

# Aplikace pro nabídku a poptávku spolubydlení

Anna Fischerová

---

Bakalářská práce  
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Digitální design

Akademický rok: 2021/2022

# ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Anna Fischerová**  
Osobní číslo: **K19002**  
Studijní program: **B8206 Výtvarná umění**  
Studijní obor: **Multimédia a design – Digitální design**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Aplikace pro nabídku a poptávku spolubydlení**

## Zásady pro vypracování

1. Rešerše
  2. Analýza
  3. Varianty řešení
  4. Vypracování vybrané varianty
  5. Presentace řešení a zhodnocení projektu
- a) teoretická část v rozsahu 25 – 30 normostran textu  
b) prototyp nebo funkční model nebo fyzický model v měřítku 1:1, 1:2, 1:3, 1:5, 1:10 podle charakteru projektu a konzultace s vedoucím práce  
c) grafická prezentace v rozsahu minimálně 2,8 m<sup>2</sup>

Rozsah bakalářské práce: **viz Zásady pro vypracování**  
Rozsah příloh: **viz Zásady pro vypracování**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

GARRETT, Jesse James. *The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond*. 2nd Edition. Berkeley, CA: New Riders, c[2011]. ISBN 978-0-321-68368-7.

BRAND, Willemien. *Visual thinking: empowering people & organizations through visual collaboration*. 9th printing. Den Haag, The Netherlands: Buro BRAND, 2020. ISBN 978-90-6369-453-1.

SENOVA, PHD, Melisa. *This human: How to be the person designing for other people*. Amsterdam, The Netherlands: BIS Publishers, 2017. ISBN 978-90-6369-460-9.

Vedoucí bakalářské práce: **MgA. Bohuslav Stránský, Ph.D.**  
**Ateliér Digitální design**

Datum zadání bakalářské práce: **1. prosince 2021**  
Termín odevzdání bakalářské práce: **20. května 2022**



---

**Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**  
děkan

---

**MgA. Bohuslav Stránský, Ph.D.**  
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 1. prosince 2021

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 27. 4. 2022

Jméno a příjmení studenta: Anna Fischerová

.....  
podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Cílem této bakalářské práce je navrhnout aplikaci pro nabídku a poptávku spolubydlení, která bude pomáhat lidem hledat si pronájem. V teoretické části jsem se věnovala analýze českých a světových platforem zaměřené na toto téma. Zhodnotila jsem jejich silné a slabé stránky. Provedla jsem uživatelský výzkum ve formě rozhovorů a dotazníku, ve kterém mi přes 200 respondentů svěřilo své zkušenosti a problémy se spolubydlením. V praktické části jsem získané poznatky využila k identifikování person a k návržení user flow, wireframu a vizuálního designu. Výsledek je plně funkční prototyp. Nakonec jsem se zaměřila na budoucnost aplikace a její propagaci.

Klíčová slova: spolubydlení, pronájem, mobilní aplikace, UX design

## **ABSTRACT**

This thesis aims to design an application for the offer and demand of shared living which will help people to find a rent. In the theoretical part, I focused on analysing Czech and international platforms that are focused on this topic, their strengths and weaknesses were then evaluated. A user survey was conducted in the form of interviews and questionnaire, in which over 200 respondents shared their experiences and problems regarding shared living. In the practical part, I used the knowledge gained to identify personas and to design user flow, wireframe and visual design. The result is a fully functional prototype. The final chapter is devoted to the future of the application and its promotion.

Keywords: shared living, rental, mobile applications, UX design

Ráda bych poděkovala všem přátelům, kteří mě při psaní bakalářské práce podporovali a inspirovali k lepším výsledkům, a také rodině, jenž mi studium umožnila. Dále děkuji vedoucímu práce MgA. Bohuslavu Stránskému, Ph.D. a svému kolegovi Filipovi Tomešovi, který mě doprovázel s vývojem aplikace.

Nakonec mé oblíbené motto, které mě udržovalo při zdravém rozumu:

*„Jste-li pod tlakem, zkuste něco jiného – vyhrňte si rukávy, snězte pomeranč.“*

– Manny Bianco

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ZÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 HISTORIE BYDLENÍ</b> .....	<b>11</b>
<b>2 ČESKÝ PRŮZKUM</b> .....	<b>12</b>
2.1 SREALITY .....	12
2.2 BEZREALITKY .....	14
2.3 ESPOLUBYDLENÍ.....	15
<b>3 CELOSVĚTOVÝ PRŮZKUM</b> .....	<b>17</b>
3.1 ROOMI.....	17
3.2 SPAREROOM .....	19
3.3 AIRBNB .....	21
3.4 FACEBOOK .....	22
<b>4 UŽIVATELSKÝ VÝZKUM</b> .....	<b>25</b>
4.1 ROZHOVORY .....	25
4.1.1 Student.....	25
4.1.2 Pronajímatel .....	26
4.1.3 Realitní makléřka .....	26
4.1.4 Závěr rozhovorů .....	26
4.2 DOTAZNÍK.....	27
4.2.1 Způsob sběru odpovědí .....	27
4.2.2 Kdo jsou lidé, kteří hledají spolubydlení a v jaké jsou situaci? .....	28
4.2.3 Kde lidé hledají nebo nabízejí spolubydlení? .....	28
4.2.4 Jaké kritéria jsou důležité pro nastěhování?.....	28
4.2.5 Názor na aplikaci spolubydlení .....	29
4.2.6 Závěr dotazníku.....	29
<b>5 ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI</b> .....	<b>31</b>
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>32</b>
<b>6 PROCES NAVRHOVÁNÍ</b> .....	<b>33</b>
6.1 PERSONY .....	33
6.2 USER FLOW A NAVRHOVÁNÍ WIREFRAMU .....	34
6.3 PROTOTYPOVÁNÍ.....	36
6.4 VIZUÁLNÍ DESIGN.....	36
6.4.1 Barvy a typografie.....	36
6.4.2 Ilustrace a jazyk.....	38
6.4.3 Animace .....	39
6.4.4 Ikona.....	39
<b>7 VÝSLEDNÁ APLIKACE</b> .....	<b>40</b>

7.1	PŘIHLAŠOVÁNÍ A ÚVODNÍ STRANA .....	40
7.2	PŘEHLED NABÍDEK BYDLENÍ A SPOLUBYDLÍČÍCH .....	41
7.3	VYTVÁŘENÍ NABÍDKY A POPTÁVKY .....	43
7.4	ZPRÁVY A OZNÁMENÍ .....	46
7.5	PROFIL, FUNKCE OBLÍBENÉ A HLÍDACÍ DIVOČÁK .....	47
7.6	TMAVÝ REŽIM .....	49
<b>8</b>	<b>PROPAGACE.....</b>	<b>50</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>53</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>55</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>56</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>57</b>



## ÚVOD

Od svých 16 let žiji mimo domov a jako studentka vysoké školy jsem zaregistrovala moderní problémy s bydlením. Mladí lidé se přesouvají do větších měst za školou a prací, kde pomalu a jistě stoupá cena pronájmů, protože se snižuje dostupnost vlastního bydlení. Jako řešení k ušetření peněz volí cestu spolubydlení, kdy více lidí sdílí jeden byt a skládají se na nájem.

České realitní kanceláře (dále již psáno jako RK) a pronajímatelé bytů nevytvářejí rozdělení inzerátů pro pracující lidi a pro studenty, jak tomu bývá například u jiných sfér, ve kterých vznikají studentské slevy (hromadná doprava, kulturní akce nebo jídlo). Očekává se, že studenti budou ubytováni na vysokoškolských kolejích a jiné bydlení hledat nebudou. V zahraničí tímto způsobem fungují tzv. kampusy. Univerzitní komplex zahrnuje několik budov včetně kolejí pro ubytování všech svých studentů. V Česku tento způsob funguje jen u pár škol jako je Masarykova univerzita v Brně, ČVUT v Praze nebo Západočeská univerzita v Plzni. Bohužel to není velké množství a z hlediska počtů studentů na jednu univerzitu je veřejně známo, že nejsou schopné všechny studenty ubytovat. Objevila jsem díky tomu trhlinu na českém trhu a identifikovala příležitost vytvořit platformu pro hledání spolubydlení.

V teoretické části budu analyzovat české a zahraniční řešení spolubydlení. Provedu jejich rešerši, kde najdu silné a slabé stránky. Dále také uskutečním rozhovory s lidmi z cílových skupin a vytvořím dotazník, abych se dozvěděla potřeby lidí hledajících spolubydlení.

Na základě poznatků z teoretické části začnu pracovat na části praktické. Zaměřím se hlavně na návrh vizuálního designu a na funkční prototyp mobilní aplikace.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 HISTORIE BYDLENÍ

Lidé mají přirozenou potřebu někam patřit a cítit se bezpečně. Z tohoto důvodu existuje dlouhá historie vytváření a získávání vlastního bydlení. Vše začalo u našich předků, kteří opustili život lovců a sběračů. Poprvé v dějinách lidstva jsme se usadili na jednom místě a začali rozvíjet hospodaření a zemědělství. Vyvinul se systém kmenových vůdců, kteří urovnali spory a požadovali platby od všech svých poddaných. Mnoho agrárních<sup>1</sup> systémů postupovalo tak, že byly vytyčeny úrodné pláně, o které se vedly boje. To přispělo ke vzniku armád, které snadno odrazili nájezdníky. Na oplátku za tuto jistotu všichni lidé vzdávali hold pánovi nebo králi, který si nárokoval vlastnictví půdy. V podstatě to byl první systém nájemného. Jak se tyto farmářské vesnice rozrůstaly ve města, přední rodiny si na základě rodového práva udržely vlastnictví. To vedlo k ustanovení privilegií králů, faraonů atd.

Postupně králové ustoupili do pozadí a do popředí se dostala vláda státu. Vlastnické pozemky byly rozděleny na menší parcely a prodávány na volném trhu. Po průmyslové revoluci vzrostlo světové bohatství a banky otevřely přístup k hypotékám kromě šlechty i obyčejnému lidu. To umožnilo jednotlivcům vlastnit vlastní domovy, a pokud si to přáli, stali se sami majiteli půdy. Vlastnictví přestalo být pouze záležitostí množství síly a stalo se záležitostí prodeje, obchodu a pronajímání.

V moderní době s příchodem internetu začaly vznikat webové stránky RK a většina z nich své nabídky a poptávky přesunula do online prostředí. Díky tomu se rozšířilo pořizování nemovitostí za účelem čisté investice. Lidé si dnes mohou pořídit bydlení na druhé straně světa bez toho, aniž by ho museli vidět. Z důvodů vysokých pořizovacích cen nemovitostí a materiálů, vzrostl také zájem o pronájem. Aby mladší populace ušetřila peníze, začala dokonce využívat spolubydlení.

---

<sup>1</sup> Agrarismus je politicko-hospodářským myšlenkovým konceptem, kdy je jako základní kámen hospodaření a společnosti považováno zemědělství a vše související s půdou.

## 2 ČESKÝ PRŮZKUM

Jelikož vytvářím aplikaci spolubydlení, přesunula jsem se kompletně do online prostředí. Zde jsem se rozhodla analyzovat jednotlivé řešení nabídky a poptávky pronájmu. Nejdříve prozkoumám český trh a mou konkurenci v různých podobách. Následně se podívám na světovou konkurenci, a jak zde lidé řeší problém se sdíleným bydlením.

Na našem vlastním trhu se objevuje hned několik aplikací RK nebo čistě platform nabízející bydlení a pronájmy. Analyzovala jsem nejúspěšnější realitní aplikaci v česku Sreality.cz a aplikaci, která není zaměřená na profesionální RK, Bezrealitky.cz. Při hledání konkurenční aplikace k mému projektu jsem dopadla neúspěšně. Jediná webová stránka, fungující na principu, který chci sama zrealizovat, je eSpolubydlení.cz.

Při průzkumu se nejvíce zaměřím na UX (tzv. uživatelská zkušenost) a UI (tzv. uživatelské rozhraní). Uživatelská zkušenost zahrnuje pocity, které ve vás aplikace zanechá, díky kterým se rozhodnete, zda ji nadále budete používat. U nejvíce úspěšných UX digitálních produktů najdeme princip snadného používání. Při zmínění termínu UI se zaměřuji na uživatelské rozhraní, které má zajistit snadnou funkčnost. Aplikaci s kvalitním UI poznáte podle přehledné orientaci (např. barvy, ikony, tlačítka) a intuitivního, plynulého ovládání. Nic vás nenutí přemýšlet kam kliknout, abyste provedli, co potřebuje. (KOTT, 2021)

### 2.1 Sreality

V současné době patří Sreality.cz mezi nejvyhledávanější a nejnavštěvovanější realitní adresy na českém internetu. Spadá pod Seznam.cz a nabízí okolo 80 000 nemovitostí od více jak 3 000 RK i jednotlivců. (LUKAČOVIC, ©1996–2022)

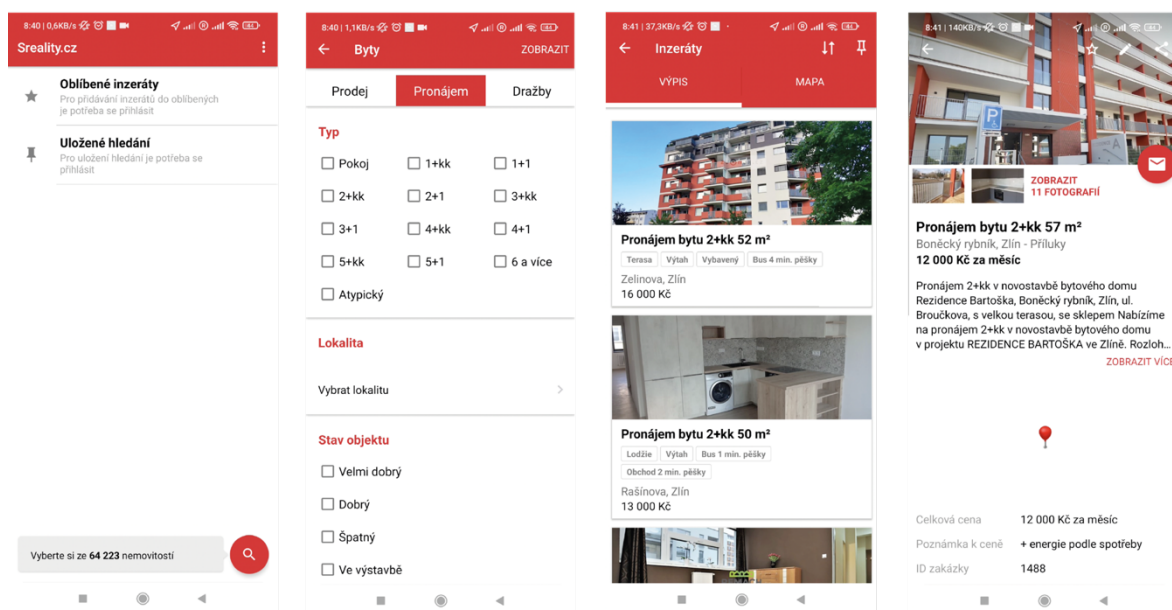
U projektu Sreality.cz jsem se zaměřila na jejich aplikaci, ve které se dají nalézt nemovitosti na prodej, pronájem nebo dražby. První věc, kterou bych vytknula je, že jako jediná ze všech konkurencí nemá verzi pro iOS<sup>2</sup>. Když přejdeme k registraci, je nám dovoleno pokračovat bez přihlášení, avšak bez možnosti používání plné verze aplikace. Toto řešení se mi líbí z hlediska, že si uživatel může prohlédnout, jak aplikace funguje. Od tohoto momentu používání jsem měla velké problémy s uživatelským rozhraním. Na hlavní stránce vidíme prokliky na podstránky oblíbené inzeráty a uložené hledání. Tyto funkce poprvé využijeme až po prohlédnutí inzerátů. Proto mi přijde zbytečné, mít je umístěné v této brzké části aplikace, když jsme zatím nic neviděli. Dole nenajdeme žádné pevné menu, jak bývá

---

<sup>2</sup> iOS - mobilní operační systém od společnosti Apple.

zvykem, ale pouze tlačítko lupy, přes které můžeme vyhledat inzeráty. Tento přístup je velmi neintuitivní a je špatně použitelný. U seznamu inzerátů se menu nalézá nahoře a je rozděleno na výpis a mapu. Dle recenzí na internetu, vyhledávání mapy nikdy nefungovalo a stále nefunguje. Informace vypsané pod každý inzerátem jsou ve zvláštní hierarchii. Jako druhou informaci se mohu dočíst, co se kolem nemovitosti nalézá a v jakém je stavu, ale až třetí informace je lokalita. Cena nabídky, která nás kolikrát zajímá nejvíce, je napsaná poslední a nevýrazně. V detailech inzerátu je podrobně vše rozepsané, ale ani zde nefunguje mapa. Oceňuji možnost listování ostatními inzeráty pomocí swipu<sup>3</sup> do stran. Také je možnost si k inzerátu napsat poznámku nebo jej uložit do oblíbených. Vytváření nabídek je jednoduché a vypadá podobně jako stránka filtrů.

Ve výsledku bych ráda řekla, že mnohem příjemnější a funkčnější je webová verze Sreality. V aplikaci je uživatelské rozhraní špatně navrženo. Prvky, které bych hledala na obvyklých místech, se nalézají na jiných a tím pádem se neshodují. Chybí jim například pevné menu pro lepší orientaci v aplikaci. Celková uživatelská zkušenost je špatná a aplikaci bych znova nevyužila. Analýzu potřeb uživatele bych zde doporučila, už ve fázi návrhu. Z hlediska vizuální identity vše udržuje jednotu, ale ničím výrazným nenadchne.



