

Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj: aktualni problemi i regulatorni izazovi na turističkom tržištu

Ekmečić, Azra

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:530190>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-28**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij

AZRA EKMEČIĆ

**Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj: aktualni problemi i regulatorni
izazovi na turističkom tržištu**

**Sharing economy in Croatia: current problems and regulatory
challenges in the tourism market**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni diplomski studij

Marketing u turizmu

**Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj: aktualni problemi i regulatorni
izazovi na turističkom tržištu**

**Sharing economy in Croatia: current problems and regulatory
challenges in the tourism market**

Diplomski rad

Kolegij: **Nacionalna ekonomija**

Student: **Azra EKMEČIĆ**

Mentor: **Prof. dr. sc. Marinela KRSTINIĆ NIŽIĆ**

Matični broj: **ds3734/22**

Komentator: **dr. sc. MAŠA TRINAJSTIĆ**

Opatija, travanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Azra Ekmečić

(ime i prezime studenta)

Ds3734/22

(matični broj studenta)

Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj: aktualni problemi i regulatorni izazovi na turističkom tržištu

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, _____ 01.04.2024. _____

Azra Ekmečić

Potpis studenta

Sažetak

Ekonomija dijeljenja u turizmu je koncept koji se temelji na dijeljenju turističkih resursa, usluga i doživljaja između pojedinaca ili organizacija putem digitalnih platformi. Ovaj model omogućuje putnicima pristup različitim oblicima smještaja, prijevoza, turističkih aktivnosti i iskustava putem platformi kao što su Airbnb, Uber, TripAdvisor, Couchsurfing i mnoge druge. Iako je glavna ideja ovog koncepta dijeljenje resursa u svrhu zaštite okoliša i povezivanja s drugim ljudima, ekonomija dijeljenja je vremenom postala način da iznajmljivači ostvare profit. Stanovi za dugoročni najam su se pretvorili u turističke objekte za kratkoročni najam što je uzrokovalo stambenu krizu, a nejednakosti na tržištu rada u vidu prava radnika i nepravedne konkurencije su izazvale masovne proteste koji su prisilili vlade širom svijeta na izmjene postojećih zakona. U sklopu ovog rada istraženi su aktualni problemi na turističkom tržištu Hrvatske, kao i pravne regulacije koje su poduzete kako bi se otklonili ili ublažili utjecaji tih problema na destinacije. Rezultati su pokazali da Hrvatska ima još prostora za napredak, te da je u usporedbi sa drugim zemljama u okruženju Slovenijom i Italijom manje uspješna u upravljanju aktualnim problemima zbog nedovoljnih regulacija. Iako slijedi smjernice Europske unije o upravljanju glavnim pravnim izazovima u turizmu, njezine vladajuće institucije su i dalje pasivne te prepuštaju ekonomiju dijeljenja tržištu umjesto da njome upravljaju radi zaštite interesa svih dionika i održivog razvoja.

Ključne riječi: ekonomija dijeljenja; pravne regulacije; Republika Hrvatska; turističko tržište

Sadržaj

Uvod	6
1. Ekonomija dijeljenja u turizmu	1
1.1. Definicija i glavne značajke	1
1.2. Prednosti ekonomije dijeljenja	5
1.3. Nedostaci ekonomije dijeljenja	8
2. Regulatorni izazovi ekonomije dijeljenja	11
2.1. Važnost pravne regulacije u turizmu	11
2.2. Izazovi u uspostavljanju pravne regulacije.....	16
2.3. Glavna područja pravne regulacije na turističkom tržištu	19
3. Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj	24
3.1. Zastupljenost ekonomije dijeljenja u turizmu Hrvatske	24
3.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na turističko tržište Hrvatske.....	28
4. Osvrt na aktualne politike i regulacije ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj	33
4.1. Rezultati provedenog istraživanja	36
4.2. Izazovi i budućnost pravne regulacije ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj	44
Zaključak.....	46
Bibliografija	48
Popis ilustracija	54

Uvod

U dobu brzih tehnoloških promjena i društvenih inovacija ekonomija dijeljenja postaje sve prisutnija u turizmu, redefinirajući načine na koje putnici putuju, rezerviraju smještaj i doživljavaju destinacije diljem svijeta. U skladu s tim mijenjaju se i destinacije, a mnogi autori ističu prisustvo pozitivnih i negativnih učinaka. Predmet ovog istraživanja su pravne regulacije ekonomije dijeljenja na turističkom tržištu, a problem je vezan uz usporedbu aktualnih regulacija Hrvatske sa regulacijama konkurentskih zemalja Slovenije i Italije. Postavljene su dvije hipoteze koje odgovaraju na pitanje upravlja li Hrvatska uspješno, odnosno uspješnije sa aktualnim problemima na turističkom tržištu od Slovenije i Italije, te pridržava li se smjernica Europske unije za regulaciju tih izazova. Cilj istraživanja je prikupiti podatke koji daju odgovor na ova pitanja kroz komparaciju tih regulacija i smjernica među državama. Svrha rada je pokazati važnost pravne regulacije ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj i predstaviti aktualne probleme i regulacije kako bi se postavile smjernice za buduće djelovanje. U radu su korištene metode komparativne analize gdje su se identificirale sličnosti, razlike i potencijalni uzroci tih razlika, zatim deskriptivna i meta-analiza gdje su se sustavno pregledale i opisale pojave i rezultati više studija, odnosno istraživanja, kako bi se došlo do sveobuhvatnih zaključaka o destinacijama.

Rad se sastoji od četiri cjeline koje se mogu podijeliti na teorijski i praktični dio. Prvi dio opisuje ekonomiju dijeljenja u turizmu i njezine prednosti i nedostatke za destinaciju. Drugi dio govori o regulativnim izazovima ekonomije dijeljenja, o važnosti pravne regulacije i glavnim područjima pravne regulacije u turizmu. Treći se dio odnosi na zastupljenost ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj te opisuje pozitivne i negativne učinke koje je ostavila na turističko tržište. Posljednji ili četvrti dio je primijenjeni gdje se detaljno opisuju i uspoređuju aktualne pravne regulacije, a hipoteze se potvrđuju ili osporavaju u zaključku gdje se iznosi vlastito mišljenje autora.

1. Ekonomija dijeljenja u turizmu

U današnjem svijetu, tehnološki napredak kontinuirano transformira način na koji ljudi komuniciraju, konzumiraju proizvode i usluge, te dijele resurse. Kroz digitalne platforme korisnici jednostavno dolaze do novih informacija i lakše povezuju ponudu i potražnju, rezerviraju usluge, plaćaju digitalno i ostavljaju recenzije što uveliko mijenja globalno tržište i ekonomiju, a samim time i turizam koji se i dalje prilagođava novonastalim tržišnim uvjetima. Sveprisutnost interneta pridonijela je pojavi i uspjehu koncepta ekonomije dijeljenja dajući ljudima novi pristup online razmjeni informacija i usluga. Najveći zaokret se desio 2008. godine kada je izbila Svjetska ekonomska kriza, a kao rezultat gubitka imovine se probudila ideja o zajedničkoj potrošnji koja je trebala smanjiti troškove postojećih usluga. Kombinacija širenja ICT-a i potrage za najisplativijim načinom potrošnje rezultirala je nastankom platformi za suradnju temeljenih na konceptu ekonomije dijeljenja koje danas uveliko koristimo.

1.1. Definicija i glavne značajke

Posljednjih godina ekonomija dijeljenja je postala popularan predmet istraživanja u akademskoj zajednici. Neki je nazivaju ekonomijom dijeljenja, a drugi koriste nazive poput suradničke ekonomije, kolegijalne ekonomije, peer-to-peer ekonomije, platformske ekonomije, kapitalizmom temeljenim na masi ili on-demand ekonomijom¹. Autori različito interpretiraju pojam ekonomije dijeljenja zbog čega ne postoji jedna univerzalna definicija. Europska komisija u svom posljednjem priopćenju iz 2016. objašnjava da se ekonomija dijeljenja odnosi na „poslovne modele u kojima se aktivnosti pružaju putem suradničke platforme koje stvaraju otvoreno tržište za privremenu upotrebu roba ili usluga koje često pružaju privatne osobe“². Prema Nabradi i Kovács, „ekonomija dijeljenja je peer-to-peer (P2P) aktivnost koju obično omogućuje online platforma temeljena na zajednici i uključuje kupnju, davanje ili dijeljenje pristupa robi i uslugama“³. Izvorna ideja ekonomije dijeljenja je bila dijeljenje neiskorištenih resursa, odnosno imovine poput kuća,

¹ Navickas, et. al. “Development of Sharing Economy-Based Business Models in the Tourism Sector,” *Marketing and Management of Innovations*, 2021, 44.

² Europska komisija, *Briefing: Tourism and the sharing economy*, Europski parlament, 2017, 5.

³ Nabradi i Kovács, „Sharing economy and its popularity in hungary and romania.,” *Oradea Journal of Business and Economics*, 2020, 60.

automobila ili usluga/vještina sa drugim ravnopravnim korisnicima, sa ili bez plaćanja, putem besplatne platforme. Transakcije se odvijaju direktno između korisnika bez posredovanja druge osobe ili tvrtke, a kako bi se osigurala vjerodostojnost ponude i sigurnost korisnika i njihove imovine, koncept počiva na recenzijama drugih korisnika i detaljnim pravilima za ponašanje na platformi. S obzirom da se temeljni sustav ekonomije dijeljenja oslanja na internet koji stvara globalno povezano okruženje neovisno o tradicionalnim državnim strukturama ili regulativnim okvirima koje donosi vlada, može se reći da je ekonomija dijeljenja disruptivna u odnosu na klasične grane privrede jer mijenja način funkcioniranja pojedinih grana iz temelja i postavlja novi poslovni model. Decentralizacija omogućava poslovnu slobodu koja donosi dodatna primanja i poboljšava socio-ekonomski status društva. Ekonomija dijeljenja ima utjecaj na različite sektore gospodarstva koji uključuju: transport ili dijeljenje vožnje i resursa vozila (Uber, Lyft), dijeljenje vlastitog smještaja ili smještaja drugih korisnika (Airbnb, Booking.com, Couchsurfing), radnu snagu ili rad na projektima na zahtjev (Upwork, TaskRabbit), dijeljenje financijskih troškova (CrowdFunding), radni prostor ili dijeljenje uredskog prostora i resursa među poduzetnicima i tvrtkama (WeWork), iznajmljivanje potrošačkih proizvoda poput alata, elektronike i odjeće (Grover, Swap.com), i edukaciju ili dijeljenje obrazovnih resursa kroz pristup znanju putem interneta (Coursera, Udemy). Većina nabrojanih stavki nalazi se u direktnoj ili indirektnoj vezi s turističkim sektorom što govori o tome da je turizam pod velikim utjecajem ekonomije dijeljenja. Turizam je najviše zastupljen u uslugama pružanja smještaja, prijevoza, ugostiteljstva i turističkih iskustava, a platforme, broj korisnika, vrijednost i opseg tih usluga prikazani su u Tablici 1.

Tablica 1: Primjeri platformi ekonomije dijeljenja povezanih s turizmom

Platforma	Broj korisnika	Vrijednost	Opseg
Smještaj			
Airbnb (kratkoročni najam smještaja i razmjena iskustava s putovanja, platforma osnovana 2008. godine)	Više od 2,5 milijuna oglasa i 100 milijuna gostiju i od osnivanja (siječanj 2017.)	30 milijardi američkih dolara (kolovoz 2016.)	Više od 190 država (siječanj 2017.)
Homeaway (platforma za iznajmljivanje kuća za odmor, osnovana 2005. godine)	Više od 1,2 milijuna oglasa (siječanj 2017.)	30,9 milijardi američkih dolara (studen 2015.)	190 država (siječanj 2017.)
Prijevoz			
Uber (platforma za dijeljenje vožnje na kratkoj udaljenosti, osnovana 2009. godine)	40 milijuna aktivnih korisnika mjesečno (listopad 2016.)	68 milijardi američkih dolara (kolovoz 2016.)	Više od 70 država (rujan 2016.)
BlaBlaCar (platforma za dijeljenje vožnje na dužoj udaljenosti, osnovana 2006. godine)	35 milijuna korisnika, 12 milijuna putnika po kvartalu (siječanj 2017.)	1,6 milijardi američkih dolara (rujan 2015.)	22 države (siječanj 2017.)

Ugostiteljstvo			
VizEat (platforma za tečajeve kuhanja, food ture i večere, osnovana 2013. godine)	Preko 120.000 članova (siječanj 2017.)	3,8 milijuna američkih dolara (rujan 2016.)	110 država (siječanj 2017.)
EatWith (platforma za zajedničko objedovanje, osnovana 2012. godine)	650 domaćina, 80 000 zajedničkih objeda od osnivanja (siječanj 2017.)	Podatak nedostupan, primljeno 8 milijuna američkih dolara u posljednjoj rundi financiranja	50 država (siječanj 2017.)
Turistička iskustva			
Vayable (platforma za personalizirane ture i putnička iskustva, osnovana 2011. godine)	Ne prikazuje ukupan broj korisnika	Podatak nedostupan, primljen 2,1 milijun američkih dolara u posljednjoj rundi financiranja	Internacionalan (točan podatak o državama nedostupan)
ToursByLocals (platforma za personalizirane ture, osnovana 2008. godine)	1905 vodiča (siječanj 2017.)	Podatak nedostupan	155 država (siječanj 2017.)

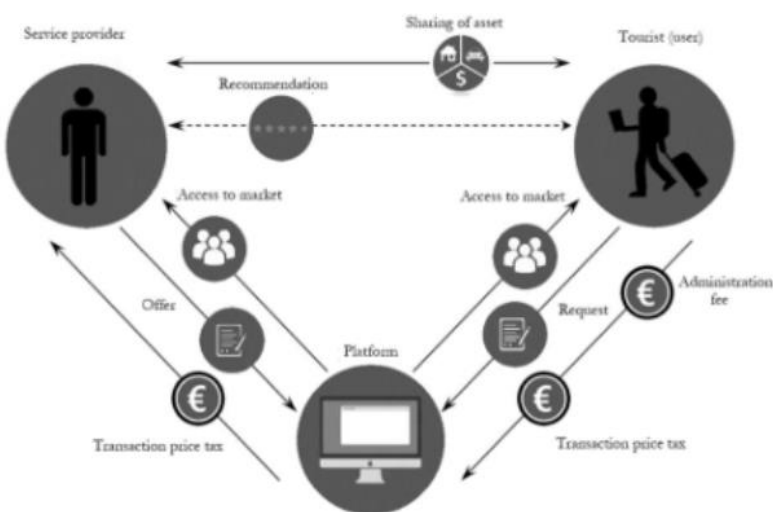
Izvor: Europska komisija, Briefing: Tourism and the sharing economy, Europski parlament, 2017, 4.

Iz tablice je vidljivo da su smještajne platforme glavni pokretač ekonomije dijeljenja u turizmu. Njihova vrijednost je brzo rasla, a o tome govori i podatak da je u ranim fazama razvoja u 2015. godini tržišna vrijednost Airbnb-a iznosila 25.5 milijardi američkih dolara, dok je popularni hotelski lanac Hyatt Hotels Corp iste godine imao vrijednost od 6,7 milijardi dolara⁴. Ekonomija dijeljenja nudi manje standardiziranu i fleksibilniju ponudu, kao i mogućnost rezerviranja boravka na neobičnim mjestima i u jedinstvenim smještajnim jedinicama. Motivacija za putovanjem također stoji iza nedostatka kvalitete i ustaljenosti poslovanja tradicionalnih poduzeća, kao i jaza između ponude i potražnje što je presudilo u korištenju alternativnih načina prijevoza kroz platforme Uber i BlaBlaCar umjesto tradicionalne usluge taksija. Jedan od glavnih trendova u turizmu današnjice je autentična usluga, odnosno turisti više ne žele biti dio grupe već zahtijevaju individualne usluge prilagođene njihovim željama što često uključuje aktivnosti u lokalnoj zajednici i povezivanje sa drugim ljudima koji im mogu pružiti autentičan kulturni doživljaj destinacije. Upravo zbog toga su se razvile platforme za food ture, tečajeve kuhanja, te zajedničko objedovanje gdje domaćin priprema tradicionalno jelo i dijeli ga s gostima koji su se javili putem platforme, u zamjenu za simbolični poklon ili druženje i razmjenu iskustava. Platforme ekonomije dijeljenja donose nove mogućnosti gdje odsjesti, što raditi i kako se kretati u

⁴ Sommerville, „Airbnb to double bookings to 80 milion this year.“ Reuters, 2015, 1.

destinaciji što daje dodatnu dimenziju turističkim uslugama. Osim toga, mnoge platforme promiču održivost putovanja i odgovorno ponašanje, što potiče turiste da odabiru smještaj i aktivnosti koje podržavaju lokalnu zajednicu i okoliš. Druge platforme koje nude slična iskustva u turizmu su: Onefinestay, HouseTrip, Roomorama, Knok, Love Home Swap, Ridesharing, Lyft, Yongche, GoCarShare i Touristlink. Postoje i manje, *niche* platforme koje nude iste usluge ali su obično zastupljene na području samo jedne države.

Ekonomija dijeljenja u sektoru turizma može se analizirati kao ekosustav, a glavni akteri su pružatelji usluga, potrošači, platforme, partneri, javna tijela, konkurenti i zajednice⁵. Taj ekosustav se sastoji od dva međusobno povezana sloja. Prvi sloj sastoji se od platformi, pružatelja usluga i turista (potrošača) čije su aktivnosti i interakcije glavni proizvodi ovog koncepta (Slika 1). Prema prikazanom modelu, pružatelji usluga objavljuju informacije o turističkom proizvodu na platformama, a platforma turistima omogućuje pristup tržištu i informacijama.



Slika 1: Ključni elementi modela ekonomije dijeljenja

Izvor: Navickas, Petrokė, Bačiulienė, i Ključnikov. „Development of Sharing Economy-Based Business Models in the Tourism Sector,“ Marketing and Management of Innovations, 2021, 69.

