

Istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja

Kraljić, Antonela

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:191:333246>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-01**



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

ANTONELA KRALJIĆ

**Istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika
platformi ekonomije dijeljenja**

**Investigating User Satisfaction and Behavioral Intentions on a
Sharing Economy Platforms**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Sveučilišni diplomski studij

Marketing u turizmu

**Istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika
platformi ekonomije dijeljenja**

**Investigating User Satisfaction and Behavioral Intentions on a
Sharing Economy Platforms**

Diplomski rad

Kolegij: Digitalni marketing

Student: **Antonela Kraljić**

Mentor: izv. prof. dr. sc.

Marina PERIŠIĆ

PRODAN

Matični broj: **Ds3480/21**

Opatija, rujan 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Antonela Kraljić
(ime i prezime studenta)

Ds3480/21
(matični broj studenta)

Istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja

(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, 11.09.2024.

Kraljić A.

Potpis studenta

Sažetak

Ekonomija dijeljenja inovativni je koncept u suvremenom gospodarstvu te je redefinirao tradicionalne načine pristupa i korištenja usluga, poput smještaja i prijevoza, putem digitalnih platformi. Ovaj rad istražuje zadovoljstvo i bihevioralne namjere korisnika platformi ekonomije dijeljenja, fokusirajući se na percepciju ekonomske koristi, društvene vrijednosti, uživanja i ekološke održivosti. Cilj provedenog istraživanja bio je sagledati međusobne utjecaje između tih čimbenika i zadovoljstva korisnika, te utjecaj zadovoljstva korisnika na namjeru ponovnog korištenja platformi ekonomije dijeljenja. Istraživanje je provedeno metodom ispitivanja, a instrument istraživanja je anketni upitnik. Provedenim istraživanjem došlo se do zaključaka kako ekonomska korist, uživanje i ekološka održivost imaju značajan utjecaj na zadovoljstvo korisnika platformi ekonomije dijeljenja, dok društvena vrijednost nema značajan utjecaj na isto. Također, utvrđeno je da je zadovoljstvo korisnika pozitivno i značajno povezano s namjerama korištenja platformi ekonomije dijeljenja. Moguće je zaključiti da su ispitanici zadovoljni iskustvom korištenja platforma ekonomije dijeljenja te ih namjeravaju koristiti u budućnosti. Rad je ponudio korisne uvide za teorijsko i praktično razumijevanje rastućeg koncepta ekonomije dijeljenja.

Ključne riječi: Ekonomija dijeljenja; zadovoljstvo korisnika; bihevioralne namjere; platforme ekonomije dijeljenja

SADRŽAJ

Uvod	1
1. Temeljna obilježja ekonomije dijeljenja	3
1.1. Pojmovno određenje ekonomije dijeljenja	3
1.2. Povijest i razvoj platformi ekonomije dijeljenja	4
1.3. Prednosti i izazovi ekonomije dijeljenja.....	5
2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na tradicionalne pružatelje usluga	7
2.1. Promjene u turističkom sektoru	9
2.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na smještaj i prijevoz.....	10
3. Važnost i utjecaj ekonomije dijeljenja na ponašanje potrošača.....	13
3.1. Ekonomski čimbenici.....	13
3.2. Društveni čimbenici	16
3.3. Ekološki čimbenici	20
3.4. Odrednice zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja	21
3.5. Prethodna istraživanja u funkciji ponašanja korisnika platformi ekonomije dijeljenja	23
4. Empirijsko istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja	24
4.1. Ciljevi i sadržaj istraživanja	25
4.2. Metodologija istraživanja i razvoj mjernog instrumenta	27
4.3. Analiza i interpretacija rezultata istraživanja	28
4.4. Ograničenja i preporuke za buduća istraživanja	38
4.5. Rasprava.....	39
Zaključak.....	41
Literatura	43
Popis grafikona i tablica.....	46

Uvod

Ekonomija dijeljenja, kao značajan koncept u suvremenom gospodarstvu, transformira tradicionalne načine pristupa i korištenja usluga smještaja, prijevoza i drugih resursa putem digitalnih platformi. Ovaj fenomen omogućuje izravnu interakciju između pružatelja usluga i korisnika, umanjujući potrebu za posrednicima i tradicionalnim poslovnim modelima. Upravo zbog svoje inovativnosti i potencijala za promjenu ekonomske dinamike, ekonomija dijeljenja postaje predmetom sve većeg interesa istraživanja.

Ovaj rad istražuje zadovoljstvo i bihevioralne namjere korisnika platformi ekonomije dijeljenja, fokusirajući se na percepciju ekonomske koristi, društvene vrijednosti, uživanja te ekološke održivosti kao ključnih determinanti korisničkog iskustva. Problem ovog istraživanja odnosi se na razumijevanje utjecaja navedenih varijabla jedne na drugu, odnosno kako percepcija ekonomske koristi, društvene vrijednosti, uživanja te ekološke održivosti utječe na zadovoljstvo korisnika platforma ekonomije dijeljenja te na njihove bihevioralne namjere.

Glavni cilj istraživanja je pružiti dublji uvid u percepciju korisnika o utjecaju ekonomije dijeljenja na njihovo ponašanje i zadovoljstvo. Konkretno, istražiti će se veza između ekonomske koristi, društvene vrijednosti, uživanja te ekološke održivosti sa zadovoljstvom korisnika, kao i utjecaj zadovoljstva na njihovu namjeru ponovnog korištenja platformi. Također je cilj identificirati koji su ključni čimbenici koji utječu na zadovoljstvo korisnika platforma.

Postavljene su sljedeće znanstvene hipoteze:

H1: Ekonomska korist pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

H2: Percipirana društvena vrijednost pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

H3: Uživanje u platformama ekonomije dijeljenja pozitivno je i značajno povezano sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

H4: Ekološka održivost pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

H5: Zadovoljstvo korisnika pozitivno je i značajno povezano s namjerama korištenja platformi ekonomije dijeljenja.

