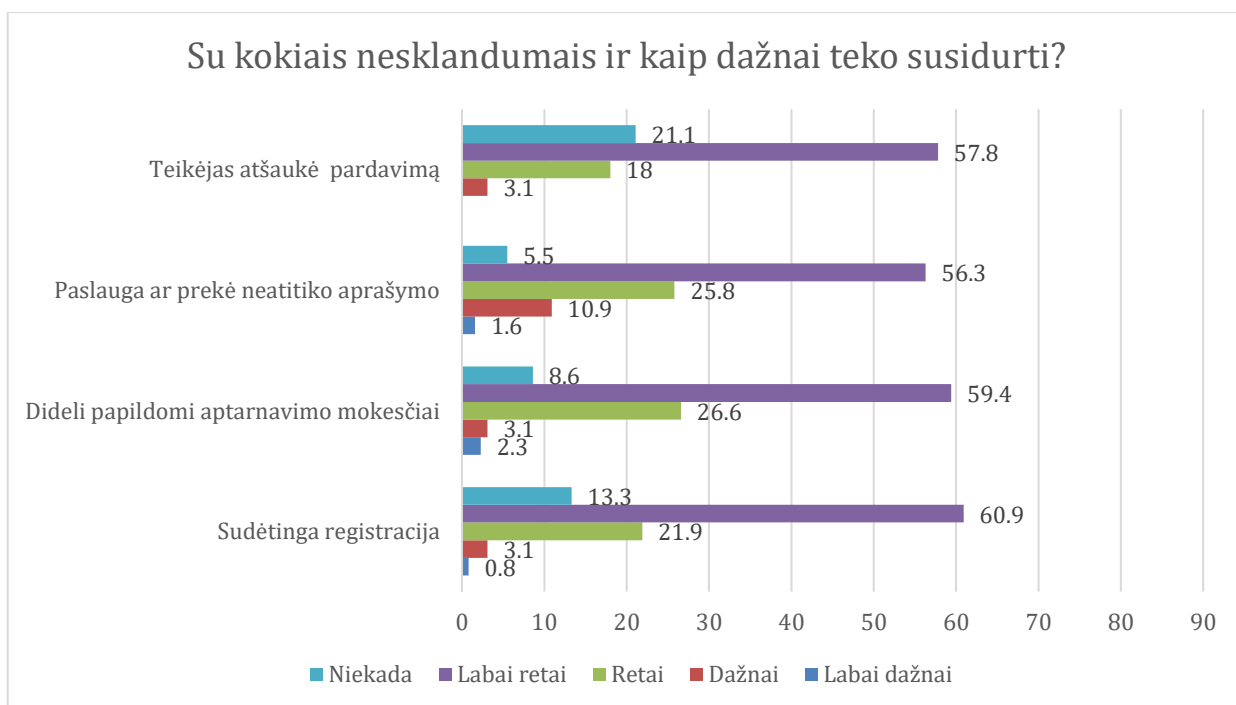
Rezultatų apibendrinimui suformuota 9 lentelė. Apibendrinant gautus rezultatus galima daryti išvadą, kad daugiausia respondentų naudojami, dalijimosi ekonomika grįsta panaudotų daiktų pardavimo paslauga. Mažiausiai respondentų naudojami tarpusavio skolinimo paslaugomis.

9 lentelė. Naudojimas dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis paslaugomis, proc. (sudaryta autorės)

Paslauga	Naudojasi	Iš jų naudojami dažnai
Panaudotų daiktų pirkimo	93	54,7
Gyvenamosios vietos nuomos	85,2	23,5
Pavėžėjimo	81,1	64,1
Automobilių nuomos	71,9	48,2
Žmonių teikiamos fizinės paslaugos (auklės, namų tvarkymo, slaugos).	21,1	4,6
Tarpusavio skolinimo	14,8	6,3

Išsiaiškinus kokiomis paslaugomis naudojami dalijimosi ekonomikos dalyviai toliau apžvelgiama jų įgyta patirtis.

Toliau 33 pav. analizuojama su kokiais nesklandumais teko susidurti dalijimosi ekonomikos vartotojams.



33 pav. Respondentų, susidūrimų su nesklandumais, dažnumas naudojantis dalijimosi ekonomikos paslaugomis, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimas parodė, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose vartotojais esantys respondentai susiduria su nesklandumais. Pirmasis nesklandumas – prekės ar paslaugos teikėjas atšaukė

pardavimą. 3,6 proc. respondentų atsakė, kad dažnai susiduria su šia problema. 18 proc. su atšauktų prekių ar paslaugų pardavimo problema susiduria retai. 57,8 proc. labai retai, 21,1 proc. respondentų niekada nesusidūrė su šia problema. Apibendrinant rezultatus matyti, kad 78,9 proc. respondentų su šia problema yra susidūrę. Iš jų 75,8 proc. respondentų nurodė, kad su prekių ar paslaugų atšaukimo nesklandumu susiduria retai arba labai retai.

Sekantis nesklandumas - prekės ar paslaugos neatitikimas su nurodytu aprašymu. Tyrimas parodė, kad 1,6 proc. respondentų su šia problema susiduria labai dažnai. 10,9 proc. respondentų prekės ar paslaugos neatitikimą pagal aprašymą nurodo, kaip dažną nesklandumą. 25,8 proc. nurodė, kad taip nutinka retai. 56,3 proc. nurodė, kad prekė ar paslauga neatitinka aprašymo labai retai. 5,5 proc. respondentų su šiuo nesklandumu nesusidūrė. Apibendrinant rezultatus, matyti, kad su šiuo nesklandumu susidūrė 94,5 proc. respondentų iš kurių 82,1 proc. įvardija šį nesklandumą, kaip retą.

Toliau apžvelgiamas nesklandumas atsiradęs dėl didelių, papildomų mokesčių. Šie mokesčiai dažniausiai būna už siuntimą, jei tai prekių pirkimo paslauga, ar papildomą tvarkymą, jei tai gyvenamosios nuomos paslauga. Tyrimas parodė, kad 2,3 proc. respondentų su šia problema susiduria labai dažnai. 3,1 proc. apklaustųjų didelių papildomų mokesčių atsiradimą nurodo kaip dažną nesklandumą. 21,9 proc. nurodė, kad taip nutinka retai. 59,4 proc. nurodė, kad dideli papildomi mokesčiai atsiranda labai retai. 13,3 proc. respondentų su šiuo nesklandumu nesusidūrė. Apibendrinant rezultatus, matyti, kad su šiuo nesklandumu susidūrė 86,7 proc. respondentų, iš kurių 81,3 proc. įvardija didelių papildomų mokesčių atsiradimą kaip retą nesklandumą.

Norint pirkti paslaugas ar prekes pirmiausia reikia užsiregistruoti platformoje. Sudėtinga registracija taip pat, buvo įvardyta kaip nesklandumas. 0,8 proc. respondentų nurodė, kad šis nesklandumas pasitaiko labai dažnai. 3,1 proc. mano, kad dažnai sunku užsiregistruoti į platformą. 21,9 proc. mano, kad šis nesklandumas pasitaiko retai. 60,9 proc. respondentų mano, kad taip būna labai retai. 13,3 proc. respondentų su sudėtingos registracijos nesklandumu nesusidūrė. Apibendrinant rezultatus, matyti, kad su šiuo nesklandumu susidūrė 86,7 proc. respondentų iš kurių 82,8 proc. įvardija didelių papildomų mokesčių atsiradimą kaip retą nesklandumą.

Rezultatų apibendrinimui sudaryta 10 lentelė.

10 lentelė. Nesklandumai su kuriais susiduria respondentai, proc. (sudaryta autorės)

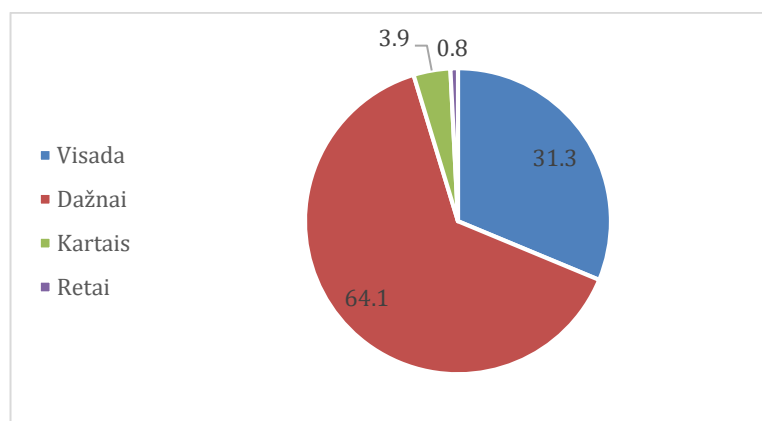
Nesklandumas	Susiduria	Iš jų susiduria retai	Skirtumas
Prekės ar paslaugos neatitiko aprašymo	94,5	82,1	12,4
Dideli papildomi mokesčiai	86,7	81,3	5,4
Sudėtinga registracija platformoje	86,7	82,8	3,9
Prekių ar paslaugų pardavimo atšaukimas	78,9	75,8	3,1

Apibendrinus duomenis matyti, kad dažniausiai respondentai, naudodamiesi dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis, susiduria su šiais nesklandumais: prekės ar paslaugos

neatitiko aprašymo ir dideli papildomi mokesčiai. Nors sudėtingą registraciją platformoje, kaip nesklaidumą, su kuriuo susiduria, įvardijo 86,7 proc. respondentų – lygiai tiek pat, kaip ir – didelių papildomų mokesčių nesklaidumą, tačiau atsižvelgiant į apskaičiuotą skirtumą matyti, kad su sudėtingos registracijos nesklaidumu susiduriama rečiau nei su didelių papildomų mokesčių nesklaidumu. Taip pat retai, bet susiduriama su prekių ar paslaugų atšaukimo nesklaidumu.

Dalijimosi ekonomikos platformose galima palikti atsiliepimus apie prekės kokybę, pardavėjo bendravimą, užsakymo ir prekės pristatymo sklandumą. Toliau aiškinamasi ar respondentai atsižvelgia į šiuos atsiliepimus.

Dalijimosi ekonomikos dalyviai platformose turi galimybę matyti kitų vartotojų atsiliepimus apie prekes ar paslaugas bei pardavėjus. Pasirinkimas atsižvelgti į juos gali turėti įtakos sklandžiam ir kokybiškam naudojimuisi dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis. Respondentų buvo klausama kaip dažnai jie atsižvelgia į kitų dalijimosi ekonomikos vartotojų atsiliepimus. 31,3 proc. respondentų nurodė, kad į kitų dalijimosi ekonomikos dalyvių atsiliepimus atsižvelgia visada, 64,1 proc. nurodė, kad atsižvelgia dažnai. 3,9 proc. respondentų į kitų dalijimosi ekonomikos vartotojų atsiliepimus atsižvelgia retai. 0,8 proc. neatsižvelgia visai žr. 34 pav.

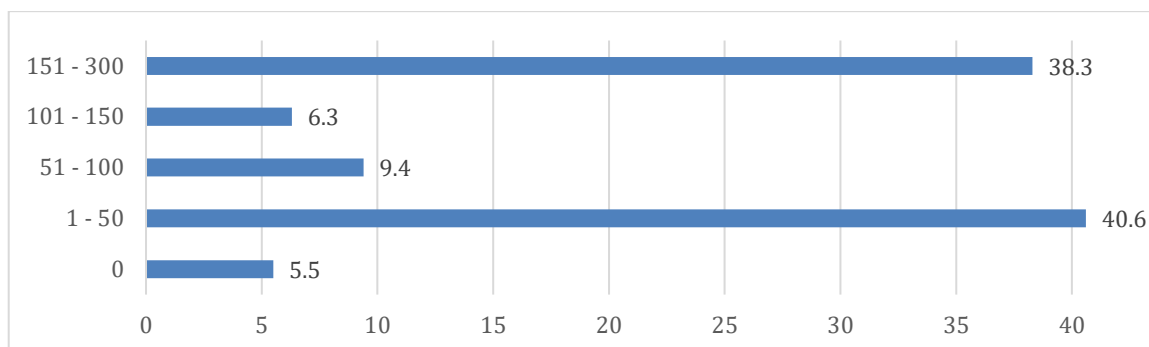


34 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal atsižvelgimą į vartotojų atsiliepimus, proc.