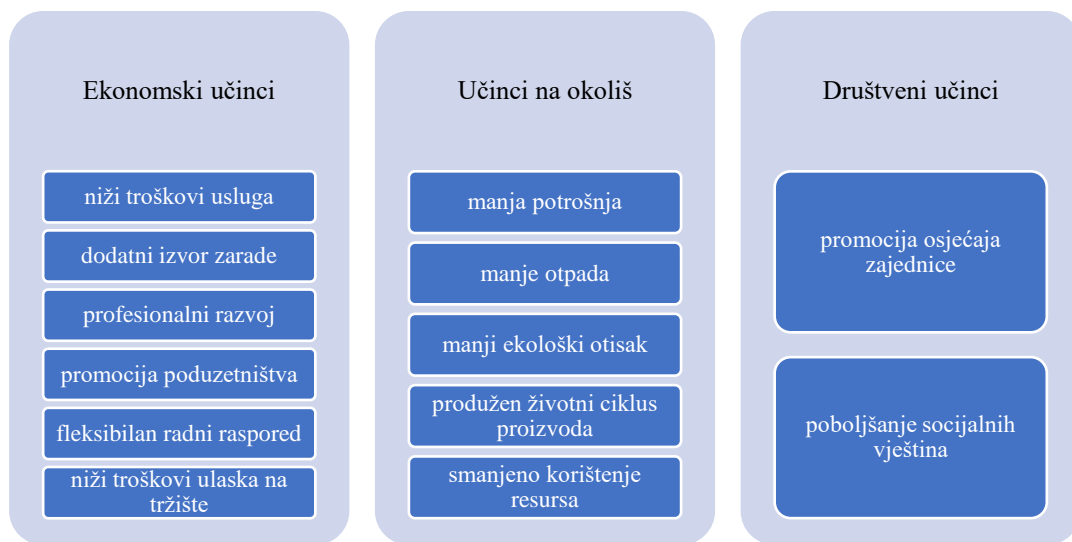
Drugi sloj čine konkurenti, partneri, javna tijela i lokalne zajednice koje su međusobno povezane. Glavni konkurenti su tvrtke koje se temelje na ekonomiji dijeljenja i tvrtke koje se

⁵ Parente, Gelelaite i Rong. „The sharing economy globalization phenomenon: a research agenda,“ Journal of International Management, 2018, 20.

temelje na tradicionalnom poslovanju. Među njima postoje mnoge razlike u pogledu upravljanja, ponude vrijednosti i stvaranja prihoda, kao i troškova koji su u startu viši za tradicionalna poduzeća jer ona moraju nabaviti sav potreban inventar, zaposliti ljude te nabaviti ostalu bitnu opremu i alate za svoje poslovanje što nije slučaj sa ekonomijom dijeljenja. Tradicionalne tvrtke se obično oslanjaju na jasnu strukturu koja definira standarde pružanja turističkih usluga, dok ekonomija dijeljenja nema takve standarde. Tipični partneri tvrtki u ekonomiji dijeljenja u turističkom sektoru su tvrtke za platni sustav, tvrtke za izdavanje kreditnih kartica, osiguravajuće tvrtke i tvrtke koje pružaju usluge ocjenjivanja. Što je bolja ocjena pružatelja turističkih usluga, to su potrošači skloniji odabiru pružatelja usluge. Tvrtke u ekonomiji dijeljenja same ne stvaraju niti pružaju usluge, stoga kvaliteta pružene usluge i vrijednost namijenjena turistima izravno ovisi o pružateljima usluga. Treći element su javna tijela koja upravljaju ekosustavom, a uključuju vladu, organizacije, zakone i propise. Brz razvoj ekonomije dijeljenja naveo je mnoge turističke destinacije na poduzimanje regulatornih i restriktivnih mjera. S obzirom da razvoj ekonomije dijeljenja ne ovisi o javnim tijelima, platforme ulaze na turističko tržište bez prethodne znanstvene analize, razmatranja i regulatornih sporazuma koji su uobičajena legislativna praksa, što potiče vlade na impulzivne akcije i postavljanje ograničenja aktivnosti ekonomije dijeljenja. Sve navedeno utječe na tradicionalne prakse poslovanja, ne samo u turizmu već i drugim sektorima zbog čega se prije uvođenja novih pravila i regulacija trebaju sagledati prednosti i mane ekonomije dijeljenja. Obje strane imaju ekonomske, ekološke i društvene učinke koji utječu na krajnje korisnike i posredničku platformu (*third party*).

1.2. Prednosti ekonomije dijeljenja

Prednosti ekonomije dijeljenja su brojne, a one najvažnije u sektoru turizma prikazane su na slici ispod.



Slika 2: Pozitivni učinci primjene modela ekonomije dijeljenja u sektoru turizma

Izvor: Navickas, Petroké, Bačiulienė, i Vasylieva, „The Impact of the Sharing Economy as an Ecosystem on the Tourism Sector,“ *Journal of Tourism and Services*, 2021, 72.

U kontekstu ekonomskog učinka, najveće prednosti su mogućnost dodatne zarade i niže cijene usluga. Iznajmljivanje neiskorištenih resursa, odnosno neiskorištene imovine zbog povećane potražnje za kratkoročnim smještajem članovima lokalne zajednice omogućava dodatnu zaradu i samim time povećanje prihoda. Digitalne platforme omogućile su proširenje malih osobnih transakcija na masovnu razmjenu između stranaca, smanjujući troškove ulaska i transakcija za pojedinačne pružatelje usluga. To je rezultiralo povećanjem ponude kroz veći izbor roba i usluga na tržištu, a promjena cijena je turistima ponudila izbor između jeftinijih alternativa, odnosno uštedu novca. Umjesto skupih hotela, turisti sve više iznajmljuju privatne smještajne jedinice poput apartmana ili zajedničkih soba, a uštedeni novac radije troše na druge usluge u destinaciji. U slučaju dijeljenja vožnje i automobila, sudionici koji pružaju uslugu mogu imati prilagodljiv raspored rada, birajući kada žele raditi za razliku od tradicionalnih taksi kompanija koje nisu fleksibilne. U startu imaju niže prepreke za ulazak na tržište, a mogu i više zaraditi kroz povećanje cijena ukoliko su transparentni na platformama i objavljuju informacije o sebi i svojim proizvodima. Treće strane koje ne sudjeluju u transakciji dijeljenja mogu ipak ekonomski profitirati od komercijalnog dijeljenja temeljenog na povjerenju pa tako zajednički smještaj poboljšava tržišne rezultate povećanjem konkurencije među pružateljima usluga⁶, dijeljenje vožnje

⁶ Varma A., et. al., „Airbnb: Exciting innovation or passing fad?,“ *Tourism Management Perspectives*, 2016, 230.

s vršnjacima umjesto samostalne vožnje povećava ukupnu tržišnu učinkovitost⁷, a pojava takvih platformi za dijeljenje automobila može, barem privremeno povećati prodaju novih automobila⁸. Druge studije pokazuju da sudionice također vjeruju da sudjelovanje u ekonomiji dijeljenja može doprinijeti lokalnoj zajednici⁹, dok *coworking* može revitalizirati postojeće maloprodajne i komercijalne aktivnosti¹⁰.

Prednosti razvoja ekonomije dijeljenja u okolišu su niža potrošnja i otpad, ušteda resursa i manji ekološki otisak¹¹. Kulturne i ekonomske promjene u svijetu su posljednjih godina dovele do toga da turisti budu otvoreniji prema ideji dijeljenja resursa i povremenog korištenja dobara umjesto njihove kupnje ili skladištenja. Mladi su naročito zabrinuti za očuvanje planete zbog čega sve više sudjeluju u ekonomiji dijeljenja. Oni sve više istražuju manje poznate lokacije što smanjuje protok turista i posjetitelja na odredištima visokog intenziteta. Također je smanjena i izgradnja novih objekata jer se dijeli već postojeća imovina.

Društvene koristi ekonomije dijeljenja potiču duh zajednice, poboljšavaju društvene i komunikacijske vještine, te promiču socijalnu uključenost i mobilnost. Također uključuju autentična iskustva i osobni razvoj jer nude mogućnost posjete dalekim destinacijama koje nemaju izgrađenu turističku infrastrukturu što prisiljava turiste da upoznaju kulturu i običaje iz prve ruke. Za razliku od službenih vođenih tura koje slijede unaprijed planiranu rutu, male ture koje organiziraju mještani omogućuju turistima redovitu komunikaciju i interakciju, te ih na taj način povezuje i izgrađuje zajedništvo.

⁷ Cockayne, Daniel. "Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy," *Geoforum*, 2016, 80.

⁸ Guo, Barnes i Li, "Opportunities or threats: The rise of online collaborative consumption (OCC) and its impact on new car sales," *Electronic Commerce Research and Applications*, 2018, 136.

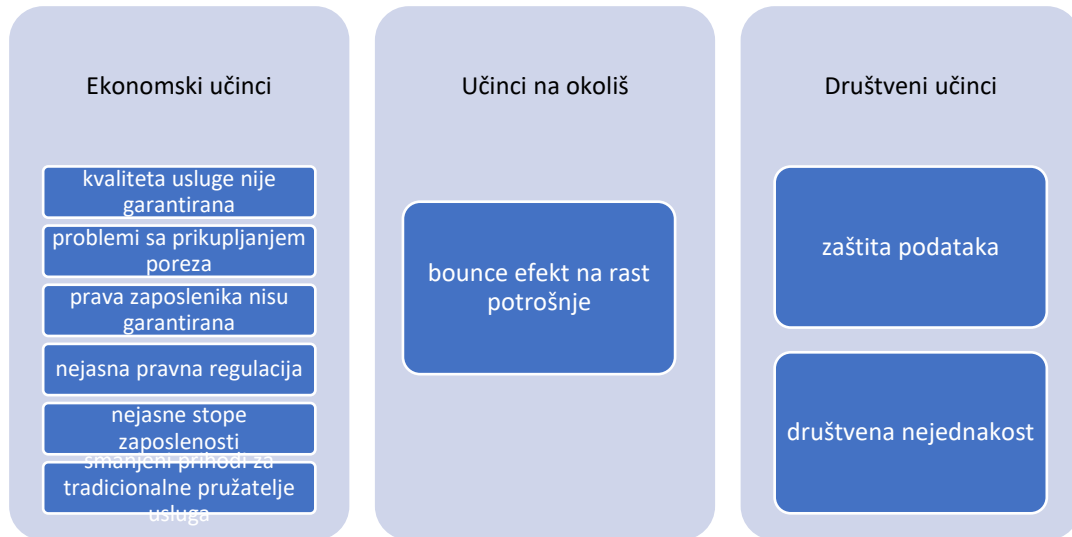
⁹ Toni, Renzi i Mattia, "Understanding the link between collaborative economy and sustainable behaviour: An empirical investigation," *Journal of Cleaner Production*, 2016, 4470.

¹⁰ Mariotti, Pacchi i Di Vita, "Co-working spaces in Milan: Location patterns and urban effects," *Journal of Urban Technology*, 2017, 52.

¹¹ Dkhili, Hichem, "Environmental performance and institutions quality: evidence from developed and developing countries," *Marketing and Management of Innovations* 3, 2018, 240.

1.3. Nedostaci ekonomije dijeljenja

Proučavajući ekonomiju dijeljenja i tržište koje se vremenom sve više mijenjalo, mnogi autori su izrazili zabrinutost za posljedice koje bi negativni učinci mogli ostaviti na turizam. Neki od tih učinaka su prikazani na slici ispod.



Slika 3: Negativni učinci primjene modela ekonomije dijeljenja u sektoru turizma

Izvor: Navickas, Petrokė, Bačiulienė, i Vasylieva, „The Impact of the Sharing Economy as an Ecosystem on the Tourism Sector,“ Journal of Tourism and Services, 2021, 74.

Najveći negativni učinak je na zapošljavanju zbog nejasnih prava i odgovornosti zaposlenika, nedostatak transparentnosti i niskih plaća. Oni koji rade putem platformi se ne smatraju zaposlenicima tvrtke i stoga im nisu zajamčeni minimalni zahtjevi za plaću. Platforme su se odrekle odgovornosti od zaštite na radu, kao i zaštite imovine pružatelja usluga što odgovornost prebacuje na individualne korisnike koji se moraju sami pobrinuti o osiguranju. Oni koji rade putem platformi mogu slobodno birati svoje radno opterećenje i raspored, ali posljedično tome sami snose rizik od poslovnog neuspjeha, ozljeda i drugih katastrofa. Također, prevelika ovisnost o utjecajnim akterima na tržištu donosi nedostatak autonomije i strah od primanja loše ocjene, odnosno negativne recenzije, i posljedično smanjenje ili propadanje posla. Nejasne granice između zaposlenja i slobodnog vremena u ekonomiji dijeljenja dovode do ranjivosti i nesigurnosti u pogledu socijalne zaštite i mogu rezultirati nereguliranim zapošljavanjem što potiče sivu ekonomiju. Neregulirano tržište može dovesti do nepoštenog tržišnog natjecanja, odnosno nepravedne konkurencije koja je u turizmu najviše vidljiva između hotela i privatnog smještaja

koji se iznajmljuje na platformama. Hoteli s jedne strane imaju standarde poslovanja (kvalitete, odnosa s gostima, pružanja usluga i tako dalje), te plaćaju porez i podmiruju svoje obveze, dok privatni smještaj često nije kategoriziran ili uopće registriran kao objekt za iznajmljivanje smještaja i na taj način vrši utaju poreza zbog čega može ponuditi niže cijene od hotela. Konkretno, niže cijene peer-to-peer smještaja i više razine zadovoljstva utječu na prodaju hotela¹², za koje se procjenjuje da ostvaruju od 8% do 10% gubitka prihoda¹³. Povećanje privatnih smještajnih kapaciteta uzrokovalo je stambenu krizu u gradovima jer se stambene jedinice pretvaraju u turističke objekte. Rente su sve skuplje, a cijene nekretnina su porasle što je vrlo nepovoljna situacija za stanovništvo, naročito za mlade. Nedostatak pravila i regulacija ekonomije dijeljenja dovodi do iskorištavanja situacije na tržištu i može dovesti do monopolizacije tržišta i gubitka utjecaja i moći državnih struktura.

U kontekstu negativnih ekoloških učinaka, dolazi do *bounce efekta* gdje se potrošnja povećava umjesto da se smanjuje. Tako je umjesto očekivanog smanjenja broja vožnji, prodaja automobila porasla što je na kraju dovelo i do povećanih emisija CO₂¹⁴. Niže cijene i pristupačnija ponuda su motivirale turiste da više i dulje putuju, te da više troše što ostavlja negativne posljedice na destinacije. Od 2013. do 2017., uz 16-struko povećanje broja domova iznajmljenih putem platformi ekonomije dijeljenja u Parizu, Pariz je izgubio više od 10 posto stalnog stanovništva¹⁵. Kao posljedica toga smanjili su se školski razredi, a povećao broj kafića i restorana. Susjedstva su se promijenila, povećao se promet i zagušenje, a stanovnici nezadovoljni tim promjenama su se odselili u druge gradove. Tvrtke koje prihvaćaju SE koncept tretirane su kao prijetnja sigurnosti i raseljavanju stambenih zajednica uz stvaranje nedostatka stambenog prostora i problema sa stanarima¹⁶.

U kontekstu društvenih promjena, mnogi autori tvrde da ekonomija dijeljenja najviše pogoduje ljudima srednje klase koji posjeduju visoku razinu kulturnog kapitala, a ne onima koji

¹² Blal, Singal i Templin, „Airbnb’s effect on hotel sales growth,“ *International Journal of Hospitality Management* 73, 2018, 87.

¹³ Zervas, Proserpio i Byers, „The rise of the sharing economy: Estimating the impact of airbnb on the hotel industry,“ *Journal of Marketing Research* 54, 2017, 671.

¹⁴ Guo, et. al., „Opportunities or threats: The rise of online collaborative consumption (OCC) and its impact on new car sales,“ *Electronic Commerce Research and Applications*, 2018, 140.

¹⁵ Navickas, et. al., „The Impact of the Sharing Economy as an Ecosystem on the Tourism Sector,“ *Journal of Tourism and Services*, 2021, 75.

¹⁶ Jordan i Moore, „An in-depth exploration of residents’ perceived impacts of transient vacation rentals,“ *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2018, 95.

su nezaposleni. Drugim riječima, od ekonomije dijeljenja mogu profitirati samo oni koji imaju dostupne resurse ili si iste mogu priuštiti što stvara dodatni jaz i društvenu nejednakost gdje bogati postaju bogatiji, a siromašni siromašniji. Osim toga, autori tvrde da autentična interakcija turista i domaćina postoji samo između privilegiranih članova društva i istomišljenika. Na platformama je često prisutna algoritamska diskriminacija na temelju spola, etničke pripadnosti i rase koju generiraju ocjene i recenzije korisnika, kao i nad korisnicima koji nisu voljni dati osobne podatke kako bi dokazali svoju pouzdanost pa su automatski isključeni iz sudjelovanja u takvim transakcijama. Ekonomija dijeljenja može izazvati nelagodu među korisnicima i pružateljima usluga pa tako u sektoru dijeljenja automobila korisnici zajedničkog putovanja mogu biti upareni sa drugim neugodnim putnicima, ostaju nesigurni oko duljine zajedničkog putovanja i suočeni su s manje privatnosti od pojedinačnih vožnji¹⁷, dok se pružatelji usluga mogu suočiti sa lošim ponašanjem korisnika kao što je ostavljanje zajedničkog automobila u prljavom stanju ili neugodnog ponašanja. Ovakve situacije su još jedna kritika na platforme ekonomije dijeljenja jer nisu u potpunosti definirale sigurnosne mjere i zaštitu svojih korisnika.

¹⁷ Sarriera, et. al., „To share or not to share: Investigating the social aspects of dynamic ridesharing,“ *Transportation Research Record*, 2017, 111.

2. Regulatorni izazovi ekonomije dijeljenja

Svakim danom broj transakcija na platformama ekonomije dijeljenja raste, a procjenjuje se da će do 2025. godine te transakcije iznositi 570 milijardi eura. Najveći doprinos ekonomije dijeljenja je u sektoru turizma koji je 2022. godine iznosio 7,6% BDP-a u cijelom svijetu što je porast za 22% u odnosu na 2021. godinu¹⁸. Sve je više korisnika uključeno u aktivnosti povezane s ekonomijom dijeljenja što dugoročno može imati pozitivne, ali i negativne utjecaje na gospodarstvo. Digitalne tehnologije su platformama omogućile potpunu neovisnost od državnih struktura i samim time slobodu upravljanja tržišnim prilikama zbog čega se postavlja pitanje trebaju li države i do koje mjere regulirati aktivnosti ekonomije dijeljenja kako bi zaštitile svoje interese i ukoliko da, koji su potencijalni izazovi i problemi s kojima bi se mogle suočiti u budućnosti.

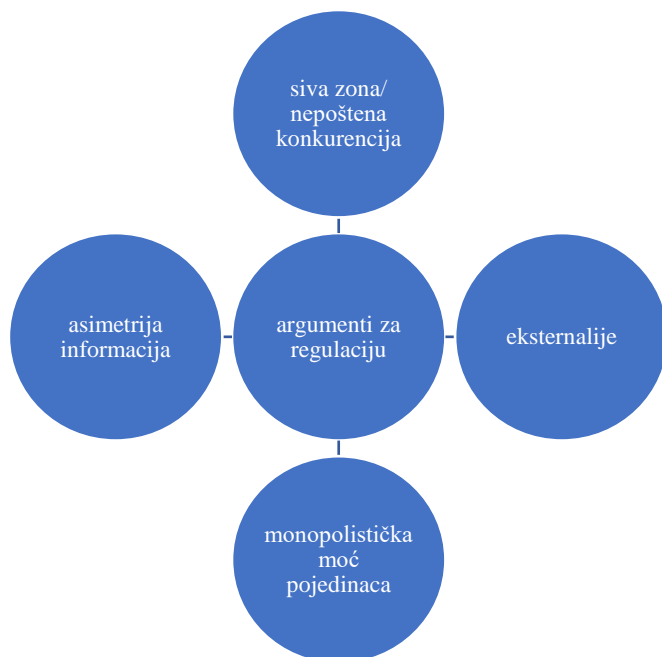
2.1. Važnost pravne regulacije u turizmu

Regulacije su oduvijek bile bitan dio sustava upravljanja jer postavljaju okvire za ponašanje svih dionika na tržištu, definirajući prava i obveze te pružajući jasan smjer za postupanje. U turizmu igraju ključnu ulogu jer pomažu kod održivog i odgovornog razvoja industrije. Uvođenje jasnih i primjerenih zakonskih okvira omogućuje zaštitu prirodnih i kulturnih resursa destinacija, kao i osjećaj sigurnosti i zadovoljstva turista. Također promiče ravnotežu između turističkog razvoja i zaštite okoliša, kulturne baštine i lokalne zajednice, sprječavajući prekomjernu eksploataciju resursa ili negativne učinke masovnog turizma. Regulacije mogu potaknuti kvalitetnije i odgovornije prakse u turističkom sektoru, potičući inovacije i konkurentnost destinacija na globalnom tržištu. Kroz suradnju između vlasti, turističkih operatera, lokalnih dionika i zajednice, regulacije pružaju okvir za dugoročni prosperitet destinacije i koristi za sve dionike. Uvođenje pravila i regulacija od strane države je bitno jer osigurava red, sigurnost i pravdu u društvu. Regulacije pomažu u zaštiti interesa građana, promiču pošteno tržišno natjecanje i sprječavaju zloupotrebu moći. Kroz pravilnu regulaciju država gradi temelje stabilnog i pravednog društva u kojem se mogu ostvariti individualni i kolektivni ciljevi, potičući prosperitet i razvoj zajednice. Država treba pratiti nove tržišne trendove kako bi spriječila negativne utjecaje prijetnji iz

¹⁸ World Travel and Tourism Council (WTTC), Economic impact reports, World Travel & Tourism Council, 2022, 1.

okruženja, a nove prilike iskoristila na što bolji način. Mnogi autori nude argumente za i protiv uvođenja regulacija za ekonomiju dijeljenja uz određene smjernice djelovanja jer se ovaj koncept po mnogo čemu razlikuje od tradicionalnog poslovanja.