Korištene metode u ovome radu bile su induktivna metoda, deduktivna metoda, metoda analize, metoda sinteze, metoda ispitivanja, metoda dokazivanja, metoda klasifikacije, statističke metode i druge.

Rad je strukturiran na način koji omogućuje sistematičan pregled svake ključne komponente istraživanja, u uvodu se ulazi u temu istraživanja, navodi predmet i ciljevi istraživanja te opisuje metodologija koja će se koristiti, zatim se analizira definicija, povijest i razvoj ekonomije dijeljenja, kao i prednosti i izazovi ovog koncepta, sljedeće se fokusira na promjene u turističkom sektoru te utjecaj ekonomije dijeljenja na smještaj i prijevoz, te posljednje na važnost i utjecaj ekonomije dijeljenja na ponašanje potrošača gdje se analiziraju ekonomski, društveni i ekološki čimbenici te njihov utjecaj na zadovoljstvo i bihevioralne namjere korisnika.

Empirijsko istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika je zadnji dio rada, a u njemu se prikazuju ciljevi, metodologija, analiza i interpretacija rezultata ankete, uz raspravu o dobivenim nalazima.

Ovaj rad će doprinijeti boljem razumijevanju dinamike ekonomije dijeljenja, pružajući korisne uvide u faktore koji utječu na korisničko iskustvo i njihove bihevioralne namjere u korištenju platformi ovog tipa. Kroz sustavnu analizu i interpretaciju rezultata, cilj je dati doprinos teorijskom i praktičnom razumijevanju ovog rastućeg koncepta.

1. Temeljna obilježja ekonomije dijeljenja

Svakodnevne inovacije u digitalnom svijetu doprinijele su sve većem razvoju platforma ekonomije dijeljenja. One sada predstavljaju cijeli novi koncept, koji je dobio važnu ulogu u oblikovanju društvenih, ekonomskih, ekoloških, tehnoloških i drugih normi. Platforme ekonomije dijeljenja svakodnevno potiču nove generiranje novih ideja i inovacija. U nastavku će se detaljnije istražiti definicija ekonomije dijeljenja, njezina povijest i razvoj te analizirati ključne prednosti i izazovi koje donosi.

1.1. Pojmovno određenje ekonomije dijeljenja

Ekonomija dijeljenja predstavlja inovativni ekonomski model koji je transformirao tradicionalne načine pristupa i korištenja resursa putem digitalnih platformi (Stokes, K., Clarence, E., & Anderson, L., 2014.) Ovaj koncept omogućuje pojedincima da dijele svoje resurse poput smještaja, prijevoza, vještina ili osobnih predmeta s drugima, često uz pomoć tehnologije koja olakšava povezivanje i transakcije među korisnicima. Ekonomija dijeljenja predstavlja nove poslovne modele u kojem pojedinci više nemaju isključivo ulogu potrošača, već dvojaku funkciju korisnika i pružatelja usluga. Netradicionalan oblik poslovanja donosi pogodnosti poput povoljnijih cijena, fleksibilnijeg radnog vremena. Netradicionalan oblik poslovanja u usporedbi sa tradicionalnim, ne prioritiziraju maksimalni prihod, već jedinstveno iskustvo. (Schor, J., 2014.) No, netradicionalan oblik poslovanja ima i svoje nedostatke kao što su nestabilnost osobnih primanja radnika te niža zaštita radničkih prava. Ekonomija dijeljenja već je prisutna u brojnim sektorima poput smještaja, prijevoza, obavljanja kućanskih poslova i pružanja profesionalnog savjetovanja te financijskih usluga. Ukupna je vrijednost tržišta ekonomije dijeljenja prema analizama čak 250 milijardi američkih dolara, dok se procjenjuje da će do 2025. godine ona iznositi čak 335 milijardi eura. (Investopedia, 2024.)

Ekonomija dijeljenja, poznata i kao *sharing economy* ili *collaborative consumption*, definira se kao ekonomski sustav temeljen na dijeljenju i pristupu resursima, često putem digitalnih platformi. Glavna ideja iza ovog koncepta je maksimiziranje korištenja resursa putem dijeljenja umjesto vlasništva. To omogućuje korisnicima da pruže ili koriste usluge, proizvode ili prostor na fleksibilan način, često uz financijsku nadoknadu, čime se stvara novi oblik ekonomske interakcije. Oxfordov rječnik engleskog jezika definira ekonomiju dijeljenja kao “ekonomski sustav u kojem se imovina ili usluge dijele između privatnih osoba, bilo besplatno ili uz

naknadu, obično putem interneta”. Ekonomija dijeljenja transformira gospodarstva diljem svijeta, ulazi na tržišta smještaja, prijevoza, kućnih usluga i drugih sektora kojima su prethodno nedostajale su snažne *peer-to-peer* alternative (Schor i Vallas, 2021.)

To je sustav u kojem je moguće pristupiti stvarima koje su u vlasništvu neke druge osobe te ih međusobno dijeliti. Zahvaljujući današnjoj revoluciji tehnologije, interneta i pametnih telefona, korisnici platforma ekonomije dijeljenja u mogućnosti su pristupiti cijeloj mreži usluga, a u većini slučajeva to se postiže vrlo jednostavno, odnosno uporabom jednostavnih aplikacija. To objedinjuje većinu nedovoljno iskorištenih sredstava ili usluga, kao što su popunjavanje praznih mjesta na putovanju ili dijeljenje praznog smještaja za vikend.

Pojam ekonomije dijeljenja popularizirale su digitalne platforme kao što su Airbnb, Uber, Couchsurfing, BlaBlaCar, TaskRabbit i mnoge druge koje su omogućile pojedincima da postanu pružatelji usluga ili korisnici na globalnoj razini. Ove platforme osiguravaju infrastrukturu za jednostavnu razmjenu resursa između onih koji ih posjeduju ili nude te onih koji ih traže, često uz uključivanje recenzija i evaluacija koje pomažu u izgradnji povjerenja među korisnicima.