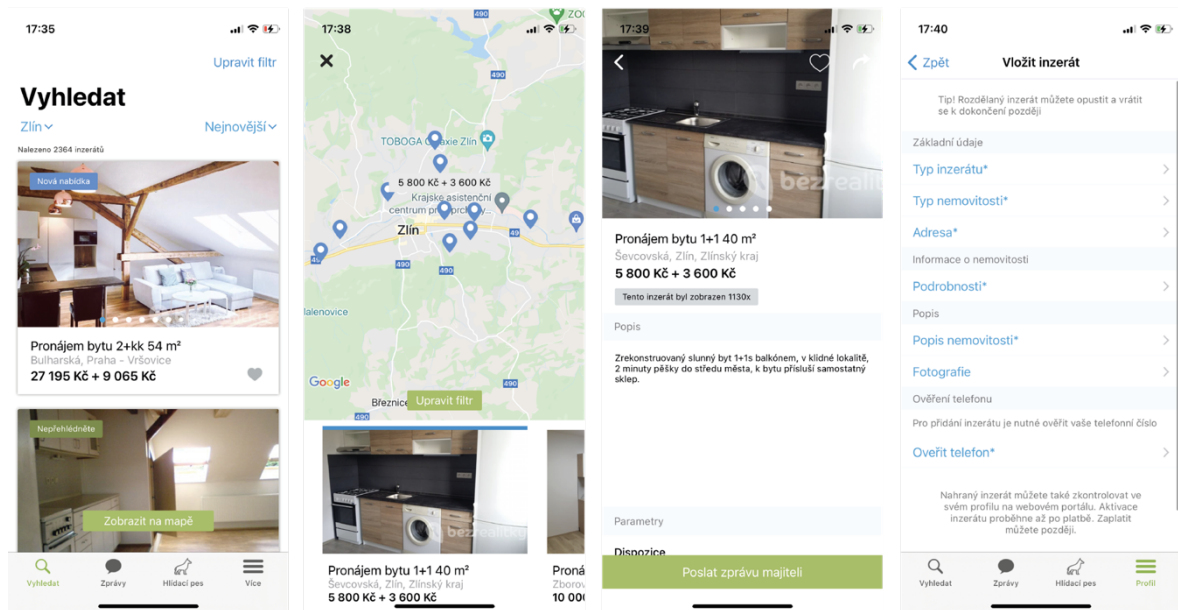
Obrázek 1 Analýza aplikace Sreality.cz

<sup>3</sup> Swipe – slangový výraz pro potáhnutí prstem po telefonu různým směrem.

## 2.2 Bezrealitky

Česká webová stránka Bezrealitky funguje od roku 2007. Usiluje o jednoduchý, férový a co nejtransparentnější realitní trh. Zájemci o nákup nebo pronájem nemovitosti dostanou šanci domluvit se přímo s majitelem. Bez provize, aby byla cena co nejvýhodnější. (ROSENBAUM, ©2007–2022)

Bezrealitky.cz vypadá a funguje stejně jako další realitní weby. Jedinou přidanou hodnotou je, že se zde nemůžou zveřejňovat komerční nabídky. Při prvním zapnutí aplikace není nutné se hned přihlásit, ale pokud chce uživatel využít plný potenciál aplikace, musí si vytvořit účet. Po registraci je nutné si vybrat základní informace, podle kterých se bude filtrovat nabídka. Zde mě překvapila možnost vybrání si prodeje, pronájmu nebo spolubydlení, jelikož možnost spolubydlení jsem na jiných realitních webech neviděla. Hlavní strana má velmi jednoduchý seznam inzerátů, kde se dočteme pouze velikost nemovitosti, lokalitu a cenu. Spodním tlačítkem se můžeme dostat na mapu, to je ale bohužel málo viditelné. Na mapě se nalézají barevné body označující jednotlivé nabídky s informacemi vypsane níže. Díky tomu můžeme rychle selektovat, které bydlení by nám vyhovovalo, což je uživatelsky příjemné. V samotných inzerátech máme přidáný popis, na který je pevně vyhrazené pole. To působí prázdně a jako chyba. Dále už se dočteme pouze parametry a lokalitu na mapě. Výsledný inzerát působí prázdně a vyvolává ve mně nutnost doptat se na další informace nabízejícího. Aplikace klade velký důraz na funkci ukládání filtrů s nastavenými preferencemi, najdeme ji totiž přímo v pevném menu pod názvem hlídací pes. Ten nám následně posílá upozornění, jakmile se objeví inzerát splňující kritéria. Tento prvek bych chtěla využít také u své práce. Celkově je aplikace Bezrealitky.cz velmi jednoduchá a přehledná. Cením princip snadného používání díky funkcím vypsane výše. Grafická stránka je opět obyčejná a neobsahuje nijak zajímavé prvky.



Obrázek 2 Analýza aplikace Bezrealitky.cz

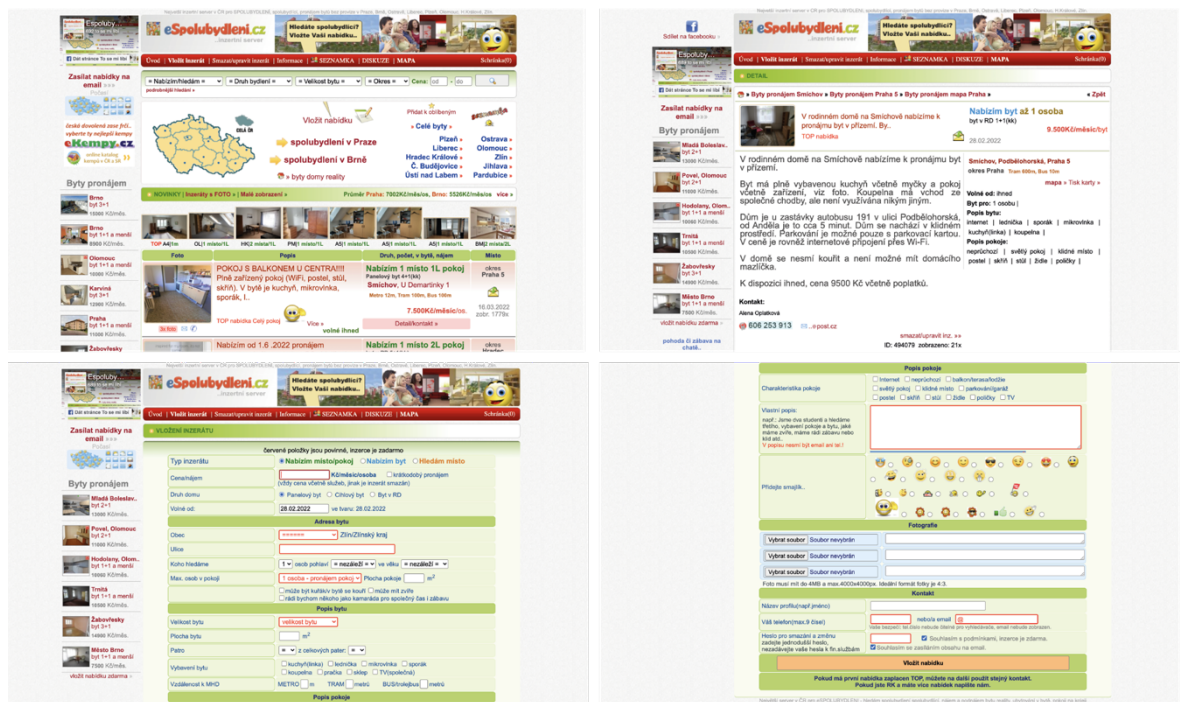
## 2.3 eSpolubydlení

Jediným českým webem zaměřeným na spolubydlení je eSpolubydlení.cz. Webová stránka je dostupná pro širokou veřejnost, ale je zakázáno vkládat komerčních nabídky. Dále mají aktivní facebookový účet, kde pravidelně přidávají příspěvky. Ovšem vizuální identita webové stránky je zarážející. Z hlediska grafiky je web tak říkajíc “zastaralý”.

Návštěvníka při načtení hlavní stránky zahltní velké množství informací, barev, textů a fotek. Je zřejmé, že webová stránka cílí na inzeráty, a to rovnou ze tří různých míst. Nad hlavním menu najdeme zastaralou lištu s fotkami a pod menu filtr pro selekci nabídky a poptávky. Dále najdeme možnost vybrat si kraj nebo město, ve kterém hledáme bydlení, a do toho je nenápadně umístěna nabídka vložit inzerát. Celá stránka je velmi uživatelsky nepřívětivá, uživatelské rozhraní není přehledné a ani intuitivní. Samotné inzeráty jsou rozdělené do čtyř sekcí. Pro mě jako uživatele, se zde nachází moc informací najednou a nevím, co dřív číst. Také jsem už zvyklá, že slova barevně se odlišující od černého textu znamenají hyperlinky<sup>4</sup>. Barva zde hraje pouze estetickou roli a kliknutí na jinak barevná slova nevyvolá žádnou akci např. otevření odkazu v novém prohlížečím okně. Pouze až u vytváření inzerátu je vše přehledné a logicky seřazené. Jedinou věc, kterou bych zde vynechala, je možnost vložení smajlíků.

<sup>4</sup> Hyperlink je v informatice odkaz na data, která si čtenář může zobrazit pomocí kliknutí, dotknutí se anebo přejetí přes odkaz.

Celkově potřebuje tato webová stránka nutné přeprogramování a předělání UX a UI, protože kód stránky je jako kostra těla, UX orgány a UI vzhled. Aby mohl vzniknout funkční a estetický web, musí jít tyto prvky ruku v ruce. To se zde nenalzá ani v jednom bodě. O to víc je zarážející hojnost využívání stránky. Návštěvník zde totiž objeví každý den nové inzeráty. Nabízí se tak otázka, proč je eSpolubydlení.cz stále tak používané? Odpovědí může být nízká konkurence a velké množství lidí hledajících spolubydlení.



Obrázek 3 Analýza webové stránky eSpolubydlení.cz



### 3 CELOSVĚTOVÝ PRŮZKUM

Aplikací na hledání bydlení celosvětově existují stovky možná i tisíce. Přesto jsem velmi těžko nalézala ty, které jsou zaměřené pouze na pronájem spolubydlení. Ty, které jsem objevila, jsem vyselektovala dle hodnocení mezi uživateli, a zaměřila se na Roomi a SpareRoom. Dalšími formáty, které pro mě byly atraktivní a nabízí jiný úhel pohledu pro uživatele, jsou Airbnb a Facebook.

#### 3.1 Roomi

Aplikace a webová stránka Roomi má pomoci vyhledat nabídky bytů s ověřením předchozích nájemníků a nalezení lidí, se kterými by bylo možné bydlet.

„Zakladatel a generální ředitel Ajay Yadav řekl, že cílem Roomi je „pomáhat mladým lidem najít flexibilní dostupné možnosti sdíleného bydlení“. Věří, že Roomi vyniká nad konkurencí, protože se hodně zaměřuje na faktor důvěry.“ (ROOF, 2017) <sup>5</sup>

Celá aplikace je rozdělená do dvou sekcí, hledání bydlení a hledání spolubydlících. Při přihlášení musíme vyplnit pouze základní rozdělení účtu a vložit profilovou fotku. Další rozšíření jsou možná, až po zaplacení Roomi Golden, která uživateli mimo jiné zajistí důvěryhodnost. Po přihlášení je menu rozvržené na stránku bydlení, spolubydlící, zprávy, oznámení a více. Ze všech analyzovaných platforem, je toto menu pro mě nejvíce sympatické. Při vyhledávání inzerátů bytů, nalezneme v horní liště amatérská videa lákající na konkrétní nabídky. Osobně bych tento prvek odstranila, nebo ho vložila do galerie daného pronájmu. V inzerátu se dočteme, kdy je možnost se nastěhovat, na jak dlouho a kolik lidí už v bytě žije.

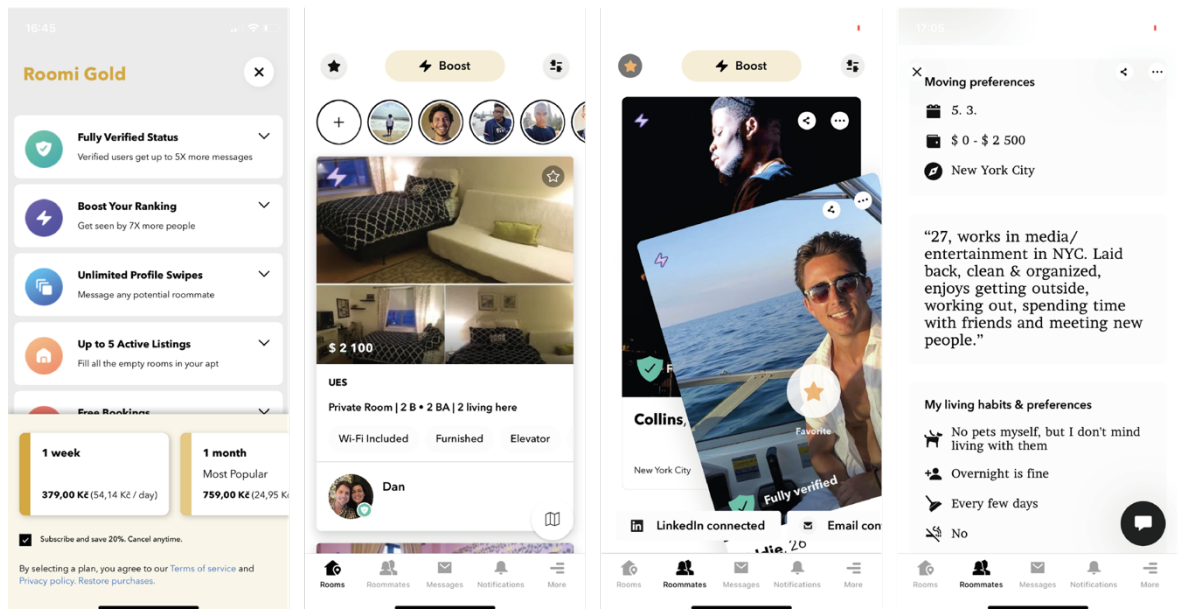
Pokud chceme, aby se nám nabízející ozvali, je zde možnost vytvořit si vlastní inzerát. Při vytváření inzerátu musíme zadat kritéria jako např.: jsem nekuřák a vadí mi zvířata, pomohou k rychlé selekci potenciálního spolubydlícího nebo bytu.

Při vyhledávání spolubydlících přidali vývojáři také interaktivní možnost vybírat podle vzhledu, jako slavná seznamovací aplikace Tinder. Posunutím doleva „zahazujete“ ty, kteří se vám nelíbí, doprava posunete ty, kteří vám tzv. padnou do oka. Prokliknutí do detailů

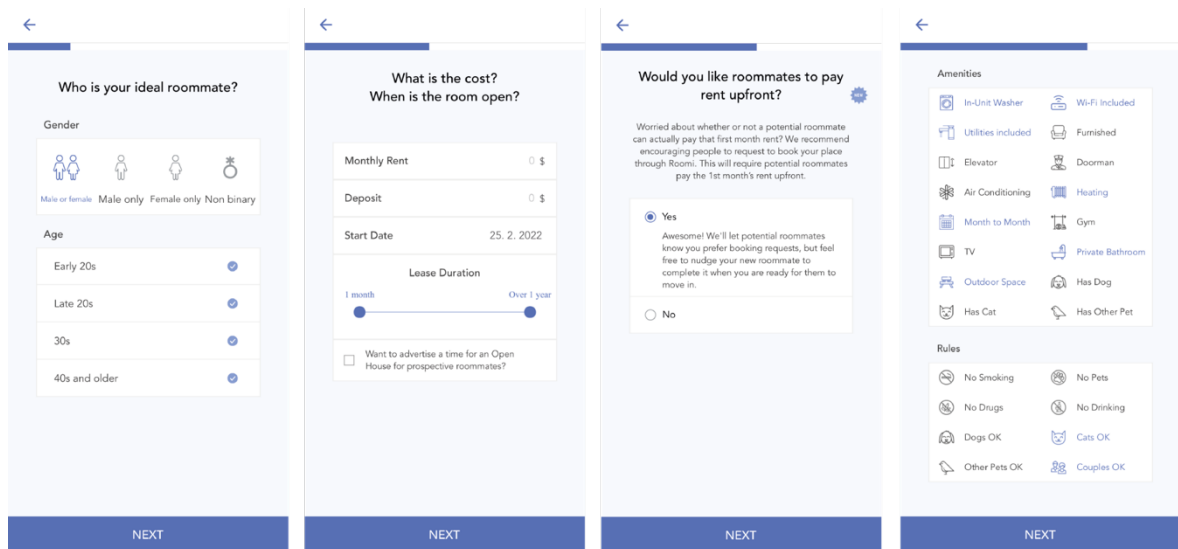
---

<sup>5</sup> Přeloženo z anglického originálu: Founder and CEO Ajay Yadav said the goal of Roomi is to “help young people find flexible affordable shared housing options.” He believes that Roomi stands out from the competition because it focuses a lot on the trust factor.

dané nabídky je přitom stále možné. Tento prvek výběru spolubydlícího podle vzhledu působí nadbytečně a mírně pokrytecky.



Obrázek 4 Analýza aplikace Roomi



Obrázek 5 Dotazník aplikace Roomi

V průběhu let se pozměnila vizuální identita aplikace. Hlavní modrá barva zůstala převážně v dotazníku. Vtipné ilustrace byly nahrazeny žlutou barvou a výraznou černou typografií. Přijde mi to škoda, protože ilustrace se mi velmi líbily a vytvářely odlehčenější atmosféru. Toho si můžeme všimnou například na propagačních materiálech a sociálních sítích. Celkově bych zde ocenila větší jednotnou grafiku.