(Šaltinis: sudaryta autorės)

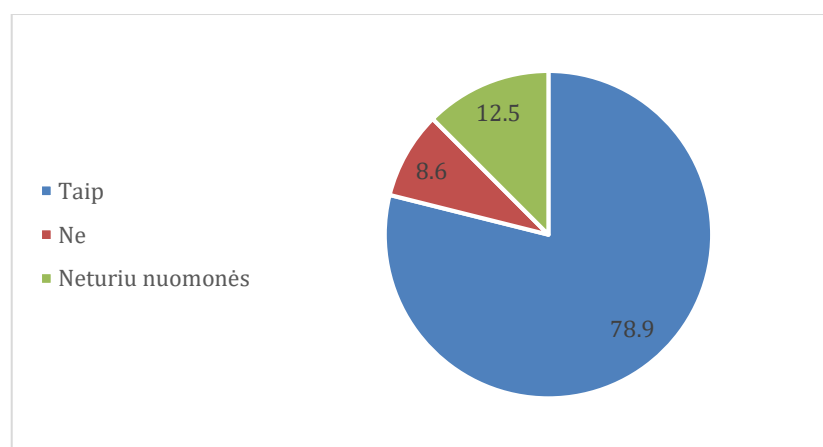
Toliau respondentų buvo klausama ar dalijimosi ekonomika padeda sutaupyti ir kiek apytiksliai. Analizuojant literatūros šaltinius buvo iškelta prielaida, kad dalijimosi ekonomika padeda sutaupyti. Atsižvelgiant į 35 pav. pavaizduotus rezultatus galima teikti, kad ši prielaida pasitvirtina. Nors didžioji dalis respondentų nurodė, kad pirkdami prekes ar paslaugas dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose, vietoj to, kad pirktų parduotuvėse sutaupė, tačiau 5,5 proc. atsakiusių nurodė, kad visgi nesutaupė. 40,6 proc. nurodė, kad sutaupė nuo 1 iki 50 Eur. 9,4 proc. sutaupė nuo 51 iki 100 Eur. 6,3 proc. respondentų sutaupė nuo 101 iki 150 Eur. ir 38,3 proc. apklaustųjų nurodė, kad dalijimosi ekonomikos dėka sutaupė nuo 151 iki 300 Eur.

Analizuojant literatūros šaltinius buvo iškelta prielaida, kad dalijimosi ekonomika padeda sutaupyti. Atsižvelgiant į 35 pav. pavaizduotus rezultatus galima teikti, kad ši prielaida pasitvirtina. Nors didžioji dalis respondentų nurodė, kad pirkdami prekes ar paslaugas dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose, vietoj to, kad pirktų parduotuvėse sutaupė, tačiau 5,5 proc. atsakiusių nurodė, kad visgi nesutaupė. 40,6 proc. nurodė, kad sutaupė nuo 1 iki 50 Eur. 9,4 proc. sutaupė nuo 51 iki 100 Eur. 6,3 proc. respondentų sutaupė nuo 101 iki 150 Eur. ir 38,3 proc. apklaustųjų nurodė, kad dalijimosi ekonomikos dėka sutaupė nuo 151 iki 300 Eur.



35. pav. Respondentų sutaupos (eurais) atsiradusios dėl naudojimosi dalijimosi ekonomikos platformomis, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Atsižvelgiant į tai, kad dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose perkami naudoti daiktai, galima daryti prielaidą, kad dalijimosi ekonomika skatina tvarumą.



36 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal manymą, kad dalijimosi ekonomika palaiko tvarumą, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Dalijimosi ekonomika skatina tvarumą – taip mano 78,9 proc. respondentų (žr. 36 pav.)

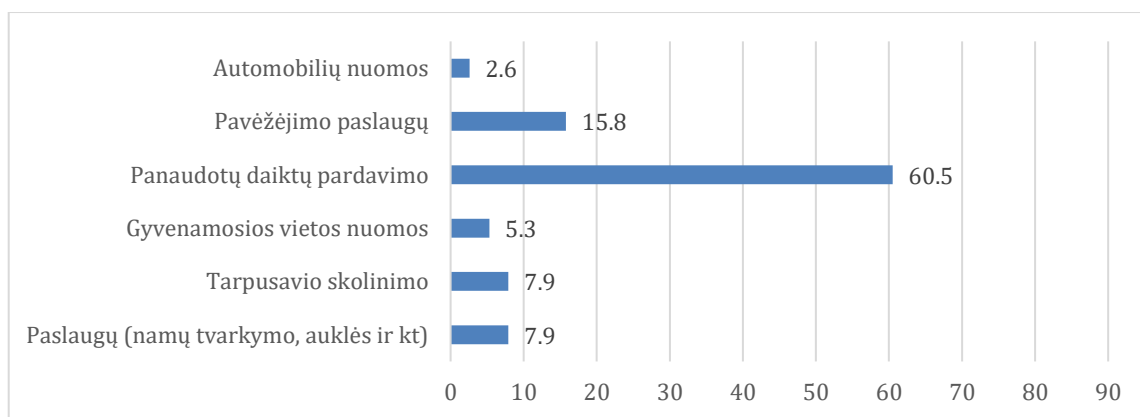
Apibendrinant tyrimo rezultatus dalijimosi ekonomikos vartotojų atžvilgiu išskirti veiksniai darantys įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai: paslaugų ar prekių kokybė, patogus internetinių platformų

naudojimas, galimybė sutaupyti. Neigiamą įtaką daro, kartais pasitaikanti prastesnė prekių kokybė nei buvo tikėtasi, sudėtingas užsiregistravimas į platformas, reklamos trūkumas. Respondentai dažniausiai naudojami panaudotų daiktų, gyvenamosios nuomos, pavėžėjimo sektorių paslaugomis.

Dalijimosi ekonomikos platformose prekių ar paslaugų teikėjais esančių respondentų apklausos rezultatai

Šioje dalyje analizuojami tyrimo rezultatai dalijimosi ekonomikos prekių ar paslaugų teikėjų atžvilgiu. Iš 139 respondentų, kurie naudojami dalijimosi ekonomikos platformomis 11 (7,9 proc.) yra prekių ar paslaugų teikėjai iš kurių 43,3 proc. moterys ir 56,7 proc. vyrai. Tyrimas parodė, kad dalijimosi ekonomikoje iš prekių ar paslaugų teikėjų 23,3 proc. respondentų yra įgiję vidurinį išsilavinimą ar profesinę kvalifikaciją. 40 proc. yra įgiję aukštąjį neuniversitetinį išsilavinimą. Ir 36,7 proc. yra įgiję aukštąjį universitetinį išsilavinimą. 46,7 proc. respondentų, kurie yra prekių ar paslaugų teikėjai dalijimosi ekonomikoje priklauso nuo 18 iki 25 metų amžiaus grupei. Taip pat, 46,7 proc. respondentų priklauso nuo 26 iki 35 metų amžiaus grupei. Ir 6,7 proc. – nuo 36 iki 45 metų amžiaus grupei. Pirmiausia buvo siekiama išsiaiškinti kokias dalijimosi ekonomikos paslaugomis respondentai teikia.

Toliau analizuojama kokias paslaugas dalijimosi ekonomikos dalyviai teikia žr. 37 pav.



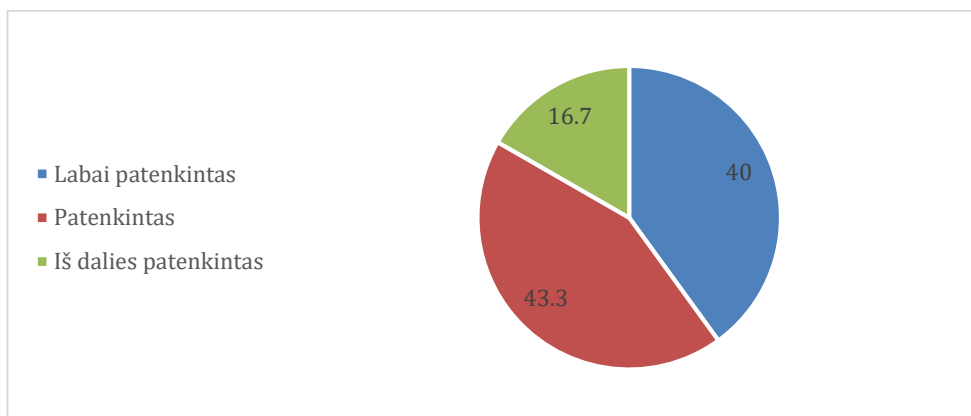
37 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal teikiamas paslaugas, proc.

(Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimas parodė, kad 2,6 proc respondentų teikia automobilių nuomos paslaugas. 15,8 proc. teikia pavėžėjimo paslaugas. Daugiausiai – 60,5 proc. respondentų teikia panaudotų daiktų pardavimo paslaugas. 5,3 proc. teikia gyvenamosios vietos nuomos paslaugas. 7,9 proc. respondentų teikia tarpusavio skolinimo paslaugas. Taip pat, 7,9 proc. respondentų teikia auklių, namų tvarkytojų ar kitas paslaugas.

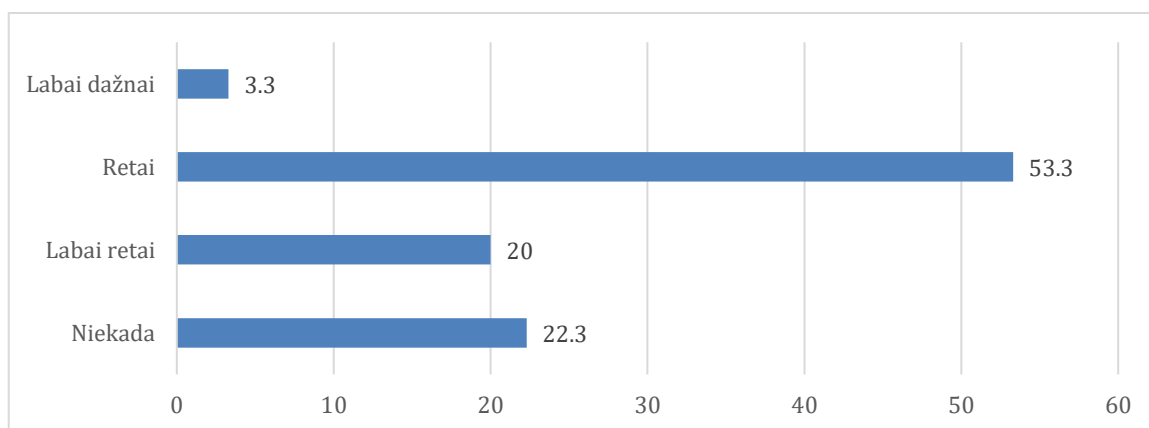
Didžioji dalis respondentų yra patenkinti savo turima, dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose, prekių ar paslaugų pardavėjų patirtimi (žr. 38 pav.). 40 proc. respondentų

nurodė, kad yra labai patenkinti savo turima patirtimi. 43,3 proc. nurodė, kad yra patenkinti. O 16,7 proc. respondentų nurodė, kad yra iš dalies patenkinti. Nors nėra dalijimosi ekonomikoje savo turima patirtimi nepatenkintų respondentų, tačiau yra keletas respondentų tik iš dalies patenkintų savo turima patirtimi. Dėl šios priežasties toliau analizuojami veiksniai, galėję įtakoti tokių respondentų pasirinkimą.