1.2. Povijest i razvoj platformi ekonomije dijeljenja

Povijest ekonomije dijeljenja započinje ranih 2000-ih godina s pojavom prvih platformi koje su omogućile dijeljenje smještaja i osobnih resursa. Couchsurfing, osnovan 2004. godine, bio je jedan od prvih koji je omogućio besplatno dijeljenje prostora putem digitalne zajednice. Ova inicijativa pokazala je da postoji potreba i interes za alternativnim načinima putovanja i smještaja, suprotstavljajući se tradicionalnim hotelskim i turističkim modelima. Osim toga, omogućio je nove načine sklapanja prijateljstva te društvenu interakciju koja je važan dio prakse korisnika. (Schor, J., & Attwood-Charles, W., 2017.)

Daljnji razvoj ekonomije dijeljenja ubrzo je uslijedio s pojavom Airbnb-a 2008. godine, koji je omogućio vlasnicima stanova i kuća da iznajmljuju svoje prostore turistima. Airbnb je brzo postao simbolom uspjeha u ekonomiji dijeljenja, pružajući širok spektar smještajnih mogućnosti po konkurentnim cijenama, uz dodatne koristi poput lokalnog iskustva i osobnog pristupa. (Jean Folger, 2024.)

Slično tome, Uber je 2009. godine promijenio način na koji se ljudi percipiraju prijevoz, omogućivši privatnim vozačima da nude prijevoz putem vlastitih vozila. Ova platforma je transformirala taksi industriju, pružajući korisnicima mogućnost brze i povoljne vožnje uz jednostavnu aplikaciju za mobilne uređaje.

1.3. Prednosti i izazovi ekonomije dijeljenja

Ekonomija dijeljenja nosi sa sobom niz prednosti koje mogu biti privlačne kako korisnicima, tako i pružateljima usluga. Međutim, postoji i nekoliko izazova koji se moraju riješiti kako bi se osiguralo održivo funkcioniranje ovog ekonomskog modela. Korisnici često mogu ostvariti značajne uštede koristeći usluge ekonomije dijeljenja umjesto tradicionalnih opcija. Na primjer, iznajmljivanje smještaja putem Airbnb-a može biti jeftinije i fleksibilnije od boravka u hotelu, što donosi financijsku efikasnost. Također, platforme ekonomije dijeljenja često povećavaju dostupnost usluga ili proizvoda koji inače ne bi bili lako dostupni putem tradicionalnih kanala. Primjerice, Uber omogućuje brz i jednostavan prijevoz, posebno u gradovima gdje javni prijevoz možda nije tako razvijen.

Korištenjem platforma ekonomije dijeljenja korisnici imaju veću fleksibilnost u izboru usluga koje odgovaraju njihovim specifičnim potrebama i preferencijama. Moguće je pronaći smještaj ili prijevoz koji je prilagođen specifičnim zahtjevima ili situacijama. Efikasnije korištenje resursa putem dijeljenja može doprinijeti smanjenju negativnog utjecaja na okoliš. Primjerice, dijeljenje automobila putem platformi za car-sharing može smanjiti ukupan broj vozila na cestama.

Nadalje, prepreke na koje je moguće naići u ekonomiji dijeljenja jesu te da ekonomija dijeljenja doprinosi vanjskim pojavama nesudionika, gdje su lokalni stanovnici izloženi problemima buke, čistoće i javne sigurnosti koji proizlaze iz porasta kratkoročnih najмова u njihovim susjedstvima. Iz toga proizlaze konflikti koji se loše odražavaju na recenzije posjetitelja u destinacijama te na ukupno zadovoljstvo posjetom. Pružanje usluga korisnicima koje dovode do njihovog zadovoljstva i namjere povratka prepoznato je kao ključni čimbenik uspjeha i izvor konkurentске prednosti za razne uslužne djelatnosti, uključujući ugostiteljstvo. (Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J., 2016.) Zatim su to jurisdikcije koje se suočavaju sa kompleksnostima reguliranja ekonomije dijeljenja zbog nedostatka postojećih zakonskih okvira koji bi adekvatno regulirali ovakve aktivnosti. Pitanja poput oporezivanja, osiguranja,

sigurnosti i odgovornosti ostaju neriješena. Pitanja vezana uz sigurnost korisnika, uključujući identifikaciju, provjeru, osiguranje i zaštitu osobnih podataka, izazov su za platforme ekonomije dijeljenja.

Važno je osigurati sigurno i pouzdano okruženje za sve sudionike. Postavlja se pitanje ekonomske pravde, u smislu prava i povlastica pružatelja usluga te njihovog pristupa socijalnim i zdravstvenim osiguranjima. Mnogi pružatelji usluga u ekonomiji dijeljenja rade kao samostalni poduzetnici bez tradicionalnih beneficija koje pruža zaposlenje. Radna prava pružatelja usluga često su tema rasprave u ekonomiji dijeljenja. Pitanja poput minimalne plaće, radnog vremena, osiguranja te mogućnosti organiziranja sindikata za zaštitu radnika izazovi su koje treba riješiti kako bi se osigurali pravedni uvjeti rada.

Zervas, Proserpio i Byers (2014.) sugeriraju da porast *peer-to-peer* smještaja predstavlja izazov za postojeće poslovne modele, kao i za društveni sloj koje čini zajednice. Procijenili su da povećanje prometa Airbnb-a uzrokuje smanjenje tromjesečnih prihoda hotela u državi Texas, uglavnom u jeftinim hotelima.