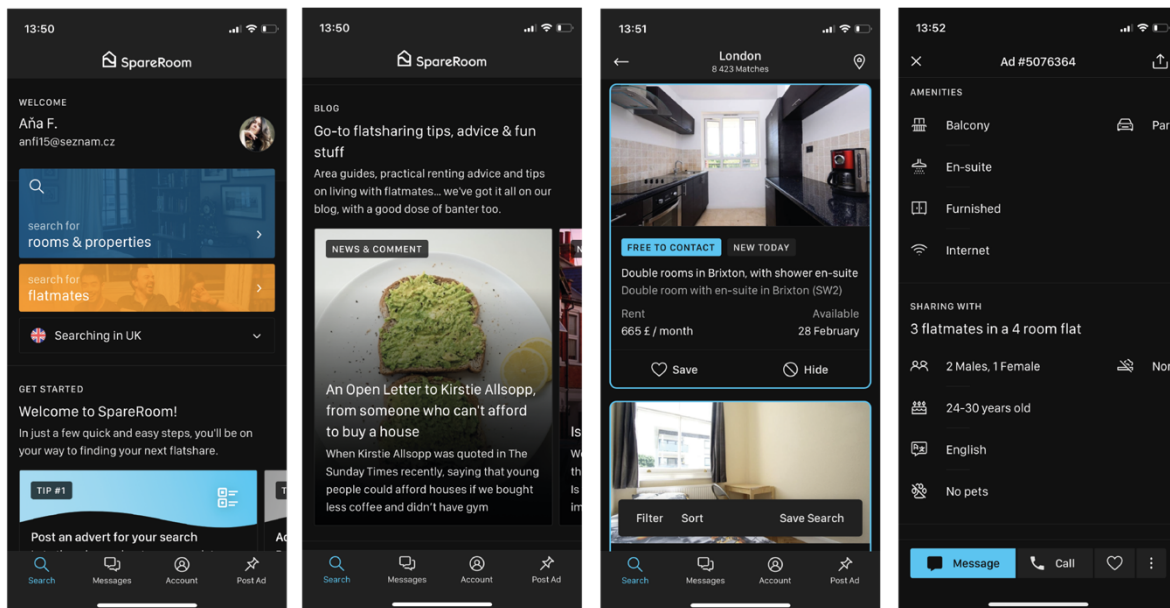


Obrázek 6 Vizuální identita aplikace Roomi

### 3.2 SpareRoom

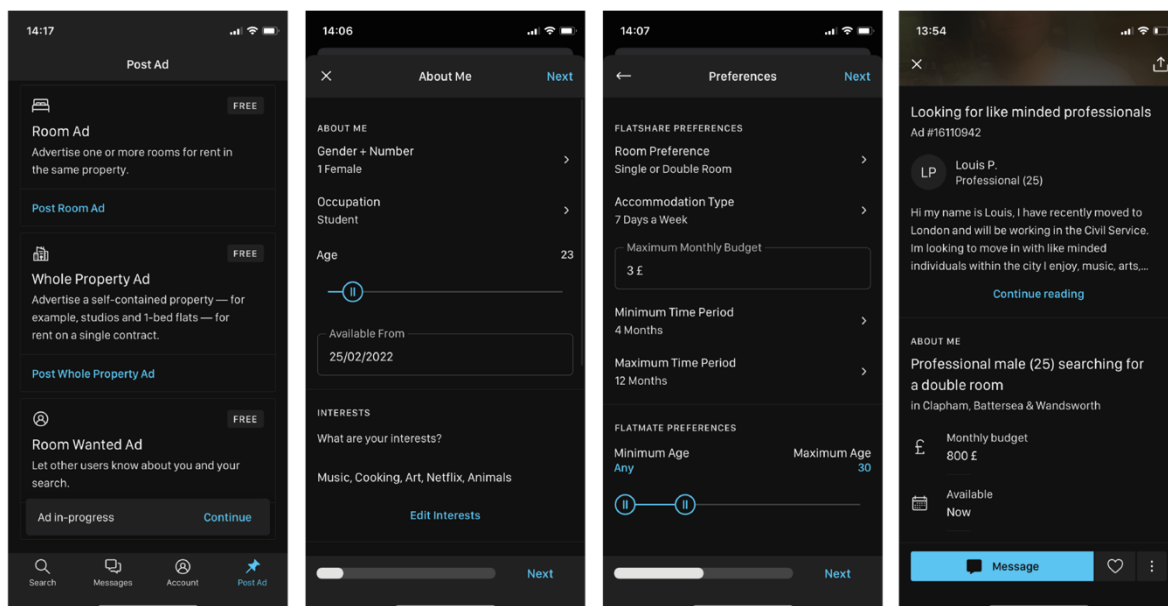
SpareRoom je britský nápad Ruperta Hunta, který naprogramoval webovou stránku v roce 2004 po dokončení školy, kdy se stěhoval z Londýna do Manchesteru. Uvědomil si, že problém hledání společného bydlení není pouze problém Londýna, ale i ostatních měst. Dnes je SpareRoom ve Spojeném království číslem 1 pro sdílení bytů. (HUNT, ©1999-2022)

SpareRoom je hlavně využíván ve formě aplikace se zaměřením na britský a americký trh nemovitostí. Uživatel si hned ze začátku vybere, jestli bydlení hledá nebo nabízí, ale popravdě jsem neobjevila, k čemu tato volba slouží. Při načtení hlavní stránky vidíme proklik na nabídku bytů nebo na hledání spolubydlících. Dále nám aplikace radí, jak si plně vyplnit profil, pro lepší výsledky vyhledávání. Následující část mě mile překvapila originalitou v podobě obyčejného blogu, kde správci stránky sdílí články na téma různých rad, tipů a novinek. V samotných inzerátech jsou podstatné informace jako nájem, kauce, energie atd. vypsány pod sebou. Můžeme se také dočíst základní informace již o ubytovaných lidech (počet, pohlaví, jazyk, nebo zda vlastní zvíře). V další sekci nalezneme informace, pro koho je byt vhodný.



Obrázek 7 Analýza aplikace SpareRoom

V aplikaci je také možné vytvářet si inzeráty podle druhu. U poptávky nám stačí zadat pouze osobní informace, naše preference a popisek. U nabídky musíme kromě popisu bydlení také napsat, kdo již v bytě bydlí, a jaké jsou naše preference na nového spolubydlicího (zda je kuřák, zda vlastní zvířata atd.)



Obrázek 8 Dotazník aplikace SpareRoom

Z hlediska vzhledu bych měla výhrady. Samotná barva ikony aplikace je modrá s bílým domečkem, který působící světle a svěže. Avšak po zapnutí aplikace nás překvapí černé

pozadí. Černá barva působí těžce a vážně. Pokud by se jednalo o noční režim, neměla bych výhrady, ale zde bych ocenila spíše bílé pozadí. Také bych si dala pozor na jednotu a ucelenost. V grafice se objevují prvky, které už nikde jinde nevidíme. Například fotky na úvodní stránce mají barevný přechod, přesto se tento prvek už dále neopakuje. Celkově se mi vizuální identita nelíbí.

Po analýze mi byl SpareRoom největší přínosem inspirace pro UX a UI vlastní aplikace. Velmi mě potěšil styl popisu jednotlivých inzerátů, rozmanitost informací dostupných pro uživatele a samotné vytváření inzerátů.

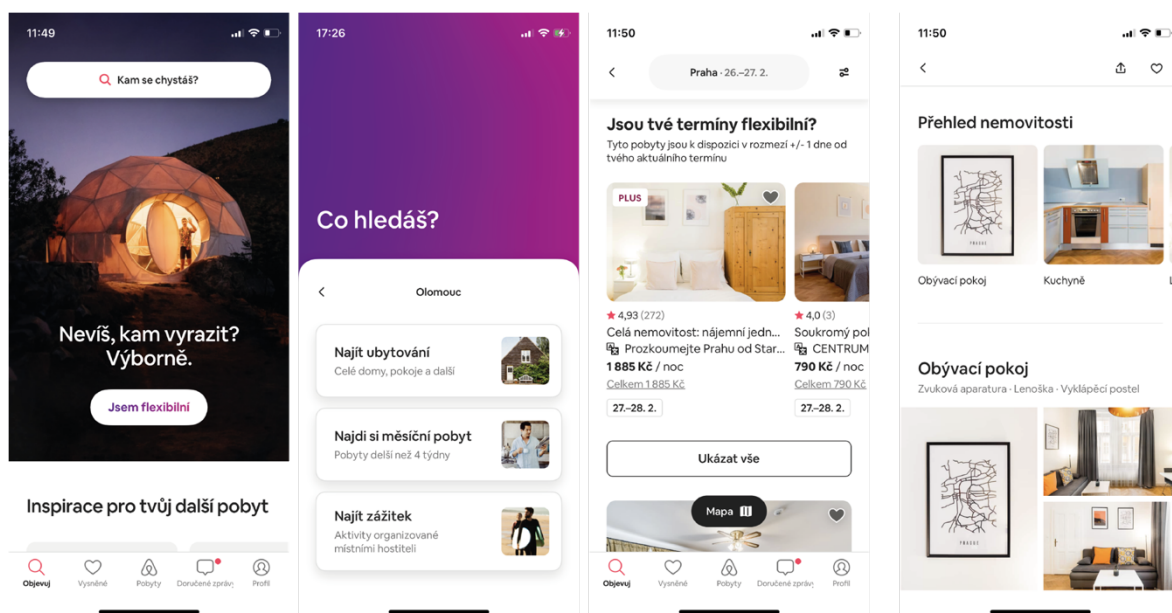
### 3.3 Airbnb

Do mobilních aplikací zaměřených na hledání bydlení mohou spadat také krátkodobé pronájmy, jako dnes už legendární, celosvětově známá, americká firma Airbnb, která se primárně zaměřuje na online ubytování v domácnostech pro rekreační pronájmy a turistické aktivity. Platforma Airbnb je dostupná prostřednictvím webové stránky a aplikace. Uživatelé se musí před použitím stránky zaregistrovat a vytvořit si osobní profil.

Při prvním otevření cílí aplikace na ubytování a objevování zážitků. Spodní menu nám dovoluje rychle přepínat mezi objevováním, vysněnými pobyty, rezervovanými pobyty, doručenými zprávami a profilem. Velmi rychle a jednoduše můžeme vybrat destinaci, délku pobytu a množství návštěvníků. Po načtení výsledků se nám nabídne možnost hledat v seznamu nebo můžeme hledat skrz mapu. Toto řešení je velmi intuitivní a lehké.

První informace, které vidíme, jsou fotografie, hodnocení návštěvníků, název, cena za noc a celková cena podle strávené doby pobytu. Nalezneme zde také možnost uložit si danou nabídku do oblíbených. Při prokliknutí do nabídky můžeme najít podrobnější informace, na které je uživatel už zvyklý. Věc, která je zde unikátní a chytře vyřešená je galerie. Objevuje se zde přehled nemovitosti a v bodech je vypsáný obsah každé místnosti. Uživatel má hned lepší představu o interiéru a exteriéru budovy. Celou dobu je také ke spodní hraně připnuta lišta s možností okamžité registrace, což umožňuje šetřit čas hledáním. Jak UX tak i UI je zde nejsilnější ze všech analyzovaných aplikací. Je zjevné, že tvůrci aplikaci zdokonalovali na základě uživatelského výzkumu několik let.

Z hlediska vizuální prezentace je aplikace Airbnb velmi čistá a stručná. Celou dobu jsme zahrnutí bílým pozadím, fotkami, ilustracemi a typografií. Jedinou věc, kterou bych vytkla je snaha o používání barevného gradientu, který se jinde v aplikaci neobjevuje.



Obrázek 9 Analýza aplikace Airbnb

### 3.4 Facebook

V roce 2004 vytvořil harvardský student Mark Zuckerberg sociální síť Facebook. Je to nejpoužívanější a nejúspěšnější sociální síť na světě, která dnes spadá pod celek zvaný Meta. Počet aktivních uživatelů za měsíc přesáhl v roce 2018 dvě miliardy. (SOCHŮRKOVÁ, 2018)

„V posledních letech začínají lidé používat Facebook kromě sociálního spojení také k jinému účelu: k nákupu a k prodeji mezi sebou. Tato aktivita začala na facebookových skupinách a značně narostla.“<sup>6</sup> Proto pro usnadnění Facebook přišel roku 2016 s novinkou zvanou Marketplace. (KU, 2016)

Facebook začíná také trpět odlivem svých uživatelů, a to obzvláště u mladé generace, pro kterou není dostatečně atraktivní. Proto se přesouvají na Instagram a TikTok atd. (AUXIER, ANDERSON, 2021)

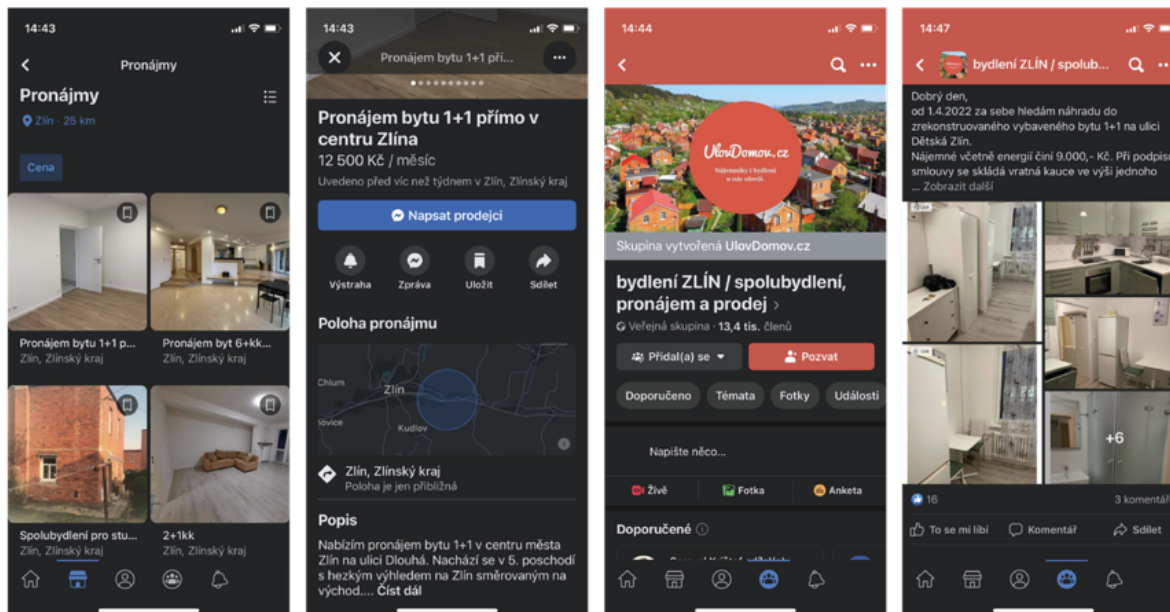
Další hrozbou je ukončení Facebooku a Instagramu v Evropě. „Ve zprávě, kterou společnost Meta předložila Komisi pro cenné papíry, uvádí, že uvažuje o ukončení sítí Facebook a Instagram v Evropě. V současné době Meta zpracovává data z USA i z Evropy. Zpracování

<sup>6</sup> Přeloženo z anglického originálu: “ In recent years more people have been using Facebook to connect in another way: buying and selling with each other. This activity started in Facebook Groups and has grown substantially.”

údajů napříč kontinenty je přitom pro její podnikání klíčové – a to pochopitelně také z hlediska cílení reklamy. Problémem však je, že nové evropské zákony vyžadují, aby údaje uživatelů byly uchovávány (a zpracovávány) pouze na evropských serverech. Společnost Meta z pochopitelných důvodů není schopna těmto novým evropským pravidlům vyhovět. A právě to je hlavním důvodem k možnému ukončení těchto populárních platforem v Evropě.“ (KAVI, 2022)

Jako první zanalyzuji Marketplace, který je přímo zaměřený na prodej a nakupování. Při otevření Marketplace uživatelem se zobrazí různé nabídky předmětů. Vzhledem k našemu zájmu si vybereme přímo kategorii nemovitosti. Zde může uživatel nabídnout své bydlení k pronájmu nebo k prodeji. Když si prohlédneme nabídky, vidíme, že Marketplace je jednoduchý. Inzeráty se zaměřují na podrobný popis nabízejícího nebo na vzájemnou komunikaci mezi lidmi. Při tvoření inzerátu můžeme pouze vyplnit fotografie, název, cenu, lokalitu a popis. Z vlastní zkušenosti při pronájmu pokoje přes tuto aplikaci mohu říct, že zprávy zájemců začaly být po čase unavující. Opakovaně se ptali, zda je pokoj volný, nebo si nepřčetli popis a chtěli vědět identické informace.

Další možností pro nabídku pronájmu bytu nebo pro hledání spolubydlení na Facebooku, jsou facebookové skupiny. Na Facebooku můžeme na téma spolubydlení najít velké množství skupin a v drtivé většině zaměřené na konkrétní lokalitu. Příležitost na českém trhu objevila firma UlovDomov.cz, která je známá vlastním realitním webem. UlovDomov.cz má facebookovou skupinu téměř pro každé velké město v České republice a všechny mají počet nad 10 000 členů. Každý den zde můžeme najít několik inzerátů s nabídkou pronájmu nebo s prosbou o hledání spolubydlení. Dle mého mínění je tento způsob u lidí zažitý více než Marketplace. Příspěvek působí osobněji a ihned dostane reakci ve formě palce nahoru, komentáře nebo zprávy.



Obrázek 10 Analýza aplikace Facebook



## 4 UŽIVATELSKÝ VÝZKUM

Aby má analýza obsahovala i objektivní odpovědi, rozhodla jsem se provést uživatelský výzkum.

### 4.1 Rozhovory

Pro získání dalších pohledů na problematiku jsem uskutečnila osobní rozhovory. Vedla jsem rozhovor s kamarádem, který měl problémy se spolubydlením a zjišťovala jsem jeho situaci. Vyzpovídala jsem rodinného známého, který pronajímá několik bytových jednotek. Nakonec mým cílem bylo pochopit smýšlení realitního makléře a seznámit se s náplní jeho práce.

Z každého rozhovoru jsem připravila následující shrnutí:

#### 4.1.1 Student

První rozhovor jsem vedla s vysokoškolským studentem, ve věku 20-25 let. Mimo domov už žije od svých 15 let, kdy nastoupil na internátní školu. Po dvou letech se z důvodů nepohodlí rozhodl se spolužáky sehnat spolubydlení. Většina majitelů je bohužel odmítla, protože se jednalo o neplnoleté studenty. Jakmile bydlení našli, setkali se s dalším problémem. Majitel v bytě nezajistil stejný počet lůžek jako nájemníků i přestože byla nabídka označena jako zařízený prostor. Při nástupu na vysokou školu se tento student již na kolejje nedostal a celý jeden semestr bydlel na gauči u kamarádů.

Na realizaci mého projektu měl smíšené pocity. V dnešní situaci by raději využil facebookovou skupinu nebo se zkusil zeptat svých známých. Přesto přiznává, že při přestěhování do nového města, by byla tato aplikace pro něj přínosná, protože nikoho neznal a nevěděl, kde si pronájem hledat. Další nepříjemnou zkušeností pro něj byl, náhlý odchod spolubydlícího z bytu, uprostřed školního roku, z důvodu nezvládnutí studia. Není jednoduché najít tak rychle náhradu. Většina studentů/kamarádů, už měla podepsanou nájemní smlouvu, kterou nemohla ze dne na den vypovědět. V nejhorším případě by se musel přestěhovat do dražšího nájmu a opět platit provizi. Proto by u aplikace nejvíce ocenil označené nabídky přímo pro studenty. Zajímala by ho především výše nájmu, zda musí platit provizi RK a datum možnosti nastěhování.