38 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal pasitenkinimą turima teikėjo patirtimi, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

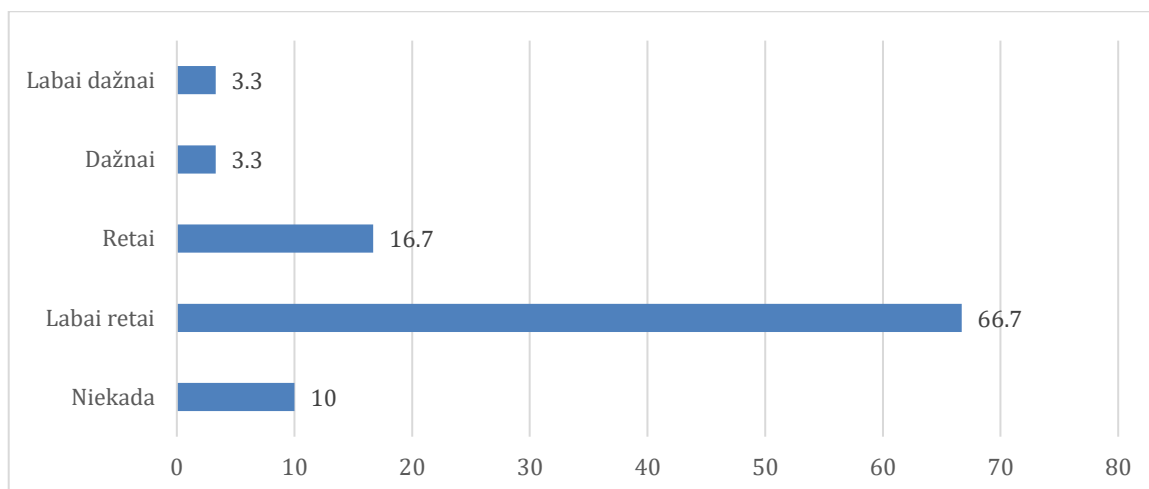
Respondentai nurodo (žr. 39 pav.), kad labai dažnai su sudėtingu užsiregistravimu platformoje susidūrė 3,3 proc. dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose pardavėjais esančių apklaustųjų. 53,3 proc. respondentų nurodė, kad su šiuo nesklaidumu susiduria retai. 20 proc. labai retai ir 22,3 proc. respondentų nesusiduria su sudėtingu užsiregistravimu platformose.



39 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklaidumu - sudėtinga registracija, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

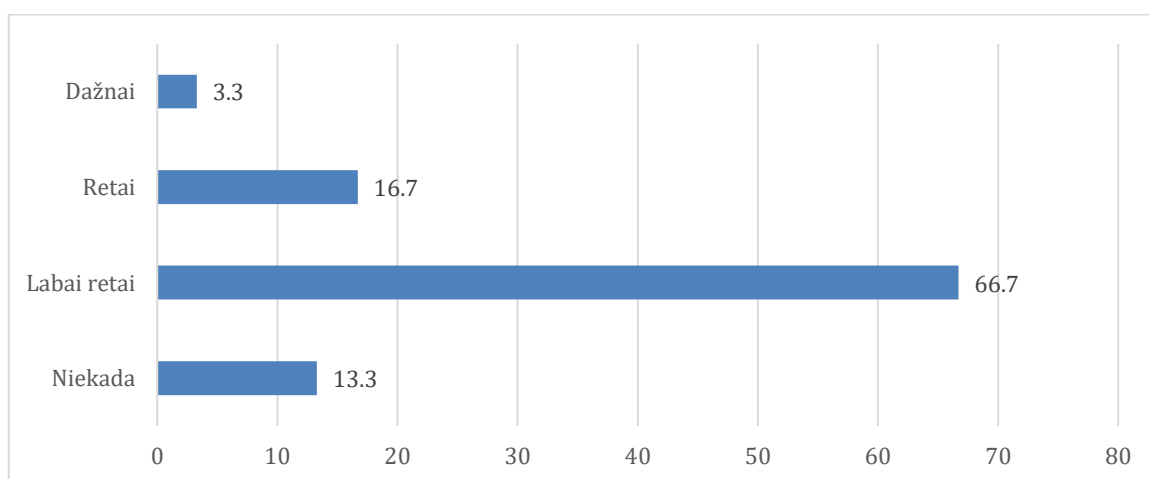
Respondentai nurodo (žr. 54 pav.), kad labai dažnai su kliento atsisakymu pirkti susidūrė 3,3 proc. dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose pardavėjais esančių apklaustųjų. 3,3 proc. respondentų nurodė, kad su šiuo nesklaidumu susiduria dažnai. 16,7 proc. retai ir 66,7 proc. labai retai. 10 proc. respondentų nesusiduria su klientais, kurie susitarę pirkti atšaukia susitarimą.

Respondentai nurodo (žr. 40 pav.), kad labai dažnai su kliento atsisakymu pirkti susidūrė 3,3 proc. dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose pardavėjais esančių apklaustųjų. 3,3 proc. respondentų nurodė, kad su šiuo nesklandumu susiduria dažnai. 16,7 proc. retai ir 66,7 proc. labai retai. 10 proc. respondentų nesusiduria su klientais, kurie susitarę pirkti atšaukia susitarimą.



40 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklandumu – klientas atšaukia pirkimą, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Respondentai nurodo (žr. 41 pav.), kad gautas užmokestis būna mažesnis nei tikėtasi. 3,3 proc. dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose pardavėjais esančių apklaustųjų nurodo, kad taip būna labai dažnai. 16,7 proc. respondentų nurodė, kad su šiuo nesklandumu susiduria retai. 66,7 proc. labai retai. 13,3 proc. respondentų nesusiduria su situacijomis, kai gautas užmokestis būna mažesnis nei tikėtasi.



41 pav. Respondentų vertinimas, kaip dažnai susiduriama su nesklandumu – gaunamos pajamos mažesnės nei tikėtasi, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tiriant apgadinamos nuosavybės veiksnį respondentai nurodo, kad nuomos metu būna apgadinama nuosavybė. 6,7 proc. dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose pardavėjais esančių apklaustųjų nurodo, kad taip būna labai dažnai. 3,3 proc. respondentų nurodė, kad su šiuo nesklandumu susiduria retai. 10 proc. labai retai. 80 proc. respondentų nesusiduria su situacijomis, kai nuomojamas turtas būna apgadintas. Taip gali būti dėl to, kad dauguma respondentų teikia ne nuomos, o pardavimo paslaugas.

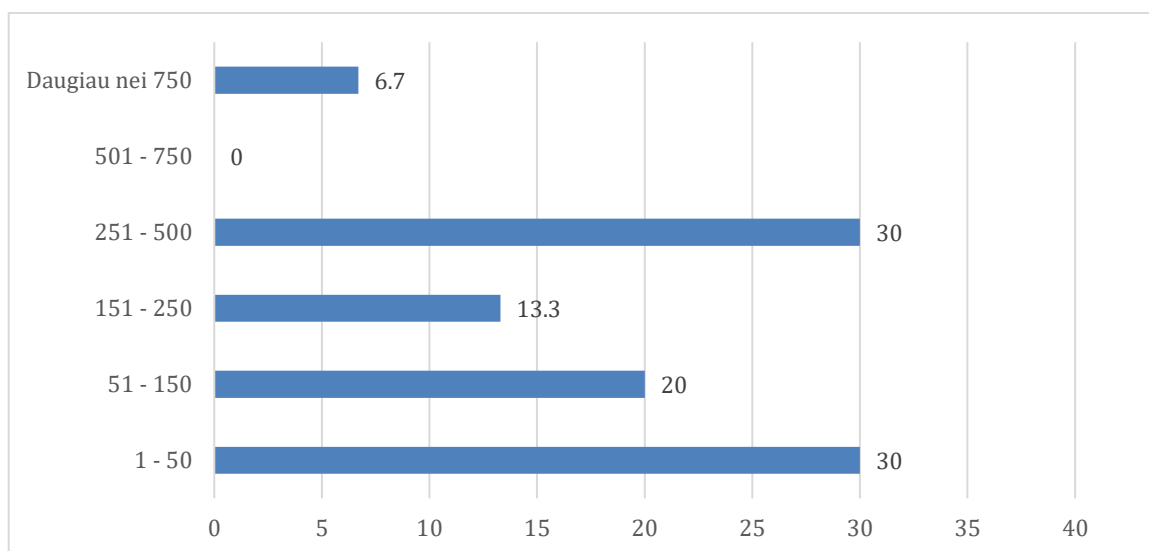
Apibendrinant gautus rezultatus sudaryta 11 lentelė.

11 lentelė. Nesklandumai su kuriais susiduria prekių ar paslaugų teikėjai, proc. (sudaryta autorės)

Nesklandumas	Susiduria	Iš jų susiduria retai	Skirtumas
Nuomos metu apgadinta nuosavybė	20	13,3	6,7
Klientas atšaukė prekės pirkimą	90	83,4	6,6
Sudėtinga registracija platformoje	77,7	73,3	4,4
Gautas užmokestis mažesnis nei tikėtasi	86,7	83,4	3,3

Dažniausiai pasitaikantis nesklandumas su kuriuo susiduria nuomotojai – nuosavybės apgadinimas (žr. 11 lentelė). Sekantis nesklandumas su kuriuo susiduria paslaugų ir prekių teikėjai – klientų atšauktas pirkimo susitarimas, su juo susiduria net 90 proc. apklaustų respondentų.

Toliau 42 pav. analizuojama kiek apytiksliai pajamų gauna dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose prekes ar paslaugas parduodantis dalijimosi ekonomikos dalyvis.



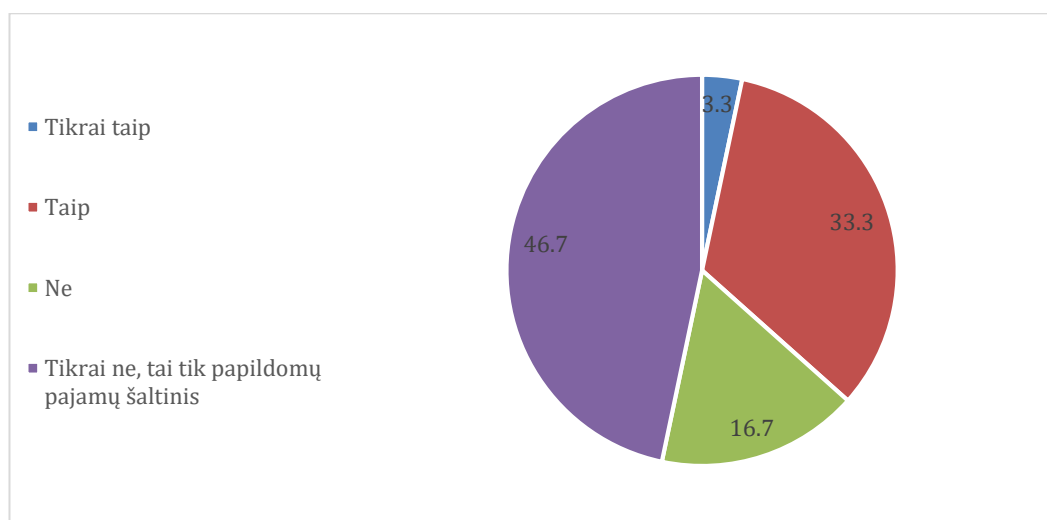
42 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal pajamas (eurais) gaunamas iš dalijimosi ekonomikos, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Tyrimo dalyviai nurodė, kad iš veiklos susijusios su dalijimosi ekonomika 30 proc. respondentų gauna nuo 1 iki 50 Eur. Pajamų. 20 proc. respondentų nurodė, kad gauna nuo 51 iki 150 Eur. pajamų.

13,3 proc. gauna nuo 151 iki 250 Eur. pajamų. 30 proc. respondentų nurodė, kad gauna nuo 251 iki 500 Eur. pajamų. Ir 6,7 proc. respondentų per mėnesį iš dalijimosi ekonomikos gauna daugiau nei 750 Eur. pajamų.

Apžvelgus respondentų pateiktus duomenis apie gaunamas pajamas, analizuojama ar pajamų gaunamų iš veiklos susijusios su dalijimosi ekonomika, užtektų pragyvenimui.

Tyrimas parodė, kad 3,3 proc. respondentų mano, jog pajamų gaunamų ir veiklos susijusios su dalijimosi ekonomika tikrai užtektų pragyvenimui. 33,3 proc. respondentų mano, kad pajamų užtektų. 16,7 proc. mano, kad neužtektų. 46,7 proc. respondentų nurodo, kad tokių pajamų tikrai neužtektų ir tai yra tik papildomas pajamų šaltinis žr. 43 pav.



43 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal manymą, kad užtektų pajamų gaunamų tik iš dalijimosi ekonomikos principu vykdomos veiklos, proc. (Šaltinis: sudaryta autorės)

Išanalizavus respondentų nuomonę apie iš dalijimosi ekonomikos gaunamas pajamas, toliau klausiama ar apklausos dalyviai norėtų dirbti tradicinės ekonomikos principu veikiančioje organizacijoje ar įmonėje, kuri teikia tokias paslaugas, kaip ir respondentai. 59 pav. pavaizduoti respondentų atsakymai. 43,3 proc. respondentų nurodė jog taip – norėtų dirbti tradicinės ekonomikos principu veikiančioje įmonėje. 26,7 proc. mano, kad ne. Ir 30 proc. neturi nuomonės šiuo klausimu. Remiantis respondentų pasiskirstymu, sunku daryti vieningą išvadą.