Ukupno gledano, ekonomija dijeljenja predstavlja kompleksan fenomen koji ima potencijal za pozitivne društvene i ekonomske promjene. Ključno je pažljivo balansirati između potencijalnih koristi i izazova kako bi se osigurala održivost i pravednost u ovom rastućem sektoru. Nastavak istraživanja i razvoj regulatornih okvira ključni su za osiguranje pozitivnih ishoda za sve sudionike ekonomije dijeljenja.

2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na tradicionalne pružatelje usluga

Utjecaj ekonomije dijeljenja na tradicionalne pružatelje usluga predstavlja ključni aspekt promjena u mnogim industrijama, posebno u područjima kao što su turizam, smještaj i prijevoz. Ovaj poglavlje istražuje kako su se tradicionalni pružatelji usluga prilagodili ili suočili s konkurencijom koju donosi ekonomija dijeljenja te koji su ključni izazovi i prilike koje proizlaze iz ove transformacije. (Stokes, K., Clarence, E., & Anderson, L., 2014.)

Turistički sektor jedan je od najznačajnijih područja koje je ekonomija dijeljenja temeljito transformirala. Tradicionalno, turističkim smještajem dominirali su hoteli, moteli i hosteli koji su pružali standardizirane usluge gostima, uz odgovarajuću infrastrukturu i usluge poput recepcije, čišćenja i sigurnosti. Međutim, pojava platformi poput Airbnb-a dramatično je promijenila konteskt tradicionalnih pružatelja usluga. Primjerice, Airbnb je omogućio pojedincima da iznajmljuju svoje stanove, kuće ili sobe turistima, često po konkurentnim cijenama i uz dodatne prednosti kao što su lokalno iskustvo i osobni pristup. Ovaj model je privukao mnoge putnike koji traže autentičnije i povoljnije alternative tradicionalnom smještaju. Time su tradicionalni hotelski lanci morali prilagoditi svoje strategije kako bi zadržali konkurentnost.

Hoteli su, na primjer, počeli naglašavati svoje jedinstvene karakteristike poput luksuza, brendiranosti i dodatnih usluga kao što su restorani, spa centri i konferencijski prostori kako bi privukli goste koji preferiraju tradicionalni smještaj. Istovremeno, neki hoteli su također počeli sklapati partnerstva s platformama za dijeljenje kako bi integrirali opcije smještaja u svoju ponudu, pokušavajući tako doseći širu publiku i prilagoditi se promjenama u potražnji, ali zadovoljstvo gostiju i namjera korištenja zajedničkog smještaja može se razlikovati od onih povezanih s boravkom u hotelu. (Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J., 2016.)

Ekonomija dijeljenja imala je značajan utjecaj i na industriju prijevoza, posebno kroz platforme kao što su Uber i Lyft. Tradicionalno, taksi usluge bile su dominirane lokalnim tvrtkama koje su imale stroga pravila i tarife, što je ograničavalo fleksibilnost i dostupnost prijevoza. Dolaskom Ubera, privatni vozači mogu ponuditi usluge prijevoza putem mobilne aplikacije, nudeći korisnicima veću fleksibilnost u odabiru vozila, rute i cijene.

Ova promjena potaknula je konkurenciju unutar industrije prijevoza, prisiljavajući tradicionalne taksiste i tvrtke na prilagodbu kako bi se suprotstavili novim izazovima. Također

je potaknula inovacije u ponudi tradicionalnih taksija, uključujući poboljšanje aplikacija za korisnike, uvođenje nove tehnologije u vozila i prilagodbu cjenovnih politika.

Za tradicionalne pružatelje usluga, ključno je razumjeti i prilagoditi se promjenama koje donosi ekonomija dijeljenja kako bi ostali konkurentni. U nastavku se navodi nekoliko ključnih aspekata prilagodbe (Gansky, L. , 2010.):

- Inovacija i tehnologija: Integracija naprednih tehnoloških rješenja u pružanje usluga poboljšava korisničko iskustvo i efikasnost. Primjerice, hoteli implementiraju pametne sustave za upravljanje sobama ili mobilne aplikacije za brže prijave i odjave gostiju.
- Personalizacija i iskustvo korisnika: Ponuda personaliziranih iskustava i dodatnih usluga nastoji privući goste koji preferiraju veću pažnju i fleksibilnost. Tradicionalni pružatelji usluga razvijaju posebne pakete ili ponude koje naglašavaju lokalne atrakcije ili aktivnosti.
- Društvena odgovornost i održivost: Sve veća svijest o održivosti potiče pružatelje usluga da razvijaju ekološki prihvatljive inicijative, smanjujući svoj ekološki otisak i privlačeći ekološki osviještene goste.
- Prilagodba poslovnih modela: Partnerstva s platformama za dijeljenje ili razvoj vlastitih digitalnih rješenja pomaže tradicionalnim pružateljima usluga da prošire svoju bazu korisnika i prilagode se promjenama u potražnji.

Unatoč brojnim mogućnostima, ekonomija dijeljenja također nosi sa sobom niz poteškoća za tradicionalne pružatelje usluga, a u kontesktu:

- Regulativnog okvira: Nesigurnost u vezi s regulativnim okvirom ograničava mogućnosti prilagodbe tradicionalnih pružatelja usluga. Potrebno je uspostaviti jasne smjernice koje će osigurati poštivanje zakona i prava svih sudionika.
- Kvalitete usluga: Različiti standardi i kvaliteta usluga na platformama za dijeljenje mogu izazvati nesigurnost kod korisnika u usporedbi s tradicionalnim pružateljima usluga koji nude standardizirane usluge.
- Sigurnosti i privatnosti: Pitanja sigurnosti i zaštite privatnosti podataka korisnika i pružatelja usluga ključna su za izgradnju povjerenja i uspješnu integraciju ekonomije dijeljenja.
- Društvene pravde i radnih prava: Pitanja poput radnih prava, sigurnosti na radu i pravedne nadoknade za pružatelje usluga trebaju biti riješena kako bi se osigurala održivost i pravičnost u ekonomiji dijeljenja.