Postoje mnogi argumenti zašto je dobro uvesti regulaciju ekonomije dijeljenja. Prema Erbirim, Glory, et. al., „regulatorna jasnoća osigurava postojane temelje za poduzetnike da se snalaze u zakonskim zahtjevima, potičući pogodno okruženje za inovacije i razvoj poslovanja.“¹⁹ Politike koje se bave pitanjima kao što su sigurnosni standardi, zaštita podataka i rješavanje sporova doprinose stvaranju povjerljivog okruženja i potiču rast i razvoj platformi ekonomije dijeljenja. Glavni argumenti za regulaciju ekonomije dijeljenja prikazani su na Slici 4.



Slika 4: Argumenti za regulaciju ekonomije dijeljenja

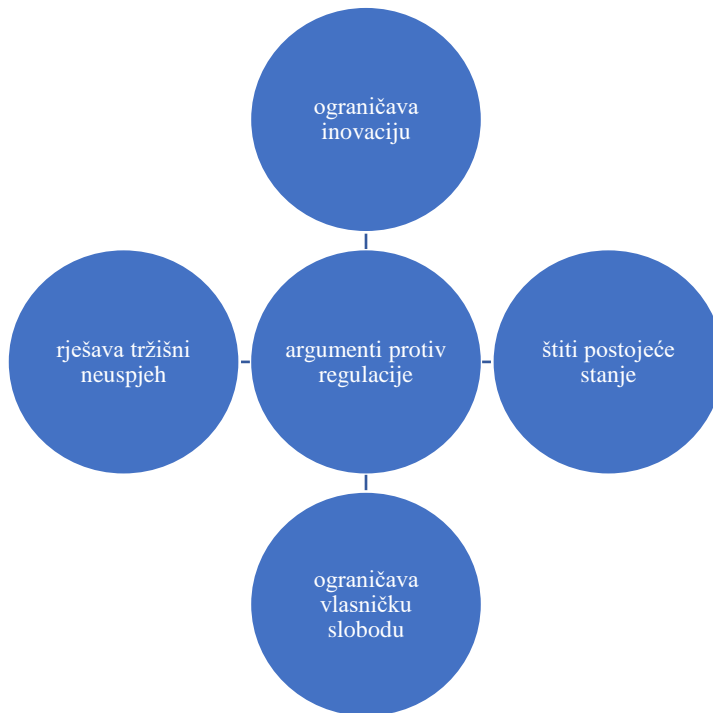
Izvor: Pawlicz, Adam. „Pros and cons of sharing economy regulation. Implications for sustainable city logistics.“ *Transportation Research Procedia* 39, 2019, 401.

Kao primjer u korist regulacije može poslužiti usporedba između taksista koji podliježu detaljnim pravilima koja reguliraju cijene prijevoza, područja pokrivenosti usluge, inspekcije vozila, provjere prošlosti vozača i licenciranja, pa zauzvrat imaju zdravstveno i socijalno osiguranje i zaštitu na radu. S druge strane, vozači Ubera ili drugih prijevoznih platformi nemaju

¹⁹ Erbirim, et. al., “Entrepreneurship in the sharing economy: A review of business models and social impacts,” *International Journal of Science and Research Archive* 11, 2024, 990.

utjecaj na visinu cijene vožnje jer ju određuje algoritam platforme, imaju fiksni postotak ili proviziju od cijene a ostatak se naplati tvrtki, zatim ne prolaze nikakve provjere i isključivo ovisе o recenzijama, te nemaju pokriveno osiguranje od strane platforme niti se kome mogu obratiti i požaliti na svoja prava, kao što to mogu taksisti putem sindikata radnika. Uvođenje regulacija je također važno za inozemne radnike i digitalne nomade koji moraju imati određeni status u državi kako bi tu mogli legalno boraviti i obavljati poslovnu djelatnost bez pravnih komplikacija. Klasifikacija radnika za sobom povlači i pitanje oporezivanja jer dvosmislenosti ili nedosljednosti u poreznim propisima mogu stvoriti poslovno okruženje koje ne doprinosi javnim fondovima. Manje novca u državnom budžetu, a više u rukama pojedinaca dovodi do monopola u destinacijama gdje pojedina poduzeća kontroliraju većinu ili cijelo tržište što može rezultirati smanjenjem izbora za potrošače i manjkom inovacija, kao i povećanjem cijena, padom kvalitete, neravnomjernom raspodjelom dohotka, pa čak i ekonomskom nestabilnosti u destinaciji ukoliko se monopol suoči sa promjenama ili problemima. Manipulacija informacijama, odnosno nepotpune ili iskrivljene informacije dovode do nepravedne konkurencije sa drugim pružateljima usluga koji poštuju pravila, ali i štete ugledu platforme i destinacije kao cjeline. Na primjer, vlasnik može prikazivati lažne slike smještaja kako bi privukao više gostiju i više im naplatio, a često se dešava da je smještaj u potpunosti lažan i da turisti po dolasku u destinaciju nemaju gdje odsjesti. Drugi primjer je ignoriranje propisa o sigurnosti i plaćanju poreza gdje vlasnici često ne legaliziraju niti kategoriziraju smještaj iako za razliku od hotela ne moraju plaćati porez na usluge poput bazena ili wellness centara koje često nude. Regulatorno okruženje bi trebalo biti prilagodljivo tehnološkom napretku unutar ekonomije dijeljenja. Propisi koji mogu prihvatiti inovacije kao što je blockchain za sigurne transakcije, umjetna inteligencija za personalizirane usluge i analitika podataka za donošenje odluka doprinose dinamičnosti sektora. Platforme ekonomije dijeljenja često djeluju na međunarodnom nivou pa usklađenost sa različitim regulatornim okruženjima olakšava poslovanje. To je naročito važno za širenje startupa jer im fleksibilnost u propisima omogućuje da testiraju nove ideje i poslovne modele bez suočavanja s nepotrebnim ograničenjima. Zaključno, uravnoteženi regulatorni pristup koji se bavi zaštitom potrošača, pravima radnika, konkurencijom i prihvaća tehnološki napredak može stvoriti okruženje u kojem pothvati ekonomije dijeljenja mogu napredovati, inovirati i pozitivno doprinijeti širem gospodarstvu. Suprotno tome, regulatorni izazovi ili nesigurnosti mogu spriječiti rast i stvoriti prepreke za poduzetnike u ovom sektoru koji se razvija.

Mnogi autori smatraju da bi uvođenje novih propisa ozbiljno ograničilo poticaj za nove inovacije i smanjilo ekonomsku učinkovitost. Slika 5 prikazuje glavne argumente protiv uvođenja regulacija za ekonomiju dijeljenja.



Slika 5: Argumenti protiv regulacije ekonomije dijeljenja

Izvor: Pawlicz, Adam. „Pros and cons of sharing economy regulation. Implications for sustainable city logistics.“ *Transportation Research Procedia* 39, 2019, 402.

Kako navode Ramirez, Ohlhausen i McSweeny, „regulacija može umanjiti poticaje za inovacije povećanjem troškova i smanjenjem potencijalnih povrata, čime se ometa ili sprječava novi ulazak i uskraćuju potrošačima prednosti ponude novih proizvoda i usluga”²⁰. Slično tome, neki znanstvenici naglašavaju da bi široka upotreba informacijsko-komunikacijske tehnologije (ICT-a) i stvaranje novih tržišta s učinkovitim mehanizmom reputacije čak i riješilo tržišne neuspjehe koje su ostvarila javna tijela. Na konkurentnom tržištu karakteriziranom otvorenim ulaskom i izlaskom, tvrtke se neprestano natječu da ostvare povećanje profita na jedan od dva načina. Prvo, mogu pronaći inovativne načine za minimiziranje svojih troškova, prenoseći dio uštede na kupce. Kako tvrtke budu radile učinkovitije, druge će također nastojati uvesti inovacije

²⁰ Ramirez, Ohlhausen i McSweeny, „The “Sharing” Economy Issues Facing Platforms, Participants and Regulators,” *Transportation Research Procedia*, 2016, 399.

i ekonomizirati, a one koje to ne uspiju na kraju će biti izbačene iz industrije. Drugo, kao što je gore spomenuto, poduzeća se mogu natjecati diferencirajući svoje proizvode od proizvoda svojih konkurenata kroz poboljšanje usluge, kvalitete, izgradnju imidža i tako dalje. Regulacija često potkopava konkurenciju što rezultira višim cijenama, manjim izborom, nižom kvalitetom usluge ili nekom kombinacijom toga. Konkretno, ako su poduzeća izolirana od konkurencije novih sudionika, mogu steći određenu mjeru monopolske ili cjenovne moći. To umanjuje dobrobit potrošača, a povećava profit proizvođača. Zagovaranje dodatne regulative može biti motivirano i strahom od gubitka tržišnog udjela gdje na primjer tradicionalne hotelske industrije pokušavaju lobirati političare u svoju korist. Tvrtke koje nemaju strogu konkurenciju mogu „zabušavati“, a smanjena motivacija za zadovoljavanjem želja potrošača ne vodi ka napretku i pozitivnoj promjeni, već stagnaciji tržišta i pukom udovoljavanju regulatorima kako bi se zadržali dosadašnje beneficije i pozicija. U kontekstu propisa zračnih prijevoznika, Kahn tvrdi: “Kontrolirajte cijene, a rezultat će biti umjetni poticaj za ulazak. Također kontrolirajte ulazak, a rezultat će biti umjetan poticaj za natjecanje nuđenjem većih provizija putničkim agencijama, oglašavanja, rasporeda, besplatnih obroka i većih mjesta. Odgovor cjelokupnog regulatora je stoga ograničavanje oglašavanja, kontrola rasporeda i provizija putničkih agencija, određivanje veličine sendviča i sjedala te naknade za filmove tijekom leta.”²¹. Što više ograničenja, to je manje prostora za inovacije i djelovanje u interesu korisnika. Još jedan snažan argument protiv uspostavljanja regulacija jeste da su informacijske tehnologije same po sebi dovoljne jer donose transparentnost i učinkovitost u poslovanju. Blockchain tehnologija, na primjer, omogućuje sigurnu i transparentnu razmjenu podataka, dok umjetna inteligencija može poboljšati procese analize i donošenja odluka. Ove tehnologije eliminiraju potrebu za detaljnom regulacijom jer sama tehnologija osigurava integritet podataka i procesa. Također, informacijske tehnologije omogućuju veću autonomiju i kontrolu pojedinaca nad vlastitim podacima i aktivnostima. Brzina promjena u tehnologiji često nadmašuje sposobnost regulatora da ažuriraju i prilagode postojeće zakone i propise.

Unatoč argumentima za i protiv regulacije ekonomije dijeljenja, i dalje se sa sigurnošću ne može utvrditi što je ispravan odgovor. Većina znanstvenika zagovara blagu, ali ranu regulaciju koja ne nameće potpune zabrane niti nastoji prilagoditi postojeće propise. Predlaže se zajedničko

²¹ Kahn, Alfred E. “The Economics of Regulation: Principles and Institutions,” *Economic Principles* vol. 1, 1971, 3.

djelovanje, odnosno suradnja sa platformama ekonomije dijeljenja i raspodjela razine upravljanja prema državnoj organizacijskoj strukturi i destinacijama.

2.2. Izazovi u uspostavljanju pravne regulacije

Prije pojave ekonomije dijeljenja države su donosile regulacije na tradicionalan način, uglavnom kroz uspostavljanje zakona, propisa i politika koji su se temeljili na postojećim poslovnim modelima i praksama. Legislativni proces je uključivao pripremu, raspravu, usvajanje i provedbu zakona putem parlamenta ili drugih zakonodavnih tijela, a uspostavljale su se i regulatorne agencije odgovorne za nadzor i provedbu specifičnih procesa u određenim gospodarskim sektorima. Države su postavljale standarde za određene industrije ili proizvode kako bi osigurale kvalitetu, sigurnost i zaštitu potrošača, a koji su uključivali certifikaciju i inspekciju proizvoda ili usluga. Postavljale su se porezne stope, olakšice i pravila koja su poticala određene djelatnosti i disciplinirala tržište, te su se uvodili antimonopolski zakoni koji su nadzirali tržišnu konkurenciju i intervenirali u slučaju nepravednih tržišnih praksi. Ekonomija dijeljenja može biti izrazito kompleksna zbog raznolikosti poslovnih modela, tehnoloških platformi i dionika uključenih u cijeli proces pa se regulatori suočavaju sa izazovom razumijevanja cijelog ekosustava. To može zahtijevati suradnju sa privatnim sektorima, stručnjacima i akademskom zajednicom, uvođenje sustava koji osiguravaju transparentnost informacija, zaštitu podataka i odgovornost dionika, te prilagođavanje brzim tehnološkim inovacijama i promjenama u poslovnim modelima kako bi se osigurale učinkovite i relevantne regulacije. Tradicionalni regulatorni procesi su često sporiji i zahtijevaju više vremena za donošenje i implementaciju novih regulacija zbog čega tradicionalni regulatori trebaju biti ažurniji i brži.

Prvi izazov u regulaciji ekonomije dijeljenja je pitanje hoće li se pružatelji usluga ekonomije dijeljenja (vozač Ubera, stanodavac Airbnb-a itd.) smatrati zaposlenicima platforme ili neovisnim izvođačima. Ukoliko se smatraju neovisnim izvođačima, trebaju se definirati uvjeti pod kojima će se smatrati poslovnim subjektima, a ne samo privatnim osobama. To je važno jer, na primjer, zakonodavstvo o pravima potrošača i zaštiti potrošača općenito predviđa odnos između pojedinaca i poduzeća, ali se ne mora primjenjivati na odnose između dva pojedinca²². Drugi

²² De Stree i Bravo. „Specific liability issues raised by the collaborative economy – professional service,“ Impulse Paper for DG GROW of the European Commission, 2016, 40.

primjer je da su vozači Ubera u SAD-u osnovali neku vrstu sindikata kako bi centralizirali pregovaranje o cijenama s Uberom, ali ako se smatraju neovisnim ugovarateljima, a ne zaposlenicima, to bi vjerojatno predstavljalo ilegalni kartel koji pokušava koordinirati cijene između nekoliko poslovnih pothvata. U SAD-u je već pokrenuto nekoliko tužbi koje se tiču statusa vozača Ubera, ali pravne su razlike prevelike da bi američka sudska praksa dala konačne odgovore za europski kontekst²³. Vrlo je važno odrediti te razlike jer bi, s sjedne strane, bilo previše očekivati da se privremeni pružatelji usluga na platformi usklade sa velikim brojem propisa i u svakom pogledu izjednače sa poduzećima jer bi to moglo ugušiti ekonomiju dijeljenja, a s druge strane, ukoliko se pružatelji usluga ne smatraju poduzećima i ne slijede poslovne propise, to bi se moglo protumačiti kao nepravedna prednost nad drugima. U ovom slučaju ekonomija dijeljenja može biti od koristi društvu samo ako se regulira na onaj način koji je učinkovitiji i donosi veću korist korisnicima, odnosno stanovništvu jedne države.

Drugi izazov je ugovorni odnos između korisnika i platformi. Platforme obično nude „jamstva“ korisnicima kroz sveobuhvatne pravne smjernice dijeljenja usluge. Međutim, u praksi postoje mnogi propusti pa tako, na primjer, ako platforma za osobni prijevoz nije uspjela ukloniti pružatelja usluga s kriminalnim dosjeom unatoč tome što je uspostavila postupke za to, a osoba je počinila kazneno djelo protiv korisnika, razumno je da bi platforma mogla snositi određenu pravnu odgovornost što nije uspjela zaštititi svoje korisnike. Važno je napomenuti da u slučaju neslaganja između platforme i pružatelja usluge koji se poziva na jamstvo za traženje naknade, ova usluga teško da bi predstavljala stvarno osiguranje. Korisnik je u tom slučaju kao pojedinac nemoćan zbog čega je ugovorni odnos između platformi i države nužan. Specifičnosti situacija na tržištu otežavaju donošenje takvih regulacija, a kontinuirano ažuriranje novih uvjeta poslovanja na stranicama platformi je teško pratiti i stalno iznova implementirati. Ekonomija dijeljenja je sama po sebi regulativni izazov za vlade jer predstavlja kompromise kao što su djelovanje u javnom interesu, potreba za inovacijama i gospodarskim rastom, te potražnja potrošača i pravednost za postojeće tvrtke. Ono što trenutno sprječava vlade u učinkovitoj regulaciji su zastarjeli propisi, radikalno drugačija organizacijska kultura i nepostojanje međuvladine suradnje između vlada. Zastarjeli propisi omogućuju novim sudionicima unutar ekonomije dijeljenja da iskoriste praznine i rupe u zakonu koje ostavljaju vladama mnoga neodgovorena pitanja o pravima i sigurnosti za

²³ Mikkel Munkøe, Malthe. „Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges,“ *Intereconomics* vol. 52, 2017, 40.

radnika i potrošača. Sustav recenzija po kojem funkcionira povjerenje i sigurnost u ekonomiju dijeljenja djeluje kao oblik samoregulacija i na taj način samoregulacija nije deregulacija, već „preraspodjela regulatorne odgovornosti stranama osim vlade.“²⁴. Uspon samoregulacije treba prisiliti vlade da odlučno djeluju po tom pitanju kako bi vratile povjerenje u regulatorni proces. Vlade se također suočavaju s proceduralnim i organizacijskim izazovima jer moraju obaviti konzultacije, slijediti procese, a zakonodavstvo se mora raspraviti. Ekonomija dijeljenja je u središtu otvorenosti informacija i suradnji, dok javni sektor pomno čuva informacije, nesklon je riziku i djeluje u krutim hijerarhijama. Razlike u organizacijskoj kulturi otežavaju regulaciju, a opasnost od nedjelovanja može dovesti do ugrožavanja javnosti i negativne medijske pozornosti što je politički skupo za vladu. Budući da su ministri izvršni čelnici svojih odjela, neuspjeh može postati i politički riskantan za njihove karijere. Također, može doći i do sukoba interesa između države i moćnih pojedinaca. S obzirom na to da tradicionalne, vodeće tvrtke imaju dosta utjecaja u državi, njima se isplati ulagati novac u održavanje statusa quo jer imaju mnogo toga za izgubiti, pa su potaknuti da "zarobe" regulatorni sustav koji ih namjerava ograničiti. Zbog činjenice da su manji interesi više koncentrirani od većih, difuznih interesa, vjerojatno će proizvođači, a ne potrošači, prevladati u nastojanju da utječu na regulatore jer imaju organizacijsku i informacijsku prednost. Budući da su tvrtke u boljem položaju od vlade da znaju svoje stvarne troškove, regulatori imaju diskrecijsko pravo odlučiti koliko truda ulažu u otkrivanje tih troškova. To zauzvrat daje poticaj poduzećima da podmiću ili na drugi način uvjere regulatore da ne otkriju ili otkriju te troškove. Tvrtke mogu namamiti regulatore mitom u gotovini, lobiranjem ili donacijama za kampanju. U ovim situacijama informacija je ključna, a ukoliko ona nije dostupna ili je djelomično dostupna, vlade ne mogu napraviti ispravnu procjenu rasta i opsega gospodarskih aktivnosti te donijeti odgovarajuću odluku. Mnogi znanstvenici naglašavaju da većina platformi nije voljna surađivati s akademikima²⁵ niti dijeliti povjerljive informacije koje bi pomogle u razumijevanju njihovog poslovanja jer bi mogle ograničiti njihovo poslovanje. Zbog toga se akademici i kreatori politika moraju oslanjaju na sekundarne izvore podataka i međusobno surađivati kako bi donijeli odgovarajuća rješenja. Nove regulacije moraju biti prilagođene svim razinama državne vlasti, odnosno lokalnim propisima od grada do grada, a trebaju slijediti misiju

²⁴ Cohen i Sundararajan, „Self-regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy,“ LawReview University of Chicago, 2015, 43.