#### 4.1.2 Pronajímatel

Druhý rozhovor jsem vedla s pronajímatelem ve věku 60-70 let. Vlastní tři bytové jednotky, které pronajímá mladým párům a jedné samoživitelce s mladou dcerou. Raději upřednostňuje dlouhodobé pronájmy, protože hledání nových nájemníků je časově náročné. Udržuje si tak ověřené a spolehlivé lidi. Byt kontroluje jednou ročně a případně opraví potřebné poškození. Ke svým nájemníkům má důvěru.

Nemá problém ubytovat i studenty, pokud by si náhradu za sebe nebo své spolubydlící řešili sami. Kvůli své preferenci dlouhodobých pronájmů by aplikaci ohledně spolubydlení pravděpodobně nevyužil. Možnost rychlého vystavení inzerátu bez realitního makléře, který vyžaduje provizi, ovšem velmi oceňuje. V aplikaci také oceňuje možnost popisu jednotlivých uchazečů o pronájem. Ulehčilo by mu to najít si nájemníka podle jeho preferencí.

#### 4.1.3 Realitní makléřka

Poslední rozhovor jsem vedla s realitní makléřkou ve věku přibližně 40-50 let, která má s pronajímáním bytů bohaté zkušenosti. Před pěti lety si založila vlastní RK v Olomouci a jejím zaměřením jsou developerské projekty a investice do bydlení.

Při diskusi o mém záměru vytvořit aplikaci na spolubydlení mi vysvětlila, jak funguje vytváření inzerátů na známých realitních webech. Používá se k tomu program propojený s realitními stránkami, který pak propisuje jejich nabídky dál. Osobně si myslí, že přínosnější pro aplikaci by bylo zaměřit se prioritně na obyčejné lidi namísto na RK. Věří, že kdyby chtěl realitní makléř nabízet i přes tuto aplikaci, neměl by problém se zaregistrovat. Z právního hlediska bych si pak měla dát pozor na řádné označení, kdo inzerát vystavuje, např.: jsem majitel versus jsem nájemce.

Z nápadu aplikace nabízející pouze pronájem byla nadšená. Na českém trhu ji chybí platforma, která nespadá, pod již existující RK a je volně dostupná pro širokou veřejnost. Nepochybuje, že si aplikace najde zájemce, díky přidané hodnotě, která spočívá v možnosti, vyhledat vhodného spolubydlícího.

#### 4.1.4 Závěr rozhovorů

Dle rozhovorů jsem vyvodila tyto závěry:

1. Majitelé nemovitostí by v aplikaci nabízeli bydlení velmi málo. Tuto roli by spíše přenechali nájemníkům nebo realitním makléřům. Tím pádem by mohla nastat situace, kdy se v aplikaci začnou hojně objevovat dvě skupiny inzerátů. Jedna od studentů a druhá od realitních makléřů. Z tohoto důvodu by měli být v aplikaci označené nájmy, které mají provizi.
2. Na realitním trhu je těžké najít bydlení, které by bylo vhodné pro studenty. Můj projekt by měl zajistit řádné označení, pro koho je nabídka určená. Jestli pro studenty nebo pracující.
3. Aplikace by se neměla zaměřovat na RK. Při vytváření nabídky by měla být možnost označení nabízejícího, aby uživatelé věděli, o koho se jedná, např.: jsem spolubydlící, realitní makléř, majitel žijící mimo nemovitost.

## 4.2 Dotazník

Z průzkumu platformem jsem zjistila, jak fungují pronájmy prostorů nebo vyhledávání spolubydlení a z rozhovorů jsem získala subjektivní informace dotazovaných. Své předpoklady pro potřeby mého projektu jsem si však chtěla potvrdit i u širší veřejnosti. Jelikož sama spadám do cílové skupiny mého výzkumu, definovala jsem si následující otázky:

1. Kdo jsou lidé, kteří hledají spolubydlení a v jaké jsou situaci?
2. Kde lidé hledají nebo nabízejí spolubydlení?
3. Jaká kritéria jsou důležité pro nastěhování?
4. Jaký je názor lidí na aplikaci spolubydlení?

### 4.2.1 Způsob sběru odpovědí

Jako metodu sběru jsem zvolila dotazník vytvořený v google formuláři. I přesto, že jsem měla možnost sbírat data různými způsoby, rozhodla jsem se pro online podobu. Dotazník zde lze snadno sestavit a rozeslat, a tak mohu oslovit lidi z různých částí České republiky v relativně krátkém čase.

Jelikož dotazníky mají i své nevýhody, snažila jsem se pod otázky vypsát co nejvíce možností odpovědí, abych respondenty neodradila jeho délkou trvání. Pro nadšené zájemce o projekt, jsem u většiny otázek nechala volné pole pro vložení vlastních odpovědí. Díky tomu mohu dojít k poměrně přesným výsledkům a získat nové nápady.

Dotazník jsem sdílela na facebookových skupinách nabízejících spolubydlení, pronájem a prodej. Dále jsem jej šířila na univerzitních skupinách, kde každoročně nastává situace s nedostatkem míst na kolejích a následná panika nově nastupujících studentů.

#### **4.2.2 Kdo jsou lidé, kteří hledají spolubydlení a v jaké jsou situaci?**

Asi není překvapením, že drtivá většina respondentů jsou studenti (87,6 %). Nejčastější věkovou skupinou vyplňující dotazník byla skupina 20-26 let. 74,2 % respondentů tvořily ženy. Na otázku, kde momentálně bydlí, odpovědělo 63,6 % dotázaných, že bydlí v pronájmu. Pouze 15,3 % bydlí na kolejích nebo ubytovnách a 14,4 % žije u rodiny a dojíždí.

#### **4.2.3 Kde lidé hledají nebo nabízejí spolubydlení?**

Obrovskou převahu v hledání spolubydlení měl facebook. Druhý v pořadí se umístil web bezrealitky. Mezi prvním a druhým místem byl rozdíl skoro 50 %. Volbu Sreality, eSpolubydlení a Ulov domov zvolilo 30 až 35 % respondentů. Poslední velká část dotazujících se vyjádřila, že spolubydlení hledá přes známé.

Ze samotných rozhovorů mezi mými vrstevníky, jsou tyto výsledky pochopitelné. V dnešní době je spousta lidí propojena online a Facebook umožňuje hledat bydlení přes známé. Zároveň buduje důvěryhodnost pomocí přátel. Pokud selže i tato možnost, člověk se většinou přesune na ověřené a známé servery nabízející bydlení, aby se vyhnul podvodům.

Podobné výsledky se také objevili u dotazu, na kterých platformách oni sami nabízejí spolubydlení. Z dotazovaných odpověděla pouze čtvrtina, ale Facebook opět vyhrál, a to ještě ve větším procentuálním rozdílu než u poptávky. Na druhém a třetím místě se umístil web eSpolubydlení.cz a nabízení spolubydlení přes známé. Z důvodu, že na dotazník odpovídalo velké množství studentů vyplývá, že téměř minimum lidí vytváří inzeráty na profesionálních platformách.

#### **4.2.4 Jaké kritéria jsou důležité pro nastěhování?**

Ze seznamu, jaké informace by respondenti potřebovali nutně vědět o spolubydlení, vyhrávaly základní informace jako je cena nájmu a energií, lokalita a seznam zařízení v bytě. Ptala jsem se také, jaké věci jim u pronájmu vadí. Nebylo překvapením, že vyhrálo placení provizí, že neví, kdo už na bytě bydlí, a nakonec nekvalitní fotografie bytu. Ve vlastních odpovědích se často objevovala zkušenost s velmi drahým, nebo málo dostupným bydlením.

Na otázku, s kým by respondenti chtěli nejradyji bydlet, jsem získala dva typy odpovědí. Polovina preferovala bydlení pouze se studenty, druhé polovině by nevadilo bydlet i s lidmi mimo studentské prostředí. A jaká priorita vyhrála při výběru potenciálních spolubydlících? Pohlaví, věk, zda kouří či vlastní zvíře, studovaná škola, tolerance hluku a názor na návštěvy. Tento přehled mi poskytl malou nápovědu, co všechno by se mělo objevit při vytváření inzerátů v mé aplikaci. U otázky, co jsou ochotní o sobě napsat sami respondenti, odpovídali, že jsou otevřeni skoro každé otázce.

#### 4.2.5 Názor na aplikaci spolubydlení

Z 211 respondentů, kteří se zúčastnili průzkumu, by aplikaci přivítalo 209 z nich. Přesto 9 lidí, by aplikaci pravděpodobně nevyužilo, jelikož nemají o spolubydlení zájem a také skutečnost, že pronajímat bydlení většímu počtu lidí jednoduše nechtějí.

Ti, co měli k vytvoření aplikace kladný vztah, byli novému způsobu hledání spolubydlení otevřeni i s nutností registrace a vytvoření profilu. Striktně byli proti zpoplatnění a raději by podpořili reklamy nebo peněženě podpořili tvůrce po vyzkoušení aplikace. Z 85,6% dotazujících hledalo bydlení, 55 % by hledalo spolubydlícího a pouze 10,4% by bydlení nabízelo. Většina z nich by poptávala vlastní pokoj nebo celý byt. Z tohoto mohu předpokládat, že neradi sdílí byt s cizími lidmi. Nejčastějším přáním je tedy samostatné bydlení nebo pronájem celého bytu společně s přáteli.

Většina dotazovaných by v rámci funkcí ocenila hlídacího psa, který upozorní na nové inzeráty v nabídce podle vybraných kritérií, a možnost uložit si inzeráty do oblíbených. Také by se jim líbilo vytváření skupin spolubydlících a možnost založení společného chatu<sup>7</sup>. Posledním žádaným prvkem byla možnost zapsat se do pořádku zájemců o inzerát, aby měli jistotu, že je nikdo nepředběhne. Tato funkce je z hlediska proveditelnosti nereálná. Lidé totiž většinou vybírají i na základě debaty, instinktu a sympatií.

#### 4.2.6 Závěr dotazníku

Dotazník s jistotou dokázal, že cílovou skupinou pro vytvoření mé aplikace jsou studenti a mladí lidé ve věku od 20 do 26 let. Většinu času hledají spolubydlení, protože studují v cizím městě a včas si nezajistili místo na kolejích či ubytovnách, kterých je stále

---

<sup>7</sup> Chat je krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě. Uskutečňuje se vždy v reálném čase formou psaného textu.

nedostatek. Největší zájem mají o bydlení, které je ověřené ostatními studenty a kde nemusí platit provize realitnímu makléři. Bezpečný způsob hledání je na sociálních sítích od lidí pro lidi. To umožňuje rychlá a vzájemná komunikace probíhající ve společných chatech.

Dotazník vyplnilo 211 lidí. Vzorek považuji za dostačující, přesto bych ocenila více respondentů z kategorie majitelů. Z logiky věci se tento dotazník bohužel mezi pracující lidi, kteří mají zájem nabízet spolubydlení, moc nedostal. Nejvíce relevantní otázky a jejich odpovědi najdete v příloze Odpovědi na dotazník.

## 5 ZÁVĚR TEORETICKÉ ČÁSTI

V teoretické části jsem se zabývala analýzou českých a zahraničních aplikací, rozhovory a dotazníkem. Dospěla jsem k několika novým zjištěním, ale také jsem si potvrdila mé předpoklady. Jediná česká webová stránka, která nabízí řešení v hledání a nabízení spolubydlení, je eSpolubydlení. Protože je tato stránka chaotická a vizuálně zastaralá, lidé vyhledávají alternativy. Především facebookové skupiny, kde se nabízí a hledá bydlení ve formě příspěvků. Zde se potvrdilo, že respondenti oceňují okamžitou možnost komunikace a doporučení známých.

U analýzy zahraničních aplikací jsem našla alternativy k mému vlastnímu nápadu. Tyto možnosti existují a jsou hojně využívány. U jejich rozboru jsem odhalila silné a slabé stránky a následně mi také pomohly v praktické části při návrhu vlastní mobilní aplikace spolubydlení.

U rozhovorů a dotazníku jsem zjišťovala potřeby uživatelů. Lidé chtějí platformu, kde by bylo vše na jednom místě a pro nalezení bydlení tak nemusí procházet několik realitních webů. Chtějí něco přehlednějšího a vizuálně přívětivějšího, zaměřeného pouze na spolubydlení, a ne na regulérní nabídky pronájmu. Díky tomu by mohla vzniknout v aplikaci podobná komunita, jako na Facebooku.

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**



## 6 PROCES NAVRHOVÁNÍ

V předešlé části popisují koncept celé práce a její analýzu. Další důležitý prvek výsledného projektu byl designový proces, který mi pomohl od začátku až po konečný výsledek. Jako první bylo pro mě důležité pochopit problematiku tématu skrz vytvořené osoby. Následně jsem vytvářela user flow, který mi pomohl v prototypování aplikace. Když jsem měla navržený koncept, přešla jsem k vizuální identitě, kde jsem si ujasnila barevnost, typografii a prvky v designovém systému. Jednotlivé fáze jsem podrobně rozebrala v textu níže.

### 6.1 Persony

Než jsem přistoupila k návrhu aplikace, na základě dat z rozhovorů a dotazníku jsem identifikovala potřeby a frustrace potenciálních uživatelů a jejich očekávané chování při používání aplikace. Poté jsem vypracovala čtyři jednoduché persony, kterým jsem přiřadila jejich hlavní cíle. Vynechala jsem osobu pronajímatele a nahradila ho studentkou z poznatků z teoretické části. Persony mi následně pomohly v uživatelském rozhraní a jejich funkci.

**Hanka**  
Persona #1

Studentka  
22 let

**Situace**  
Hanka se odstěhovala do nového bydlení, která nezná nikoho, kdo hledá bydlení prostředkem školního roku. Hanka nechce, aby majitel hledal náhradu, která nemusí být vhodná.

**Cíle**

- Najít si spolubydlici s kterou si bude rozumět
- Najít náhradu, za co nejkratší dobu

**Frustrace**

- Nemůže zveřejnit inzerát na realitních webech a neví kde jinde poptávat
- Hanka nezná nikoho, kdo hledá bydlení prostředkem školního roku
- Celková složitost hledání náhrady za krátkou dobu

**Robin**  
Persona #5

Realitní makléř  
52 let

**Situace**  
Robin pronajímá zařízení byt, vhodný pro spolubydlení. Byt se nalézá v domě kde žije majitelka. Majitelka požaduje pouze dívky, bez zvířat a nekuřáčky.

**Cíle**

- Najít nájemkyně, která splňuje kritéria
- Vydělat peníze skrz provizi

**Frustrace**

- Nemůže si vybírat vhodné kandidáty bez osobního kontaktu
- Nemá stránku kde by mohl oslovit cílovou skupinu

**Eva a Tom**  
Persona #3

Pracující  
25 až 28 let

**Situace**  
Pár se chce přestěhovat do nového bytu s vlastní kočkou. Pár nedokáže najít neřízený byt v rámci jejich rozpočtu bez placení provize.

**Cíle**

- Chtějí najít bydlení přes majitele, aby nemuseli platit provizi
- Mít povoleno vlastnit kočku

**Frustrace**

- Ceny pronájmů a energií jsou drahé
- Nemají známé, přes které by pronájem mohli hledat
- Některé bydlení zakazuje páry a zvířata

**Jirka**  
Persona #4

Student  
19 let

**Situace**  
Jirka se nedostal na koleje a má měsíc na to, aby našel ubytování. Má rozpočet pouze na sdílený pokoj.

**Cíle**

- Najít si bydlení ve sdíleném pokoji v obydleném bytě
- Bydlet s lidmi ze své fakulty
- Bydlet blízko centra

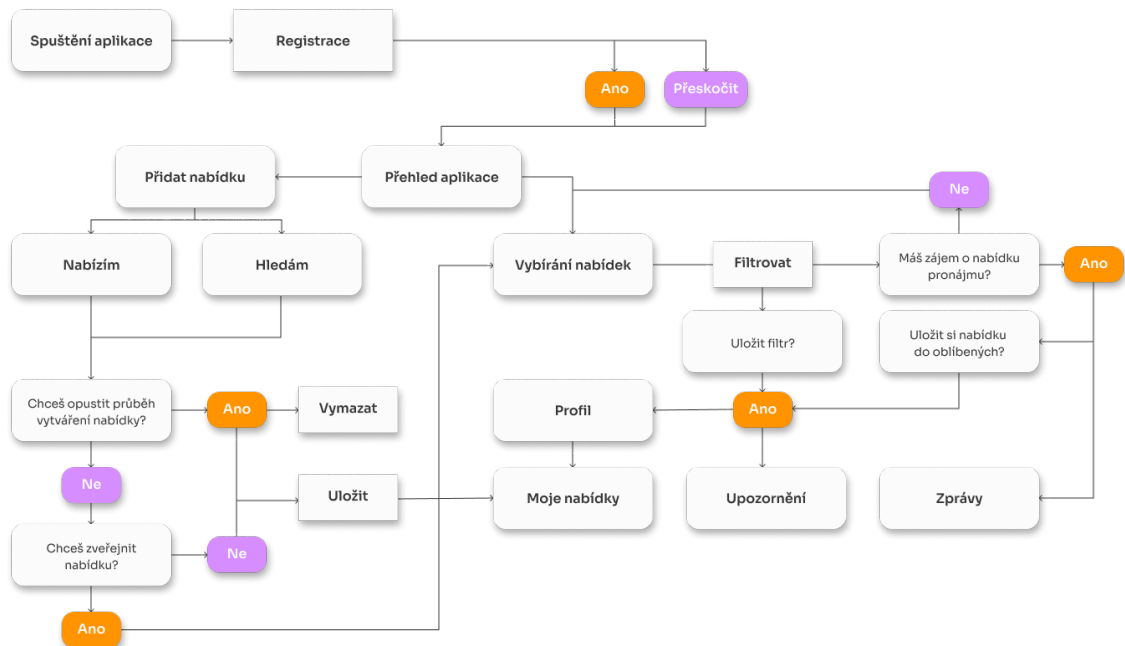
**Frustrace**

- Neví kde hledat spolubydlení
- Musí vyzpovídat nabízejícího, kdo už na bytě bydlí