Utjecaj ekonomije dijeljenja na tradicionalne pružatelje usluga pitanje je koje zahtijeva sveobuhvatan pristup prilagodbi, inovaciji i regulaciji. Tradicionalni pružatelji usluga imaju priliku iskoristiti prednosti digitalnih platformi i promjena u potrošačkim navikama kako bi unaprijedili svoju ponudu i ostali konkurentni. Ključno je kontinuirano pratiti trendove i prilagoditi poslovne strategije kako bi se osiguralo održivo poslovanje u dinamičnom okruženju ekonomije dijeljenja.

2.1. Promjene u turističkom sektoru

Promjene u turističkom sektoru uzrokovane razvojem ekonomije dijeljenja predstavljaju značajan fenomen koji je duboko transformirao način putovanja, smještaja i iskustava turista diljem svijeta. Ovo poglavlje istražuje kako su platforme za dijeljenje kao što su Airbnb, Booking.com, Uber i druge promijenile turistički sektor, utjecajući na ponudu, potražnju, i iskustva korisnika.

Kao što je već navedeno, smještajnom ponudom dominirali su hoteli, moteli i hosteli koji su nudili standardizirane usluge gostima uz infrastrukturne standarde kao što su recepcija, čišćenje i sigurnost. Sa dolaskom platformi za dijeljenje smještaja poput Airbnb-a, turisti su dobili alternativu koja omogućuje iznajmljivanje privatnih stanova, kuća ili soba od lokalnih domaćina. Ovaj model omogućuje putnicima da dožive autentične lokalne ambijente, često po povoljnijim cijenama u usporedbi s hotelskim smještajem. (Tussyadiah, I. P. , 2020.)

Platforme za dijeljenje smještaja nude autentičnost i lokalno iskustvo. Gosti mogu birati između različitih vrsta smještaja koji odražavaju lokalni karakter i stil života, što povećava njihovo iskustvo boravka u određenoj destinaciji. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju fleksibilnost i pristupačnost. Također, često nude širu ponudu smještaja po različitim cijenama, prilagođavajući se različitim potrebama i budžetima putnika. Gosti imaju priliku komunicirati izravno s domaćinima koji često nude lokalne savjete, preporuke i doživljaje koji obogaćuju turističko iskustvo, što doprinosi inkluzivnosti te također osjećaju društvene pripadnosti.

Ekonomska korist za domaćine koju donose platforme za dijeljenje smještaja jest ta da domaćini mogu generirati dodatni prihod iznajmljivanjem svojih prostora turistima, potičući lokalnu ekonomiju i zapošljavanje. Velika promjena uvođenjem platforma ekonomije dijeljenja jest da se korisnici osjećaju slobodnije i rasterećeno koristeći ove platforme, budući da često i ne moraju biti u direktnom kontaktu sa domaćinima. No, zapravo osjećaj slobode donosi im

činjenica da se prakticirajući smještaj odabran na platformama ekonomije dijeljenja, korisnici imaju priliku osjećati kao da je objekat njihov i kao da pripadaju zajednici u koju dolaze, jer često takvi smještajni objekti i jesu obiteljski domovi, stambene zgrade i slično, gdje imaju prilike biti u doticaju i sa lokalnim stanovništvom, biti u smještaju koji je dekoriran drugačije i slično. Dakle, ovakav odabir donosi im autentičnije korisničko iskustvo.

Nedostaci koje su donijele promjene u turističkom sektoru jesu razni novi regulativni okviri. Nesigurnost i varijabilnost u regulativama smještaja za kratkoročni najam mogu stvoriti pravne i operativne izazove za domaćine i platforme. Nadalje, variranje kvalitete smještaja i standarda usluga počinje izazvati nedoumice i nezadovoljstvo kod gostiju koji preferiraju predvidljivost i sigurnost hotelskog smještaja. Vidljiv je i utjecaj na lokalne zajednice. Povećani turistički promet uvelike stvara pritisak na lokalnu infrastrukturu, stanovanje i resurse, što često izazva konflikte i rezistenciju u zajednicama.

2.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na smještaj i prijevoz

Ekonomija dijeljenja transformirala je način na koji ljudi koriste i doživljavaju usluge smještaja i prijevoza. Platforme kao što su Airbnb i Uber donijele su brojne promjene u tradicionalne sektore, stvarajući nove prilike za pružatelje usluga, korisnike i regulatorna tijela.

Ekonomija dijeljenja revolucionirala je sektor smještaja, pružajući putnicima širok spektar opcija koje nisu bile dostupne kroz tradicionalne hotelske lance. Platforme kao što su Airbnb omogućile su putnicima da biraju između različitih vrsta smještaja, uključujući privatne stanove, kuće, sobe, pa čak i jedinstvene objekte poput kuća na stablima ili brodova. Ova raznolikost omogućuje bolje personalizirano i autentičnije iskustvo putovanja.

Domaćini koji iznajmljuju svoje nekretnine putem platformi za dijeljenje smještaja mogu ostvariti dodatni prihod, čime se potiče lokalna ekonomija. Ovo posebno vrijedi za destinacije koje možda nisu bile na turističkoj karti prije dolaska ovih platformi. Ekonomija dijeljenja omogućuje lokalnim stanovnicima da iskoriste turistički potencijal svojih zajednica.

Jedna od glavnih prepreka s kojima se suočava sektor smještaja u kontekstu ekonomije dijeljenja je regulacija. Kratkoročni najam nekretnina često je slabo reguliran, što dovodi do problema kao što su nedostatak sigurnosnih standarda, porezni gubici za lokalne vlasti i sukobi s tradicionalnim pružateljima usluga. Gradovi širom svijeta različito reagiraju na ovaj fenomen,

s nekim destinacijama koje u potpunosti zabranjuju kratkoročni najam, dok druge pokušavaju pronaći ravnotežu kroz regulativne mjere. (Jean Folger, 2024.)