²⁵ Frenken i Schor. „Putting the sharing economy into perspective,“ Environmental Innovation and Societal Transitions, 23, 2017. 7.

i viziju države strategije. Pri odabiru strategije za regulaciju ekonomije dijeljenja prvo treba definirati ciljeve (individualne, javne, mješovite, zatim definirati razdoblje interakcije (dugoročno, kratkoročno, srednjoročno), analizirati ključne igrače, njihove interese i strategije ponašanja (nesuradnja, suradnja), definirati dobitke i gubitke (društvene, ekonomske, ekološke), te analizirati utjecaj na društvo.

2.3. Glavna područja pravne regulacije na turističkom tržištu

Turističko tržište je oduvijek bilo iznimno kompleksno i povezano sa raznim gospodarskim djelatnostima zbog čega ga je danas skoro pa nemoguće jedinstveno regulirati. Pojava ekonomije dijeljenja je dodatno otežala uspostavljanje pravne regulacije jer ne postoje jasne granice između osobnog i profesionalnog pružanja ugostiteljskih usluga, odnosno ne zna se gdje završava avantura ugošćavanja stranca kod kuće, a gdje počinje honorarni posao iznajmljivanja stana. U početku je ekonomija dijeljenja omogućila upoznavanje novih ljudi, povezivanje i uštedu resursa. Kasnije se pojam proširio na nove grupe pružatelja usluga u urbanim destinacijama, a veliki priljev turista je promijenio je sve; od načina življenja lokalnog stanovništva do ponude koja se sve više prilagođava turistima. Trgovine koje opskrbljuju stanovnike nestaju, mještani se ne osjećaju kao kod kuće, a turisti se „ne ponašaju kao domaći“, tj. ne poštuju lokalne običaje, te stvaraju veliku buku i galamu kada su u velikim grupama. To može dovesti do socijalnih i kulturnih konflikata, a u nekim gradovima je lokalno stanovništvo već protestiralo protiv turista i prekomjernog turizma. Mnogi ponuđači usluga su svjesni dobre zarade na platformama i iskorištavaju situaciju u osobne svrhe, bez da sagledaju širu sliku da pretjerana komercijalizacija i masovni turizam dovode do gubitka autentičnosti destinacije i lokalne kulture, degradacije kulturne baštine, pa čak i raseljavanja stanovništva i potpune promjene u strukturi gradova i destinacija. Masovni turizam također povećava troškove života uključujući rast cijena nekretnina, hrane i drugih osnovnih potrepština, te rezultira neravnomjernim ekonomskim razvojem, koncentracijom prihoda i investicija u određenim turističkim destinacijama. Iako su se ruralne i manje poznate destinacije počele razvijati zahvaljujući ekonomiji dijeljenja, ona sa sobom donosi mnoge negativne učinke zbog čega je uspostavljanje regulacija iznimno važno. Na razini Europske unije trenutno ne postoji Opća politika upravljanja ekonomijom dijeljenja zbog čega svaka država članica ekonomijom dijeljenja upravlja na svoj način. U službenim dokumentima postoje smjernice za upravljanje ekonomijom dijeljenja, kao i glavne strategije za upravljanje. One uključuju osnivanje timova za

inovaciju ili i-timova koji surađuju između vlade i dionika na temelju platformi i tehnologije ekonomije dijeljenja i angažiraju građane, profitna i neprofitna poduzeća za stvaranje novih ideja i rješenja kako bi promijenili politike i sustave u državi, zatim smjernice EU za DMO, te stvaranje baze podataka najboljih i loših praksi²⁶. Kako bi se kreirala Opća politika upravljanja ekonomijom dijeljenja u turizmu potrebno je pomno istražiti opseg i razmjer ekonomije dijeljenja. Prema posljednjem Istraživanju Odbora za promet i turizam Europske unije, glavni problemi ili područja pravne regulacije u turizmu su:

- porezi
- licenciranje i certifikacija
- sigurnost, odgovornost i povjerenje
- jednakost (rad, konkurencija)
- vrste pravnog oblika
- korištenje zemljišta, planiranje i potpora.²⁷

Konvencionalni smještaj i taksi službe moraju platiti niz poreza i pristojbi kao što su porez na dohodak, PDV, turističke pristojbe i naknade za licence. Polaznici ekonomije dijeljenja izbjegavaju te poreze i naknade jer oni „prodaju“ nelicenciranu imovinu u privatnom vlasništvu²⁸. S obzirom da zarađuju od iznajmljivanja imovine, trebali bi plaćati porez jer pružaju istu uslugu kao registrirani iznajmljivači. Neplaćanje poreza smanjuje prihod od turizma i BDP što rezultira većim porezima za ostale potrošače ili tvrtke. Također smanjuje prihod turističkih zajednica gradova i općina jer takvi turisti ne mogu plaćati boravišnu pristojbu, a remeti i statističke podatke o broju dolazaka i noćenja pa se turizam ne može adekvatno planirati. Utječe i na konkurentnost jer smanjuje prihode koji se koriste za marketinške aktivnosti i promociju turističkih destinacija na nacionalnoj i međunarodnoj razini, kao i na prihode za financiranje javnih usluga i infrastrukture koji su ključni za turističku industriju poput održavanja cesta, plaža, parkova, javnog prijevoza i atrakcija. Također smanjuje aktivnosti za promicanje održivog razvoja za zaštitu okoliša, očuvanje prirodnih i kulturnih resursa, te za edukaciju.

²⁶ Odbor za promet i turizam, Research for TRAN Committee – tourism and the sharing economy: challenges and opportunities for the EU, Europski parlament, 2015, 11.

²⁷ Ibid.

²⁸ Malhotra i Van Alstyne. „The Dark Side of the Sharing Economy ... and How to Lighten It,“ Communications of the ACM, 57, 2014, 24.

Licenciranje i certifikacija su vrlo važne za turizam jer osiguravaju da pružatelji turističkih usluga udovoljavaju određenim standardima kvalitete, sigurnosti i zaštiti potrošača. To može uključivati pravilnu obuku osoblja, ispravnu opremu i poštivanje higijenskih standarda. Također određuje kvalitetu usluga kao pravilno održavanje smještajnih objekata, profesionalno vođenje turističkih obilazaka ili kvalitetnu uslugu u restoranima. Posjedovanje licenci pomaže u održavanju ugleda turističke destinacije i stvaranju povjerenja među posjetiteljima. Ako se pružatelji usluga ne pridržavaju standarda, to može imati ozbiljne posljedice poput pravnih sankcija kroz novčane kazne, suspenzije licence ili zatvaranje poslovanja, zatim rizika za potrošače i gubitak povjerenja koji dugoročno može otežati privlačenje turista u destinaciju i konkurentnost na tržištu. Problem nastaje kada tradicionalna poduzeća podliježu svim sankcijama, a korisnici platformi ekonomije dijeljenja ne podliježu. U Francuskoj su taksisti plaćali i do 100.000 eura za svoje licence koje su postale bezvrijedne nakon uvođenja UberPoPa, pa je država odlučila uvesti minimalne zahtjeve za licenciranje, stručno osposobljavanje i osiguranje vozača UberPoP automobila, ali neuspješno, te je kasnije potpuno zabranila UberPoP kako bi osigurala tržišnu ravnopravnost²⁹.

Nepostojanje regulacija može rezultirati nizom negativnih posljedica na sigurnost i povjerenje u destinaciju. Nejasnoće oko toga tko je odgovoran za štetu ili oštećenje resursa može rezultirati dugotrajnim pravnim sporovima i nedostatkom pravne sigurnosti za sve uključene strane. Nepravedna raspodjela tereta odgovornosti može pasti na lokalne zajednice, vlasnike zemljišta ili druge dionike koji možda nemaju sredstva ili resurse za suočavanje s posljedicama štete. To može rezultirati otporom lokalnog stanovništva prema turizmu zbog straha od negativnih posljedica na okoliš, kulturu i tradiciju, a može ograničiti i investicije i ekonomski razvoj u sektoru jer će potencijalni investitori biti oprezniji oko ulaganja u destinacije gdje postoji neizvjesnost oko odgovornosti za štetu. Postavljanje jasnih regulacija je ključno, a to uključuje propisivanja različitih standarda, uspostavu sustava nadzora i praćenja, te definiranje mehanizama za nadoknadu štete.

Nepostojanje regulacija donosi nesigurnost zaposlenja gdje radnici u turizmu mogu biti izloženi sezonskom radu ili privremenim ugovorima koji im ne pružaju stabilnost ili sigurnost, zatim mogu biti lišeni pristupa socijalnim pravima poput zdravstvenog i mirovinskog osiguranja ili plaćenog bolovanja, a nedostatak prava i obveza može rezultirati smanjenom produktivnošću i

²⁹ Jolly i Scott, France Says It Will Ban Uber's Low-Cost Service in New Year, The New York Times, 2014, 1.

lošom kvalitetom usluge. Kritičari često ističu da ekonomija dijeljenja potiče eksploataciju radnika u turističkom sektoru jer mogu biti izloženi niskim plaćama, prekovremenom radu, lošim uvjetima rada i nedostatku zaštite od diskriminacije ili zlostavljanja od strane korisnika. Mikro-outsourcing forsira radnike da sami plaćaju zdravstvenu i mirovinsku skrb, kao i edukacije za učenje novih vještina zbog čega se njihovi marginalni troškovi približavaju nuli s radom koji zapravo postaje besplatan.

Početkom 2015. postojalo je gotovo 500 platformi za ekonomiju dijeljenja povezanih s turizmom; 11% njih odnosilo se na putovanja (i smještaj), 50% na prijevoz i 39% na slobodno vrijeme.³⁰ Neke platforme su od početka bile profitne, poput Airbnb-a, dok je Couchsurfing prvo bio neprofitna platforma, a kako nije mogao pokriti troškove poslovanja postao je dobrotvorna korporacija ili „B-corporation“ pa su primali donacije poslovnih anđela i drugih ulagača kako bi održali poslovanje. Većina platformi zarađuje na proviziji koju uzima od korisnika u vidu fiksnog postotka od prihoda smještaja, usluge prijevoza ili verifikacije profila. Domaćini na Airbnb-u plaćaju naknadu za uslugu od 3% na svaku rezervaciju, dok gosti plaćaju približno 14,2% zbog drugih naknada³¹. U nekim državama poput Francuske, gosti plaćaju i porez koji im se automatski zaračunava na cijenu usluge. Zarada koju platforme ostvaruju odlazi u državu u kojoj je ona registrirana, odnosno gdje bi trebala plaćati porez. Ukoliko ta država nema jasno definiran pravni oblik platforme, odnosno u kojim slučajevima se treba oporezivati a kada ne, to stvara problem i za druge države jer ne mogu legalno nadoknaditi nastale ekonomske odljeve i dolazi do utaje poreza.

Posljednji problem ili područje pravne regulacije u turizmu koje se treba uzeti u obzir je plansko korištenje prostora, odnosno dugoročno planiranje turističke infrastrukture i stambenog područja. Nedostatak planske urbanizacije može rezultirati neusklađenim razvojem turističkih destinacija, povećanim pritiskom na okoliš i ekonomskom nestabilnošću zbog prevelikih investicija u neodržive projekte, sezonalnosti turizma i neravnoteže između potražnje i ponude. Iako je prvobitna ideja ekonomije dijeljenja bila dijeljenje postojećih resursa, zbog dobre zarade su se uveliko počele graditi nove kuće i apartmani, često u neposrednoj blizini centra grada i bez definiranih standarda pa se ne uklapaju u postojeću arhitekturu. Mnoga zemljišta su se

³⁰ Odbor za promet i turizam, Research for TRAN Committee – tourism and the sharing economy: challenges and opportunities for the EU, Europski parlament, 2015, 10.

³¹ Airbnb, Airbnb service fees, Airbnb Help Center, 2024, 1.

prenamijenila za potrebe izgradnje hotela, restorana i drugih turističkih objekata umjesto izgradnje stanova, kuća i parkova za lokalno stanovništvo. Smanjen pristup resursima poput plaža, parkova i drugih javnih prostora zbog prenapučenosti tjera stanovništvo da se sele van centra grada, u periferije, ili u druge gradove što drastično mijenja autentičnost i kulturni identitet destinacije gdje one postaju igralište za turiste. Apartmani se sve više iznajmljuju kratkoročno turistima, a manje dugoročno u svrhu stanovanja što je prouzrokovalo stambenu krizu u Europi i svijetu. Postoji nekoliko načina za rješavanje stambenog pitanja poput subvencija ili poticaja za izgradnju, kupnju ili najam stanova za ranjive skupine stanovništva, zatim regulaciju tržišta nekretnina kroz ograničenje i nadzor aktivnosti, javno-privatna partnerstva za poticanje stambenih projekata za izgradnju stambenog prostora, obnovu stambenih četvrti i revitalizaciju zapuštenih područja, te kroz izgradnju socijalnih stanova ili poticanja alternativnih oblika stanovanja poput zajedničkog stanovanja, prilagodljivih stanova i tako dalje.

3. Ekonomija dijeljenja u Hrvatskoj

Hrvatska je jedna od najpoznatijih destinacija na Mediteranu sa dugom tradicijom u turizmu koja datira od početka 19. stoljeća. Poznata je po bogatoj kulturnoj baštini i povijesnim gradovima poput Dubrovnika, Splita, Zadra i Pule, zatim spektakularnoj prirodi sa brojnim nacionalnim parkovima, otocima, ruralnim i planinskim destinacijama, raznolikoj gastronomskoj ponudi i vrhunskom gostoprimstvu, te aktivnim i održivim turizmom koji privlači posjetitelje iz cijelog svijeta. S obzirom na geografski položaj i dugu obalu uz Jadransko more, prvotno je postala popularna kao kupališna destinacija masovnog turizma za ljubitelje sunca i mora, a s razvojem turističkih sadržaja i kao destinacija koja pruža autentična, personalizirana iskustva. Većina turističkih aktivnosti je koncentrirana u primorskom području, dok se kontinentalni turizam i dalje razvija. Turizam je jedan od najvažnijih sektora u gospodarstvu u koji se mnogo ulaže, kako financijski tako i kroz planiranje kretanja novih trendova koji bi mogli utjecati na njegov rast i razvoj. Dolazak ekonomije dijeljenja je uveliko transformirao turističko tržište u Hrvatskoj, počevši od ponude i odnosa s gostima do pravnih regulacija i zakona koji su se prilagođavali novonastalim uvjetima. To je izazvalo mnoge pozitivne i negativne promjene u gospodarstvu, destinacijama i društvu općenito, a trenutna zastupljenost ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj, kao i aktualni problemi su objašnjeni u nastavku.

3.1. Zastupljenost ekonomije dijeljenja u turizmu Hrvatske

U Hrvatskoj se ekonomija dijeljenja pojavila dolaskom Airbnb-a. S obzirom da Airbnb nema pravnu obvezu otvaranja podružnice u Hrvatskoj, ne postoje točni podaci o početku rada već se dolazak povezuje sa međunarodnim širenjem platforme u Europi. Uber je ipak imao obvezu otvaranja podružnice u Hrvatskoj, pa se sa sigurnošću može reći da se u Hrvatskoj pojavio u listopadu 2015. godine³². Većina drugih platformi se pojavila u tom periodu oko 2015. godine pa se može reći da je tad započelo širenje ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj.

U 2015. godini Hrvatsku je posjetilo 14.343.000 turista od kojih je bilo 1.660.000 domaćih i 12.683.000 stranih turista. Ostvareno je 71.605.000 noćenja ili 5.743.000 noćenja domaćih turista

³² Galović, Gordana. „UBER KONAČNO U HRVATSKOJ: Revolucionarna aplikacija za taksi prijevoz od sada u Zagrebu,“ Jutarnji list, 2015, 1.

i 65.863.000 noćenja stranih turista. Većina turista je dolazila individualno, njih 9.078.000, naspram organiziranih dolazaka koji broje 5.265.000 turista. Domaći turisti su u destinaciji boravili u prosjeku 3,5 dana, a strani 5,2 dana. Turizam je bio sezonski gdje je najviše noćenja ostvareno u ljetnim mjesecima lipnju, srpnju i kolovozu, te rujnu. Prema vrstama objekta, bilo je ukupno 1.209.312 smještajnih kapaciteta od kojih je najviše privatnih soba (512.583), kampova (227.568) i hotela (135.322). U ukupnoj smještajnoj strukturi 49,8% su činile privatne sobe, 22,1% kampovi, a 13,1% hoteli. Ostvareno je 26.709.000 noćenja u privatnim sobama, 17.539.000 noćenja u hotelima i 17.158.000 noćenja u kampovima. Prosječni broj noćenja po postelji u privatnoj sobi je bio 57, u kampu 73, a hotelu 132. Prihod od turizma 2015. godine je iznosio 7.961.900.000 eura, što je 18,2% udjela u BDP-u.³³

Prema posljednjim dostupnim statističkim podacima, u 2022. godini je bilo 17.773.000 dolazaka i 90.093.000 ostvarenih noćenja turista što je mnogo više nego u 2015. godini. Čak 12.607.000 turista je došlo individualno što je povećanje od 38,87% naspram 2015. godine, dok se broj organiziranih dolazaka smanjio na 5.166.000 što se može povezati sa ekonomijom dijeljenja koja omogućava i potiče individualna putovanja. Prema vrstama objekta, bilo je ukupno 1.243.463 smještajnih kapaciteta što je za 2,82% više od 2015. godine. Najviše je privatnih soba (762.063), kampova i kampirališta (269.174) i hotela (126.724)³⁴. Vidljivo je da se novi kapaciteti nisu gradili (dijelili su se postojeći resursi), a da se drastično povećao broj privatnih soba, čak za 48,67%, dok se broj hotela smanjio za 6,35%. Poznato je da je Airbnb negativno utjecao na hotele pa se i ova pojava može povezati sa ekonomijom dijeljenja. U 2022. godini su vidljive dvije nove kategorije objekata; turistički apartmani (10.690) i nekategorizirani objekti (935) što govori o potrebi kategorizacije ili „sortiranja“ novih privatnih objekata. Udio privatnih soba u destinaciji se povećao na 61,3%, slijede ga kampovi i kampirališta sa 21,6%, a posljednji su hoteli sa 10,2%. Najviše su se zatvarali hoteli sa dvije i tri zvjezdice zbog pada potražnje i visokih troškova održavanja (imali su sličnu ponudu kao Airbnb, ali po većoj cijeni). U privatnim sobama je ostvareno 44.182.000 noćenja, zatim 18.269.000 noćenja u hotelima i 20.817.000 u kampovima i kampiralištima. I ovdje je vidljiv trend smanjenja broja noćenja u hotelima. Prihod od turizma 2022. godine je iznosio 13.113.800.000 eura ili 15,7% BDP-a³⁵. Taj udio je prijašnjih godina bio

³³ Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2015, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2026, 12.

³⁴ Državni zavod za statistiku, Turizam u brojkama 2022, Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, 2023, 12.

³⁵ Ibid.

veći što može ukazati na trend smanjenja ovisnosti države o turizmu, odnosno potencijalni prelazak na neovisne platforme dijeljenja u drugim sektorima koje donose profit. Jedan od ciljeva Strategije Hrvatskog turizma u periodu od 2010. do 2020. godine bio je povećanje broja i kvalitete hotelskih kapaciteta i kampova, a smanjenje privatnog smještaja³⁶, međutim plan nije uspio jer su turisti sve više rezervirali privatni smještaj preko platformi.