Obrázek 11 Persony

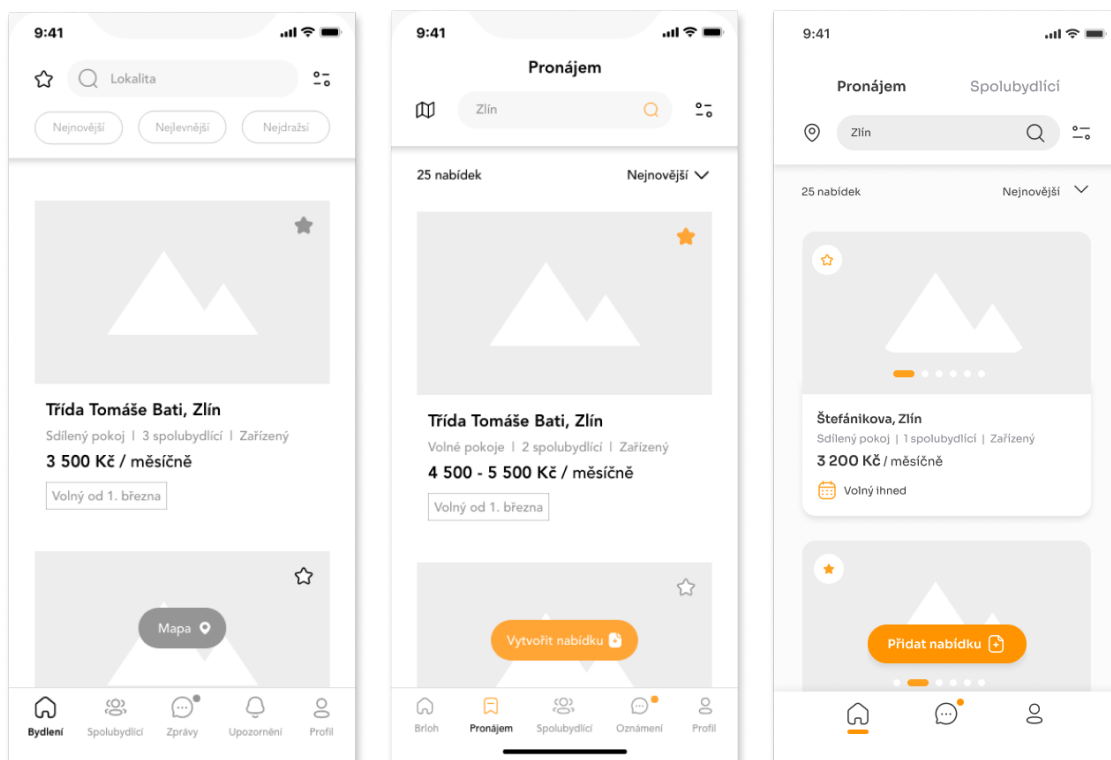
## 6.2 User flow a navrhování wireframu

Tato fáze mi dovolila sledovat celou cestu uživatele, každou jeho interakci od vstupního bodu až po finální. Stanovila jsem hlavní cíl aplikace a způsob, jakým jej může uživatel dosáhnout. V průběhu vývoje se struktura user flow měnila až do finální podoby na obrázku.

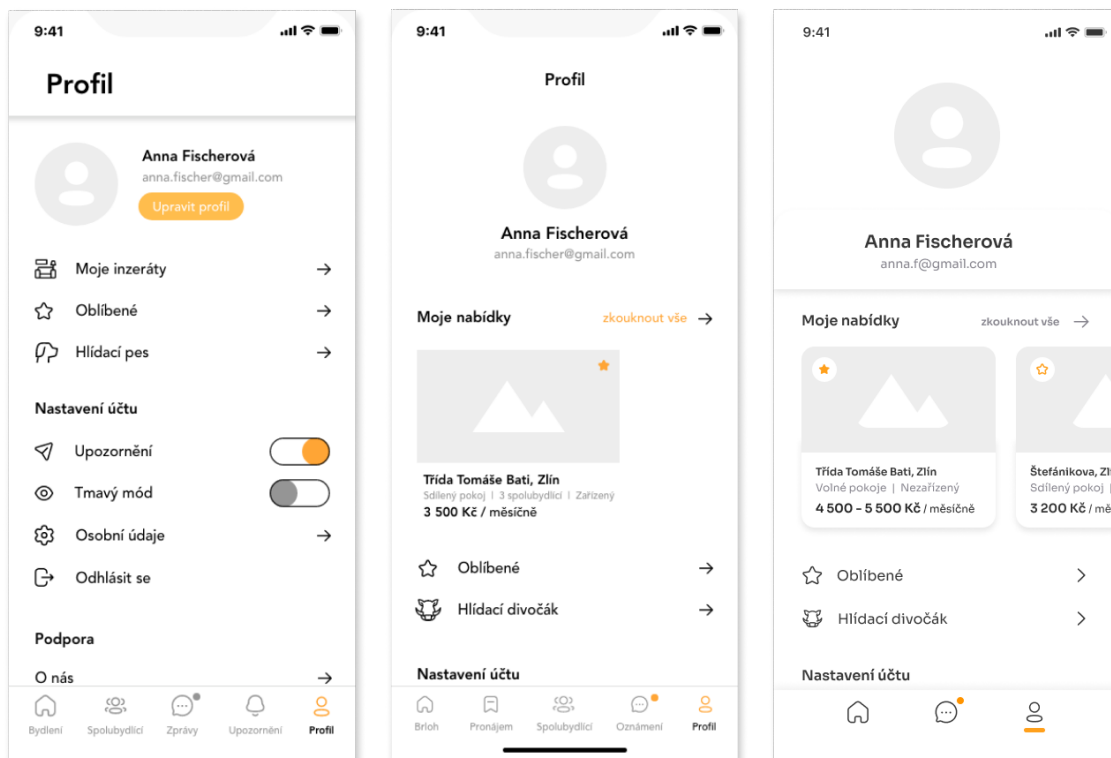


Obrázek 12 User flow aplikace

Po vytvoření user flow jsem navrhla wireframe budoucího designu aplikace. Stal se pro mě vodítkem v dalším návrhu prototypu, podle kterého jsme pochopila, jak zlepšit použitelnost a přehlednost. Od začátku jsem pracovala v digitální podobě kvůli možnosti rychlé změny návrhu.



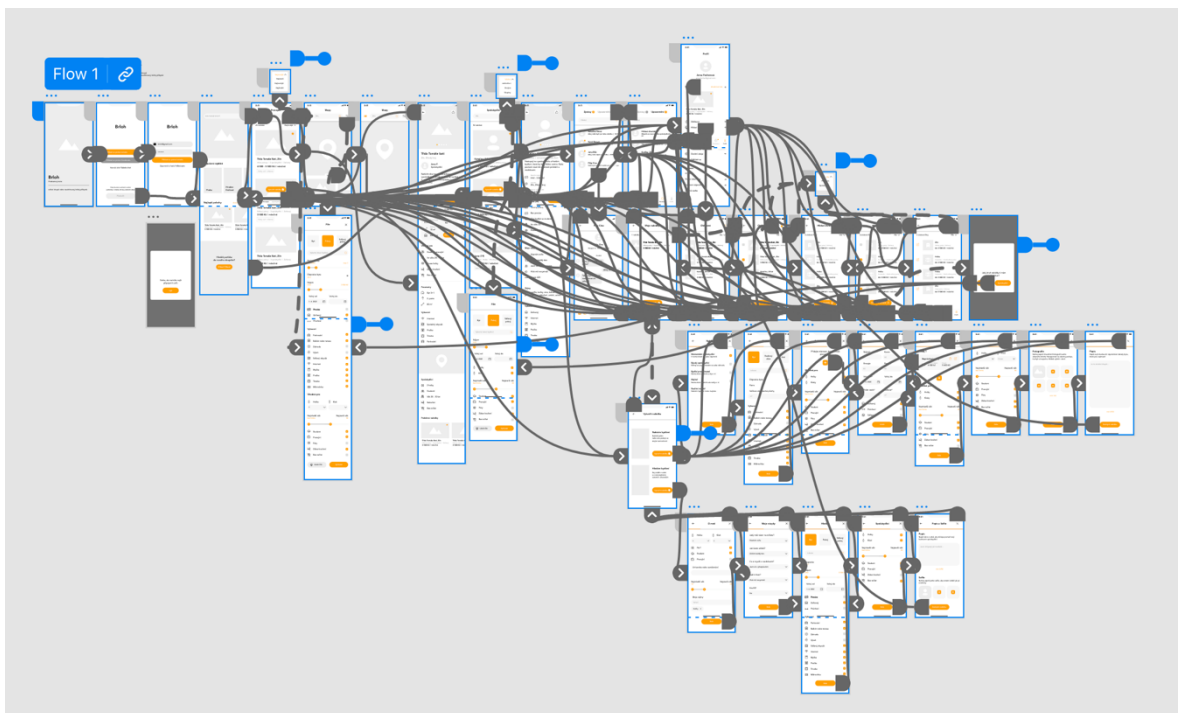
Obrázek 13 Postup navrhování stránky nabídek



Obrázek 14 Postup navrhování stránky profilu

## 6.3 Prototypování

Po přesném stanovení rozložení prvků ve wireframu, jsem začala všechny prvky uhlazovat a umisťovat je na přesná místa pomocí mnou navržené mřížky. Základní mřížku jsem držela s odstupem 4 pixelů. Bylo to vyvážením mezi vizuální přesností a efektivním způsobem navrhování. Když jsem byla spokojená, tak jsem přešla na samotné prototypování. Prototypování tkví v tom, že se propojí prvky, které mezi sebou mají komunikovat. Takže tlačítka vás pošlou na stránku, kam se chcete dostat. Tím jsem docílila funkčního prototypu, který si mohli testovací subjekty vyzkoušet a dát mi zpětnou vazbu. Relevantní poznámky jsem znova zapracovala do wireframu, až mi vznikla výsledná aplikace, na kterou jsem aplikovala grafiku.



Obrázek 15 Funkčního prototypu

## 6.4 Vizuální design

U vizuální identity jsem věděla, že je důležité vytvořit odvážný mladistvý vzhled s humorem a odlehčeným způsobem komunikace, jelikož cílová skupina je ve věku 20 až 26 let. Přitom bylo klíčové to nepřehnat, aby tomu rozuměla i starší generace.

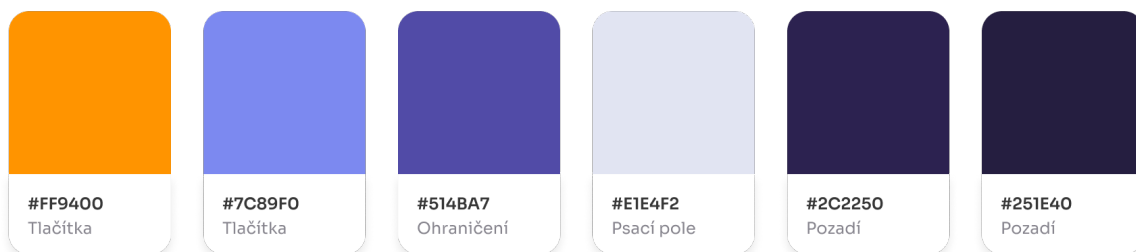
### 6.4.1 Barvy a typografie

U barev jsem se rozhodovala podle cílové skupiny a daného tématu bydlení. Zvolila jsem hlavní barvu oranžovou, jakožto barvu tepla a domova, které navozuje příjemnou náladu.

Kontrastní barvu jsem hledala takovou, která podpoří primární barvu a dodá vizuálu energii. Po experimentování s barevnými paletami jsem vybrala fialovou. Následně jsem každou barvu rozložila do přechodu od nejsvětlejší barvy po nejtmaší a pomocí kontrastu jsem zvolila odstíny. Pro dodání hloubky projektu jsem stejným způsobem vybírala odstíny šedi. Po zvolení barevné palety byla řada na úpravu barev pro tmavý režim, který je v dnešní době požadovaný standart. Nechtěla jsem, aby světlý režim a tmavý režim měl kompletně rozdílnou barevnou paletu, a tak jsem u obou zachovala oranžové a žluté tóny. Místo fialové barvy, která ve velké ploše působila agresivně, jsem zvolila modrou.



Obrázek 16 Světly režim



Obrázek 17 Tmavý režim

U volby fontu jsem byla rozhodnuta, že písmo musí být dostupné z internetové stránky google fonts. Tato stránka umožňuje stáhnutí zdrojového kódu písma, pro jednoduché vložení při kódování aplikace. Také jsem věděla, že font musí obsahovat různé řezy písma a českou diakritiku. Ve finále jsem zvolila font Sora, který má mladistvý a hravý vzhled s náznaky estetiky s nízkým rozlišením u rané typografie na obrazovce. Obzvláště velká výška x dovoluje příjemné čtení v malé velikosti, což je ideální pro aplikační a webová rozhraní.

Aa  
Sora

### Regular

A Á B C Č D Ď E Ě Ě F G H I Í J K L M N Ń O Ó P Q R Ŕ S Š T Ť U Ů Ú V W X Y Z Ž  
a á b c č d ě e ě f g h i j k l m n Ń o ó p q r ŕ s š t ť u ů ú v w x y z ž  
! @ # ) / ? : ~ « †

### Semibold

A Á B C Č D Ď E Ě Ě F G H I Í J K L M N Ń O Ó P Q R Ŕ S Š T Ť U Ů Ú V W X Y Z Ž  
a á b c č d ě e ě f g h i j k l m n Ń o ó p q r ŕ s š t ť u ů ú v w x y z ž  
! @ # ) / ? : ~ « †

Obrázek 18 Font

## 6.4.2 Ilustrace a jazyk

Již od počátku jsem nazývala aplikaci jménem Brloh, jelikož studentské bydlení humorně brloh připomíná a definice slova zní takto: zvířecí doupě nebo neudržovaný, bídny příbytek. Tento název se uchytil a postavila jsem na něm veškeré ilustrace a komunikaci. Jako maskoty aplikace jsem zvolila lesní zvířata, které v brlohu žijí. Ilustrace jsou pojaté s vtipem. Zvolila jsem zjednodušený styl, který se drží v 2D plochách bez stínování. Je to z důvodu, aby byly drobné detaily dobře čitelné i na malé obrazovce. Používám je při přihlášení a úvodní stránce, dále v místech, kde uživatel neprovedl žádné akce např.: neobdržel zprávu, nemá nic uložené v oblíbených. Pro tmavý režim jsem barvy změnila, tak aby fungovali na černém pozadí.



Obrázek 19 Ilustrace ve světlé verzi a v tmavé verzi

Vtipné ilustrace podporují osobité texty. Jazyk jsem zvolila přátelský, který promlouvá přímo k uživateli. Tuto formu komunikace jsem vybrala přímo na míru cílové skupině, abych navodila příjemné prostředí. Používám slova jako jsou pelech, rejdiště, doupě atd.

### 6.4.3 Animace

Pro větší živost aplikace jsem vybrané ilustrace obohatila animacemi. Animace byly vytvořené v programu Procreate snímek po snímku. Pro zachování originální statické ilustrace, jsem pohyby animovala do smyček.



Obrázek 20 Rozkreslená animace

### 6.4.4 Ikona

Ikonu aplikace jsem stylizovala do podoby ilustrace medvěda držící domeček. Medvěd symbolizuje název brloh a domeček hledání bydlení. Použila jsem pouze oranžovou barvu, pro lepší čitelnost v malé velikosti.



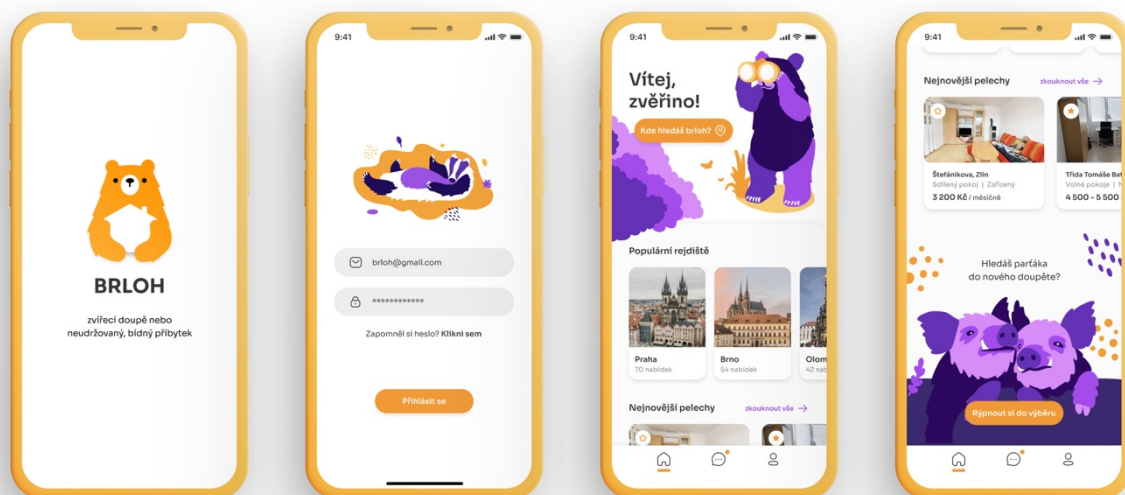
Obrázek 21 Ikona aplikace

## 7 VÝSLEDNÁ APLIKACE

V této kapitole popisují dílčí kousky celé aplikace, na které je aplikovaná grafika.

### 7.1 Přihlašování a úvodní strana

Po prvním spuštění aplikace uvidíme načítací stránku. Ta nás v krátkosti přivítá hravou ilustrací a popiskem významu slova brloh. Dále uživatele aplikace vyzve k přihlášení nebo k založení účtu pomocí emailu nebo facebooku. Z poznatku z teoretické části, jsem zde zakomponovala možnost si aplikaci prohlédnout i bez možnosti přihlášení. To samozřejmě nese následky, v podobě uzamčení většiny akcí např.: napsat zprávu nebo uložit si oblíbené nabídky. Hlavní stránka slouží k zorientování se v aplikaci, z čeho všeho může uživatel vybírat. První věc, kterou jsem zde vložila, je call to action<sup>8</sup> ve formě tlačítka. To uživatele přeměruje na podstránku nabídek. Dále si může vybrat jedno z nejpoblárnějších měst, kde je vystaveno nejvíce inzerátů. Také tu je denní souhrn nejnovějších nabídek. Tato stránka se pouze zobrazí při prvním otevření aplikace. Po vyhledání lokality, se uživatel už pouze pohybuje v podstránkách menu. Je totiž zbytečné, aby se uživateli nadále zobrazovala hlavní stránka, když mu již nepřinese žádné nové relevantní informace. Stránka se znovu zobrazí v moment, kdy je aplikace restartovaná nebo se uživatel musí znova přihlásit.