Porast broja kratkoročnih najma putem platformi za dijeljenje smještaja ponekad ima negativne posljedice na lokalne zajednice. Povećani turistički promet dovodi do porasta cijena nekretnina i troškova života za lokalno stanovništvo, a u nekim slučajevima također može uzrokovati proces promjene vizura mjesta kroz priljev imućnijih stanovnika i ulaganja. Osim toga, turisti se često ne pridržavaju lokalnih normi i pravila, što u nekim slučajevima izaziva sukobe s lokalnim stanovništvom.

Platforme za dijeljenje prijevoza kao što su Uber i Lyft omogućile su putnicima brzu i jednostavnu uslugu prijevoza putem mobilnih aplikacija. Ove platforme omogućuju korisnicima da naruče vožnju u nekoliko klikova, prate dolazak vozila u stvarnom vremenu i ocjenjuju uslugu nakon vožnje. Ova praktičnost značajno je poboljšala iskustvo korisnika u usporedbi s tradicionalnim taksijama. (Eric Chinedu Nwankwo, 2023.)

Jedna od ključnih prednosti platformi za dijeljenje prijevoza je konkurentnost cijena. Platforme često nude niže cijene u usporedbi s tradicionalnim taksijama, čime privlače veliki broj korisnika. Osim toga, ove platforme omogućuju fleksibilnost u načinu korištenja usluga, uključujući mogućnost dijeljenja vožnje s drugim putnicima, što dodatno smanjuje troškove. Dijeljenje automobila i bicikala praktičnije je, zabavnije i manje skupo nego što je posjedovati ih. (Gansky, L. , 2010.)

Pitanja sigurnosti i odgovornosti ostaju ključna pitanja za platforme za dijeljenje prijevoza. Dok su mobilne tehnologije omogućile veću transparentnost kroz recenzije vozača i putnika, negativne situacije i dalje se događaju. Primjer su korisnici koji ne plate korištenu uslugu, budući da platforme poput Ubera i Bolta omogućuju putnicima da vožnju plate (ili ne plate) nakon što su već stigli na odredište. Osim toga, dijeliti zajedničku vožnju uvijek predstavlja rizik zbog vožnje sa nepoznatim osobama, kako za putnika, tako i za vozača. Osiguranje i odgovornost u slučaju nesreća ili incidenata nisu uvijek jasno definirani, što stvara pravne probleme za platforme, vozače i putnike.

Regulacija platformi za dijeljenje prijevoza varira od zemlje do zemlje i često se susreće s otporom tradicionalnih taksijudruga i lokalnih vlasti. U nekim gradovima, platforme kao što su Uber i Lyft suočile su se s potpunim zabranama ili strogim regulativama koje ograničavaju njihovo poslovanje. Regulativna nesigurnost može stvoriti određene poteškoće za platforme koje žele proširiti svoje usluge na nova tržišta. (Eric Chinedu Nwankwo, 2023.)

Platforme za dijeljenje prijevoza također utječu na okoliš. Iako dijeljenje vožnji može smanjiti broj osobnih vozila na cestama, povećana upotreba ovih usluga može pridonijeti prometnim gužvama i povećanoj emisiji stakleničkih plinova. Ekološki utjecaj ovih platformi zahtijeva daljnje istraživanje i upravljanje kako bi se osiguralo da doprinosi održivosti.

Ekonomija dijeljenja ima dubok utjecaj na sektor smještaja i prijevoza, donoseći brojne prednosti i postavljajući pitanja koja su vrijedna istraživanja i generiranja novih ideja i rješenja. Platforme za dijeljenje smještaja i prijevoza omogućile su veću fleksibilnost, ekonomičnost i inovacije u korisničkom iskustvu. Međutim, suočavaju se s regulativnim, sigurnosnim i ekološkim pitanjima koja zahtijevaju pažljivo razmatranje i upravljanje. Daljnje istraživanje i prilagodba regulativnog okvira biti će ključni za održivu integraciju ekonomije dijeljenja u ove sektore te osiguranje koristi za sve dionike.

3. Važnost i utjecaj ekonomije dijeljenja na ponašanje potrošača

U ovom poglavlju analizira se društveni i ekološki čimbenici, te odrednice zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja, te na koji način isti oblikuju potrošačko ponašanje.

3.1. Ekonomski čimbenici

Ekonomija dijeljenja predstavlja značajan pomak u načinu na koji potrošači pristupaju različitim vrstama usluga i resursa. Ova promjena donosi brojne ekonomske prednosti koje utječu na potrošačko ponašanje i širiti pozitivne efekte kroz cijelo gospodarstvo. U ovom dijelu detaljno će se analizirati ekonomski čimbenici koji pridonose popularnosti i rastu ekonomije dijeljenja.

Jedna od glavnih ekonomskih prednosti ekonomije dijeljenja je mogućnost značajnog smanjenja troškova za korisnike. Korištenje platformi kao što su Airbnb za smještaj ili BlaBlaCar za dijeljenje vožnji omogućuje korisnicima da pristupe uslugama po znatno nižim cijenama u odnosu na tradicionalne alternative. Ovi niži troškovi proizlaze iz učinkovitijeg korištenja resursa i smanjenja fiksnih troškova vlasništva. (Schor, J., 2016.) Na primjer, tradicionalni hoteli imaju visoke fiksne troškove za održavanje objekata, zaposlenike i druge operativne troškove. Nasuprot tome, Airbnb omogućuje privatnim osobama da iznajmljuju svoje nekretnine, smanjujući potrebu za velikim početnim ulaganjima i operativnim troškovima. Ova decentralizacija smještajnih kapaciteta smanjuje troškove i omogućuje ponudu smještaja po nižim cijenama, čime se povećava pristupačnost putovanja za širi spektar korisnika. (Trevir Nath, 2022.)