U periodu između 2015. i 2022. godine turizam je kontinuirano bilježio rast u broju dolazaka i noćenja, a 2019. godina i dalje drži rekord najuspješnije turističke sezone u povijesti Hrvatske. Pandemija COVID-19 je usporila razvoj turizma u periodu od 2020. do 2022. godine, a podaci iz 2023. su približno slični onim iz 2019. što znači da se turizam ponovno vraća „u normalu“ i ima rastuću putanju.

Prije dolaska Airbnb-a na tržište poslovanje privatnog smještaja u Hrvatskoj funkcioniralo je na tradicionalni način. Vlasnici smještaja su se oslanjali na lokalne oglašivače poput lokalnih turističkih ureda, tiskanih oglasa, letaka ili agencija za nekretnine kako bi promovirali smještaj, a preporuke su se prenosile od usta do usta. Cijene smještaja su bile fiksne, bez prilagodbe ponudi i potražnji, a globalna vidljivost manja što je rezultiralo ograničenim pristupom međunarodnom tržištu i turistima. Prema posljednjim podacima Airbnb-a za 2023. godinu Hrvatska ima nešto manje od 103.000 smještajnih objekata što je porast od 86,1% u odnosu na 36.000 objekata u 2015. godini. Promet Airbnb-a je u odnosu na 2022. godinu porastao za 59%, a najveći broj stanova iznajmljenih putem Airbnb-a je u Splitu, Zadru, Puli, Korčuli i Dubrovniku. Zagreb trenutno ima više od 3.300 aktivnih smještajnih kapaciteta što je gotovo za trećinu više nego prošle godine. Prosječna zarada koju domaćini u Hrvatskoj ostvare preko Airbnb-a je oko 2.100 američkih dolara, što nije mnogo novca kada se uzme u obzir da se većina stanova iznajmljuje sezonski na period od jedan do tri mjeseca. Statistike Airbnb-a pokazuju da su gosti u prosjeku izuzetno zadovoljni ponudom apartmana i soba u Hrvatskoj sa prosječnom ocjenom 4,9 od 5 pri čemu 13% apartmana ima savršenu ocjenu 5,0 i 2.800 domaćina uživa u statusu „superdomaćina“ koji im donosi neke beneficije³⁷.

³⁶ Vlada Republike Hrvatske, Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine, Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, 2013, 31.

³⁷ Total Croatia, Airbnb bum na Jadranu, Total Croatia News, 2023, 1.

Iako je Airbnb popularizirao ekonomiju dijeljenja u Hrvatskoj, najveći broj transakcija se i dalje odvija preko popularne platforme Booking.com. Na platformi trenutno postoji čak 108.269 smještajnih jedinica. U 2018. godini je od ukupnog broja jedinica njih 24.395 dobilo „Guest review award 2017.“ i pozicioniralo Hrvatsku u top 10 država sa najviše primljenih nagrada³⁸. Druga popularna platforma je HomeAway sa 91.397 objekata, a najviše ih je Istarskoj, Splitsko-Dalmatinskoj i Primorsko-goranskoj županiji³⁹. Couchsurfing je također jako popularan, a trenutno ima 100.255 domaćina na platformi i 190 budućih posjetitelja⁴⁰.

U kategoriji iznajmljivanja prijevoza, putnici su se prije oslanjali na lokalne taksi tvrtke koje su primale pozive iz dispečerskih centara i imali fiksne tarife propisane lokalnim zakonima ili udruženjima taksi prijevoznika. Broj taksija je bio ograničen, naročito u manjim gradovima ili u ruralnim područjima. Također, putnici nisu uvijek imali transparentne informacije o cijenama vožnje ili o vozaču taksija. Obično se plaćalo u gotovini, a mogućnost plaćanja karticama ili drugim digitalnim metodama je bila skoro pa nepostojeća. Uber je dao veliki doprinos porastu mobilnosti u gradovima sa preko 32 milijuna vožnji ili porastom za skoro 600% u usporedbi sa početkom u 2015. godini⁴¹. Konkurentna platforma Bolt je na tržište došla 2016. godine, ali nije popularna kao Uber. S druge strane, BlaBlaCar je iznimno popularna platforma koja je prve godine imala više od 1,6 milijuna podijeljenih kilometara među putnicima i 60.000 dostupnih vožnji, najviše na relaciji Pazin-Zagreb, Rijeka-Zagreb i Split-Zagreb⁴².

Gastronomska ponuda je prije pojave ekonomije dijeljenja bila ograničena na restorane, barove, sajmove i druge tradicionalne oblike koji su pružali standardnu uslugu. Danas se najviše koristi platforma EathWith koja trenutno u prosjeku nudi 15 obroka i 4 food ture mjesečno gdje lokalni domaćini kuhaju autentična jela za goste u svom domu. Gastronomska ponuda se može naći i na drugim platformama, Airbnb-u ili TripAdvisoru gdje se nude razne food ture i degustacije vina, pršuta, tartufa i drugih hrvatskih delicija koje organiziraju lokalni vodiči i stručnjaci za hranu. Ekonomija dijeljenja je uvela i novi način dijeljenja domaćih proizvoda online što je pozitivno utjecalo na poljoprivredu i osnivanje obrta. Iako nisu direktno vezane za turizam, bitno je

³⁸ Simmonds, Lauren, Croatia Among Countries with Highest Booking.com Awards, Total Croatia, 2018, 1.

³⁹ Vrbo, Croatia Vacation Rentals, Vrbo, 2024, 1.

⁴⁰ Couchsurfing, Croatia, Couchsurfing web, 2024, 1.

⁴¹ Lider, Uber u sedam godina zabilježio preko 32 milijuna vožnji u Hrvatskoj, Lider, 2022, 1.

⁴² BlaBlaCar, Prva godina BlaBlaCara: Hrvati podijelili 1,6 milijuna kilometara, BlaBlaCa, 2016, 1.

spomenuti platforme Wolt i Glovo koje su započele s radom 2018. i 2019. godine, a koje su transformirale navike odlaska u restoran i ponudile nove mogućnosti za razvoj gastro ponude.

Prije dolaska ekonomije dijeljenja u Hrvatsku, turistički obilasci destinacija su obično bili organizirani od strane lokalnih turističkih agencija ili hotela i uključivali su obilaske znamenitosti, prirodnih ljepota ili kulturnih atrakcija, prijevoz i mogućnost posjete restoranima ili trgovinama. Postojala je mogućnost grupnog ili individualnog unajmljivanja lokalnih vodiča, a turisti su mogli i slobodno istraživati u destinaciji koristeći turističke karte ili mape. Dolazak ekonomije dijeljenja je povećao ponudu individualnih tura, od onih baziranih na specifičnim pričama i legendama o destinaciji, do jednodnevnih ili višednevnih izleta u druge gradove ili nacionalne parkove. Najpopularnije platforme na Hrvatskom tržištu su TripAdvisor i ToursByLocals, a vodiči svoje usluge nude u raznim gradovima.

Digitalizacija sadržaja je omogućila prijenos i unapređenje postojeće ponude na online platforme zbog čega je sve više ljudi uključeno u ekonomiju dijeljenja. Otvorile su se mnoge poslovne prilike, sve je više startupa i malih obrta na tržištu, te poduzetnika i onih koji se specijaliziraju za potrebe novonastalog tržišta. Neki hrvatski startupi kao što je Locodels dostavljaju poštanske pakete i direktno konkuriraju velikim platformama poput Uber-a, dok se na stranici Rentaj-me.hr mogu iznajmiti razna vozila i radna oprema na području Hrvatske. Koncept dijeljenja se širi i na društvene mreže gdje je osnovan pokret solidarne razmjene u kojoj se korisnici iz različitih destinacija međusobno dogovaraju o dostavi poljoprivrednih proizvoda i drugih dobara, a broji 15 grupa diljem Hrvatske sa 50 do 100 članova⁴³. Stanovništvo je većinski pozitivno reagiralo i prihvatilo promjene na tržištu, međutim nastali su i problemi koji su izazvali negativne emocije i otpor prema ekonomiji dijeljenja.

3.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na turističko tržište Hrvatske

Ekonomija dijeljenja je donijela niz pozitivnih učinaka na turizam Hrvatske. U Hrvatskoj postoje mnogi objekti jedinstvene arhitekture i dizajna koji se iznajmljuju preko Airbnb-a poput kućica na drvetu u Lici, Dubrovniku ili Plitvičkim jezerima, apartmana koji se nalaze u starim tornjevima i svjetionicima na Hvaru, starom vinskom podrumu koji se nalazi u centru Splita ili čak u obnovljenom srednjovjekovnom dvorcu na Braču. Manja mjesta i ruralna područja poput onih u

⁴³ Laslavić, Željka, Modeli ekonomije dijeljenja prisutni u Hrvatskoj, Lider, 2015, 1.

Istri, Dalmatinskoj Zagori, Slavoniji, Baranji i Međimurju su se razvila zahvaljujući ekonomiji dijeljenja jer su platforme omogućile dodatni izvor prihoda za iznajmljivače potičući lokalnu potrošnju i podupirući male poduzetnike i obrte što je posljedično smanjilo nezaposlenost i raseljavanje stanovništva. Prenamjena i uređenje već postojećeg prostora je povećalo vrijednost nekretnina i smanjilo zagađenje okoliša jer nema dodatne gradnje. Zbog pojeftinjenja smještaja rasla je platežna moć turista jer su odvajali manje novca za prijevoz i smještaj pa im je ostajalo više novca za druge aktivnosti i potrošnju u lokalnim restoranima, trgovinama, obrtima i drugim poslovnim subjektima. To je ravnomjernije raspodijelilo novac među pružateljima usluga, ali i destinacijama. Digitalne platforme su prisilile Hrvatsku na digitalizaciju sustava za praćenje broja dolazaka i noćenja E-visitor, na uvođenje DMS (Destination Management System) platformi za centralizirano praćenje turističkih aktivnosti, resursa i promocije, zatim uvođenje TIS-a (Turističkog informacijskog sustava) koji koriste turističke zajednice ili lokalne uprave u iste svrhe, BMS sustava (Booking Management System) za upravljanje rezervacijama i smještajem koji pretežno koriste hoteli, te CRM-a (Customer Relationship Management) koji prati i upravlja odnosima s posjetiteljima i ciljnom publikom. Destinacije poput Dubrovnika, Splita i Pule su implementirale digitalne informacijske centre koji pružaju korisne informacije o destinaciji putem interaktivnih zaslona, mobilnih aplikacija ili internetskih platformi. Danas skoro svaka destinacija u Hrvatskoj ima svoju web stranicu i koristi društvene mreže za promociju sadržaja. Sve je to uvezalo hrvatski turizam na nacionalnoj razini i podiglo kvalitetu, a automatizirana razmjena podataka je skratila procedure pokretanja poslovanja u turizmu, smanjila troškove i omogućila učinkovitije i održivo poslovanje. S obzirom da je ekonomija dijeljenja usko vezana uz održivi razvoj, potaknula je ideju o razvoju pametnih gradova pa danas skoro svaka destinacija ima i besplatan wifi, pametne bicikle i skutere za najam, mobilne aplikacije za navigaciju, za virtualne ture, proširenu stvarnost, informacije o događajima, rezervaciju usluga i sve ostalo što uveliko olakšava kretanje i donosi vrijednost turistima.

Airbnb je po dolasku u Hrvatsku, točnije 2015. godine, imao preko 1.000 aktivnih objekata samo u Zagrebu od čega su 80% bile kompletne smještajne jedinice (stanovi ili apartmani). Ukupan broj raspoloživih kreveta na Airbnb-u je bio između 3.000 do 4.000, a prema službenoj statistici u Zagrebu je u isto vrijeme bilo nešto više od 7.500 hotelskih kreveta. Dakle, na dva hotelska kreveta je dolazio jedan krevet u sustavu Airbnb-a s tim da se nije znalo u kojoj su mjeri

objekti registrirani, odnosno neregistrirani⁴⁴. To je u početku negativno utjecalo na ostvarene performanse hotela u Zagrebu, odnosno propuštenu priliku za bolji rast zarade i zaposlenosti, te veći porezni prihod. Novije istraživanje o utjecaju Airbnb-a na glavne pokazatelje uspješnosti hotelskog sektora u Hrvatskoj pokazuje pozitivne rezultate za RevPar i ADR i faktore, dok negativno utječe na popunjenost kapaciteta⁴⁵. To pokazuje da su se hoteli u Hrvatskoj uspjeli prilagoditi novim trendovima, ali da i dalje ne mogu privući dovoljan broj posjetitelja. Iako se sve više diferenciraju i specijaliziraju za određenu publiku, rast privatnog smještaja smanjuje cijenu apartmana što je mnogim turistima bitnije od same kvalitete i komfora koji pružaju hoteli, te tako rezerviraju apartmane umjesto hotela. Cijene na platformama Airbnb i Booking.com određuje domaćin u skladu sa tržištem ukoliko nije registriran u lokalnoj turističkoj zajednici koja je za to zadužena. U Hrvatskoj je praksa da domaćini proviziju od Booking.com-a koja iznosi 17% prevale na turiste i tako povećaju cijenu smještaja. S obzirom da u cijenu zaračunaju i boravišnu pristojbu, kada odbiju te troškove od cijene apartmana ostaje im čisti profit. To vrijedi za one koji su registrirani na platformama, ali ne i turističkom uredu pa ne plaćaju poreze. Kako nitko nije kontrolirao iznajmljivače, oni su predstavljali nepravednu konkurenciju za hotele. Ta nepravda je uzrokovala i mnoge druge prosvjede u Hrvatskoj, što je donijelo nesigurnost i mržnju među ponuđačima usluge. Najbolji primjer je Uber kada su taksisti na sve načine pokušavali „otjerati“ konkurenciju pa su prijavljivali uvezena auta carini koja ih je kasnije oduzimala, a također su pratili vozače Ubera i dolazilo je do fizičkih obračuna. Naime, Uber u svojoj listi vozača nije naveo taksi dozvolu pa je time omogućio bilo kojoj fizičkoj osobi (koja posjeduje automobil do određene razine starosti, ima vozačku dozvolu i nije kažnjavana) da obavlja posao kao i licencirani taksist. Zakašnjela reakcija Vlade na regulaciju tržišta ostavila je i prostor za razvoj stambene krize zbog povećanja kratkoročnog najma, naročito u obalnim gradovima. Iznajmljivači su uvidjeli da mogu puno više zaraditi od kratkoročnog najma, da je paušalni porez mnogo niži od poreza kojem podliježu dugoročni iznajmljivači i da je godišnja stopa povrata na investicije znatno veća. Na primjer, iznajmljivači mogu zaraditi 400 do 500 eura mjesečno od najamnine za stan što je 13 do 17 eura dnevno, a ako isti stan iznajmljuju turistima mogu dnevno zaraditi i do 100 eura. Također, za trokrevetni apartman u kratkoročnom najmu će platiti 60 eura poreza godišnje (20 eura za svaki

⁴⁴ Biberović, Mia, Airbnb je pozitivna disruptivna promjena u hrvatskom turizmu – ako se regulira!, Netokracija, 2016, 1.

⁴⁵ Zadel i Magaš. „Influence of Airbnb on hotel sector performance indicators in Croatia,“ Tourism & hospitality industry 2020, Trends and Challenges, 2020, 159.

krevet), dok će za isti apartman u dugoročnom najmu platiti 460 eura godišnje (ukoliko ga iznajmljuju po cijeni od 500 eura). Takvi se apartmani iznajmljuju samo ljeti, dok preko zime propadaju i stoje prazni ili se stanari moraju iseliti prije početka sezone i tražiti drugi smještaj. Cjelogodišnjih stanova je malo, brzo se iznajme, a mjesečne stanarine su vrlo visoke zbog aktualnog tržišta. Kupnja nekretnine u većim destinacijama se čini skoro nemoguć zadatak za mlade zbog čega su prisiljeni da žive u okolnim mjestima van gradske jezgre. Gradovi poput Dubrovnika ostaju bez domicilnog stanovništva, a oni koji ostaju su stariji ljudi koji već imaju nekretninu ili bogati koji si je mogu priuštiti. Apartmanizacija obale i nekontrolirana gradnja, prekomjerni turizam, gužve na javnim prostorima i visoki troškovi života dugoročno negativno utječu na destinaciju jer ne zadovoljavaju potrebe mladih. U budućnosti bi moglo nedostajati doktora, inženjera i drugih visokoobrazovanih pojedinaca, kao i drugih koji si tek sa nižim primanjima ne mogu priuštiti život u ovakvim destinacijama. Razvijenijim destinacijama poput Dubrovnika upravljaju oni koji imaju moć i novac, a njihovi se interesi razlikuju od interesa stanovništva što dovodi do gubitka identiteta, tradicije i načina življenja u destinaciji. Zbog iseljavanja stanovništva grad dugoročno ne bi imao od koga ubirati poreze niti u koga ulagati, pa se gubi svrha takvih institucija. Također, gubi se prvobitna svrha platformi, a to je dijeljenje. Zbog povećanog broja turista u destinacijama otvorili su se mnogi novi ugostiteljski i trgovački objekti, ali potrošnja se raspodijelila i nije nužno veća jer turisti nisu odani niti jednom turističkom objektu. Većini turista je cijena najbitnija i ponovni posjet destinaciji ne znači da će se vratiti prvom domaćinu. Oni koji putuju u više destinacija žele uštedjeti novac na putovanju pa tako kuhaju u apartmanu, obilaze street food i lokalne restorane koje su im preporučili domaćini, a često koriste i najjeftinija prijevozna sredstva za kretanje. Tako korisnici Couchsurfinga u Hrvatskoj u prosjeku troše manje od 50€ dnevno, što je u pola manje od prosjeka prije pandemije COVID-19 koji je iznosio 98€ (115€ u Kontinentalnoj i 97€ u Jadranskoj Hrvatskoj⁴⁶). S obzirom da korisnici ne plaćaju smještaj kod domaćina, Hrvatska kao destinacija u jednom danu ostvaruje gubitak od smještaja od skoro 7000€⁴⁷. Iako su uštedjeli na smještaju, istraživanja pokazuju da takvi turisti taj novac ipak ne potroše u destinaciji već ga koriste u druge svrhe. Tu se postavlja pitanje o dugoročnom omjeru koristi i gubitka za jednu destinaciju. Ekonomija dijeljenja bilježi enormne

⁴⁶ Gračan, Ekmečić i Musa. „Couchsurfing User Preferences and the Impact of the Platform on Destination Tourism,“ *Journal of Maritime & Transportation Science*, 2022, 103.

⁴⁷ Gračan, Ekmečić i Musa. „Couchsurfing User Preferences and the Impact of the Platform on Destination Tourism,“ *Journal of Maritime & Transportation Science*, 2022, 103.

stope rasta u Hrvatskoj, a prema Hrvatskoj gospodarskoj komori godišnji prihod od iznajmljivanja smještaja bez posrednika je oko 500 milijuna eura, odnosno, čak je i veći za još 100 milijuna zbog sive ekonomije za koju se procjenjuje da nadilazi 20 posto svih noćenja⁴⁸. Prema The Travel & Tourism Competitiveness Report-u iz 2021. godine, Hrvatska je na 46. mjestu od ukupno 117. zemalja u domeni razvoja sektora putovanja i turizma⁴⁹. Istaknuta je problematika poreznog sustava za poticanje investicija i učinkovitosti rješavanja sporova. U prilog navedenom ide i procjena na „Doing business“ ljestvici Svjetske banke koja je Hrvatsku postavila na 51. mjesto od ukupno 190 zemalja, najviše zbog nerješavanja građevinskih dozvola, nepovoljne atmosfere za dobivanje kredita i sporom pokretanju poslovanja⁵⁰ što sveukupno smanjuje konkurentnost destinacije i inozemna ulaganja. Svi navedeni problemi dugoročno ugrožavaju održivost hrvatskog turizma, a aktualne politike i regulacije ekonomije dijeljenja su objašnjene u narednom poglavlju.

⁴⁸ Duvnjak, Igor. „Ekonomija dijeljenja postaje princip života: Pokret otpora globalnom kapitalizmu raste kao kvasac,“ Novi List, 2016, 1.