Išanalizavus respondentų nuomonę apie iš dalijimosi ekonomikos gaunamas pajamas, toliau klausiama ar apklausos dalyviai norėtų dirbti tradicinės ekonomikos principu veikiančioje organizacijoje ar įmonėje, kuri teikia tokias paslaugas, kaip ir respondentai. 59 pav. pavaizduoti respondentų atsakymai. 43,3 proc. respondentų nurodė jog taip – norėtų dirbti tradicinės ekonomikos principu veikiančioje įmonėje. 26,7 proc. mano, kad ne. Ir 30 proc. neturi nuomonės šiuo klausimu. Remiantis respondentų pasiskirstymu, sunku daryti vieningą išvadą.

Apibendrinant, galima teigti, kad dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybės, respondentų nuomone, tiesiogiai priklauso nuo išmaniųjų technologijų ir internetinės infrastruktūros plėtros. Taip pat, dalijimosi ekonomikos dalyviai, kaip svarbius dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros aspektus įvardija: dalijimosi ekonomikos platformų patogumo vystymą, prekių ir paslaugų kokybės gerinimą, saugumo užtikrinimą. Atsižvelgiant į tai, kad respondentų tarpe buvo ir dalijimosi ekonomikos principais grįstais veiklos modeliais ir platformomis nesinaudojančių respondentų, būtina paminėti, kad sparčiai dalijimosi ekonomikos plėtrai, respondentų nuomone, trukdo: neaiškus reglamentavimas, reklamos ir informavimo trūkumas bei privatumo ar saugumo užtikrinimo trūkumas. Bendrai išanalizavus ir apžvelgus tyrimo rezultatus galima daryti išvadą, kad veiksniai įtakojantys dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą ir toliau skatins dalijimosi ekonomikos vystymąsi.

4.3 Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybių Lietuvoje ekspertinio vertinimo rezultatai

Siekiant išsiaiškinti dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybes, anketinės apklausos principu atliktas ekspertinis vertinimas. Ekspertinio tyrimo metu įvertinti dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybes įtakojantys veiksniai. Tyrime dalyvavo 14 ekspertų (dalijimosi ekonomikos paslaugų teikėjų) iš kurių 6 vyrai – 42,86 proc. ir 8 moterys – 57,14. Pagal amžių ekspertai pasiskirstė taip: nuo 18 iki 25 metų – 3 respondentai, t.y. 21.4 proc., nuo 26 iki 35 metų – 5 respondentai, t.y. 35.7 proc., nuo 36 iki 45 metų – 3 respondentai t.y. 21.4 proc., nuo 46 iki 55 metų – 2 respondentai t.y. 14.3 proc., virš 55 metų – 1 respondentas t.y. 7.1 proc. Iš 14 ekspertų 4 turi neuniversitetinį profesinio bakalauro laipsnį, 6 universitetinį bakalauro laipsnį ir 4 universitetinį magistro laipsnį. Atsižvelgiant į duomenis galima daryti išvadą, kad dauguma ekspertų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą.

12 Lentelė. Respondentų darbo patirtis dalijimosi ekonomikoje. (Sudaryta autorės)

Nuo 1 iki 3 metų	4	28.6%
Nuo 4 iki 6 metų	6	42.9%
Nuo 7 iki 10 metų	2	14.3%
Virš 10 metų	2	14.3%

Atsižvelgiant į ekspertų darbo patirtį, susijusią su dalyvavimu dalijimosi ekonomikoje, galima daryti išvadą, kad daugiau nei 50 proc. respondentų turi ne mažesnę nei 4 metų patirtį (žr. 12 lent.).

Toliau ekspertų buvo klausama, kokia dalijimosi ekonomikos veiklos sferą jie atstovauja. Rezultatų apibendrinimui sudaryta 13 lentelė.

Atsižvelgiant į 13 lentelės duomenis, matyti, kad daugiausia tyrime dalyvavusių ekspertų atstovauja pavėžėjimo paslaugų ir panaudotų daiktų pardavimo sektorius.

13 Lentelė. Respondentų pasiskirstymas pagal atstovaujamą veiklos sritį dalijimosi ekonomikoje.
(Sudaryta autorės)

Automobilių nuomos	1	7.1%
Pavėžėjimo paslaugų	4	28.6%
Panaudotų daiktų pardavimo	4	28.6%
Gyvenamosios vietos nuomos	2	14.3%
Tarpusavio skolinimo	1	7.1%
Fizinių paslaugų (namų tvarkymo, auklės, slaugės ir kt.)	2	14.3%

Toliau nustatomas ekspertinio tyrimo vertinimo patikimumas. Vertinamos atskiros išorinių ir vidinių veiksnių grupės, įtakojančios dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą. Siekiant nustatyti ekspertų nuomonių sutapimą naudojamas Kendalo konkordacijos koeficientas W. Vidiniam skalės nuoseklumo nustatymui naudojamas Cronbach alfa koeficientas. Norint patikimo ekspertinio vertinimo tyrimo būtina pasirinkti minimalią kritinę Cronbacho alfos koeficiento reikšmę, šiame tyrime naudojama ~ 0,6 reikšmė. Skirtumo tarp tiriamųjų (kriterijų) reikšmingumui nustatyti naudojama Friedmano kriterijaus p reikšmė. Pasitikėjimo lygmeniu pasirinkta 0,05 kriterijaus reikšmė. Gauti ekspertinio vertinimo Cronbacho alfos reikšmių, Friedmano kriterijaus tikimybių ir Kendalo konkordacijos koeficiento reikšmių rezultatai apskaičiuoti SPSS programa ir pateikti 14 lentelėje.

14 Lentelė Vertinamų veiksnių vidinio nuoseklumo ir ekspertų nuomonės suderinamumo tyrimo rezultatai (Sudaryta autorės)

	Cronbacho alfa (α)	Friedmano kriterijaus tikimybė (p)	Kendalo konkordacijos koeficientas (W)
Išoriniai veiksniai	0,747	0,003	0,452
Vidiniai veiksmai	0,619	0,000	0,573

Analizuojant Cronbacho alfa koeficiento reikšmes, matyti, kad jos viršija 0,6 – tai rodo, jog pasirinkti ekspertinio vertinimo veiksniai atspindi tiriamąjį dydį tinkamai ir veiksnių grupė yra reprezentatyvi. Tai rodo, kad ekspertinis tyrimas yra patikimas. (žr. 14 lentelę).

Analizuojant Friedmano kriterijaus tikimybę abiejų veiksnių grupių tikimybė yra mažesnė už 0,05, tai rodo, kad ekspertai statistiškai reikšmingai vertina veiksnius. Atitinkamai išorinių veiksnių Friedmano tikimybė yra 0,003, tuo tarpu vidinių veiksnių p tikimybė lygi 0,000.

Analizuojant Kendalo konkordancijos koeficiento reikšmes, išorinių veiksnių grupėje jis yra mažesnis nei vidinių veiksnių grupėje. Atininkamai 0,452 išorinių veiksnių ir 0,572 vidinių veiksnių grupėse (žr. 14 lentelę). Mažesnė Kendalo konkordancijos koeficiento reikšmė rodo, kad respondentų nuomonė vertinant išorinius veiksnius šiek tiek skiriasi. Vidinių veiksniu Kendalo konkordancijos koeficientas yra didesnis, dėl to galima daryti išvadą, kad ekspertų nuomonės vertinant vidinius veiksnius sutapo labiau.

Apibendrinus ir išanalizavus gautus Cronbacho alfos koeficiento, Kendalo konkordancijos koeficientų bei Friemano tikimybės rezultatus, nustatyta, kad tyrimo ekspertinis vertinimas yra patikimas. Gauti koeficientai ir tikimybės parodė, kad ekspertų nuomonės labiau skiriasi dėl išorinių veiksnių, o sutampa dėl vidinių veiksnių. Ekspertai statistiškai reikšmingai vertina veiksnius.

Tyrimo tikslas yra nustatyti veiksnius, kurie daro įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtros galimybėms. Tikslėnei tyrimo ekspertinio vertinimo analizei, toliau skaičiuojami šie ranginių duomenų skaitiniai rodikliai: mediana, moda, I ir III kvartilai, kvartilinis plotis ir neparametrinio χ^2 testo tikimybė. Apskaičiuoti ranginiai rodikliai pateikiami 15 lentelėje.

15 Lentelė. Išorinių veiksnių vertinimų skaitinės charakteristikos ir χ^2 testo tikimybės. (Sudaryta autorės)

Išoriniai veiksniai	Mediana	Moda	I kvartilis	III kvartilis	Kvartilinis plotis	χ^2 testo
Mažai naudojamų turimų išteklių "įdarbinimas"	5	5	4	5	1	0,024
Finansavimo šaltinių prieinamumas	4	5	3	5	2	0,294
Išmaniųjų technologijų vystymasis	5	5	4	5	1	0,109
Interneto, socialinių tinklų plėtra	5	5	4	5	1	0,285
Įstatymų bazė	5	5	5	5	0	0,008
Internetinės atsiskaitymo sistemos	5	5	4	5	1	0,593
Prekių ar paslaugų teikėjų skaičius	5	5	4	5	1	0,285
Elektroninės prekybos plėtra	4	5	4	5	1	0,067
Išmaniųjų technologijų naudotojų augimas	5	5	5	5	0	0,000
Finansinio nepriklausomumo, savarankiškumo siekis	5	5	5	5	0	0,002

Toliau analizuojamos išorinių veiksnių skaitinės charakteristikos, pateiktos 15 lentelėje. Respondentų nuomone labai stiprią įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro įstatymų bazė, išmaniųjų technologijų naudotojų augimas, finansinio nepriklausomumo, savarankiškumo siekis. Šių išorinių veiksnių mediana ir moda lygios 5, sklaidos nėra, kadangi kvartilinis plotis lygus 0. Pagal kvartilinio pločio rezultatus, galima teigti, kad visų ekspertų nuomonė šių veiksnių atžvilgiu sutampa ir

vertinimo balas yra ne mažesnis nei 5. Išanalizavus atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus (kai $p < 0,05$), galima daryti išvadą, kad šių veiksnių: įstatymų bazės, išmaniųjų technologijų naudotojų augimo, finansinio nepriklausomumo – savarankiškumo siekio veiksnių, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) negali būti laikomas vienodai galimu, tai reiškia, kad respondentai vienodai vertino šį veiksni. Vadinasi, šių veiksnių svarba dalijimosi ekonomikos modelių plėtrai daro labai didelę įtaką ir yra neabejotina.

Sekantys veiksniai: mažai naudojamų turimų išteklių įdarbinimas, išmaniųjų technologijų vystymasis, interneto ir socialinių tinklų plėtra, internetinių atsiskaitymo sistemų optimizavimas, prekių ar paslaugų teikėjų skaičius, taip pat yra svarbūs. Šių išorinių veiksnių mediana ir moda lygios 5, galima teigti, kad sklaida yra nedidelė, kadangi kvartilinis plotis yra 1. Pagal kvartilinio pločio rezultatus, galima teigti, kad daugiau kaip 50 proc. respondentų šiuos išorinius veiksnius įvertino nemažiau kaip 4 balais. Išanalizavus atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus (kai $p < 0,05$), galima daryti išvadą, kad mažai naudojamų daiktų „įdarbinimo“ veiksnio, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) negali būti laikomas vienodai galimu. Vadinasi, šio veiksnio svarba dalijimosi ekonomikos modelių plėtrai daro labai didelę įtaką ir yra neabejotina. Atsižvelgiant į šių veiksnių: išmaniųjų technologijų vystymasis, interneto ir socialinių tinklų plėtra, internetinių atsiskaitymo sistemų optimizavimas, prekių ar paslaugų teikėjų skaičius ir atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus matyti, kad $p > 0,05$, galima daryti išvadą, kad mažai naudojamų daiktų įdarbinimo veiksnio, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) gali būti laikomas vienodai galimu. Vyrauja ekspertų nuomonių skirtumas šių veiksnių vertinimo atžvilgiu. Taip pat, elektroninės prekybos plėtros veiksnys yra svarbus, tačiau mediana ir moda skiriasi, kvartilinis plotis lygus 1, vadinasi sklaida nėra didelė ir daugiau kaip 50 proc. ekspertų vertino šį veiksni 4 ar daugiau balų. Atsižvelgus į X^2 testo tikimybės rezultatus matyti, kad $p > 0,05$, galima daryti išvadą, kad, elektroninės prekybos plėtros veiksnio bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) gali būti laikomas vienodai galimu. Vyrauja ekspertų nuomonių skirtumas šio veiksnio vertinimo atžvilgiu. Finansinių šaltinių prieinamumo veiksnys turi mažiausią reikšmę, nors moda ir mediana lygi 5, o kvartilinis plotis lygus 2, atsižvelgus į pirmą ir trečią kvartilius matyti, kad ekspertai šį veiksni vertina nuo 3 iki 5 balų. Iš atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus matyti, kad $p > 0,05$, todėl galima daryti išvadą, kad finansinių šaltinių prieinamumo veiksnio bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) gali būti laikomas vienodai galimu. Vyrauja ekspertų nuomonių skirtumas šio veiksnio vertinimo atžvilgiu.