Ekonomija dijeljenja također povećava pristupačnost različitih usluga. Korisnici imaju mogućnost pristupiti resursima i uslugama koje su im inače možda bile nedostupne ili nepriuštive. Na primjer, dijeljenje automobila putem platformi kao što je Zipcar omogućuje korisnicima pristup automobilima bez potrebe za kupnjom i održavanjem vlastitog vozila. To je posebno korisno za one koji povremeno trebaju automobil, kao što su stanovnici gradskih područja s dobro razvijenim javnim prijevozom.

Sličan primjer je dijeljenje alata ili opreme putem platformi kao što je Peerby, što omogućuje korisnicima pristup skupoj opremi bez potrebe za kupnjom. Ove platforme omogućuju

korisnicima da dijele troškove i maksimiziraju korištenje resursa, što dovodi do ekonomskih ušteta i veće pristupačnosti.

Jedan od ključnih ekonomskih čimbenika ekonomije dijeljenja je njezina fleksibilnost i prilagodljivost potrebama korisnika. Tradicionalni modeli vlasništva i dugoročnih obveza često nisu u skladu s potrebama suvremenih potrošača koji traže fleksibilne i prilagodljive opcije. Ekonomija dijeljenja omogućuje korisnicima da koriste usluge prema svojim specifičnim potrebama i preferencijama, bez dugoročnih obveza ili visokih troškova vlasništva. Šire gledano, lako je procijeniti pozitivnu promjenu koju ekonomija dijeljenja može donijeti, ne samo pružanjem nesavršene zamjene za postojeće proizvode, ali također, kroz primjenu Sayeva zakona, stvaranjem potražnje koja prije nije postojala, kroz ponudu novih proizvoda i usluge. (Zervas, G., Byers, J., et al. , 2016.) Na primjer, dijeljenje uredskog prostora putem platformi kao što je WeWork omogućuje freelancerima i malim poduzećima da iznajmljuju radni prostor na fleksibilnoj osnovi, bez potrebe za dugoročnim ugovorima ili velikim početnim ulaganjima. Još jedan takav primjer iz domaće prakse je Enter Koprivnica, koji nudi coworking prostor za poduzetnike. Ova prilagodljivost omogućuje korisnicima da brzo reagiraju na promjene u svojim poslovnim potrebama i smanje nepotrebne troškove.

Ekonomija dijeljenja također potiče poduzetništvo i otvara nove mogućnosti za zaradu. Pružatelji usluga iskorištavaju svoje postojeće resurse, kao što su nekretnine ili vozila, za generiranje dodatnog prihoda. Na primjer, vlasnici nekretnina iznajmljuju svoje stanove putem Airbnb-a, dok vlasnici automobila nude usluge prijevoza putem Ubera ili Lyfta.

Ova mogućnost generiranja prihoda potiče ljude da se uključe u poduzetničke aktivnosti i iskoriste svoje resurse na nove načine. To dovodi do povećanja prihoda za pojedince i kućanstva, kao i do razvoja novih poslovnih modela i inovacija u različitim sektorima gospodarstva. Ekonomija dijeljenja doprinosi povećanju efikasnosti korištenja resursa. Umjesto da resursi budu neiskorišteni, kao što su prazni stanovi ili parkirani automobili, oni se dijele i koriste na učinkovitiji način. Također ima jaku intelektualnu tradiciju iz područja životnog stila i društvenog kretanja, prakse potrošnje resura i paradigme dijeljenja (Mingming Cheng, 2016.) Ova optimizacija korištenja resursa dovodi do uštede resursa i smanjenja otpada, što ima pozitivne ekonomske i ekološke učinke.

Na primjer, dijeljenje automobila putem platformi kao što je Car2Go smanjuje potrebu za posjedovanjem vlastitog automobila, što isto tako smanjuje broj vozila na cestama i smanjuje prometne gužve i emisije. Slično tome, dijeljenje smještaja putem Airbnb-a ima mogućnost

povećati iskorištenost postojećih nekretnina, smanjujući potrebu za izgradnjom novih hotela i smještajnih kapaciteta.

Ekonomija dijeljenja također potiče razvoj digitalne infrastrukture i tehnoloških inovacija. Digitalne platforme koje omogućuju dijeljenje resursa i usluga temelje se na naprednim tehnologijama, uključujući mobilne aplikacije, sustave plaćanja, recenzije i ocjene korisnika te sustave za upravljanje podacima. Ove tehnologije ne samo da olakšavaju korištenje usluga, već i potiču daljnji razvoj digitalne ekonomije i stvaranje novih radnih mjesta u tehnološkom sektoru. Ekonomija dijeljenja ima značajan utjecaj na tržište rada. No isto tako je upitna moralnost kod obavljanja poslova ekonomije dijeljenja. Platforme za rad na zahtjev također olakšavaju ekonomiju "usluga", u kojoj povlašteni potrošači pristupaju uslugama kao što su čišćenje, dostava i šetanje pasa po niskim cijenama. (Schor, J., 2021.) Kroz platforme za dijeljenje, ljudi pronalaze fleksibilnije mogućnosti za rad i generiranje prihoda. Na primjer, vozači Ubera ili Lyfta rade prema vlastitom rasporedu, prilagođavajući radne sate svojim osobnim potrebama. Ova fleksibilnost posebno je korisna za studente, roditelje s malom djecom ili osobe koje traže dodatni izvor prihoda. (Eric Chinedu Nwankwo, 2023.)

Međutim, ovaj oblik rada također ima i manje korisne strane, kao što su nesigurni radni uvjeti i manjak socijalnih beneficija koje su tradicionalno povezane sa stalnim zaposlenjem. Platforme za dijeljenje moraju se suočiti s ovim preprekama i pronaći ravnotežu između fleksibilnosti i sigurnosti za radnike.