Obrázek 22 Načítací stránka, přihlašování, úvodní stránka

<sup>8</sup> Call to action v českém překladu výzva k akci bývá nejčastěji v podobě tlačítka nebo jiného prvku, kterým lze vykonat akci vedoucí ke koupi, objednání, rezervaci, vyplnění formuláře aj.

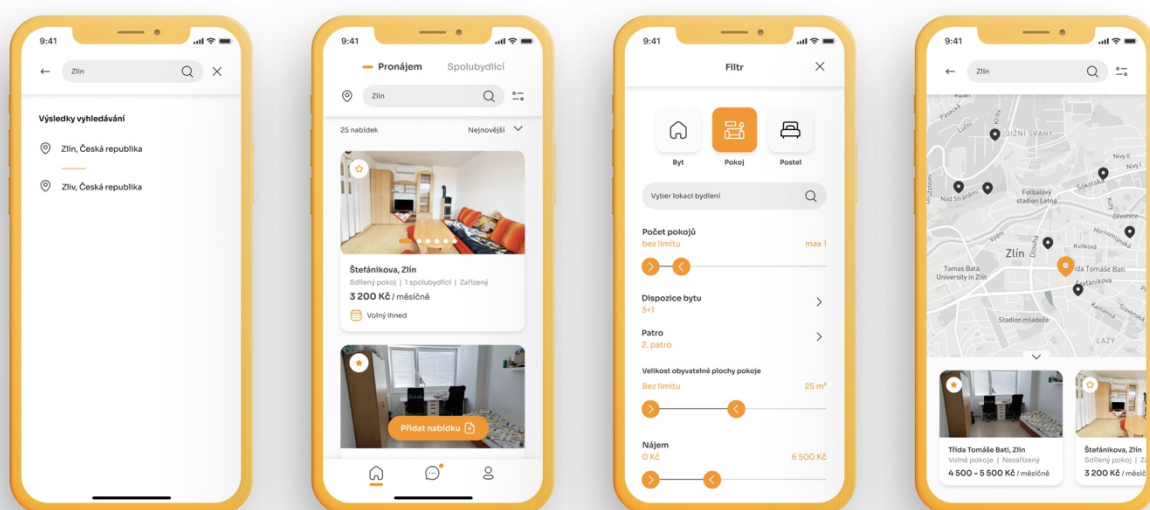


## 7.2 Přehled nabídek bydlení a spolubydlících

Při hledání nabídek musí uživatel prvně zadat lokaci, kde hledá inzeráty. Poté si může vybrat mezi pronájmem a spolubydlíci. Původně jsem měla tyto dvě sekce rozdělené zvlášť do dvou podstránek v pevném menu, ale po následné konzultaci jsem provedla změnu. Jelikož hned od začátku není zcela zjevné, jakou funkci plní spolubydlíci, proto jsem dala obě podstránky pod jednu ikonu v menu. Tím jsem docílila větší srozumitelnosti, že kategorie fungující na stejném principu.

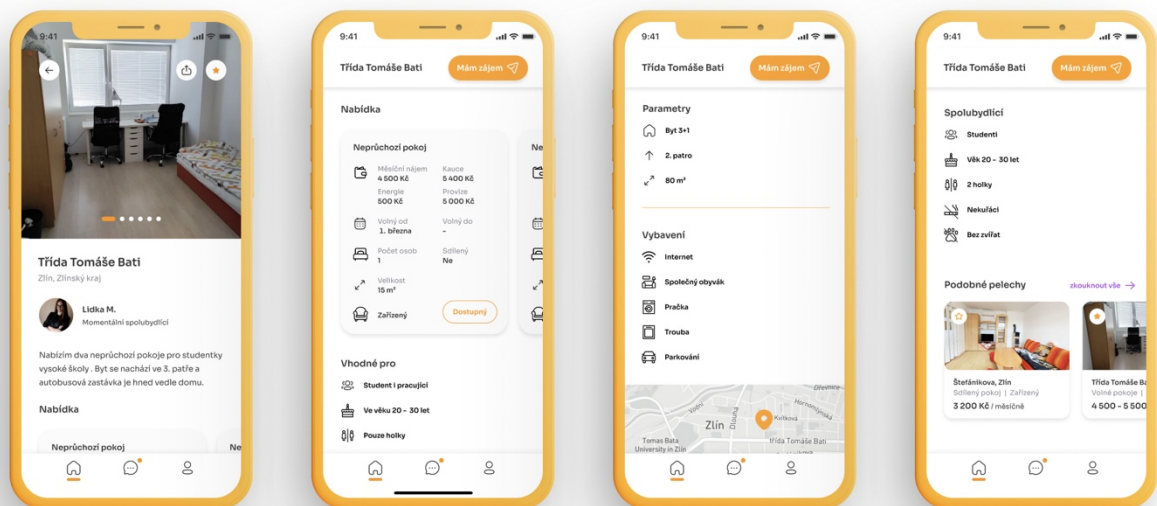
Kategorie nabídek funguje stejně, jako každá jiná aplikace pronájmu realit. První, co uživatel vidí, je seznam nabídek, kde je nejvíce zvýrazněná cena. Postupně se dočte, kde se nabídka nalézá, o jaký druh nabídky se jedná, kolik lidí už v bytě žije a jestli je zařízený. Inzerát se dá také uložit do oblíbených pomocí zakliknutí hvězdičky v levém horním rohu. V pronájmech lze snadno filtrovat, aby každý našel bydlení podle svých představ. Pro rozšířené třídění slouží filtr a pro základní třídění slouží rozbalovací menu o kus níže. Dále je ve spodní části pevně umístěné tlačítko přidat nabídku.

Nakonec pro příjemnější uživatelskou zkušenost je vedle vyhledávání možnost přepnout se do režimu mapy. Zde jsou na mapě nabídky vyobrazené jako body, které si uživatel může označit a aplikace mu daný inzerát nabídne k pročtení.



Obrázek 23 Podstránka vyhledávání, pronájmu, filtru a mapy

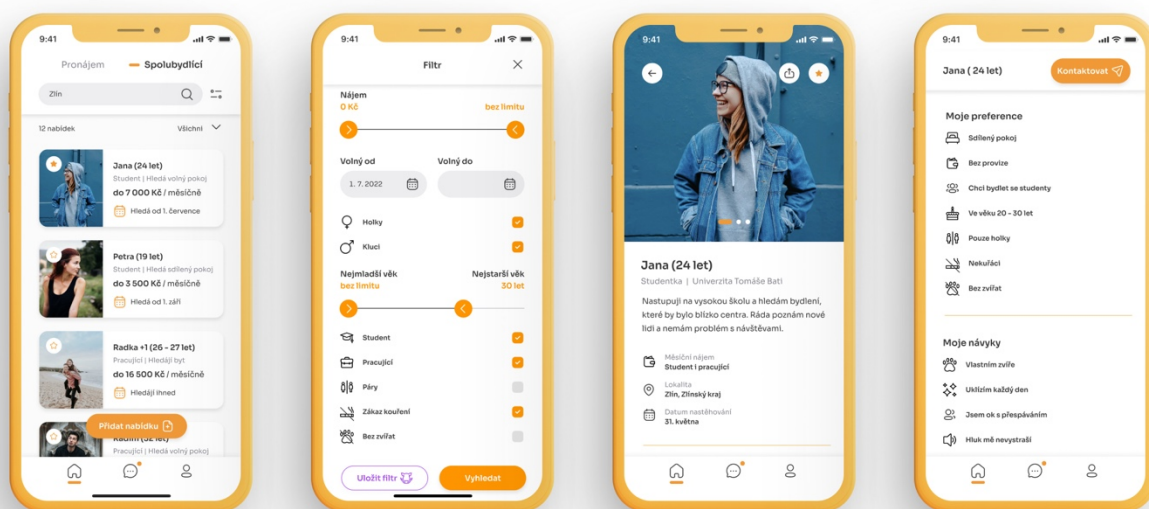
V nabídce je dominantní hlavní fotka pronájmu. Uživatel si v ní může listovat pomocí posunutí prstem doleva. Nad fotkou je možnost si nabídku uložit do oblíbených nebo ji sdílet. Pod fotkami nalezneme sekci se základními informacemi. Když se k ní uživatel dostane, přichytí se k horní straně lišta umožňující okamžitý kontakt. Každý pronájem má možnost nabízet libovolný počet pokojů, které mají jiné parametry. To usnadňuje pronajímat spolubydlení různým skupinkám lidí, nezávisle na sobě. Dále se uživatel dočte informace, podle priorit, tak aby co nejdříve poznal, jestli je pro něho byt vhodný. Prvně zjistí, jestli spadá do kategorie, pro koho je bydlení vhodné, dále se dozví základní parametry pronájmu a jeho zařízení. Nakonec se může dočíst, kdo na bytě, už bydlí. Všechny informace v inzerátu je možno si nastavit ve filtru u vyhledávání a tím rychle selektovat výběr.



Obrázek 24 Podstránka nabídky pronájmu

Kategorie spolubydlení funguje na podobném principu jako pronájem, akorát místo nabídky bydlení, zde najdeme poptávky. Lidé si mohou vytvořit inzerát, kde sami sebe popíší a jakou nabídku hledají. Tato kategorie umožňuje nový způsob komunikace a řešení problémů. Například majitel může oslovit lidi napřímo, na základě jejich profilů, které splňují jeho kritéria. Může jim nabídnout pronájem bez toho, aniž by sám měl vytvořenou nabídku přes svůj profil. Dalším příkladem může být student, který ve městě nikoho nezná a hledá k sobě spolubydlicího do pokoje, poté co našel vhodnou nabídku pronájmu.

U seznamu nabídek spolubydlících jsem mírně pozměnila rozložení prvků. Není zde vyžadováno, aby nabídka měla velikost fotky jako u pronájmu. Tudíž jsem ušetřila místo a uživatel může naráz vidět více nabídek spolubydlení a rychleji selektovat. Stále je tu možnost filtrování, ale mapa zde zmizí. Samotný inzerát spolubydlení vypadá téměř identicky jako nabídka pronájmu. Uživatel zde popisuje svoje preference pronájmu, své návyky v bydlení nebo své zájmy v životě.



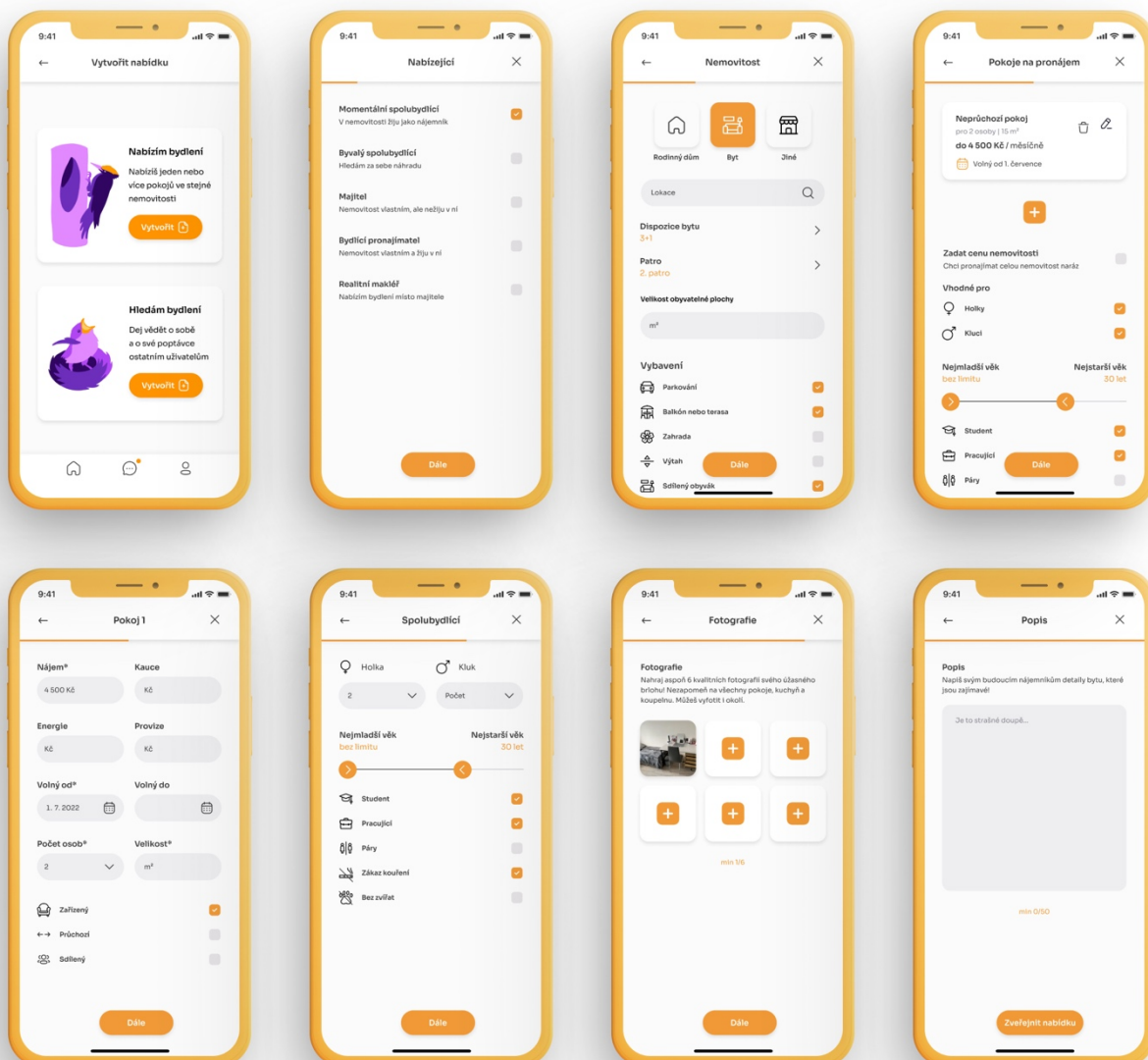
Obrázek 25 Podstránka spolubydlících, filtru a nabídka spolubydlícího

### 7.3 Vytváření nabídky a poptávky

Vytváření inzerátů se dělí na dvě varianty. První se zaměřuje na nabídku a druhá na poptávku pronájmu. Nabídka se následně zařadí do kategorie pronájmu a poptávka pod kategorii spolubydlící.

U vytváření nabídky je nutno vyplnit šest jednotlivých kroků, aby byl inzerát zveřejněný. V první části uživatel vybere variantu nabízejícího. Následně mu tato role bude propána v nabídce pod jeho jménem. Dále identifikuje druh nemovitosti a co všechno se v ní nachází. Třetí krok dotazníku dovoluje vytvořit jednotlivé nabídky pokojů, které jsou určeny k pronájmu. Počet pokojů je omezený, podle dispozice bytu zadané v předchozím kroku. Samozřejmě je tu stále možnost, pronajímat byt jako celek, pomocí označení – zadat cenu nemovitosti. Pokud uživatel požaduje pronajímat byt jako celek, přeskočí následující krok,

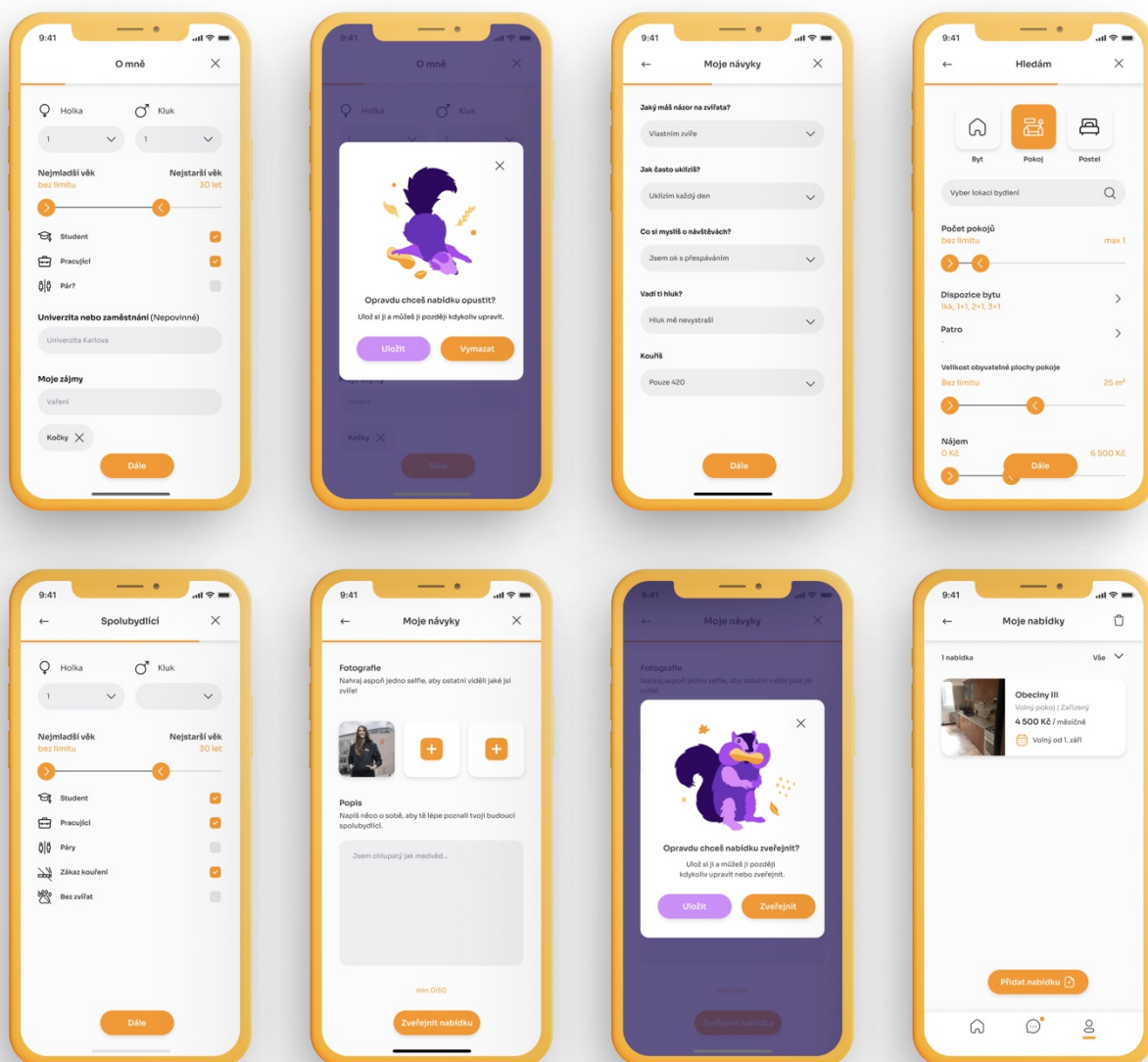
kde se vyplňují informace o existujících spolubydlících. Poslední krokem je přidání fotek bydlení a krátký popis o nemovitosti.