Apibendrinus, galima daryti išvadą, kad išorinių veiksnių tarpe didžiausią įtaką, dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro įstatymų bazė, išmaniųjų technologijų naudotojų augimas, finansinio nepriklausomumo – savarankiškumo siekis. Svarbią, tačiau kiek mažesnę įtaką turi mažai naudojamų turimų išteklių įdarbinimas, išmaniųjų technologijų vystymasis, interneto ir socialinių tinklų plėtra, internetinių atsiskaitymo sistemų optimizavimas, prekių ar paslaugų teikėjų skaičius. Vidutinę įtaką daro elektroninės prekybos plėtros veiksnys. Mažiausią įtaką, ekspertų nuomone, turi finansinių šaltinių prieinamumo veiksnys.

Toliau analizuojamos vidinių veiksmų skaitinės charakteristikos, pateiktos 16 lentelėje. Respondentų nuomone labai stiprią įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro maži sandorių sudarymo kaštai, dalijimosi ekonomikos platformų reklama, nesudėtingas naudojimas platformomis, prekių ar paslaugų kokybės vystymas. Šių vidinių veiksmų mediana ir moda lygios 5, sklaidos nėra, kadangi kvartilinis plotis lygus 0. Pagal kvartilinio pločio rezultatus, galima teigti, kad visų ekspertų nuomonė šių veiksmų atžvilgiu sutampa ir vertinimo balas yra ne mažesnis nei 5. Išanalizavus atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus (kai $p < 0,05$), galima daryti išvadą, kad šių veiksmų, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) negali būti laikomas vienodai galimu. Vadinas, šių veiksmų svarba dalijimosi ekonomikos modelių plėtrai daro labai didelę įtaką ir yra neabejotina.

16 Lentelė. Vidinių veiksmų vertinimų skaitinės charakteristikos ir χ^2 testo tikimybės. (Sudaryta autorės)

Vidiniai veiksniai	Mediana	Moda	I kvartilis	III kvartilis	Kvartilinis plotis	χ^2 testo
Maži sandorių sudarymo kaštai	5	5	5	5	0	0,002
Bendruomenės kūrimas	4	4	3	4	1	0,143
Greita prekių ir paslaugų paieška bei užsakymas	5	5	4	5	1	0,001
Dalijimosi ekonomikos platformų reklama	5	5	5	5	0	0,033
Mažesnės prekių ar paslaugų kainos	5	5	4	5	1	0,109
Didelė prekių ir paslaugų įvairovė	5	5	4	5	1	0,071
Prekių ar paslaugų kokybės vystymas	4	5	5	5	0	0,033
Dalijimosi platformų saugumo užtikrinimas	4	5	4	5	1	0,109
Aplinkosaugos, tvarumo skatinimas	3	4	3	5	2	0,334
Nesudėtingas naudojimas platforma	5	5	5	5	0	0,033

Respondentų nuomone labai stiprią įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro maži sandorių sudarymo kaštai, dalijimosi ekonomikos platformų reklama, nesudėtingas naudojimas platformomis, prekių ar paslaugų kokybės vystymas. Šių vidinių veiksmų mediana ir moda lygios 5, sklaidos nėra, kadangi kvartilinis plotis lygus 0. Pagal kvartilinio pločio rezultatus, galima teigti, kad visų ekspertų nuomonė šių veiksmų atžvilgiu sutampa ir vertinimo balas yra ne mažesnis nei 5. Išanalizavus atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus (kai $p < 0,05$), galima daryti išvadą, kad šių veiksmų, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) negali būti laikomas vienodai galimu. Vadinas, šių veiksmų svarba dalijimosi ekonomikos modelių plėtrai daro labai didelę įtaką ir yra neabejotina.

Sekantis veiksnys: greita prekių ir paslaugų paieška bei užsakymas, taip pat, yra svarbus. Mediana ir moda lygios 5, galima teigti, kad sklaida yra nedidelė, kadangi kvartilinis plotis yra 1. Pagal kvartilinio pločio rezultatus, galima teigti, kad daugiau kaip 50 proc. respondentų šį vidinį veiksmą įvertino

nemažiau kaip 4 balais. Išanalizavus atlikto X^2 testo tikimybės rezultatus (kai $p < 0,05$), galima daryti išvadą, kad greito prekių ar paslaugų bei užsakymo veiksnio, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) negali būti laikomas vienodai galimu. Vadinasi, šio veiksnio svarba dalijimosi ekonomikos modelių plėtrai daro didelę įtaką ir yra neabejotina. Mažesnių prekių ar paslaugų kainų ir didelės prekių ar paslaugų įvairovės, saugumo užtikrinimo platformose veiksmų mediana ir moda lygi 5. Kvartilinis plotis lygus 1, tai rodo, kad daugiau nei 50 proc. respondentų vertino šiuos veiksmus nemažiau nei 4 balais. Iš atlikto X^2 testo tikimybės rezultatų matyti, kad $p > 0,05$, todėl galima daryti išvadą, kad šių veiksmų, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) gali būti laikomas vienodai galimu. Vyrauja ekspertų nuomonių skirtumas šių veiksmų vertinimo atžvilgiu.

Bendruomenės kūrimo veiksnio mediana ir moda nesiskiria ir yra lygi 4, kvartilinis plotas lygus 1, tai reiškia, kad bendruomenės kūrimo veiksnys vertinamas šiek tiek prasčiau, nei prieš tai buvę veiksniai. Kadangi pirmo kvartilio dydis 3, o trečio 4, tai rodo, kad ekspertų nuomonė išsiskyrė ir bendruomenės kūrimo veiksnys nebuvo vertinamas mažiau nei 3 balais. Sekantis veiksnys ekspertų nuomone darantis mažiausią įtaką yra aplinkosaugos, tvarumo skatinimas. Kvartilinis plotas lygus 2, vadinasi yra didelė rezultatų sklaida, ekspertai šį veiksmą vertino nemažiau 3 balų. Iš abiejų veiksmų X^2 testo tikimybės rezultatų matyti, kad $p > 0,05$, todėl galima daryti išvadą, kad šių veiksmų, bet koks vertinimas (nuo 1 iki 5) gali būti laikomas vienodai galimu. Vyrauja ekspertų nuomonių skirtumas šių veiksmų vertinimo atžvilgiu.

Apibendrinus, galima daryti išvadą, kad didžiausią įtaką ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro šie vidiniai veiksniai : maži sandorių sudarymo kaštai, dalijimosi ekonomikos platformų reklama, nesudėtingas naudojimas platformomis, prekių ar paslaugų kokybės vystymas. Svarbią, įtaką turi greita prekių ir paslaugų paieška bei užsakymas, prekių ar paslaugų kaina ir didelės prekių ar paslaugų įvairovė, saugumo užtikrinimas platformose. Mažesnę įtaką daro bendruomenės kūrimo ir tvarumo skatinimo veiksniai.

4.4 Dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybių tyrimo rezultatai: diskusiniai aspektai

Išanalizavus ir apibendrinus kiekybinio ir kokybinio tyrimo rezultatus, galima teigti, kad dalijimosi ekonomikos veiklos modeliai turi galimybių plėstis.

Kiekybinio tyrimo rezultatai parodė, kad dalijimosi ekonomika skatina ekonomikos dalyvių užimtumą, sudaro sąlygas prekių ar paslaugų teikėjų ir vartotojų bendruomenių kūrimuisi. Interneto ir išmaniųjų technologijų plėtra lemia dalijimosi ekonomikos veiklos modelių populiarumą ir plėtrą. Vartotojų išskiriami dalijimosi ekonomikos veiklos modelio privalumai: didesnis prekių ar paslaugų pasirinkimas, mažesnė kaina, greita prekių ir paslaugų paieška. Dalijimosi ekonomikos prekių ar paslaugų teikėjai išskiria tokiu privalumus, kaip mažesni sandorių sudarymo kaštai, lengvesnis patekimas į rinką.

Būtina paminėti, kad respondentai išskyrė ir eilę trūkumų. Dalijimosi ekonomikos veiklos modeliais ir platformomis nesinaudojantys respondentai išskyrė šiuos trūkumus: informacijos apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika ir reklamos trūkumas, iškeltos abejotinos saugumo ir kokybės patikimumo prielaidos. Dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų vartotojai išskyrė šiuos trūkumus: užsakytų prekių ar paslaugų pardavimo atšaukimas, prekės ar paslaugos neatitikimas pagal aprašymą, sudėtingas užsiregistravimas platformose. Pagal dalijimosi ekonomikos principus veikiantys prekių ar paslaugų teikėjai, kaip pagrindinį dalijimosi ekonomikos trūkumą įvardijo neaiškų reglamentavimą, taip pat, pastebėjo, kyla problemų su užsiregistravimu į platformas. Vienas pagrindinių – saugumo klausimas, respondentai pažymėjo, kad būna atvejų, kai nuomotas turtas gražinamas apgadintas. Svarbu paminėti, kad tokie trūkumai pasitaiko retai, bet vis tiek daro įtaką lėtesniam dalijimosi ekonomikos vystymuisi.

Kokybinio tyrimo rezultatai parodė, kad svarbiausią įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai daro išmaniųjų technologijų vystymasis, internetinės infrastruktūros plėtra, išmaniųjų technologijų naudotojų skaičiaus augimas, taip pat, galimybė dirbti savarankiškai ir nepriklausomumo siekiai.

Remiantis atlikto tyrimo rezultatais, galima teigti, kad dalijimosi ekonomikos modelių konkurenciniai pranašumai neapsiriboja vien tik ekonomine nauda vartotojams ir paslaugų teikėjams.

Populiarėjant ir augant dalijimosi ekonomikai ir jos veiklos modeliams, būtina ir toliau vykdyti mokslinius tyrimus ir analizuoti dalijimosi ekonomikos modelių rodiklius, privalumus bei trūkumus. Svarbu stebėti dalijimosi ekonomikos dalyvių elgsenos pokyčius ir dalijimosi ekonomikos įtaką tradiciniams sektoriams.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