⁴⁹ Uppink i Soshkin „Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future,“ World Economic Forum, 2022, 13.

⁵⁰ The World Bank, Doing Business Archive, The World Bank web, 2023, 1.

4. Osvrt na aktualne politike i regulacije ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj

Hrvatska je tijekom godina uspostavila određene pravne regulacije za ekonomiju dijeljenja na turističkom tržištu. Platforma Booking.com je u Trgovačkom sudu registrirana kao društvo s ograničenom odgovornošću za promidžbu sa NKD-om Agencije za promidžbu (reklamu i propagandu), dok su Uber i Bolt registrirani kao društvo s ograničenom odgovornošću za promidžbu i usluge profesionalne podrške. U tom slučaju bi se trebale tretirati kao profitne tvrtke i ispunjavati svoje obveze prema zakonu Hrvatske, međutim to nije slučaj. S druge strane, Airbnb je registriran kao strana tvrtka što znači da ima poslovnu prisutnost u zemlji ali podliježe poreznim pravilima i propisima svoje matične države. Airbnb na svojoj web stranici ima istaknut pravilnik o oporezivanju privatnog smještaja u Hrvatskoj u 2024. godini koji uslovljava iznajmljivače na registraciju kako bi ih platforma verificirala, što pokazuje neku saradnju u korist državnih institucija. Iznajmljivači na platformama su dužni plaćati porez na dohodak i PDV. Ako godišnji primici iznajmljivača prelaze granicu od 39.816,84 eura to se smatra dohotkom od samostalne djelatnosti i obavezno je plaćanje PDV-a od 13%, kao i vođenje knjiga i dostavljanje podataka o visini prihoda. Ukoliko primici ne prelaze tu granicu, onda se dohodak smatra dohotkom od imovine i PDV nije obavezan, kao ni vođenje knjiga i dostavljanje podataka. Porezna uprava Hrvatske će u budućnosti u suradnji sa Booking.com-om uspoređivati podatke za provjeru cenzusa ukupnih godišnjih primitaka od 39.816,84 eura što će pomoći u kontroliranju sive zone poslovanja. Isto vrijedi i za druge digitalne platforme koje pružaju usluge i najam prijevoza. Prema zakonu u Hrvatskoj, svaki smještajni objekt treba biti registriran i kategoriziran zbog održavanja razine kvalitete. Po registraciji se dobije pristup sustavu E-visitor za prijavu i odjavu turista putem kojeg se mogu pratiti kretanja i broj turista te tako dobiti bolja kontrola. Međutim, to pravilo uvijek ne vrijedi jer na primjer turisti na Couchsurfingu dolaze u nekategorizirani smještaj (privatne stanove/kuće) pa domaćini nisu obvezni platiti boravišnu pristojbu za „prijatelje koji ih posjećuju“. Nigdje u zakonu nije definirano mogu li se korisnici Couchsurfinga predstaviti kao „prijatelji“ ili ne pa ih domaćini u praksi ne prijavljuju. To remeti statističke podatke i jedini način kako se turisti mogu zabilježiti u sustavu policije je putem graničnih prijelaza. Međutim, zbog otvorenih granica Europske unije ni taj scenarij nije prikladan za sve turiste. Hrvatska nema definirane zakone za Couchsurfing, ali ni za slične platforme poput EatWith koje su registrirane kao neprofitne tvrtke.

Što se tiče pravne regulacije iznajmljivača na Airbnb-u, oni koji su registrirani u turističkoj zajednici se tretiraju kao samostalni poduzetnici ili obrtnici što znači da su prošli kategorizaciju (posluju po određenim standardima i propisima kvalitete), te da sami snose odgovornost za plaćanje doprinosa za mirovinsko i zdravstveno osiguranje. S druge strane, pitanje pravnog statusa vozača Ubera u Hrvatskoj je složeno jer može varirati ovisno o tumačenju zakona i sudskim odlukama. Iako je Uber registriran kao društvo sa ograničenom odgovornošću koje po Hrvatskom zakonu ima status poslodavca, oni su se specijalizirali za djelatnost „promidžbe i usluge profesionalne podrške“ pa tvrde da njihovi vozači nisu zaposlenici već partneri koji surađuju sa Uberom kao treća strana koja pruža usluge prijevoza putem platforme. Vozači se stoga tretiraju kao samostalni poduzetnici ili neovisni izvođači koji sami snose odgovornost za svoje poslovanje. Prema trenutnom zakonodavstvu, vozači Ubera i drugih sličnih platformi u Hrvatskoj ne moraju nužno imati registriran obrt da bi obavljali djelatnost prijevoza putnika, dovoljno je da se registriraju kao fizičke osobe koje obavljaju samostalnu djelatnost i plaćaju porez na dohodak. Prema tome, dužni su sami plaćati mirovinsko i zdravstveno osiguranje, kao i osiguranje vozila i druga osiguranja. Porezne obveze Ubera kao poduzeća su plaćanje poreza na dobit i PDV-a. Cijeli sustav funkcionira tako što putnik plati uslugu, novac zatim sjeda na račun tvrtke u Nizozemskoj koja oduzima 25% provizije, te ostatak novca uplaćuje nazad na račun vozača u Hrvatskoj koji iz toga plaćaju sve potrebne izdatke. Što se tiče licenci i standarda usluge, Zakon o prijevozu u cestovnom prometu iz 2018. je prisilio vozače Ubera da odu na edukaciju kako bi stekli potrebne kvalifikacije i tako se izjednačili sa taksistima. Sva Uberova vozila su od dolaska zakona morala biti do maksimalno 7 godina starosti. Uvedeno je i obavezno posjedovanje licence što je smanjilo broj vozača, ali je licencu učinilo dostupnijom smanjivši joj cijenu na 10% prosječne plaće u Hrvatskoj⁵¹. Vremenom su se pojavljivali novi problemi jer su se cijene po kilometru smanjivale što je automatski značilo manju zaradu nakon podmirenja svih troškova. Drugim riječima, Hrvatska nije imala zakon o cijeni rada već je tržište prepustila algoritmu platformi zbog čega vozači nisu imali pravo na minimalni iznos zarade. Zbog prevelike kulminacije nezadovoljstva u vezi ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj, 2021. godine je osnovan Sindikat radnika digitalnih platformi, prvi takav u Hrvatskoj, s ciljem utvrđivanja radno-pravnog statusa radnika i poslodavaca, te rješavanja aktualnih problema poput nepostojanja prava na minimalnu plaću, plaćenog bolovanja, godišnjeg odmora, osiguranja od nezgode na radu i ostalih prava koja

⁵¹ Hrvatski sabor, Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine, Narodne novine, 123/17, 2022, 18.

proizlaze iz statusa radnika. Njihove aktivnosti trenutačno nisu ostvarile neke veće ciljeve, ali djeluju ka tome da zaštite prava potrošača. U Hrvatskoj postoje zakoni i propisi koji se odnose na sigurnost i zaštitu potrošača u kontekstu ekonomije dijeljenja koji podrazumijevaju opće zakone o zaštiti potrošača ali i one koji reguliraju određene djelatnosti ili sektore (u turizmu najviše kategorizacija garantira sigurnost jer donosi određene standarde). Osim toga, u cijeloj Europskoj uniji djeluje Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR). Registracija objekta je bitna i zbog osiguranja od štete koja se u tom slučaju može naplatiti od platformi u slučaju da nude takve pogodnosti (Airbnb nudi osiguranje do određenog iznosa), ili od osiguravajuće kuće, te naposljetku putem sudskog spora. Kazne za nepoštivanje pravila na platformi treba donositi sama platforma, dok država ima pravo novčano kazniti ili oduzeti licencu, to jest suspendirati poslovanje iznajmljivača ukoliko se uspostavi da nije registriran u skladu sa zakonom. Međutim, zbog prevelikog broja objekata takve kontrole se u Hrvatskoj ne provode. Tek posljednjih godina Vlada uvodi strožije mjere pa daje ovlasti različitim institucijama za kontrolu aktivnosti korisnika platforme. Turističke zajednice će sa novom Strategijom imati više ovlasti za određivanje prihvatnog kapaciteta destinacije, te za modernizaciju i prilagođavanje javne i privatne turističke infrastrukture u destinacijama što bi moglo ograničiti negativne učinke ekonomije dijeljenja na destinaciju. U kontekstu kratkoročnog najma, Hrvatska još nema definirane zakone koji ograničavaju ili zabranjuju otvaranje novih turističkih objekata. Potiče se rast subvencija i poticaja, naročito za mlade u vidu povoljnih stambenih kredita, zatim se uvode programi za socijalno stanovanje namijenjeni osobama ili obiteljima s nižim prihodima, promiče se izgradnja novih stambenih objekata u gradovima, revitaliziraju se postojeća naselja i podiže kvaliteta smještaja i infrastrukture, a sve u cilju rješavanja stambene krize i sprječavanja odlaska mladih i radno sposobnih stanovnika van države. Ovdje ključnu ulogu igraju urbanistički planovi jer mogu napraviti balans između turističkih aktivnosti i svakodnevnog života u destinacijama. Aktivno i temeljito planiranje urbanih prostora pomaže u očuvanju kulturnog i prirodnog identiteta destinacije, doprinosi kvaliteti boravka jer može predvidjeti izgradnju atraktivnih javnih prostora poput parkova, trgova ili šetnica, a može potaknuti i raznolikost smještajnih kapaciteta što poboljšava turističko iskustvo. Problem se javlja kada bogati ljudi ulažu velik novac u destinacije i očekuju da će im one „izići u susret“ po pitanju urbanističkih dozvola za gradnju apartmana na lokacijama koje nisu uvijek predviđene za takve aktivnosti. U Hrvatskoj se to i dalje dešava,

naročito u obalnim destinacijama gdje interesi manjine prevladavaju većinu zbog čega je teško uspostaviti konkretna pravila i regulirati gradnju u korist destinacije i njenih stanovnika.

4.1. Rezultati provedenog istraživanja

U sklopu izrade ovog diplomskog rada provedeno je istraživanje, odnosno usporedba Hrvatske sa konkurentskim destinacijama Slovenijom i Italijom prema glavnim problemima ili područjima pravne regulacije u turizmu koje je definirala Europska unija, a koja su objašnjena u poglavlju 3.3.: porezi, licenciranje i certifikacija, sigurnost, odgovornost i povjerenje, jednakost (rad i konkurencija), vrste pravnog oblika i korištenje zemljišta, planiranje i potpora. Korištena je znanstvena metoda komparativne analize koja uključuje identifikaciju relativnih pokazatelja, prikupljanje podataka i informacija o zakonima, politikama i aktualnim dešavanjima u destinacijama, zatim analizu prikupljenih podataka kako bi se identificirale sličnosti i razlike i tumačenje rezultata. Također su korištene deskriptivna analiza i meta-analiza. Cilj istraživanja je bio saznati upravlja li Hrvatska uspješno sa aktualnim promjenama koje se dešavaju na turističkom tržištu zbog ekonomije dijeljenja, pritom koristeći smjernice Europske unije za regulaciju tih izazova. U tu svrhu je napravljena komparacija sa direktnim konkurentima Slovenijom i Italijom koje su također uspješne destinacije sa dugogodišnjom tradicijom u turizmu i konkuriraju na istom tržištu kao Hrvatska, kako bi se odredilo koja od njih uspješnije upravlja sa aktualnim promjenama koje im se dešavaju. Postavljene su dvije hipoteze koje podupiru ove ciljeve:

- H0: Hrvatska uspješno upravlja aktualnim promjenama na turističkom tržištu prateći smjernice Europske unije za regulaciju glavnih izazova ekonomije dijeljenja u turizmu.
- H1: Hrvatska uspješnije upravlja aktualnim promjenama na turističkom tržištu naspram konkurentskih destinacija Slovenije i Italije.

Prva konkurentna država je Slovenija koja ima mnoge sličnosti sa Hrvatskom poput obalnog turizma na Jadranskom moru koji svake godine privlači velik broj turista u popularne destinacije Piran, Kopar i Portorož, zatim nudi aktivni odmor u prirodi i nacionalnim parkovima kao što je Triglav, kulturnu baštinu kroz povijesne gradove, utvrde, crkve, muzeje i tradicionalne običaje, gastronomske lokalne specijalitete i enološku tradiciju, te pozitivne prakse održivog turizma koji se sve više razvija u obje destinacije. O ekonomiji dijeljenja u Sloveniji se raspravlja od 2011. godine, mnogo ranije nego u Hrvatskoj. Ona je donijela iste pozitivne promjene poput

digitalizacije sustava i sadržaja u destinaciji, pametnih gradova, povećanja i diverzifikacije smještajnih kapaciteta, dodatne zarade za stanovništvo i raznih održivih praksi u kojima Slovenija prednjači ispred Hrvatske. Jedna od glavnih snaga turizma Slovenije je integracija turističkih proizvoda koja ne bi bila moguća bez ekonomije dijeljenja. Trenutno je 6.886 smještajnih objekata na Booking.com-u, 3.200 domaćina na Airbnb-u sa ostvarenih 208.000 noćenja od kojih je 51% u Ljubljani⁵² (posljednji dostupni podatak iz 2018. godine) i 62.555 korisnika na Couchsurfingu (manje nego u Hrvatskoj koja broji 100.261 korisnika). Od prijevoznih platformi najviše se koriste Uber, BlaBlaCar i GoOpti (35.000+ putnika svaki mjesec). SWOT analiza slovenskog turizma je istaknula lošu prometnu povezanost javnim prijevozom kao slabost destinacije zbog čega se pretpostavlja da se turizam posljedično oslanja na platforme ekonomije dijeljenja i da su jako važne. Također se ističe i nedostatak radnika u turizmu (iseljavanje mladog stanovništva), prebrz i nekontroliran razvoj turizma u određenim područjima, neravnomjerna raspodjela aktivnosti u prirodi i opterećenost prostora, te velike razlike u upravljanju među destinacijama jer često djeluju neovisno i imaju vlastite ciljeve, strategije i marketinški pristup umjesto da su uvezane kroz zajednički cilj. Sve navedeno se može povezati sa ekonomijom dijeljenja čije karakteristike uzrokuju ovakve promjene. U registru Agencija za javne evidencije i usluge (AJPES) stoji da su platforme Booking.com, Bolt i GoOpti registrirane kao d.o.o. poduzeća, dok informacije o Airbnb-u i Uberu nisu dostupne ili ne postoje. U Sloveniji su iznajmljivači dužni plaćati porez na dohodak i PDV jer se tretiraju kao pojedinci (fizičke osobe) koji obavljaju poslovnu djelatnost. To znači da iznajmljuju kratkoročno na najviše 5 mjeseci u kalendarskoj godini nudeći maksimalno 15 kreveta. Ukoliko iznajmljuju na duži period ili imaju više nekretnina (više kreveta), tretiraju se kao samozaposlene pravne osobe i dužni su plaćati porez na dobit u iznosu od 19%. Pravne osobe imaju regulirano mirovinsko i zdravstveno osiguranje, dok su fizička lica dužna samostalno inicirati uplatu. Pravna lica također imaju porezne olakšice za kupnju određene imovine, naknade za donacije, istraživanje i razvoj, ulaganje u digitalizaciju i prijelaz na zeleno poslovanje. Porez na dohodak varira u zavisnosti od zarade; ukoliko je godišnji prihod ispod 50.000€ plaća se 20% poreza, a ukoliko prelazi 50.000€ plaća se progresivna porezna stopa u rasponu od 16% do 45%. Budući da Airbnb ne pruža najam, odgovornost je domaćina da razmotri lokalne obveze PDV-a.

⁵² Obrč, Polona. „The Impact of Airbnb on Long-Term Rental Housing: The Case of Ljubljana,“ *Critical Housing Analysis*, vol. 8, 2021, 151.

Za iznajmljivače koji imaju nekretninu izvan Slovenije PDV je 22%⁵³. Porez se prijavljuje putem elektroničkog poreznog sustava eDavki (Hrvatska ima isti sustav ePorezi) što pomaže u kontroliranju iznajmljivača jer se prijavljeni porez uspoređuje sa izvještajima koje Airbnb dostavlja na godišnjoj razini pa se tako sprječava poslovanje u sivoj zoni. Iznajmljivači ne plaćaju poseban porez na imovinu, već samo turističku pristojbu (2,50€) i promotivnu pristojbu (25% od iznosa boravišne pristojbe) za svakog gosta. Zakon jasno ističe da je iznajmljivač dužan registrirati i kategorizirati objekt (radi uspostavljanja standarda kvalitete) jer u suprotnom radi na crno i podliježe kaznama za nezakonito iznajmljivanje nekretnine koje se kreću od 400€ do 30.000€. Kazna za nepodnošenje PDV-a kreće se od 2.000€ do 125.000€⁵⁴ zbog čega su iznajmljivači dužni definirati svoj status i paziti na pravne regulacije. Sve navedeno pokazuje da Slovenija ima bolje razvijen sustav za upravljanje ekonomijom dijeljenja jer su prava i obveze jasnije definirane. U slučaju prijevoza, situacija je slična kao u Hrvatskoj. Iako su kompanije registrirane kao d.o.o., radnici se tretiraju kao poslovni partneri i sami su dužni plaćati porez i obveze. Vozači Ubera su dužni proći obuku i pridržavati se svih standarda koji vrijede za taksiste, odnosno imati licencu. Uber je u Sloveniju došao relativno kasno, 2021. godine i prisutan je samo u Ljubljani, Mariboru i nekim manjim gradovima. Za razliku od Hrvatske, Slovenska Vlada je prije dolaska Ubera prvo odredila prednosti i mane Ubera za destinaciju i izmijenila zakone uglavnom usmjerene na mobilnost kroz korištenje digitalnih tehnologija. Iako su izjavili da bi zakoni trebali biti isti kao za taksiste, mnogi se nisu složili sa tim izmjenama jer Slovenija već ima jedan od najviših nivoa digitalizacije taksi industrije u svijetu koji ni na koji način ne ometa digitalizaciju, pa su smatrali da je dovođenje kompanije nepotrebno, pa čak i negativno. Zakonodavstvo Slovenije propisuje da pružatelj usluge mora unaprijed objaviti cjenik svojih usluga i istog se pridržavati što ne ide u prilog dinamičkoj promjeni cijena koju provodi Uber. Također, Uber ima veću proviziju i ne bi plaćao PDV u Sloveniji već u Nizozemskoj gdje je registriran, dok taksisti plaćaju PDV u državi, a usluge drugih digitalnih platformi plaćaju mnogo manje, tj. 0,2% od prihoda⁵⁵. Ipak, u Sloveniji nije bilo većih protesta protiv kompanije jer su se na vrijeme znala prava i obveze, ali nezadovoljni taksisti su i dalje putem Sindikata pokušavali lobirati u svoju korist. Slovenska Vlada je išla sa

⁵³ Neovisna odvjetnička firma u Hrvatskoj, „Slovenia – Tax Considerations on Short-Term Lettings,“ Airbnb – Tax Guide 2023., 2022, 1.

⁵⁴ Financijska uprava Republike Slovenije, Stan iznajmljujem preko Airbnb-a i Booking-a, . Financijska uprava Republike Slovenije web, 2024, 1.