Obrázek 26 Vytváření nabídky pronájmu

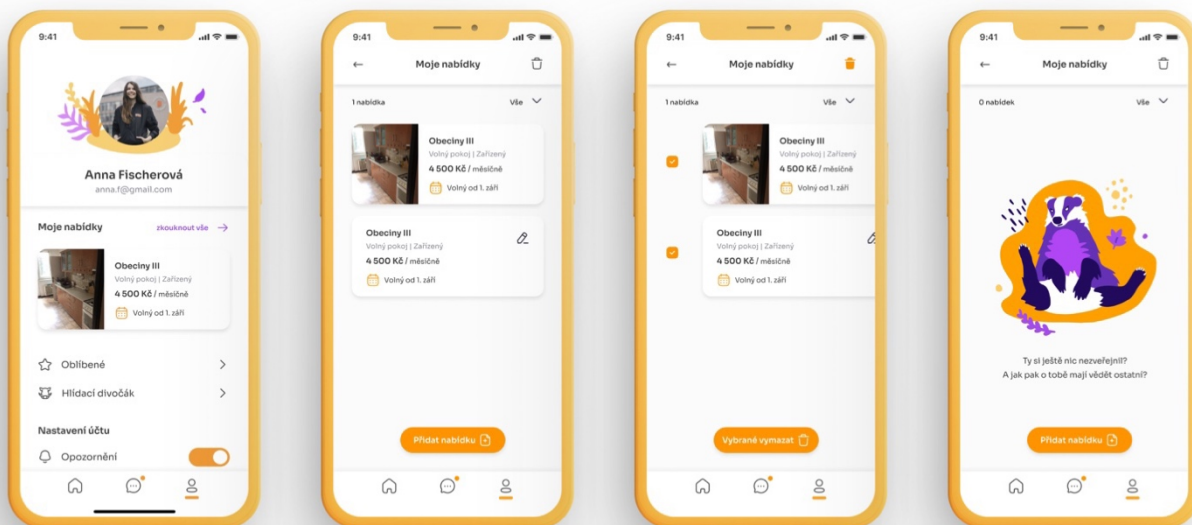
Vytváření poptávky je kratší a stručnější. Uživatel popíše, kdo je a jaké jsou jeho preference. Následně vyplní, v jakém pronájmu by chtěl žít a s jakým typem lidí. Nakonec má povinnost nahrát aspoň jednu fotku svého obličeje a ve stručnosti popsat svůj charakter.

Při vytváření obou variant inzerátů je možnost, kdykoliv celý proces opustit. V tento moment vyskočí okno, které se zeptá, jestli chce uživatel uložit rozpracovanou nabídku nebo ji vymazat. Stejný moment nastane i před zveřejněním inzerátu.



Obrázek 27 Vytváření nabídky spolubydličního

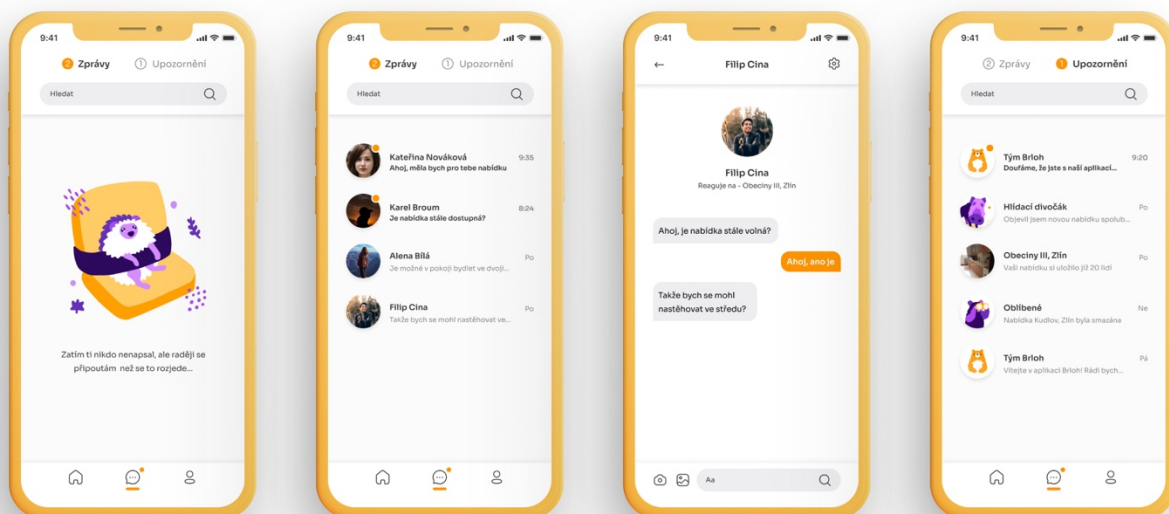
Inzerát se následně uloží do podstránky moje nabídky. Tuto podstránku najdeme ve svém profilu. Když je inzerát zveřejněný, můžeme si ho plně prohlédnout, stejně jako ostatní uživatelé. Pokud je inzerát pouze uložený ve fázi rozpracování a budeme ho chtít dokončit, musíme se vrátit zpátky do vytváření nabídky. Zde je nutné všechny kroky projít znovu.



Obrázek 28 Podstránka moje nabídky

## 7.4 Zprávy a oznámení

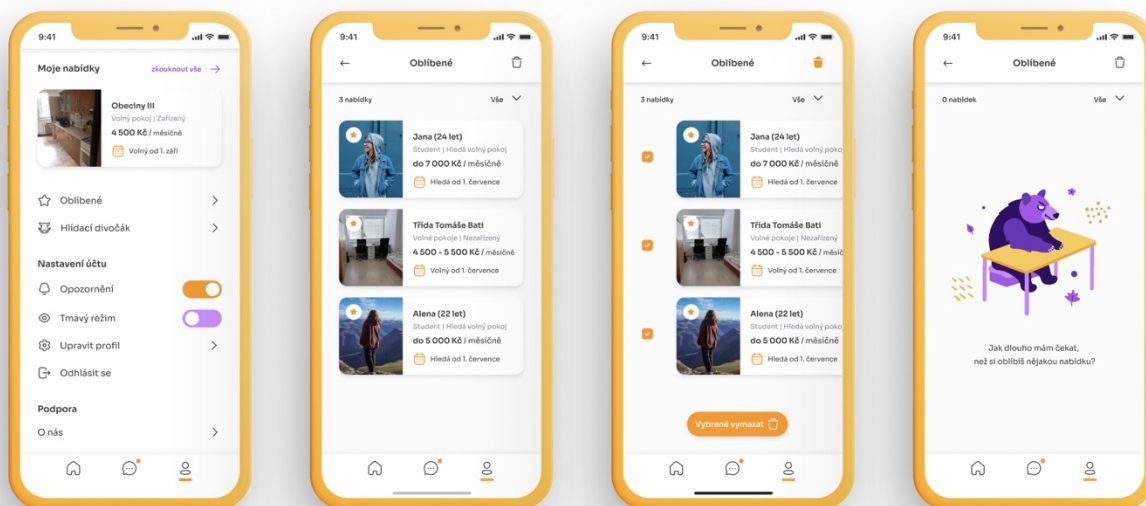
Podstránku zprávy a upozornění jsem vložila pod jednu ikonu v menu. Tím jsem docílila soudržnost informací, ale zároveň přehlednost. V kategorii zprávy jsou pouze chaty mezi jednotlivými uživateli domlouvající se na pronájmu. Pomocí swipu se jednoduše uživatel



Obrázek 29 Podstránka zprávy a oznámení

může přemístit na kategorii upozornění a zpátky na zprávy. Zde se propisují jakékoliv novinky od tvůrců aplikace, ale hlavně zde uživatel dostává upozornění ohledně svých nabídek, poptávek a uložených inzerátů.

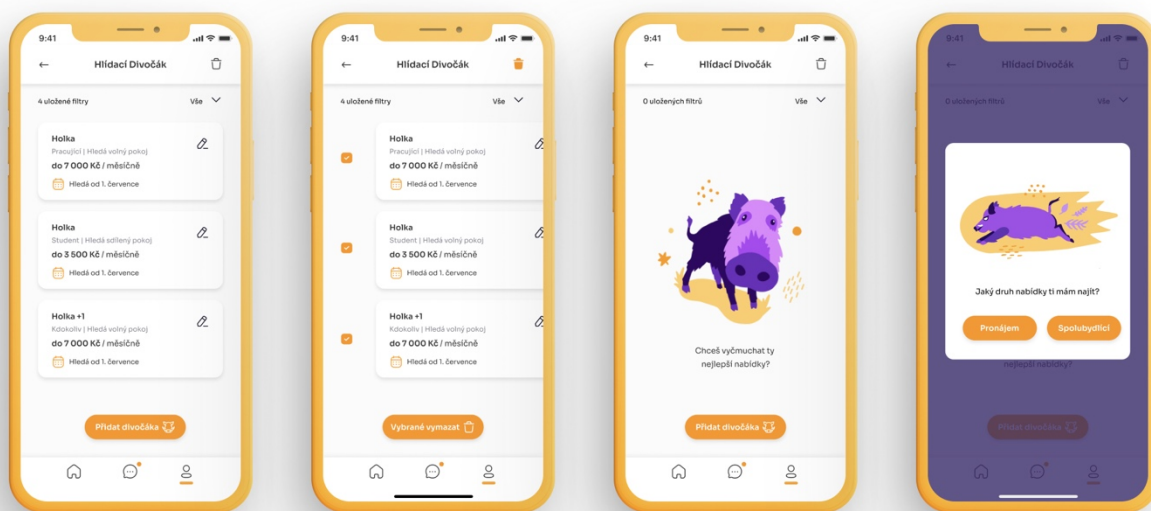
## 7.5 Profil, funkce oblíbené a hlídací divoček



Obrázek 30 Podstránka profilu a oblíbené

Podstránka profilu je poslední ikona v menu. Zde můžeme najít dílčí části aplikace, které vytváří finální celek. V profilu najdeme své zveřejněné nabídky, oblíbené inzeráty a uložené filtry v podobě hlídacího divočka. Dále si zde můžeme zapnout upozornění nebo se přepnout do tmavého režimu. Samozřejmě nesmí chybět možnost si upravit profil a odhlásit se. V podstránce oblíbené najdeme všechny uložené nabídky, které jsme objevili dříve. O nich následně dostáváme upozornění např.: nabídka je zlevněná, v nabídce je dostupný pouze jeden pokoj nebo nabídka byla odstraněna. Pomocí pravé horní ikony koše můžeme nabídky, které nás už nezajímají, odstranit z oblíbených.

Hlídací divočák vypadá podobně jako podstránka oblíbené. Můžeme si zde vytvořit vlastní filtr, který vyselektuje inzeráty podle našich kritérií. Po přidání nového inzerátu do seznamu nabídek splňující požadavky, hlídací divočák pošle ihned upozornění. Pokud chceme některé z filtrů vymazat nebo opravit, jednoduše vybereme jednu z ikon v pravém horním rohu.

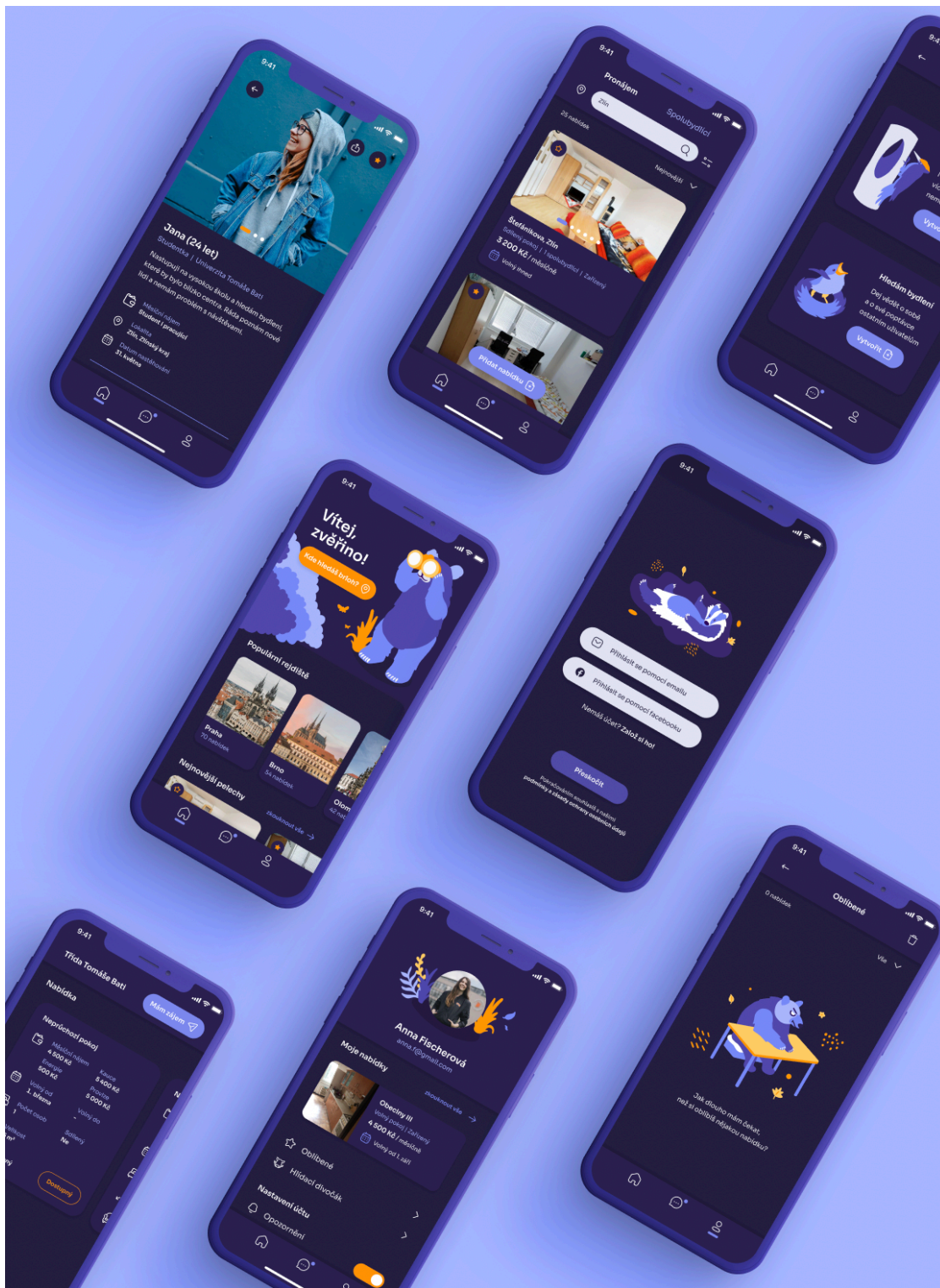


Obrázek 31 Podstránka hlídacího divočáka



## 7.6 Tmavý režim

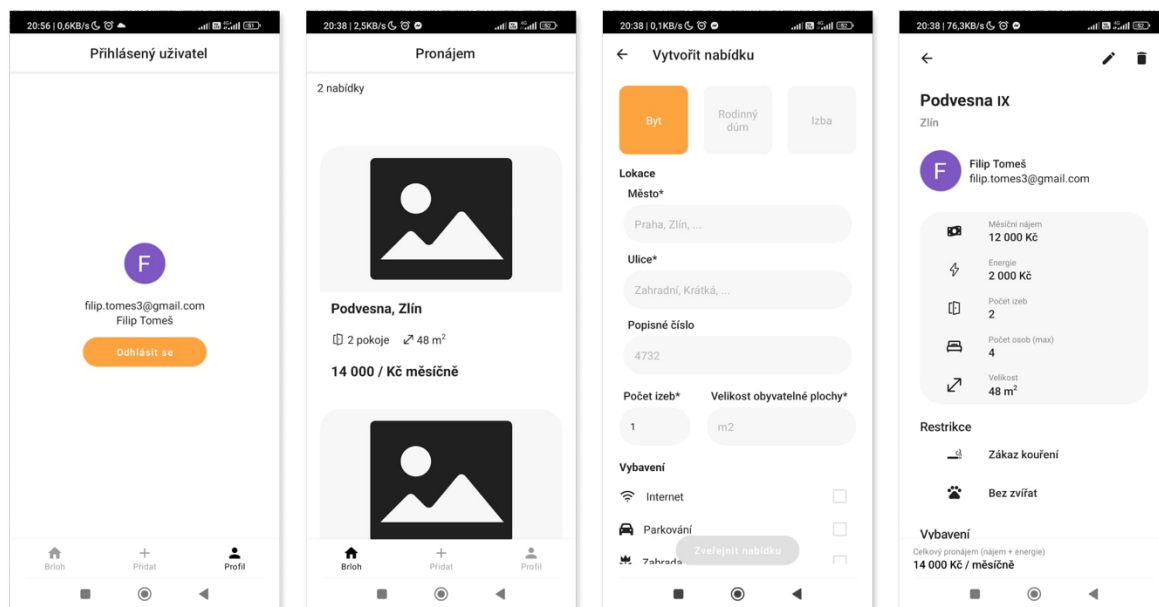
Celá aplikace také existuje v tmavém režimu, který umožňuje personalizaci lidem, kterým světlý režim nevyhovuje. Ať je důvod příjemnější čtení ve tmě nebo šetření baterie mobilu, všechny funkce fungují identicky.