1. Atlikus dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros problematikos analizę galima daryti išvadą, kad tai auganti veiklos sritis. Dalijimosi ekonomika atveria galimybes naujų pajamų šaltinių atsiradimui, didina užimtumą ir skatina verslo vystymąsi. Dalijimosi ekonomikos principu veikiančios platformos pritaikytos išmaniosioms technologijoms, tai skatina didelį visuomenės susidomėjimą ir įsitraukimą. Nepaisant visų dalijimosi ekonomikos teigiamų aspektų dažnai literatūros šaltiniuose minimas dalijimosi ekonomikos trūkumas – netikslus teisinis reglamentavimas, tai kelia iššūkius teisingam mokesčių surinkimui bei tolimesnei dalijimosi ekonomikos plėtrai. Literatūros šaltiniuose pažymima, kad teisinis reglamentavimas lems dalijimosi ekonomikos išsivystymą - populiarėjimą arba žlugimą. Tikslus teisinis reglamentavimas užkirstų kelia nesąžiningai konkurencijai ar net šešėlinei ekonomikai.
2. Apibrėžus dalijimosi ekonomikos sampratą, mokslinėje literatūroje analizuotus pagrindinius principus, privalumus ir trūkumus galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika apima pasiūlos, paklausos, internetinės infrastruktūros ir platformų sąveiką. Literatūros šaltinių analizė padėjo išskirti pagrindinius dalijimosi ekonomikos privalumus: patogus naudojimas, greita prekių ir paslaugų paieška, didelis pasirinkimas, maža kaina, papildomas pajamų šaltinis, bendruomenės kūrimas ir tvarumo skatinimas. Taip pat, išskirti ir pagrindiniai trūkumai: neaiški įstatymų bazė, neužtikrintas dalijimosi ekonomikos platformų saugumas, abejotina kokybė, nestabilios pajamos. Atsižvelgiant į tai, kad dalijimosi ekonomika turi daugiau privalumų nei trūkumų galima daryti išvadą, kad tai skatina dalijimosi ekonomikos plėtrą.
3. Atlikus mokslinių tyrimų apžvalgą ir apibendrinus dalijimosi ekonomikos veiklos modelių tendencijas ir paplitimą JAV bei Europoje, galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomika plečiasi. Pagrindiniai sektoriai, kuriuose dalijimosi ekonomika grįsti veiklos modeliai yra populiariausi – transporto nuomos, pavėžėjimo paslaugų ir gyvenamosios vietos nuomos. Taip pat, populiarius panaudotų daiktų nuomos ar pardavimo sektorius.
4. Nustačius ir įvertinus dalijimosi ekonomikos modelių plėtros galimybes vartotojų atžvilgiu Lietuvoje galima daryti išvadą, kad tyrimo rezultatai yra panašūs su mokslinės literatūros šaltiniuose analizuota informacija ir tyrimais. Pagrindiniai veiksniai, darantys įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai, buvo įvardyti: dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų patogumas, greita prekių ar paslaugų paieška, maža kaina, didelis pasirinkimas. Taip pat, galimybė matyti atsiliepimus apie prekių ar paslaugų kokybę bei teikėją. Pagrindiniai veiksniai, lėtinantys dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrą, buvo įvardyti:

neužtikrintas platformų saugumas bei prekių ar paslaugų kokybė, sudėtingas užsiregistravimas į platformas, reklamos ir informacijos apie dalijimosi ekonomiką trūkumas. Nustačius ir įvertinus dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes paslaugų teikėjų atžvilgiu Lietuvoje galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomikos veiklos modeliams plėtros galimybės palankios. Tyrimo rezultatai sutapo su Europoje ir JAV atliktais tyrimais. Pagrindiniai veiksniai, darantys įtaką dalijimosi ekonomikos plėtrai – reglamentavimas, augantis visuomenės savarankiškumo ir finansinio nepriklausomumo siekis, greitas patekimas į rinką, mažesni sandorių sudarymo kaštai. Taip pat, būtina paminėti, kad buvo apklausti ir dalijimosi ekonomika nesinaudojantys respondentai. Pagrindinė priežastis dėl kurios nesinaudojama dalijimosi ekonomika grįstais veiklos modeliais – informacijos trūkumas apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia, bei respondentų nepasitikėjimas dalijimosi ekonomika saugumo ir kokybės atžvilgiu.

5. Atlikus ekspertinį tyrimą galima daryti išvadą, kad dalijimosi ekonomikos dalyvių vis daugės ir dalijimosi ekonomika plėsis. Didžiausią įtaką dalijimosi ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro šie išoriniai veiksniai: įstatymų bazė, išmaniųjų technologijų naudotojų augimas, finansinio nepriklausomumo – savarankiškumo siekis. Svarbią, tačiau kiek mažesnę įtaką turi mažai naudojamų turimų išteklių įdarbinimas, išmaniųjų technologijų vystymasis, interneto ir socialinių tinklų plėtra, internetinių atsiskaitymo sistemų optimizavimas, prekių ar paslaugų teikėjų skaičius. Vidutinę įtaką daro elektroninės prekybos plėtros veiksnys. Mažiausią įtaką, ekspertų nuomone, turi finansinių šaltinių prieinamumo veiksnys. Didžiausią įtaką ekonomikos veiklos modelių plėtrai daro šie vidiniai veiksniai: maži sandorių sudarymo kaštai, dalijimosi ekonomikos platformų reklama, nesudėtingas naudojimas platformomis, prekių ar paslaugų kokybės vystymas. Svarbią įtaką turi greita prekių ir paslaugų paieška bei užsakymas, prekių ar paslaugų kaina ir didelė prekių ar paslaugų įvairovė, saugumo užtikrinimas platformose. Mažesnę įtaką daro bendruomenės kūrimo ir tvarumo skatinimo veiksniai. Lyginant kiekybinio ir kokybinio tyrimo rezultatus galima daryti išvadą, kad dauguma aspektų respondentų ir ekspertų nuomonės sutapo.
6. Apibendrinus kokybinio ir kiekybinio tyrimų rezultatus, galima pateikti rekomendacijas:
 - Verslo įmonės, norinčios turėti pranašumą prieš kitus ekonomikos dalyvius, turėtų skirti daugiau dėmesio reklamai ir visuomenės informavimui apie tai, kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia.
 - Didelis dėmesys turėtų būti kreipiamas į saugumo ir kokybės aspektus.
 - Didesnis dėmesys turėtų būti skiriamas internetinių platformų vystymui ir optimizavimui – naudojimo supaprastinimui.

- Vartotojams rekomenduojama atkreipti dėmesį į kiekvienos dalijimosi ekonomikos principu veikiančios platformos specifiką, naudojimo ypatumus įsitikinant, kad platforma saugi ir patikima.
- Norėdami gauti kokybiškas paslaugas ar prekes vartotojai daugiau dėmesio turėtų atkreipti į atsiliepimus ir prekių, paslaugų ar teikėjų įvertinimus.

Literatūros sąrašas

1. Airbnb (2018). About Us [žiūrėta 2018-10-07]. Prieiga per internetą <https://press.airbnb.com/about-us/>
2. Barnes A. & Mattsson T. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation [žiūrėta 2018-12-02]. Prieiga per internetą <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431916300226?via%3Dihub>
3. Bazarovaitė P. ir Jurčys P. (2017). Dalijimosi ekonomika: utopija ar alternatyva kapitalizmui? [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2017-12-12-dalijimosi-ekonomika-utopija-ar-alternatyva-kapitalizmui/167090>
4. Bosque D. (2018). Spain taxi strike against Uber to continue [žiūrėta 2018-11-05]. Prieiga per internetą <https://www.thelocal.es/20180731/spain-taxi-strike-against-“Uber“-to-continue>
5. Botsman R. (2015). The sharing economy lacks a shared definition [žiūrėta 2018-11-06]. Prieiga per internetą <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
6. Byers (2017). How popular is the sharing economy? [žiūrėta 2018-11-06]. Prieiga per internetą <https://www.emarketer.com/Article/How-Popular-Sharing-Economy/1014135>
7. Consum O. ir Behav D. (2012). Office of the under secretary for economic affairs [žiūrėta 2018-10-19]. Prieiga per internetą <https://www.esma.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>
8. Danti N (2016) European Agenda for the collaborative economy [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+REPORT+A8-2017-0195+0+DOC+XML+V0//EN>
9. Dyal-Chand, R. (2015) Regulating Sharing: The Sharing Economy as an Alternative Capitalist System. Tulane Law Review [žiūrėta 2018-11-10]. Prieiga per internetą <https://core.ac.uk/download/pdf/78094887.pdf>
10. Edelman B. ir Luca M. (2018). Digital discrimination: the case of Airbnb.com [žiūrėta 2018-10-07]. Prieiga per internetą https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Airbnb_92dd6086-6e46-4eaf-9cea-60fe5ba3c596.pdf
11. Elektronikos platintojų asociacija (2018). Tylioji revoliucija skatina atsikratyti nevisuomet racionalaus įpročio „turėti“ [žiūrėta 2018-11-08]. Prieiga per internetą <https://www.epa.lt/naujienos/tylioji-revoliucija-skatina-atsikratyti-nevisuomet-racionalaus-iprocio-tureti/>

12. Ernst & Young LLP (EY) (2015). The rise of the sharing economy. [žiūrėta 2018-09-30]. Prieiga per internetą [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/\\$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf)
13. Europos komisija (2016). Komisijos komunikatas Europos parlamentui, tarybai, Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komitetui ir regionų komitetui [žiūrėta 2018-09-18]. Prieiga per internetą <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/LT/COM-2016-356-F1-LT-MAIN-PART-1.PDF>
14. Europos komisija (2016). The Cost of NonEurope in the Sharing Economy. [žiūrėta 2018-09-30]. Prieiga per internetą [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU\(2016\)558777_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf)
15. Europos komisija, Eurobarometras (2016). Dalijimosi ekonomika [žiūrėta 2018-11-03]. Prieiga per internetą http://www.europarl.europa.eu/resources/library/images/20170427PHT72730/20170427PHT72730_original.jpg
16. Europos parlamentas (2017). Infografikas: ar žmonės naudojami dalijimosi ekonomikos platformomis? [žiūrėta 2018-12-02]. Prieiga per internetą <http://www.europarl.europa.eu/news/lt/headlines/economy/20170428STO72971/infografikas-ar-zmones-naudojasi-dalijimosi-ekonomikos-platformomis>
17. Europos parlamentas (2017). Internal Market Committee calls for EU strategy on the collaborative economy [žiūrėta 2018-11-01]. Prieiga per internetą <http://www.europarl.europa.eu/news/lt/press-room/20170503IPR73223/internal-market-committee-calls-for-eu-strategy-on-the-collaborative-economy>
18. Frank D. (2016). Sharing economy vs. Traditional travel and booking services [žiūrėta 2018-11-17]. Prieiga per internetą <https://www.marketingcharts.com/industries/automotive-industries-69043/attachment/ipsosallianz-sharing-economy-vs-traditional-travel-svcs-jul2016>
19. Galal (2017) Putting the sharing economy into perspective <https://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/.../economy.pdf>
20. Galdikienė (2018). Dalijimosi ekonomika – iššūkis tradiciniam verslui ir vyresnei kartai [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą <https://www.lzinios.lt/lzinios/Ekonomika/dalijimosi-ekonomika-issukis-tradiciniam-verslui-ir-vyresnei-kartai/261209>
21. Gregory H., Cheryl M. (2017). Collaboration in Cities: From Sharing to „Sharing Economy“ [žiūrėta 2018-10-14]. Prieiga per internetą http://www3.weforum.org/docs/White_Paper_Collaboration_in_Cities_report_2017.pdf

22. Guttentag D. (2013). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector [žiūrėta 2018-10-27]. Prieiga per internetą <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2013.82715>
23. Gyoldi K. (2016). Sharing economy vs traditional firms: a war between standards? [žiūrėta 2018-09-28]. Prieiga per internetą https://warwick.ac.uk/fac/sci/wmg/research/business_transformation/ssg/ssgabout/sswmgactivities/cade2017/abstracts/kgyodi_cade2017abstract.pdf economy vs traditional firms: a war between standards? [žiūrėta 2018-09-28]. Prieiga per internetą https://warwick.ac.uk/fac/sci/wmg/research/business_transformation/ssg/ssgabout/sswmgactivities/cade2017/abstracts/kgyodi_cade2017abstract.pdf
24. Hosp M. (2016). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events [žiūrėta 2018-11-03]. Prieiga per internetą <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.1389>
25. Journal of Economic Perspectives(2009).. The economics of two-sided markets. [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.23.3.125>
26. Katz V., „Regulating the sharing economy“, Berkeley Tech. LJ (2016, Nr. 30), p. 1070.
27. Keleivių vežimo už atlygį lengvaisiais automobiliais ir lengvaisiais automobiliais taksi taisyklės (2012) [žiūrėta 2018-11-10]. Prieiga per internetą <http://www.klaipedatransport.lt/lt/keleiviu-vezimo-uz-atlygi-lengvaisiais-automobiliais-ir-lengvaisiais-automobiliais-taksi-taisykles-98>
28. Lietuvos bankas (2018). Viešasis sutelktinio finansavimo platformos operatorių sąrašas [žiūrėta 2018-11-15]. Prieiga per internetą <https://www.lb.lt/lt/sutelktinio-finansavimo-platformu-operatoriai#ex-1-5>
29. Lietuvos Respublikos konkurencijos tarnyba (2016). Dalijimosi ekonomika: paskata konkurencijai ir iššūkis reguliavimui [žiūrėta 2018-10-27]. Prieiga per internetą <https://kt.gov.lt/lt/naujienos/dalijimosi-ekonomika-paskata-konkurencijai-ir-issukis-reguliavimui>
30. Lietuvos Respublikos konkurencijos taryba (2016). Dalijimosi ekonomika: paskata konkurencijai ir iššūkis reguliavimui [žiūrėta 2018-11-01]. Prieiga per internetą <https://kt.gov.lt/lt/naujienos/dalijimosi-ekonomika-paskata-konkurencijai-ir-issukis-reguliavimui>
31. Lietuvos Respublikos sutelktinio finansavimo įstatymas (TAR, 2016-11-15, Nr. 2016-26828) [žiūrėta 2018-11-15]. Prieiga per internetą <https://www.infolex.lt/ta/388584>