⁵⁵ Prebil, Gregor. „Uber u Sloveniji: Cijena će rasti, kvaliteta usluge će pasti,“ Z24.si., 2020, 1.

idejom o poboljšanju digitalizacije i otvaranju tržišta za nove prilike koja se učinila kao dobro rješenje za lošu prometnu povezanost između destinacija pa se može reći da Slovenija kao destinacija treba usluge koje pruža ekonomija dijeljenja. U Sloveniji trenutno djeluje Savez slobodnih sindikata Slovenije, ali i dalje ne postoji „specijalizirani“ sindikat koji bi zaštitio radnike digitalnih platformi kao u Hrvatskoj. Slovenija ima jasno definirane zakone o zaštiti potrošača, ali ne i digitalnih platformi u kontekstu sigurnosti i odgovornosti od štete na imovini. Airbnb sam po sebi pruža određenu razinu zaštite kroz verifikaciju, a pokriva i određene vrste štete na imovini kroz osiguranje. Obično ima određene uvjete i ograničenja za osiguranje zbog čega je bitno provjeriti uvjete korištenja i politike koje se nude prije nastanka štete. Štetu bi trebao pokriti gost što je u skladu sa zakonom Slovenije i Airbnb-om. Slovenija se kao članica Europske unije također treba pridržavati GDPR-a za zaštitu podataka. O rastu ekonomije dijeljenja u Sloveniji svjedoče brojke o povećanju smještajnih jedinica za odmor, s predviđanjem da će prihod od iznajmljivanja tih jedinica dosegnuti 103,50 milijuna američkih dolara do 2024⁵⁶. godine. Ljubljana kao glavni grad ima najveće tržište za iznajmljivanje stanova u državi. U 2018. godini 26.488 ili 10,2% stanovnika je živjelo u iznajmljenim stanovima⁵⁷, a noviji podaci koje je prikupila slovenska geodetska uprava pokazuju trend da broj najмова na najmanje šest mjeseci ili na neodređeno (dugoročno) sve više pada zbog prelaska na kratkoročno iznajmljivanje. Sve više mladih i obitelji u dobi od 30 do 40 godina teže dolazi do stambenog prostora što potvrđuju evidencije i liste čekanja u općinama i stambenim fondovima. Slovenija je 2021. godine odlučila uspostaviti budžet za izgradnju 10.000 javnih stanova za iznajmljivanje širom zemlje, odnosno 1,3 milijarde eura bespovratnih i povratnih sredstava koji bi riješili stambeno pitanje za najmanje 30.000 ljudi⁵⁸. Prema tim planovima, najam za novi stan od 65 kvadrata u Ljubljani ne bi trebao prelaziti 350 eura mjesečno. Također je odlučila uvesti niz olakšica za izgradnju, adaptaciju ili kupovinu stanova namijenjenih za dugoročni najam. Ti će se stanovi nalaziti u naseljima i regijama koje pokazuju neravnotežu između ponude i potražnje što govori o tome da Slovenska Vlada aktivno prati i regulira stanje na tržištu kako bi riješila novonastalu stambenu krizu i ograničila kratkoročno iznajmljivanje. Slovenija također ima niz zakona i propisa koji reguliraju planiranje i uređenje prostora u turizmu. Najviše se potiče održivi turizam kojem je cilj zaštititi okoliš, kulturnu baštinu

⁵⁶ Statista, Vacation Rentals in Slovenia, Statista web, 2024, 1.

⁵⁷ Obrč, Polona. „The Impact of Airbnb on Long-Term Rental Housing: The Case of Ljubljana,“ Critical Housing Analysis, vol. 8, 2021, 151.

⁵⁸ Nepoznati autor, Zakon o spodbujanju gradnje javnih najemnih stanovanj, . Socijalnidemokrati.si, 2021, 2.

i omogućiti kvalitetu života lokalnog stanovništva. Prema The Travel & Tourism Competitiveness Report-u iz 2021. godine Slovenija je na 39. mjestu ili za 7 mjesta ispred Hrvatske po razvoju turizma, a prema ljestvici „Doing business“ Svjetske banke je na 37. mjestu dok je Hrvatska na 51. mjestu. To govori da Slovenija ima bolje razvijen turizam i uređenije zakone koji olakšavaju poslovanje, a samim time i privlače veći broj stranih investicija u državu.

Druga konkurentna zemlja s kojom se Hrvatska uspoređuje u ovom radu je Italija. Italija je jedna od najpoznatijih turističkih destinacija u Europi sa dugom tradicijom u turizmu i iznimno bogatom kulturno-povijesnom baštinom. U 2022. godini je imala 83.375.000 turista što je skoro pet puta više nego u Hrvatskoj. Prihod od turizma je iznosio 13% BDP-a, odnosno 255 milijardi eura i premašilo je prihod Francuske i Njemačke⁵⁹ (u obzir treba uzeti i multiplikativni učinak turizma na BDP što znači da su se i prihodi drugih sektora povećali). Poznata je po svojoj gastronomiji, snažnoj kulturi i tradiciji, prirodnim ljepotama te modnoj industriji. Zbog velikog broja turista mnoge destinacije u Italiji, a najviše Rim, Venecija, Firenca i Milano, su preopterećene turizmom. Smanjena je kvaliteta života lokalnog stanovništva, nema dovoljno javnih površina, prevelike su gužve, buka, troškovi su visoki i cijene stalno rastu. Turizam je sezonski pa je povećana opterećenost kapaciteta u proljetnim i ljetnim mjesecima. Jedan od najvećih problema u Italiji je politika, odnosno nestabilna politička situacija gdje se vlada stalno mijenja, država ima velik javni dug, institucije su korumpirane, birokracija i administracija su neučinkovite i spore, snažna regionalizacija neravnomjerno razvija destinacije i povećan je priljev migranata koji donosi promjene u društvu. Sve navedeno utječe na turizam jer izaziva sukob interesa i otežava donošenje odluka, uspostavljanje novih zakona i regulativa za ekonomiju dijeljenja ili druge aktivnosti, te smanjuje vjerojatnost da će se provedeni zakoni strožije kontrolirati i provoditi. Ekonomija dijeljenja je donijela mnoge pozitivne učinke na Italiju, naročito u pogledu digitalizacije koja se uveliko primjenjuje u destinacijama kroz aplikacije, pametne gradove, umjetnu i proširenu inteligenciju u muzejima i drugim atrakcijama, te u pogledu povećanja prihoda i poslovanja, inovacija i konkurentnosti. Negativni učinci ekonomije dijeljenja su isti kao u Hrvatskoj i Sloveniji s tim da Italija ima dodatni problem sa velikim brojem lažnih recenzija, cjenovnom diskriminacijom i lažnim fotografijama stvorenim umjetnom inteligencijom koje smanjuju namjere kupnje i lojalnost, te uzrokuju nezadovoljstvo što utječe na imidž destinacije. Italija nije

⁵⁹ Marasco, A. et. al. „Rapporto sul turismo Italiano, XXVI edizione 2022-2023,“ Consiglio Nazionale delle Ricerche,, 2022, 31.

imala unaprijed definirane zakone za regulaciju Airbnb-a prije njegove pojave na tržištu, kao ni Hrvatska. Već nakon prvih par godina prisustva, donesen je zakon o paušalnom plaćanju poreza od 21% ukupnog prihoda, za razliku od progresivnog tradicionalnog oporezivanja osnovanog na ukupnim osobnim prihodima (u rasponu od 23% do 43%)⁶⁰. Talijani ga zovu „Airbnb porezom“, a vremenom se počeo primjenjivati i na dugoročni najam stanova bez posrednika (samo za privatna lica) što govori o tome da je Airbnb uveo svoja pravila na tržište nekretnina. Samostalnim iznajmljivačima u Italiji se smatraju fizičke osobe koje imaju do 5 stambenih jedinica i koje iznajmljuju kratkoročno (svaki najam ispod 30 dana). Ako iznajmljuju više od jedne stambene jedinice prva će se oporezivati po stopi od 21% a ostale po stopi od 26%⁶¹. Samostalni iznajmljivači plaćaju porez na dohodak i u nekim slučajevima PDV u iznosu od 22% bruto iznosa rezervacije, a to ovisi o tome imaju li prebivalište u Italiji i spadaju li u kategoriju domaćina koji pored smještaja nude druge aktivnosti gostima. Airbnb na svojim službenim stranicama predlaže savjetovanje sa lokalnim institucijama u vezi poreza jer plaćanje uveliko ovisi i o regionalnim zakonima, te zakonima destinacije u kojoj se objekt nalazi. Zbog sve većeg broja smještajnih objekata na Airbnb-u i iskorištavanja negativne političke situacije u državi u kontekstu nezakonitih iznajmljivača, Italija je 2019. godine tužila Airbnb za utaju poreza. Najviši sud Europske unije presudio je u korist Italije i kompanija je morala platiti 576 milijuna eura odštete⁶². Sud je također donio odluku da ubuduće Airbnb naplaćuje porez na dohodak, odnosno paušalni porez od 21% na sve kratkoročne najme i da isti uplaćuje na račun Porezne uprave, te da dijeli financijske detalje svih transakcija sa poreskim službenicima. Svatko tko se ne registrira u Poreznoj upravi kao iznajmljivač istog momenta postaje utajivač poreza i snosi novčane kazne u rasponu od 250 do 2.000 eura, ali i mnoge druge. Tako će se spriječiti nezakonito poslovanje i uspostaviti kontrola nad tržištem. Određeno je da će Airbnb također naplaćivati turističke takse, odnosno boravišnu pristojbu putem platforme. S obzirom da svaka destinacija u Italiji ima svoju politiku, na web stranici Airbnb-a su istaknuti postoci i iznosi boravišne pristojbe prema destinacijama i regijama. Na primjer, boravišna pristojba će iznositi 5,5€ po osobi po noći, do maksimalno 7 noćenja za rezervacije u Firenci, 3,00 – 07,00€ po osobi po noći, do maksimalno 5-10 noćenja za rezervacije u Rimu, 6% cijene na popisu, maksimalno 5€ po osobi po noći, za rezervacije od 5 i kraće noćenja

⁶⁰ Studio Legale Metta, Italijanski Airbnb porez, Studio Legale Metta web, 2024, 1.

⁶¹ Airbnb, What kind of taxes do I need to pay as an experience host in Italy?, Airbnb Help Center, 2024, 1.

⁶² Quell, Molly, Airbnb fought the rental tax rules in Italy, and the rules won, Courthouse News Service, 2022, 1.

u Bergamu⁶³ i tako dalje. Sve navedeno ovisi i o kategorizaciji, a Italija ima dugu listu vrsta objekata (i definirane standarde za svaki) što u jednu ruku ovaj sustav čini kompliciranim i nefleksibilnim za nove promjene zakona. Sve navedene promjene su istaknute u novom Zakonu o budžetu za 2024. godinu (Zakonska uredba 50/2017) koja stupa na snagu 1. siječnja 2024. godine, a već od 15. veljače 2024. će Airbnb početi naplaćivati porez i druge obveze u preko 1.200 gradova širom Italije. Država će raditi na uspostavljanju i širenju efikasnih sustava za prikupljanje turističke takse, te digitalizaciji koja će sveobuhvatno unaprijediti kvalitetu i destinacije jer će imati transparentne podatke za donošenje odluka. Airbnb ne predstavlja veliku prijetnju hotelima u Italiji, osim u pogledu cijena ali su vlasnici hotela odmah u početku lobirali vladajuće institucije kako bi ograničili njihovo poslovanje. Tržište je dosta veliko za svijetu, pa se tako i dalje otvaraju novi hoteli domaćih i stranih brendova. S druge strane, vozači taksija su protestirali protiv Ubera jer im je bio direktna prijetnja poslovanju, kao što je bio slučaj u Hrvatskoj i Sloveniji. Italija ima jasno definirane zakonske okvire za ovu djelatnost, a s obzirom da su se ti zakoni neuspješno mijenjali u korist platformi jer se smatraju neovlaštenim zbog nedostatka licence, može se reći da je Uber na teritoriji Italije de facto ilegalan⁶⁴. Zbog toga je prestao poslovati, odnosno neko vrijeme je bio zabranjen, a kasnije se odlučio vratiti na tržište sa potpuno novom aplikacijom s ciljem pružanja podrške vozačima taksija umjesto međusobnog natjecanja. Drugim riječima, Uber pokušava postati platforma dostupna samo tradicionalnim taksistima, obećavajući im da će korištenje platforme doprinijeti optimizaciji rezervacija i radnog vremena, te će povećati ukupnu razinu prihoda i dobiti. Italija je jedno od najvažnijih tržišta platformi ekonomije dijeljenja u Europi zbog čega se trude uspostaviti dobre odnose sa vlastima, regulatorima i gospodarskim akterima kako bi stvorile mirniju klimu i promijenile njihovu percepciju o platformi što bi dugoročno moglo promijeniti njihove stavove u korist platformi. Turističko tržište Italije je vrlo dinamično pa su druge platforme poput Free Now (bivši MyTaxi) i Wetaxi već surađivale sa tradicionalnom taksi industrijom prije povratka Ubera. Kako su se platforme ekonomije dijeljenja razvijale na tržištu, dolazilo je do legislativnih problema ili definiranja radnika kao samostalnih djelatnika ili zaposlenika, naročito u sektoru dostave hrane. Nakon brojnih štrajkova gdje su korisnici tvrdili da su zaposlenici platformi, ministar rada je predložio dva rješenja: da se platforme

⁶³ Airbnb, Naplata i doznaka stanarskog poreza od strane Airbnb-a u Italiji, Airbnb Help Center, 2024, 1.

⁶⁴ Valerio, Stefano. „Italian Style: Legislative Developments in Accommodation, Mobility, Food, Delivery, and Transport in Italy's Collaborative and Sharing Economy,“ Fondazione per l'Ambiente, 2021, 170.

prisile da kolektivno pregovaraju sa vozačima o plaćama i radnim uvjetima ili da se zakonom potvrdi da su korisnici samostalni zaposlenici. U međuvremenu, Tribunal u Torinu je izjavio da su radnici neovisni ugovaratelji platformi te je odbio njihov zahtjev da se priznaju kao zaposlenici ali je određeno da bi trebali imati neke naknade poput minimalne satnice i plaćenih praznika. Vrhovni koalicijski sud je 2020. godine kao najviše zakonodavno tijelo donio odluku da se korisnici u potpunosti trebaju uzeti kao zaposlenici platforme te da trebaju imati prava kao i drugi radnici. Ipak, napravljena je razlika između onih koji su stalno zaposleni (imaju sva prava kao i tradicionalni zaposlenici, te fiksnu minimalnu satnicu) i onih koji povremeno pružaju usluge (imaju pravu samo na fiksnu minimalnu satnicu i osiguranje od nezgoda i ozljeda)⁶⁵. Povremeni pružatelji usluga sami plaćaju porez na dohodak i PDV a u suprotnom te troškove snosi Uber. Sve navedeno se primjenjuje i na druge platforme koje nude usluge prijevoza. Italija je prije donošenja ovih zakona digla tužbu protiv Uber Eats-a i drugih sličnih platformi jer vozače nisu tretirali kao zaposlenike kaznivši ih za 733 milijuna eura zbog kršenja prava o sigurnosti na radu⁶⁶. Osim toga, izglasalo se da Uber svojim zaposlenicima treba dati „adekvatnu“ odjeću, uključujući kacige, rukavice, reflektirajuće prsluke, kao i kompanijske bicikle ili skutere. Iz svega navedenog je vidljivo da Italija pokušava obvezati platforme na preuzimanje odgovornosti za svoje poslovanje, bilo po pitanju radničkih prava, sigurnosti, licenciranja i jednakosti na tržištu te da je uspostavila regulacije za određivanje njihovog pravnog statusa. Među brojnim problemima koje uzrokuje ekonomija dijeljenja u Italiji jedan od ozbiljnijih je stambena kriza. Uzrokuju je ograničena ponuda javnih i socijalnih stanova, izgradnja luksuznih stanova i pretvaranje stambenih zgrada u turističke ili poslovne subjekte koji su koncentrirani u rukama najbogatijih 10% stanovnika, te porast fenomena nelegalnog zauzimanja trošnih, neuređenih i opasnih zgrada bez osnovnih uvjeta⁶⁷. Italija ima velik problem sa deložacijom stanara za razliku od drugih zemalja pa je primarni cilj državne politike napraviti hitne intervencije u pogledu izgradnje novih socijalnih stanova i reguliranja tržišta privatnog iznajmljivanja nekretnina. U nekim regijama poput Katalonije je 2020. godine donesen zakon koji regulira visinu rente što je prvi takav zakon u Južnoj Europi. Ovim zakonom je predviđeno da se u općinama sa više od 20.000 stanovnika „identificiraju“ zone

⁶⁵ Valerio, Stefano, „Italian Style: Legislative Developments in Accommodation, Mobility, Food, Delivery, and Transport in Italy's Collaborative and Sharing Economy,“ Fondazione per l'Ambiente, 2021, 170.

⁶⁶ Armellini, Alvise, Italy fines Uber and food apps, says couriers are employees, TechXplore, 2021, 1.

⁶⁷ Amendo, Raffaele, L'emergenza abitativa in Italia: cause, conseguenze e soluzioni, Avanti!, 2023, 1.

napetosti kako bi se odredile visine rente⁶⁸. Gradovi poput Rima i Firence imaju ograničenja za broj dana tijekom kojih vlasnici mogu iznajmljivati smještaj preko platformi, dok drugi gradovi imaju niz pravnih regulacija po pitanju dozvola za rad što također doprinosi dugoročnom iznajmljivanju smještaja naspram kratkoročnog. Prema The Travel & Tourism Competitiveness Report-u iz 2021. godine, Italija je na 10. mjestu ili za 36 mjesta iznad Hrvatske prema razvoju turizma, a prema ljestvici „Doing business“ Svjetske banke je na 58. mjestu dok je Hrvatska na 51. mjestu što govori o tome da Italija ima velik problem sa unutarnjom političkom situacijom koja joj otežava daljnji razvoj.

4.2. Izazovi i budućnost pravne regulacije ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj

Na osnovu dosadašnjih istraživanja, može se reći da ekonomija dijeljenja ima razoran utjecaj na države i destinacije ukoliko se pravovremeno ne regulira. U Hrvatskoj je ekonomija dijeljenja i dalje relativno nov pojam što bi moglo predstavljati velik problem ukoliko se akademska zajednica zajedno sa vladajućim strukturama ne počne više baviti ovim pitanjem kako bi razumjela sve pozitivne i negativne utjecaje koje ima na turizam i druge sektore gospodarstva. U Hrvatskoj sve zakone donosi Sabor kao najviše zakonodavno tijelo, a Vlada daje prijedlog državnog proračuna i provodi te zakone kroz svoja Ministarstva. To uključuje i Ministarstvo turizma i okoliša Republike Hrvatske koje je zaduženo za donošenje strategija u turizmu, digitalizaciju i EU fondove, održivost, poticanje poduzetništva i tako dalje, a pod kojim djeluje Hrvatska turistička zajednica zadužena za promicanje Hrvatske kao turističke destinacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini. Ova tijela su zadužena za provođenje mjera i regulacija ekonomije dijeljenja, kao i raspodjelu odgovornosti za nadzor i provođenje tih zakona na druga, niža tijela i agencije. Brojni pokazatelji i problemi koje Hrvatska trenutno ima na turističkom tržištu ukazuju na prisustvo korumpiranosti vladajućih institucija što je negativna polazišna točka za donošenje bilo kakvih odluka vezanih uz ekonomiju dijeljenja jer dolazi do sukoba interesa i spore intervencije, odnosno prioritiziranja drugih aktivnosti naspram podizanja standarda i kvalitete života svih stanovnika države. U poređenju sa drugim zemljama, Hrvatska u svojim zakonima dovoljno ne spominje ekonomiju dijeljenja kao pojavu u društvu pa samim time ne donosi ni sve potrebne regulacije u vezi aktivnosti na platformama, pravnim oblicima, sigurnosti i drugim stavkama bitnim za neometano

⁶⁸ Davoli, Chiara, La crisi abitativa: problematiche e soluzioni, Machina, 2021, 1.

funkcioniranje tržišta. S obzirom da je Hrvatska od 2013. godine članica Europske unije, svi zakoni doneseni pod njezinim okriljem djeluju i na Hrvatsku. Europska unija već neko vrijeme planira uvođenje novih zakona za ekonomiju dijeljenja koji će povećati povjerenje i transparentnost platformi, te prisiliti iste na odgovornost prema onima koji putem njihovih platformi nude proizvode i usluge kroz definiranje njihovog pravnog statusa, plaćanje poreza, zaštitu na radu i uvođenje licenci (standarda). Na taj način će spriječiti daljnju monopolizaciju tržišta od strane platformi i vratiti povjerenje i moć u ruke institucija. Novi zakoni će olakšati posao hrvatskim institucijama, ali one i dalje moraju poraditi na implementaciji ovih zakona za svoje tržište. Hrvatska također mora unaprijediti tehnologiju i digitalizirati sustave plaćanja i nadzora ovih aktivnosti kako bi na osnovu prikupljenih podataka mogla donositi bolje odluke i planirati budućnost.