Obrázek 32 Ukázka tmavého režimu aplikace

## 8 PROPAGACE

Po dokončení aplikace nastává poslední důležitý krok, jak aplikaci skutečně zprovoznit. Na návrhu a vývoji se podílel Filip Tomeš v rámci psaní jeho vlastní bakalářské práce a vytvořil aplha verzi<sup>9</sup> aplikace. Přesto musíme zajistit peněžní kapitál a klientelu na dokončení.



Obrázek 33 Alpha verze aplikace

Abychom byli schopní aplikaci uvést plně do provozu, je potřeba představit náš projekt širokému okolí, přes startup<sup>10</sup>. Tam bychom aplikaci odprezentovali pomocí kampaně a snažili se získat peníze nutné na realizaci. Dále plánujeme oslovit potencionální investory a studia, pro případnou spolupráci s vývojem, jelikož ve dvou lidech není reálné vše zvládnout.

Další krok, jak propagovat aplikaci, jsem svým způsobem, už provedla. Je důležité, aby se o tomto projektu dozvědělo, co nejvíce lidí v okolí. Díky tomu, že stále studuji vysokou školu, jsem v centru cílové skupiny a věřím, že bych byla schopná získat první zkušební uživatele, kteří by byli ochotni vytvářet nabídku a poptávku. Přesto při vývoji aplikace

<sup>9</sup> Alfa verze – Jedná se o produkt, který většinou obsahuje všechny důležité funkce, avšak také mnoho chyb. Jakmile jsou vážné chyby odstraněny, je obvykle vydána betaverze.

<sup>10</sup> Startup se zpravidla označuje podnikatelský záměr, jenž se nachází alespoň ve stádiu nápadu, který má potenciál být zpeněžen a který se snaží inovativně řešit situaci na trhu či podnikatelský problém.

a získávání peněz, by bylo pro naši propagaci přínosné mít aktivní sociální sítě, aby fanoušci projektu měli přehled, v jakém stádiu se aplikace nachází.

Po dokončení vývoje, testování a dostatečné propagaci, by se aplikace vypustila do světa. Původně jsem měla obavy, že by mohla nastat situace, kdy by lidé bydlení pouze poptávali a žádné by nenabízeli. To by mohlo mít za následek odliv uživatelů. Ale jelikož v aplikaci může poptávat spolubydlení kdokoliv a také ho nabízet, měl by být tento přechod jednodušší než u realitních webů. Také je tu přidaná hodnota v podobě poptávky bydlení a nabízení se jako spolubydlící. Tím pádem by aplikace mohla ihned aktivně fungovat a nezamrznout v momentě, kdy se na platformě nebudou nacházet majitelé a realitní makléři.

Nakonec je tu možnost propagace a to placenou reklamou na internetu. Také by se mohla naskytnout příležitost využít PR<sup>11</sup> a zveřejnit článek o našem projektu na známých webových stránkách. Aplikace by nadále měla fungovat skrz existující uživatele a zlepšovala by se případnými aktualizacemi softwaru vývojáři.

---

<sup>11</sup> PR – označení pochází z angličtiny a volně jej lze přeložit jako „vztahy s veřejností“. Jsou to techniky a nástroje, pomocí kterých instituce nebo firma buduje a udržuje vztahy se svým okolím a s veřejností, nahlíží její postoje a snaží se je ovlivňovat

## ZÁVĚR

Mým záměrem bylo navrhnout aplikaci spolubydlení pro lidi, kteří chtějí ušetřit peníze na pronájmu, najít spolubydlící a obejít RK. Toto téma jsem si vybrala hlavně z důvodu, protože jsem na problém spolubydlení narazila každý rok po dobu posledních pěti let. Nad projektem jsem začala přemýšlet již před dvěma roky a věděla jsem, že je to velice zajímavé téma a nápad, který chci dále důkladněji rozvinout.

Kladla jsem důraz na analýzu a uživatelský výzkum a myslím si, že jsem navrhla kvalitní koncept, který mě posunul dál jako designérku uživatelského rozhraní. Zaměřila jsem se na vhodnou komunikaci s cílovou skupinou a vložila do aplikace osobitou grafiku, která je lehce zapamatovatelná a také pobaví.

Aplikaci vnímám jako investiční příležitost, která by se mohla v budoucnosti zrealizovat a zprovoznit pro širokou veřejnost. Tohoto cíle bych ráda dosáhla s kolegou Filipem Tomešem, který vyvíjí funkční verzi. Následně by se projekt mohl upravovat na základně zpětné vazby uživatelů a rozšiřovat o nové funkce.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

1. AUXIER, Brooke a Monica ANDERSON. Social Media Use in 2021: A majority of Americans say they use YouTube and Facebook, while use of Instagram, Snapchat and TikTok is especially common among adults under 30. *Pewresearch.org* [online]. 7. 4. 2021 [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
2. HUNT, Rupert. How we started. *Spareroom.co.uk* [online]. ©1999-2022 [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.spareroom.co.uk/content/about-us/how-we-started>
3. KAVI, Samuel. Konec Facebooku a Instagramu v Evropě? Meta o tom uvažuje. *Otechnice.cz* [online]. 7. 2. 2022 [cit. 2022-03-16]. Dostupné z: <https://otechnice.cz/konec-facebooku-a-instagramu-v-evrope-meta-o-tom-uvazuje/>
4. KOTT, Petr. Jaký význam mají UX a UI ve vývoji mobilních aplikací? *PEKO STUDIO* [online]. 27. 01. 2021 [cit. 2022-05-17]. Dostupné z: <https://peko-studio.cz/jaky-vyznam-maji-ux-a-ui-ve-vyvoji-mobilnich-aplikaci/>
5. KU, Mary. Introducing Marketplace: Buy and Sell With Your Local Community. *Spareroom.co.uk* [online]. 2016 [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://about.fb.com/news/2016/10/introducing-marketplace-buy-and-sell-with-your-local-community/>
6. LUKAČOVIC, Ivo. O službě Sreality.cz. *Sreality.cz* [online]. ©1996–2022 [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://napoveda.seznam.cz/cz/sreality/o-sluzbe-sreality.cz/>
7. ROOF, Katie. Roomi raises \$11 million to find you a roommate. *Techcrunch.com* [online]. 2017 [cit. 2022-02-24]. Dostupné z: <https://techcrunch.com/2017/11/13/roomi-raises-11-million-to-find-you-a-roommate/?guccounter=1>
8. ROSENBAUM, Marek. O portálu Bezrealitky: Tak to jsme my. Ti, kteří navždycky změnili způsob, jak v Česku prodáváme a pronajímáme nemovitosti nebo hledáme bydlení. *Bezrealitky.cz* [online]. ©2007–2022 [cit. 2022-02-28]. Dostupné z: <https://www.bezrealitky.cz/informace/o-nas>

9. SOCHŮRKOVÁ, Martina Frasca. *Newsfeed*. 2018. Dostupné také z: <https://newsfeed.cz/pocet-denne-aktivnich-uzivatelu-facebooku-vzrostl-o-24-milionu/>
10. WALTER Ekaterina. *Mysli jako Zuckerberg: pět podnikatelských tajemství šéfa firmy Facebook*. Vyd. 1. Praha: Management Press, s.r.o., 2013, s.9. ISBN 978-80-7261-264-2

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

- PR Public relations – vazby s veřejností
- RK Realitní kancelář
- UI User interface – uživatelské rozhraní
- UX User experience – uživatelská zkušenost

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1 Analýza aplikace Sreality.cz .....	13
Obrázek 2 Analýza aplikace Bezrealitky.cz .....	15
Obrázek 3 Analýza webové stránky eSpolubydleni.cz.....	16
Obrázek 4 Analýza aplikace Roomi .....	18
Obrázek 5 Dotazník aplikace Roomi .....	18
Obrázek 6 Vizualní identita aplikace Roomi.....	19
Obrázek 7 Analýza aplikace SpareRoom .....	20
Obrázek 8 Dotazník aplikace SpareRoom.....	20
Obrázek 9 Analýza aplikace Airbnb.....	22
Obrázek 10 Analýza aplikace Facebook.....	24
Obrázek 11 Persony .....	33
Obrázek 12 User flow aplikace.....	34
Obrázek 13 Postup navrhování stránky nabídek.....	35
Obrázek 14 Postup navrhování stránky profilu .....	35
Obrázek 15 Funkčního prototypu .....	36
Obrázek 16 Světlý režim.....	37
Obrázek 17 Tmavý režim .....	37
Obrázek 18 Font .....	38
Obrázek 19 Ilustrace ve světlé verzi a v tmavé verzi .....	38
Obrázek 20 Rozkreslená animace.....	39
Obrázek 21 Ikona aplikace .....	39
Obrázek 22 Načítací stránka, přihlašování, úvodní stránka.....	40
Obrázek 23 Podstránka vyhledávání, pronájmu, filtru a mapy.....	41
Obrázek 24 Podstránka nabídky pronájmu.....	42
Obrázek 25 Podstránka spolubydlících, filtru a nabídka spolubydlícího .....	43
Obrázek 26 Vytváření nabídky pronájmu.....	44
Obrázek 27 Vytváření nabídky spolubydlícího .....	45
Obrázek 28 Podstránka moje nabídky .....	46
Obrázek 29 Podstránka zprávy a oznámení.....	46
Obrázek 30 Podstránka profilu a oblíbené.....	47
Obrázek 31 Podstránka hlídacího divočáka.....	48
Obrázek 32 Ukázka tmavého režimu aplikace .....	49
Obrázek 33 Alpha verze aplikace .....	50



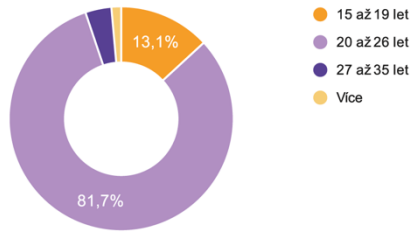
## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Odpovědi na dotazník

# PŘÍLOHA P I: ODPOVĚDI NA DOTAZNÍK

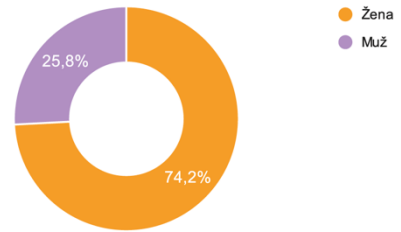
## Můj věk je

213 odpovědí



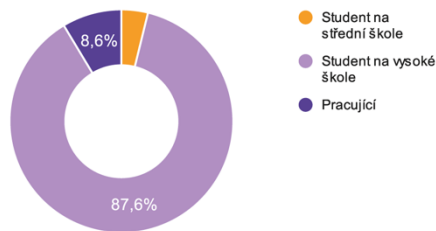
## Mé pohlaví

213 odpovědí



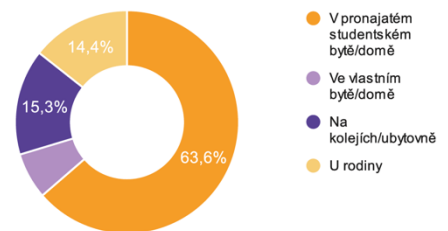
## Momentálně jsem

209 odpovědí



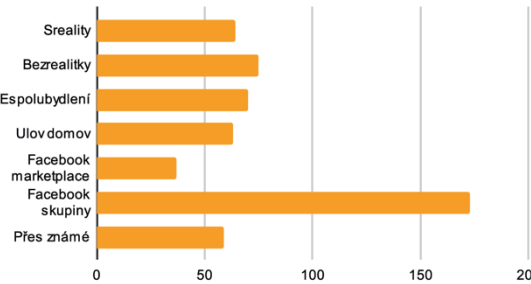
## Momentálně bydlím

209 odpovědí



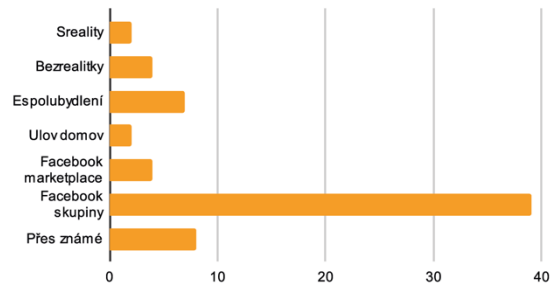
## Přes jaké stránky nejčastěji hledáš pronájem?

198 odpovědí



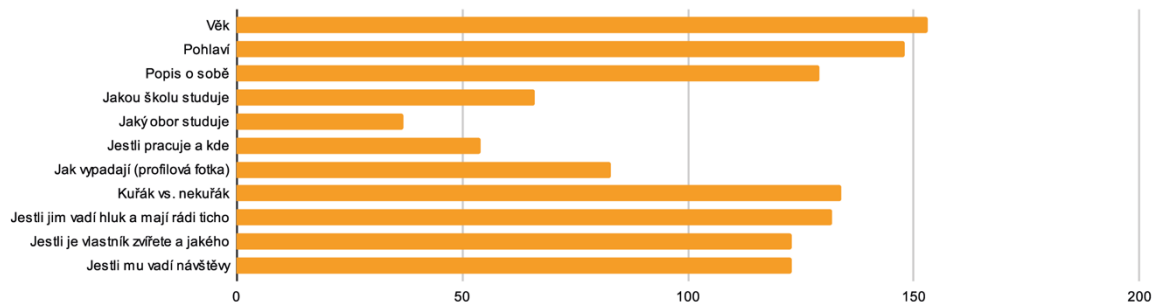
## Přes jaké stránky nejčastěji nabízíš pronájem?

54 odpovědí



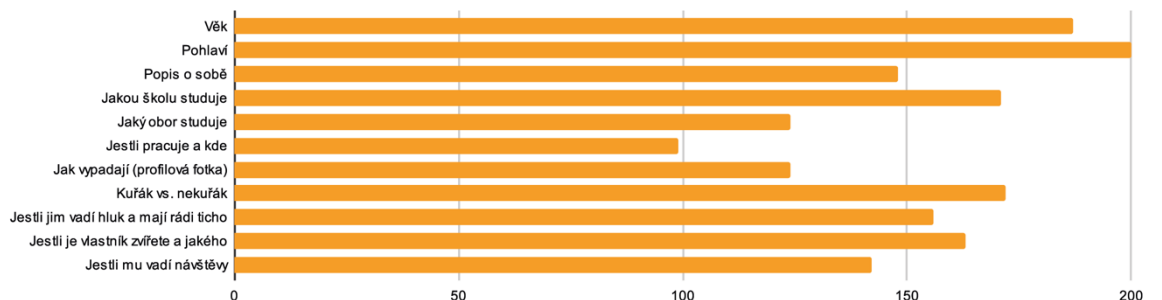
## Jaké informace bys potřeboval/a znát o lidech s kterými budeš bydlet?

202 odpovědí



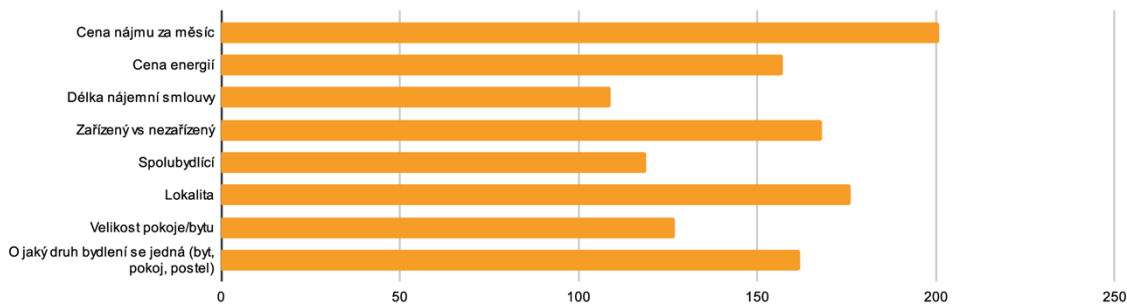
## Jaké informace bys byl ochotný/á o sobě sdílet na svém profilu?

202 odpovědí



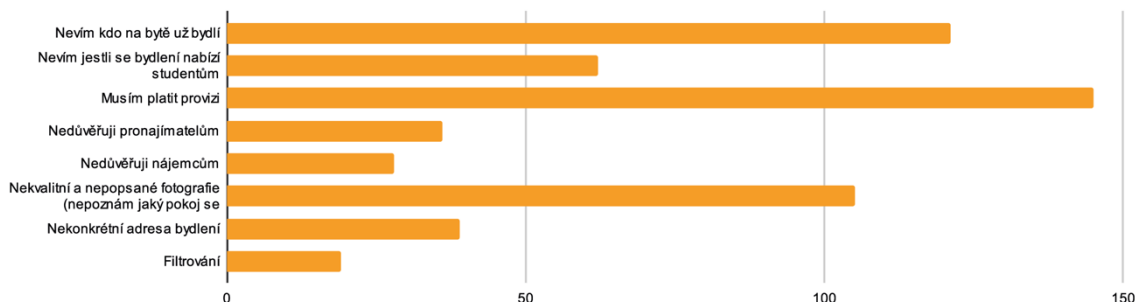
### Jaké informace u inzerátu jsou pro tebe nejdůležitější?

202 odpovědí



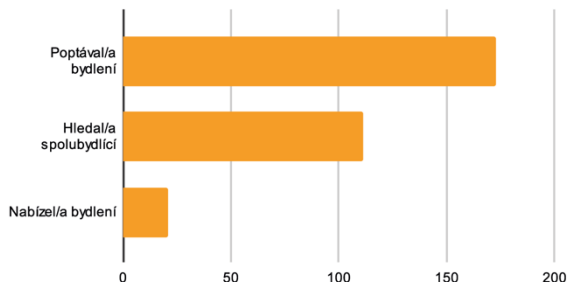
### Jaké věci ti vadí u pronajímání bydlení?

202 odpovědí



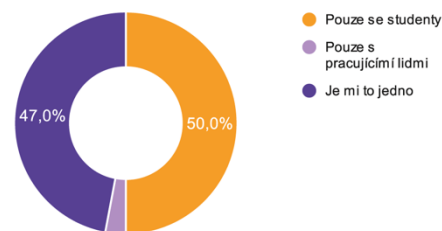
### V aplikaci bys

202 odpovědí



### Preferoval/a bys bydlení

209 odpovědí



### Jaké možnosti bys ráda uvítal/a v aplikaci?

202 odpovědí