32. Lietuvos tarpusavio skolinimo ir sutelktinio finansavimo asociacija (2018). Apie tarpusavio skolinimą [žiūrėta 2018-09-30]. Prieiga per internetą <http://www.ltsa.lt/apie-tarpusavio-skolinima/>
33. Lombardo C. (2018). Pros and Cons of Sharing Economy [žiūrėta 2018-11-05]. Prieiga per internetą <http://visionlaunch.com/pros-and-cons-of-sharing-economy/>
34. Marsh J. (2010). The poor give more [žiūrėta 2018-10-23]. Prieiga per internetą https://greatergood.berkeley.edu/article/item/the_poor_give_more
35. Martucci B. (2018). What Is the Sharing Economy – Example Companies, Definition, Pros & Cons [žiūrėta 2018-11-06]. Prieiga per internetą <https://www.moneycrashers.com/sharing-economy/>
36. Masalskas S. (2018). „Airbnb“ plėtra kelia problemų Europos sostinių valdžiai: vietos gyventojai gali likti be būstų [žiūrėta 2018-10-27]. Prieiga per internetą <https://www.lrt.lt/naujienos/ekonomika/4/228325/airbnb-pletra-kelia-problemu-europos-sostiniu-valdziai-vietos-gyventojai-gali-likti-be-bustu>
37. Matthew Feeney (2015). Level the Playing Field - by Deregulating [žiūrėta 2018-11-08]. Prieiga per internetą <https://www.cato-unbound.org/print-issue/1887>
38. Matzler V. The role of strategic complementarity, cultural fit, and degree and speed of integration [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.2091>
39. Miller D. (2018). What is the sharing economy (and how is it changing industries)? [žiūrėta 2018-10-03]. Prieiga per internetą <https://www.thebalancesmb.com/the-sharing-economy-and-how-it-changes-industries-4172234>
40. Mlecenko M. (2017). Sharing and traditional economy: a matter of substitutability... between cats and dogs?. [žiūrėta 2018-09-25]. Prieiga per internetą <http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2017/03/24/sharing-traditional-economy-matter-substitutability-cats-dogs/>
41. Mrazauskaitė L. (2017). Europa tramdo trumpalaikę nuomą [žiūrėta 2018-11-01]. Prieiga per internetą <https://www.lzinios.lt/lzinios/Ekonomika/europa-tramdo-trumpalaike-nuoma/256149>
42. Nead N. (2016). How the sharing economy is restructuring traditional businesses finance. [žiūrėta 2018-09-23]. Prieiga per internetą <https://www.noobpreneur.com/2016/01/20/how-sharing-economy-restructures-traditional-business-finance/>
43. Nielsen (2014) Adapting to the sharing economy [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46315247/Adapting_to_the_Sharing_Economy.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1543785019&Signature=

- re=gkF3r0xMS9VG6jIXArukeXEzQNY%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DAdapting_to_the_Sharing_Economy_Magazine.pdf
44. Ordanini A. (2017) Crowdfunding: transforming customers into investors through innovative service platforms [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://pdfs.semanticscholar.org/a10b/6c23d86cc802d8142338c5c90e1ea8e49bda.pdf>
 45. Posen H. A. Sharing economy (2015). [žiūrėta 2018-10-23]. Prieiga per internetą https://www.researchgate.net/publication/287819178_Ridesharing_in_the_Sharing_Economy_Should_Regulators_Impose_Uber_Regulations_on_Uber
 46. PricewaterhouseCoopers International Limited (2015). Regulating Sharing: The Sharing Economy as an Alternative Capitalist System [žiūrėta 2018-10-14]. Prieiga per internetą https://www.pwc.fr/fr/assets/files/pdf/2015/05/pwc_etude_sharing_economy.pdf
 47. Raemdonck O. (2016). Sharing economy, enemy or ally of traditional business?. [žiūrėta 2018-09-30]. Prieiga per internetą <https://www.crescolaw.com/blog/item/sharing-economy-enemy-or-ally-traditional-business>
 48. Reynolds C. (2015). Why social media is necessary for the sharing economy [žiūrėta 2018-11-17]. Prieiga per internetą <https://socialmediaweek.org/blog/2015/05/social-media-necessary-sharing-economy/>
 49. Richardson L. (2015). Performing the sharing economy [žiūrėta 2018-10-14]. Prieiga per internetą <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S001671851530141X?via%3Dihub>
 50. Rusteika A. Dalinuos.lt (2018). Kas mes esame [žiūrėta 2018-11-08]. Prieiga per internetą <https://info.dalinuos.lt/kas-mes-esame>
 51. Rustrum A. (2015) European sharing economy [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://www.ing.com/bjn/European-sharing-economy-to-grow-by-a-third-in-the-next-12-months.htm>
 52. Rysman M. (2009). Sharing economy [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.23.3.125>
 53. Santana, J., Parigi, P. (2015). Risk Aversion and Engagement in the Sharing Economy. 6, p.
 54. SATA", Graikijos taksi regioninė sąjunga (2018). Taxi drivers protest against Uber 'invasion' in Greece [žiūrėta 2018-11-03]. Prieiga per internetą <https://www.reuters.com/article/us-greece-protests-taxis-uber/taxi-drivers-protest-against-uber-invasion-in-greece-idUSKCN1GI1ST>
 55. Schor J. (2014) Debating the Sharing Economy [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

56. Shankar S. (2016). Sharing economy shaking up traditional business models. [žiūrėta 2018-09-18]. Prieiga per internetą <https://medium.com/global-intersection/sharing-economy-shaking-up-traditional-business-models-dce017c6b90>
57. Skaistė G. (2018). Konferencija „Augančios dalijimosi ekonomikos poveikis šalies ūkiui ir darbo rinkai“. [žiūrėta 2018-09-30]. Prieiga per internetą http://www.lrs.lt/sip/portal.show?p_r=119&p_k=1&p_t=258483
58. Statista (2017). Number of sharing economy users in the United States from 2016 to 2021 (in millions) [žiūrėta 2018-11-08]. Prieiga per internetą <https://www.statista.com/statistics/289856/number-sharing-economy-users-us/>
59. Šumskis D. (2018). Europinė „Uber“ raganų medžioklė [žiūrėta 2018-10-07]. Prieiga per internetą <https://www.llri.lt/naujienos/ekonomine-politika/d-sumskis-europine-“Uber“-raganu-medziokle/dominykas>
60. Tagaris K. (2018) Greece’s new start-ups offering hope as economy recovers [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://www.irishtimes.com/business/innovation/greece-s-new-start-ups-offering-hope-as-economy-recovers-1.3489012>
61. The People Who Share (2018). Sharing economy [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą <http://www.thepeoplewhoshare.com/about/>
62. Tiongson A. (2016). Is the sharing economy good or bad [žiūrėta 2018-11-06]. Prieiga per internetą <http://blog.near-me.com/is-the-sharing-economy-good-or-bad>
63. Torregrossa M. (2013) The sharing economy [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://www.slideshare.net/speed101/the-rise-of-the-sharing-economy>
64. Trivett V, (2013). What the sharing economy means to the future of travel [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://skift.com/wp-content/uploads/2014/07/skift-what-the-sharing-economy-means-to-the-future-of-travel.pdf>
65. U.S. Department of Commerce Economics and Statistics Administration Office of the Chief Economist, Digital Matching Firms: A New Definition in the “Sharing Economy” Space, (2016)
66. United Bank (2018). The sharing economy—pros, cons, and why it’s here to stay [žiūrėta 2018-11-05]. Prieiga per internetą <https://www.bankatunited.com/About/Explore-United-Bank/Newsroom/UB-Blog/Sharing-Economy>
67. University of Warwick (2018). UK sharing economy usage rises by 60 per cent [žiūrėta 2018-11-06]. Prieiga per internetą <https://phys.org/news/2018-07-uk-economy-usage-cent.html#jCp>
68. Upham P., Budd L. (2015). Commercial orientation in grassroots social innovation: Insights from the sharing economy [žiūrėta 2018-10-05]. Prieiga per internetą <http://eprints.whiterose.ac.uk/92786/>

69. Upham P., Budd L. (2017). Building tribal communities in the collaborative economy: an innovation framework. [žiūrėta 2018-10-015]. Prieiga per internetą <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08109028.2017.1279875>
70. Valstybinė mokesčių inspekcija (2018). Individualios veiklos, vykdomos pagal pažymą, ypatumai [žiūrėta 2018-11-10]. Prieiga per internetą <https://www.vmi.lt/cms/documents/10174/8274962/KD-4853/4533d01d-e468-4c49-8f46-074ee9a7740c>
71. Vitkus T. 2018 Tieto Lietuva (2018). TNS LT: dalinimosi ekonomikos platformomis yra naudojęsi dešimtadalis lietuvių [žiūrėta 2018-10-13]. Prieiga per internetą <http://www.tns.lt/lt/news/tns-lt-dalinimosi-ekonomikos-platformomis-yra-naudojesi-desimtadalis-lietuviu/>
72. Volker, B. & Flap, H., 2007. Sixteen Million Neighbors: A Multilevel Study of the Role of Neighbors in the Personal Networks of the Dutch. *Urban Affairs Review*, 43p.
73. Wright A. (2018). How the Sharing Economy Can Save You Money [žiūrėta 2018-10-13]. Prieiga per internetą <https://www.bbvacompass.com/moneyfit/family-and-career/how-the-sharing-economy-can-save-you-money.html>
74. Zabulis V. (2017) Tarpusavio skolinimas [žiūrėta 2018-11-22]. Prieiga per internetą <https://gosavy.com/lt/tarpusskolinim/lt>
75. Žukauskas V. (2018). Dalinimosi ekonomika - prisitaikyti, kovoti ar ignoruoti? [žiūrėta 2018-10-15]. Prieiga per internetą http://www.vadovukonferencija.lt/wp-content/uploads/2017/03/1.2.2_VytautasZukauskas.pdf

1 PRIEDAS. APKLAUSOS ANKETA DALIJIMOSI EKONOMIKOS DALYVIAMS

Sveiki! Esu Kauno technologijos universiteto magistro studijų studentė Jurgita Servaitė, rengiu magistro baigiamąjį darbą tema „Dalijimosi ekonomika* grįstų veiklos modelių plėtros galimybės“ ir atlieku tyrimą, siekdama nustatyti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes Lietuvoje. Anketa yra anoniminė, ja nesiekama gauti jokios konfidencialios informacijos ar komercinių paslapčių.

Ačiū už man skirtą laiką!

**Dalijimosi ekonomikos principu veikiančių platformų pavyzdžiai: gyvenamosios vietos nuomos paslaugos – „Airbnb“, pavėžėjimo paslaugos – „Uber“, „Taxify“, Tarpusavio skolinimas – „Savi“, Minios finansavimas – „Patreon“, dėvėtų rūbų perpardavimas – „Vinted“ ir kita.*

1. Ar žinote kas yra dalijimosi ekonomika ir kaip ji veikia?

- Taip
- Ne

2. Ar esate naudojęsi bent viena dalijimosi ekonomikos platforma?

- Taip
- Ne

Jei į 2 klausimą atsakėte „ne“, toliau atsakykite į 3-7 klausimus. Jei atsakėte „taip“, toliau tęskite nuo 8 klausimo:

3. Kodėl nesinaudojate dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis?

Kiekvieną priežastį įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – nedaro įtakos, 2 – daro silpną įtaką, 3 – daro vidutinę įtaką, 4 – daro stiprią įtaką, 5 – daro labai stiprią įtaką. Skirtingi veiksniai gali būti vertinami vienodais balais).