Zaključak

Ekonomija dijeljenja predstavlja značajan trend u turizmu koji donosi brojne prednosti i izazove za industriju. Može se reći da ekonomija dijeljenja omogućuje veću fleksibilnost i pristupačnost turističkih usluga putem platformi Airbnb-a, Booking.com-a, Ubera, Bolta, EathWith-a i drugih, što rezultira većim izborom usluga za korisnike i novim prilikama za pružatelje usluga. Međutim, istovremeno se nameću izazovi poput regulativnih pitanja, poreznih i pravnih ograničenja, sigurnosti, pa čak i legalnosti poslovanja ovih platformi. Zbog toga je važno uspostaviti uravnotežen pristup koji promiče inovacije i konkurentnost, ali istovremeno osigurava zaštitu potrošača, radnika i okoliša u cilju sveopćeg podizanja standarda kvalitete života u destinacijama.

Ekonomija dijeljenja je ubrzala proces digitalizacije u Hrvatskoj, proširila i unaprijedila već postojeće usluge, te potaknula kreativnost i nove ideje u poduzetništvu. Bez ekonomije dijeljenja Hrvatska ne bi bila konkurentna kao što je danas, a s obzirom da se intenzivno razvija u destinaciji kroz primjetan porast privatnog smještaja i dijeljenja prijevoza, u budućnosti se može očekivati da će se otvoriti nova pitanja u vezi upravljanja tim promjenama, odnosno u vezi negativnih učinaka poput prava radnika, utaje poreza, nepropisanih standarda kvalitete, prekomjernog turizma, te stambene krize koja sve više počinje utjecati na svakodnevni život stanovnika Hrvatske. Ekonomija dijeljenja je krenula kao ideja o dijeljenju resursa, ali se pretvorila u ideju o dodatnoj zaradi, decentralizaciji institucija i prenošenju moći na pojedince u vlasništvu nekretnina za iznajmljivanje. Iako i dalje ne postoje pisane regulacije o reguliranju ovih promjena na razini Europske unije, propisan je niz smjernica koje bi se Hrvatska kao članica mogla pridržavati koji se odnose na poreze, licenciranje i certifikaciju, sigurnost, odgovornost i povjerenje, jednakost u radu i konkurentnosti, te na vrste pravnog oblika i korištenje zemljišta, planiranje i potporu.

U ovom radu napravljena je usporedba Hrvatske sa Slovenijom i Italijom kako bi se zaključilo upravlja li Hrvatska uspješnije aktualnim promjenama na turističkom tržištu uz smjernice koje je propisala Europska unija. Istraživanje je pokazalo da Slovenija i Italija uspješnije upravljaju promjenama na tržištu i da imaju bolje razrađene zakone i pravne regulative od Hrvatske što osporava pomoćnu hipotezu H1. Iako se ekonomija dijeljenja pojavila otprilike u isto vrijeme

u svim destinacijama, Slovenija i Italija su brže reagirale na nastale promjene. Slovenija je čak unaprijed razmatrala prednosti i mane prisustva platformi na tržištu o čemu govori činjenica da je odobrila dolazak Ubera tek kada se javila potreba za većim brojem prijevoznika između destinacija. Italija je ubrzo po dolasku platformi na tržište reagirala sa brojnim regulacijama te je postigla najznačajniji napredak. Uspjela je „preokrenuti igru“ u svoju korist pa je pravno obavezala Airbnb na plaćanje poreza i boravišne pristojbe direktno na račun svoje Porezne uprave što joj je omogućilo kontrolu nad sivom zonom, a obavezala je i Uber da pružatelje usluga registrira kao zaposlenike i ponudi im sva radnička prava, osiguranje i radnu opremu. Ipak, treba uzeti u obzir da je Italija jedna od vodećih svjetskih turističkih destinacija na zavidnoj razini razvoja turizma zbog čega i ima mogućnost ostvarivanja ovih prava. Državna politika i kompleksna organizacija turizma su u jednu ruku mana za provođenje novih regulacija pa su državni organi Italije morali implementirati zakone ekonomije dijeljenja za svaku regiju pojedinačno što nije slučaj sa Slovenijom i Hrvatskoj. Još jedan argument koji podupire osporavanje pomoćne hipoteze je da Slovenija i Italija imaju bolje razrađene zakone, a pod tim se misli na detaljne razlike između kratkoročnog i dugoročnog iznajmljivanja, samostalnih poduzetnika i zaposlenika, te prava i obveza oko plaćanja poreza. Jasno se ističu i posljedice utaje poreza i ilegalnog iznajmljivanja. U svim državama je prisutna stambena kriza za koju mnogi autori navode da je najveća negativna posljedica ekonomije dijeljenja. Svaka država nudi kredite i potiče gradnju javnih stanova, a Italija ponovo prednjači jer uvodi kontrole visine rente i različite pravilnike o iznajmljivanju.

Glavna hipoteza ovog rada odgovara na pitanje upravlja li Hrvatska uspješno aktualnim promjenama na svom turističkom tržištu prateći navedene smjernice Europske unije. U usporedbi sa konkurentskim zemljama Slovenijom i Italijom, te na osnovu rješenja koja je donijela za aktualne probleme na tržištu, može se zaključiti da Hrvatska nedovoljno upravlja promjenama koje se dešavaju na turističkom tržištu, odnosno ne upravlja uspješno kao druge zemlje. Iako slijedi sve smjernice Europske unije, neka područja poput porezne politike i konkurentnosti su bolje regulirana od vrsta pravnog oblika i korištenja zemljišta što znači da ima dosta prostora za napredak. Zbog toga je i glavna hipoteza rada H_0 također osporena. Pasivna politika i nedostatak proaktivnosti ne doprinose poboljšanju regulacija ekonomije dijeljenja, pa samim time dugoročno ne rješavaju ni bitna pitanja u državi što se mora promijeniti ukoliko Hrvatska želi bolju budućnost u turizmu.

Bibliografija

- Airbnb. *Airbnb service fees*. Airbnb Help Center, (2024).
<https://www.airbnb.com/help/article/1857> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Airbnb. *Naplata i doznaka stanarskog poreza od strane Airbnb-a u Italiji*. Airbnb Help Center, (2024).
<https://www.airbnb.com/help/article/2287> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Airbnb. *What kind of taxes do I need to pay as an experience host in Italy?* Airbnb Help Center, (2024).
<https://www.airbnb.com/help/article/1690> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Amendo, Raffaele. *L'emergenza abitativa in Italia: cause, conseguenze e soluzioni*. Avanti!, (2023).
<https://www.avantionline.it/lemergenza-abitativa-in-italia-cause-conseguenze-e-soluzioni/>
(pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Armellini, Alvise. *Italy fines Uber and food apps, says couriers are employees*. TechXplore, (2021).
<https://techxplore.com/news/2021-02-italy-fines-uber-food-apps.html> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Biberović, Mia. *Airbnb je pozitivna disruptivna promjena u hrvatskom turizmu – ako se regulira!* Netokracija, (2016.).
https://www.netokracija.com/airbnb-sinisa-topalovic-horwath-htl_____omgcommerce-118953 (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- BlaBlaCar. *Prva godina BlaBlaCara: Hrvati podijelili 1,6 milijuna kilometara*. BlaBlaCar, (2016.).
https://blog.blablacar.hr/newsroom/novosti/prva-godina-blablacara-hrvati-podijelili-1-6-milijuna_____kilometara (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Blal I., Singal M., Templin J. "Airbnb's effect on hotel sales growth." *International Journal of Hospitality Management*, 73 (2018): 85-92.
- Cockayne, Daniel. "Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy." *Geoforum*, (2016): 77-100.

- Couchsurfing. *Croatia*. Couchsurfing (web), (2024.). <https://www.couchsurfing.com/places/croatia> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Davoli, Chiara. „*La crisi abitativa: problematiche e soluzioni*.“ Machina, (2021). <https://www.machina-deriveapprodi.com/post/la-crisi-abitativa-problematiche-e-soluzioni> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- De Streel, A., Bravo, J. „Specific liability issues raised by the collaborative economy – professional service“ *Impulse Paper for DG GROW of the European Commission*, (2016): 28-45.
- Dkhili, Hichem. „Environmental performance and institutions quality: evidence from developed and developing countries.“ *Marketing and Management of Innovations*, 3 (2018): 333-244. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/68761> (pristupljeno 10. veljače 2024.)
- Državni zavod za statistiku. *Turizam u brojkama 2015*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2016). 1-43. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Turizam-u-brojkama-2015.pdf> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Državni zavod za statistiku. *Turizam u brojkama 2022*. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske, (2023). 1-43. <https://www.htz.hr/sites/default/files/2016-11/Turizam-u-brojkama-2015.pdf> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Duvnjak, Igor. *Ekonomija dijeljenja postaje princip života: Pokret otpora globalnom kapitalizmu raste kao kvasac*. Novi List, (2016). <https://www.novolist.hr/novosti/svijet/ekonomija-dijeljenja-postaje-princip-zivota-pokret-otpora-globalnom-kapitalizmu-raste-kao-kvasac/> (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- Ebirim, Glory, Unigwe, Ifeyinwa, Ndubuisi, Ndubuisi, Ibeh, Chidera i Asuzu, Onyeka i Adelekan, Odunayo. “Entrepreneurship in the sharing economy: A review of business models and social impacts.” *International Journal of Science and Research Archive*. 11, (2024): 986-995.
- Europska komisija. *Briefing: Tourism and the sharing economy*. Strasbourg: Europski parlament, 2017. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI\(2017\)595897_N.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_N.pdf) (pristupljeno 10. veljače 2024.)
- Financijska uprava Republike Slovenije. *Stan iznajmljujem preko Airbnb-a i Booking-a*. Financijska uprava Republike Slovenije (web), (2024).

- https://www.fu.gov.si/zivljenjski_dogodki_prebivalci/oddajam_stanovanje_preko_airbnb_in_bookinga/ (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- Frenken, K., Schor, J. "Putting the sharing economy into perspective." *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23 (2017): 3–10.
- Galović, Gordana. *UBER KONACNO U HRVATSKOJ: Revolucionarna aplikacija za taksi prijevoz od sada u Zagrebu*. Jutarnji list, (2015). <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/uber-konacno-u-hrvatskoj-revolucionarnaaplikacija-za-taksi-prijevoz-od-sada-u-zagrebu-178357> (pristupljeno 15.veljače 2024.)
- Gračan, D., Ekmečić, A., Musa, I. „Couchsurfing User Preferences and the Impact of the Platform on Destination Tourism.“ *Journal of Maritime & Transportation Science*, (2022): 97-110.
- Guo Y., Xin F., Barnes S. J., Li X. "Opportunities or threats: The rise of online collaborative consumption (OCC) and its impact on new car sales." *Electronic Commerce Research and Applications*, (2018): 133-141.
- Hrvatski sabor. *Strategija razvoja održivog turizma do 2030. godine*. Narodne novine, 123/17 (2022.): 18. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2023_01_2_18.html (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Jolly, D., Scott, M. *France Says It Will Ban Uber's Low-Cost Service in New Year*. The New York Times, (2014): 1. <https://www.nytimes.com/2014/12/16/business/international/france-says-it-will-ban-ubers-low-cost-service-in-new-year.html> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Jordan E. J. i Moore J. "An in-depth exploration of residents' perceived impacts of transient vacation rentals." *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35 (2018): 90-101.
- Kahn, Alfred E. "The Economics of Regulation: Principles and Institutions", *Economic Principles vol. 1*, (1971): 1-15.
- Laslavić, Željka. *Modeli ekonomije dijeljenja prisutni u Hrvatskoj*. Lider, (2015.) <https://lidermedia.hr/aktualno/tvrtke-i-trzista/poslovna-scena/modeli-ekonomije-dijeljenja-prisutni-u-hrvatskoj-59733> (pristupljeno 15. veljače 2024.)

- Lider. *Uber u sedam godina zabilježio preko 32 milijuna vožnji u Hrvatskoj*. Lider, (2022.). <https://lidermedia.hr/zivot/uber-u-sedam-godina-zabiljezio-preko-32-milijuna-voznji-u-hrvatskoj-146959> (pristupljeno 15. veljače 2024.).
- Malhotra, A., Van Alstyne, M. „The Dark Side of the Sharing Economy ... and How to Lighten It.“ *Communications of the ACM*, 57, (2014): 24-27.
- Marasco, A., Morvillo, A., Maggiore, G., Becher, E. *Rapporto sul turismo Italiano, XXVI edizione 2022 2023*. Consiglio Nazionale delle Ricerche, (2022), 1-450. https://www.cnr.it/sites/default/files/public/media/attivita/editoria/CNR_XXVI_Rapporto_aggiornato.pdf (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Mariotti I., Pacchi C., Di Vita S. „Co-working spaces in Milan: Location patterns and urban effects.“ *Journal of Urban Technology*, (2017): 47-66.
- Mikkel Munkøe, Malthe. „Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges.“ *Intereconomics*, vol. 52, (2017): 38-44.
- Molly Cohen and Arun Sundararajan. ‘Self-regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy’. *LawReview University of Chicago*, (2015) : 45-60.
- Nabradi, Andras i Kovács, Tünde. „Sharing economy and its popularity in hungary and romania.“ *Oradea Journal of Business and Economics*, (2020): 60.
- Navickas, Valentinas i Petrokė, Ieva i Bačiulienė, Vaida i Ključnikov, Aleksandr. “Development of Sharing Economy-Based Business Models in the Tourism Sector.“ *Marketing and Management of Innovations* (2021): 44.
- Navickas, Valentinas i Petrokė, Ieva i Bačiulienė, Vaida i Vasylieva, Tetiana. „The Impact of the Sharing Economy as an Ecosystem on the Tourism Sector.“ *Journal of Tourism and Services*, (2021): 66-88.
- Neovisna odvjetnička firma u Hrvatskoj. „Slovenia – Tax Considerations on Short-Term Lettings“, *Airbnb – Tax Guide 2023*. , (2022): 1. <https://assets.airbnb.com/help/Airbnb-Tax-Guide-2023-Slovenia.pdf> (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- Nepoznati autor. *Zakon o spodbujanju gradnje javnih najemnih stanovanj*. Socijalnidemokrati.si, (2021). <https://socialnidemokrati.si/wp-content/uploads/2021/09/Zakon-o-spodbujanju-gradnje-javnih-najemnih-stanovanj-24.08.2021.pdf> (pristupljeno 20. veljače 2024.)

- Obrč, Polona. „The Impact of Airbnb on Long-Term Rental Housing: The Case of Ljubljana.“ *Critical Housing Analysis*, vol. 8, 1, (2021): 150-158.
- Odbor za promet i turizam. *Research for TRAN Committee – tourism and the sharing economy: challenges and opportunities for the EU*. Strasbourg: Europski parlament, 2015. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU\(2015\)563411_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2015/563411/IPOL_STU(2015)563411_EN.pdf) (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Uppink, L., Soshkin, M. *Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. World Economic Forum, (2022). <https://www.weforum.org/publications/travel-and-tourism-development-index-2021/> (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- Parente, R., C., Gelelaite J., G., & Rong, K. „The sharing economy globalization phenomenon: a research agenda.“ *Journal of International Management*, (2018): 20.
- Pawlicz, Adam. „Pros and cons of sharing economy regulation. Implications for sustainable city logistics.“ *Transportation Research Procedia*. 39, (2019): 398-404.
- Prebil, Gregor. *Uber u Sloveniji: Cijena će rasti, kvaliteta usluge će pasti*. Z24.si, (2020). <https://www.zurnal24.si/avto/uber-v-sloveniji-cena-bo-narasla-kakovost-storitve-bo-padla-350626> (pristupljeno 20. veljače 2024)
- Quell, Molly. *Airbnb fought the rental tax rules in Italy, and the rules won*. Courthouse News Service, (2022). <https://www.courthousenews.com/airbnb-fought-the-rental-tax-rules-in-italy-and-the-rules-won/> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- Ramirez, E., Ohlhausen, M. K., i McSweeney, T. P. „The “Sharing” Economy Issues Facing Platforms, Participants and Regulators.“ *Transportation research procedia*, (2016): 398-404.
- Sarriera J. M., Álvarez G. E., Blynn K., Alesbury A., Scully T., Zhao J. „To share or not to share: Investigating the social aspects of dynamic ridesharing.“ *Transportation Research Record*, 2605 (2017): 109-117.
- Simmonds, Lauren., *Croatia Among Countries with Highest Booking.com Awards*. Total Croatia, (2018). <https://total-croatia-news.com/news/travel/croatia-among-countries-with-highest-booking-com-awards/> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Sommerville, Heather. *Airbnb to double bookings to 80 milion this year*. Reuters, (2015): 1. <https://www.reuters.com/article/idUSKCN0RS2QK/> (pristupljeno 10. veljače 2024.)

- Studio Legale Metta, *Italijanski Airbnb porez*. Studio Legale Metta (web), (2024). <https://www.studiolegalemetta.com/legal-questions-and-answers/italian-airbnb-tax/> (pristupljeno 24. veljače 2024.)
- The World Bank. *Doing Business Archive*. The World Bank (web), (2023). <https://archive.doingbusiness.org/en/rankings> (pristupljeno 20. veljače 2024.)
- Toni M., Renzi M. F., Mattia G. „Understanding the link between collaborative economy and sustainable behaviour: An empirical investigation.“ *Journal of Cleaner Production*, (2016): 4467-4477.
- Total Croatia. *Airbnb bum na Jadranu*. Total Croatia News, (2023.). <https://total-croatia-news.com/news/business/airbnb-boom-in-adriatic/> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Valerio, Stefano. „Italian Style: Legislative Developments in Accommodation, Mobility, Food, Delivery, and Transport in Italy's Collaborative and Sharing Economy.“ *Fondazione per l’Ambiente*, (2021): 164-177.
- Varma A., Jukic N., Pestek A., Shultz C. J., Nestorov S. „Airbnb: Exciting innovation or passing fad?“ *Tourism Management Perspectives*, (2016): 228-237.
- Vlada Republike Hrvatske. *Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine*. Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske, (2013.). <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/130426-Strategija-turizam-2020.pdf> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- Vrbo. *Croatia Vacation Rentals*. Vrbo, (2024.). <https://www.vrbo.com/vacation-rentals/europe/croatia> (pristupljeno 15. veljače 2024.)
- World Travel and Tourism Council (WTTC). *Economic impact reports*. World Travel & Tourism Council, 2022. <https://wttc.org/research/economic-impact> , (pristupljeno 10. veljače 2024.)
- Zadel, Zrinka; Magaš, Damir. „Influence of Airbnb on hotel sector performance indicators in Croatia“. *Tourism & hospitality industry 2020, Trends and Challenges*, (2020): 147-161.
- Zervas G., Proserpio D., Byers J. W. „The rise of the sharing economy: Estimating the impact of airbnb on the hotel industry.“ *Journal of Marketing Research*, 54 (2017): 687-705.

Popis ilustracija

Tablice

Tablica 1.	Primjeri platformi ekonomije dijeljenja povezanih s turizmom.....	2
------------	---	---

Slike

Slika 1.	Ključni elementi modela ekonomije dijeljenja.....	4
Slika 2.	Pozitivni učinci primjene modela ekonomije dijeljenja u sektoru turizma.....	6
Slika 3.	Negativni učinci primjene modela ekonomije dijeljenja u sektoru turizma.....	8
Slika 4.	Argumenti za regulaciju ekonomije dijeljenja.....	12
Slika 5.	Argumenti protiv regulacije ekonomije dijeljenja.....	14