Nepatogu	1	2	3	4	5
Nesaugu	1	2	3	4	5
Abejotina kokybė	1	2	3	4	5
Trūksta informacijos apie tai kas yra ir kaip veikia dalijimosi ekonomika	1	2	3	4	5
Renkuosi tik tradicinės ekonomikos principu teikiamas paslaugas ar prekes.	1	2	3	4	5

Kita (įrašyti)

4. Kas paskatintų pradėti naudotis dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis? *Kiekvieną priežastį įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – nedaro įtakos, 2 – daro silpną įtaką, 3 – daro vidutinę įtaką, 4 – daro stiprią įtaką, 5 – daro labai stiprią įtaką. Skirtingi veiksniai gali būti vertinami vienodais balais).*

Saugumo užtikrinimas	1	2	3	4	5
Kokybės užtikrinimas	1	2	3	4	5
Reklama apie dalijimosi ekonomiką ir jos veikimo principą	1	2	3	4	5
Mažesnė kaina lyginant su tradicinės ekonomikos principu teikiamomis paslaugomis ar prekėmis	1	2	3	4	5

Kita (įrašyti)

5. Jūsų lytis

- Vyras
- Moteris

6. Jūsų išsilavinimas

- Vidurinis, įgyta profesinė kvalifikacija
- Aukštasis neuniversitetinis (koleginis)
- Aukštasis universitetinis (bakalauro)
- Aukštasis universitetinis (magistro)
- Mokslų daktaro laipsnis

7. Jūsų amžius:

- iki 18 metų
- 18 - 25 metai
- 26 - 35 metų
- 35 - 45 metų
- 45 -55 metų
- daugiau nei 55

Jei 2 klausimo atsakymas „taip“, toliau atsakykite į šiuos klausimus:

8. Kodėl naudojate dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis? Kiekvieną priežastį įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – nedaro įtakos, 2 – daro silpną įtaką, 3 – daro vidutinę įtaką, 4 – daro stiprią įtaką, 5 – daro labai stiprią įtaką. Skirtingi veiksniai gali būti vertinami vienodais balais).

Patogu	1	2	3	4	5
Patikima	1	2	3	4	5
Gera kaina	1	2	3	4	5
Didelis pasirinkimas	1	2	3	4	5
Tvaru/ palaikoma aplinkosauga	1	2	3	4	5
Bendruomeniška	1	2	3	4	5
Papildomas pajamų šaltinis	1	2	3	4	5

Kita (įrašyti)

9. Dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose esate:

- Vartotojas
- Paslaugos ar prekės teikėjas
- Ir vartotojas, ir prekės ar paslaugos teikėjas

Toliau klausimai skirti paslaugų ar prekių teikėjų ir vartotojų grupėms atskirai. (Jeigu esate ir vartotojas, ir teikėjas – atsakykite į abiejų grupių klausimus)

Klausimai paslaugų ar prekių teikėjams:

10. Kokios rūšies paslaugas teikiate/ teikėte dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose?

- Automobilių nuomos
- Pavėžėjimo paslaugų
- Panaudotų daiktų pardavimo
- Gyvenamosios vietos nuomos
- Tarpusavio skolinimo
- Minios finansavimo
- Paslaugų (namų tvarkymo, auklės, slaugės ir kitų profesijų)
- Kita (įrašyti)

11. Ar esate patenkintas turima paslaugų ar prekių teikėjo patirtimi?

- Labai patenkintas
- Patenkintas
- Iš dalies patenkintas
- Nepatenkintas
- Labai nepatenkintas

12. Su kokiais nesklaidumais teko susidurti teikiant paslaugas ar prekes dalijimosi ekonomikos principu veikiančioje platformoje? (atviras klausimas) *Kiekvieną nesklaidumą įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – niekada, 2 – labai retai, 3 – retai, 4 – dažnai 5 – labai dažnai. Skirtingos paslaugos gali būti vertinamos vienodais balais).*

Sudėtinga užsiregistruoti platformoje	1	2	3	4	5
Klientas paskutinę minutę nebeperka teikiamos paslaugos ar prekės	1	2	3	4	5
Gautas užmokestis mažesnis nei tikėtasi	1	2	3	4	5
Nuomos metu apgadinta nuosavybė	1	2	3	4	5

13. Informaciniais tikslais, įvertinkite, kokio dydžio yra/ buvo jūsų mėnesinės pajamos gautos iš dalijimosi ekonomikos principu vykdomos veiklos?

- 0 – 50 eurų
- 51 – 150 eurų
- 151 – 250 eurų
- 251 – 500 eurų
- 501- 750
- daugiau kaip 750 eurų

14. Ar manote, kad jums užtektų pajamų gaunamų tik iš dalijimosi ekonomikos principu vykdomos veiklos?

- Tikrai taip
- Taip
- Ne

- Tikrai ne, tai tik papildomų pajamų šaltinis.

15. Ar norėtumėte dirbti tokioje tradicinės ekonomikos principu veikiančioje įmonėje ar organizacijoje, kaip jūsų siūlomų paslaugų ar produktų?

- Taip
- Ne
- Neturiu nuomonės

16. Jūsų lytis

- Vyras
- Moteris

17. Jūsų išsilavinimas

- Vidurinis
- Vidurinis, įgyta profesinė kvalifikacija
- Aukštasis neuniversitetinis
- Aukštasis universitetinis (bakalauro kvalifikacinis laipsnis)
- Aukštasis universitetinis (magistro kvalifikacinis laipsnis)
- Mokslų daktaro kvalifikacinis laipsnis laipsnis

18. Jūsų amžius:

- iki 18 metų
- 18 - 25 metai
- 26 - 35 metų
- 35 - 45 metų
- 45 -55 metų
- daugiau nei 55

Klausimai vartotojams:

19. Kokiomis ir kaip dažnai naudojate dalijimosi ekonomikos principu teikiamomis paslaugomis?

Kiekvieną paslaugą įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – niekada, 2 – labai retai, 3 – retai, 4 – dažnai, 5 – labai dažnai. Skirtingos paslaugos gali būti vertinamos vienodais balais).

Automobilių nuomos	1	2	3	4	5
Pavėžėjimo paslaugų	1	2	3	4	5
Daiktų pardavimo	1	2	3	4	5
Gyvenamosios vietos nuomos	1	2	3	4	5
Tarpusavio skolinimo	1	2	3	4	5
Minios finansavimo	1	2	3	4	5
Paslaugų (namų tvarkymo, auklės, slaugės ir kitų profesijų)	1	2	3	4	5

Kita (įrašyti)

20. Ar esate patenkintas savo, kaip vartotojo patirtimi?

- Labai patenkintas
- Patenkintas
- Iš dalies patenkintas
- Nepatenkintas
- Labai nepatenkintas

21. Su kokiais nesklaidumais teko susidurti įsigyjant paslaugas ar prekes dalijimosi ekonomikos principu veikiančioje platformoje? (atviras klausimas) *Kiekvieną nesklaidumą įvertinkite balu nuo 1 iki 5 (1 – niekada, 2 – labai retai, 3 – retai, 4 – dažnai, 5 – labai dažnai. Skirtingos paslaugos gali būti vertinamos vienodais balais).*

Sudėtinga užsiregistruoti platformoje	1	2	3	4	5
Teikėjas paskutinę minutę atšaukė paslaugos ar prekės pardavimą	1	2	3	4	5
Dideli papildomi aptarnavimo mokesčiai	1	2	3	4	5
Paslauga ar prekė neatitiko aprašymo	1	2	3	4	5

22. Ar esate patenkintas dalijimosi ekonomikos principu teikiamų paslaugų ar prekių kokybe ?

- Labai patenkintas
- Patenkintas
- Iš dalies patenkintas
- Nepatenkintas
- Labai nepatenkintas

23. Ar dažnai atsižvelgiate į vartotojų atsiliepimus dalijimosi ekonomikos principu veikiančiose platformose?

- Visada
- Kartais
- Retai
- Niekada

24. Kokia suma įvertintumėte savo mėnesines santaupas, atsiradusias dėl naudojimosi dalijimosi ekonomikos principu veikiančiomis platformomis?

- 0 – 50 eurų
- 50 – 100 eurų
- 100 – 150 eurų
- 150 – 300 eurų
- Daugiau nei 300 eurų

25. Ar manote, kad dalijimosi ekonomika palaiko tvarumą ir skatina aplinkosaugą
(skatina pilnavertį daiktų išnaudojimą, vietoj nuolatinio naujų daiktų pirkimo)?

- Taip
- Ne
- Neturiu nuomonės

26. Jūsų lytis

- Vyras
- Moteris

27. Jūsų išsilavinimas

- Vidurinis, įgyta profesinė kvalifikacija
- Aukštasis neuniversitetinis (koleginis)
- Aukštasis universitetinis (bakalauro)
- Aukštasis universitetinis (magistro)
- Mokslų daktaro laipsnis

28. Jūsų amžius:

- iki 18 metų
- 18 - 25 metai
- 26 - 35 metų
- 36 - 45 metų
- 46 - 55 metų
- daugiau nei 55

2 PRIEDAS. APKLAUSOS ANKETA DALIJIMOSI EKONOMIKOS EKSPERTAMS

Laba diena. Esu Kauno technologijos universiteto magistro studijų studentė Jurgita Servaitė, rengiu magistro baigiamąjį darbą tema „Dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybės“ ir atlieku tyrimą, siekdama nustatyti dalijimosi ekonomika grįstų veiklos modelių plėtros galimybes Lietuvoje. Anketa yra anoniminė, ja nesiekama gauti jokios konfidencialios informacijos ar komercinių paslapčių.

Ačiū už man skirtą laiką!

1. Jūsų lytis:

- Vyras
- Moteris

2. Jūsų amžius

- Nuo 18 iki 25 metų
- Nuo 26 iki 35 metų
- Nuo 36 iki 45 metų
- Nuo 46 iki 55 metų
- Virš 55 metų

3. Jūsų išsilavinimas

- Vidurinis, įgyta profesinė kvalifikacija
- Aukštasis neuniversitetinis (koleginis)
- Aukštasis universitetinis (bakalauro)
- Aukštasis universitetinis (magistro)
- Mokslų daktaro laipsnis

4. Jūsų darbo patirtis dalijimosi ekonomikoje

- Nuo 1 iki 3 metų
- Nuo 4 iki 6 metų
- Nuo 7 iki 10 metų
- Virš 10 metų

5. Kokią dalijimosi ekonomikos veiklos sritį atstovaujate?

- Automobilių nuomos
- Pavėžėjimo paslaugų
- Panaudotų daiktų pirkimo
- Gyvenamosios vietos nuomos
- Tarpusavio skolinimo
- Fizinųjų paslaugų (namų tvarkymo, auklės, slaugės ir kt.)

6. Įvertinkite žemiau pateiktus išorinius veiksnius pagal tai, kokią įtaką jie daro dalijimosi ekonomikos plėtrai: (1 - nedaro įtakos, 2 - labai silpną įtaką, 3 - daro vidinę įtaką, 4 - daro stiprią įtaką, 5 - daro labai stiprią įtaką)

Mažai naudojamų turimų išteklių "įdarbinimas"	1	2	3	4	5
Finansavimo šaltinių prieinamumas	1	2	3	4	5
Išmaniųjų technologijų vystymasis	1	2	3	4	5
Interneto, socialinių tinklų plėtra	1	2	3	4	5
Įstatymų bazė	1	2	3	4	5
Internetinės atsiskaitymo sistemos	1	2	3	4	5
Prekių ar paslaugų teikėjų skaičius	1	2	3	4	5
Elektroninės prekybos plėtra	1	2	3	4	5
Išmaniųjų technologijų naudotojų augimas	1	2	3	4	5
Padidėjęs visuomenės finansinio nepriklausomumo, savarankiškumo siekis	1	2	3	4	5

7. Įvertinkite žemiau pateiktus išorinius veiksnius pagal tai, kokią įtaką jie daro dalijimosi ekonomikos plėtrai: (1 - nedaro įtakos, 2 - labai silpną įtaką, 3 - daro vidinę įtaką, 4 - daro stiprią įtaką, 5 - daro labai stiprią įtaką)

Maži sandorių sudarymo kaštai	1	2	3	4	5
Bendruomenės kūrimas	1	2	3	4	5
Greita prekių ir paslaugų paieška bei užsakymas	1	2	3	4	5
Dalijimosi ekonomikos platformų reklama	1	2	3	4	5
Mažesnės prekių ar paslaugų kainos	1	2	3	4	5
Didelė prekių ir paslaugų įvairovė	1	2	3	4	5
Prekių ar paslaugų kokybės vystymas	1	2	3	4	5
Dalijimosi platformų saugumo užtikrinimas	1	2	3	4	5
Aplinkosaugos, tvarumo skatinimas	1	2	3	4	5
Lengvas naudojimasis dalijimosi ekonomikos platformomis	1	2	3	4	5