Ekonomija dijeljenja utječe na promjenu potrošačkih navika i ponašanja. Sve više potrošača preferira pristup nad vlasništvom, što je suprotno tradicionalnom modelu posjedovanja. Ova promjena u stavovima može dugoročno oblikovati tržište i dovesti do razvoja novih proizvoda i usluga prilagođenih potrebama suvremenih potrošača. Na primjer, sve više ljudi odlučuje se za dijeljenje smještaja putem Airbnb-a umjesto boravka u hotelima, ili za korištenje dijeljenih vozila umjesto kupnje vlastitog automobila. Ova promjena u potrošačkim navikama može imati dalekosežne ekonomske implikacije, uključujući smanjenje potražnje za određenim proizvodima i uslugama te povećanje potražnje za fleksibilnim i prilagodljivim opcijama.

Ekonomija dijeljenja povećava konkurenciju na tržištu, što dovodi do boljih usluga i nižih cijena za potrošače. Tradicionalni pružatelji usluga moraju prilagoditi svoje poslovne modele kako bi ostali konkurentni i zadovoljili nove potrebe i očekivanja potrošača. Ova povećana konkurencija potiče inovacije i poboljšanja u kvaliteti usluga, što u konačnici koristi potrošačima. Na primjer, hoteli moraju poboljšati svoje usluge i ponuditi dodatne pogodnosti

kako bi se natjecali s Airbnb-om, dok taksi službe moraju prilagoditi svoje cijene i usluge kako bi se natjecale s Uberom i Lyftom. Ova dinamika konkurencije potencijalno dovodi do boljih opcija za potrošače i potaknuti cjelokupni rast tržišta. (Eric Chinedu Nwankwo, 2023.)

Ekonomija dijeljenja donosi brojne ekonomske prednosti koje značajno utječu na potrošačko ponašanje i tržište. Smanjenje troškova, povećana pristupačnost usluga, fleksibilnost, poticaj poduzetništvu, ušteda resursa, razvoj digitalne infrastrukture, promjene na tržištu rada, promjena potrošačkih navika, povećanje konkurencije i dugoročne ekonomske implikacije ključni su čimbenici koji oblikuju suvremeno gospodarstvo. Razumijevanje ovih ekonomskih čimbenika važno je za procjenu i upravljanje utjecajem ekonomije dijeljenja na gospodarstvo i društvo u cjelini.

3.2. Društveni čimbenici

Ekonomija dijeljenja donosi brojne društvene prednosti koje transformiraju način na koji pojedinci međusobno djeluju, stvaraju zajednice i pristupaju resursima. U ovom dijelu analizirati će se društveni čimbenici koji pridonose popularnosti i rastu ekonomije dijeljenja, kao i njihov utjecaj na društvo u cjelini.

Jedan od najvažnijih društvenih čimbenika ekonomije dijeljenja je poticanje zajedništva i društvene povezanosti. Korištenje platformi za dijeljenje omogućuje ljudima da međusobno dijele resurse, iskustva i vrijeme, što uvelike dovodi do jačanja društvenih veza i osjećaja pripadnosti zajednici. (Sung, Eunsuk, Hongbum Kim, and Daeho Lee., 2018.) Na primjer, dijeljenje smještaja putem Airbnb-a omogućuje putnicima da borave u domovima lokalnih stanovnika, što isto tako dovodi do stvaranja novih prijateljstava i boljeg razumijevanja lokalne kulture. Ova društvena povezanost ima pozitivne učinke na mentalno zdravlje i dobrobit pojedinaca. Istraživanja pokazuju da osjećaj pripadnosti i socijalna podrška značajno poboljšavaju kvalitetu života i smanjuju osjećaj izolacije. Ekonomija dijeljenja pruža platformu za izgradnju tih veza, čime doprinosi stvaranju kohezivnijih i povezanih zajednica.

Ekonomija dijeljenja također povećava socijalni kapital, koji se odnosi na mrežu odnosa i normi koje omogućuju suradnju i uzajamnu pomoć unutar zajednice. Ta socijalna vrijednost predstavlja jedan od pokretača sudjelovanja u razmjeni dobara i usluga putem platforma ekonomije dijeljenja, gdje se društvena vrijednost odnosi na to pomaže li proizvod ili usluga potrošaču održavati interakcije s drugim korisnicima. (Anaya, Óscar and Iván Manuel De la

Vega, 2022.) Korištenje platformi za dijeljenje pomaže u stvaranju povjerenja među korisnicima, jer uspješna razmjena često zahtijeva visoku razinu povjerenja između stranaka. Na primjer, sustavi ocjenjivanja i recenzija na platformama kao što su Airbnb i Uber pomažu u izgradnji povjerenja između korisnika i pružatelja usluga. Pozitivne recenzije i visoke ocjene povećavaju reputaciju korisnika, što potiče daljnju suradnju i stvaranje pozitivnih društvenih mreža. Ovaj socijalni kapital također ima dugoročne koristi za pojedince i zajednice, uključujući povećanje sigurnosti i podrške unutar zajednice.

Ekonomija dijeljenja omogućuje više „demokratski“ pristup resursima, što potencijalno smanjuje socijalne nejednakosti. Tradicionalni modeli vlasništva često favoriziraju one s većim financijskim sredstvima, dok platforme za dijeljenje omogućuju pristup resursima široj populaciji, bez obzira na njihov financijski status. Na primjer, dijeljenje bicikala ili automobila putem platformi kao što su Lime ili Zipcar omogućuje pristup prijevoznim sredstvima osobama koje možda ne mogu priuštiti vlastiti automobil. Slično tome, dijeljenje smještaja putem Airbnb-a potencijalno omogućuje pristup povoljnijim opcijama smještaja osobama s ograničenim budžetom. (Jean Folger, 2024.)

Ekonomija dijeljenja zasigurno promiče održive društvene prakse koje doprinose boljem korištenju resursa i smanjenju otpada. Dijeljenje resursa dovodi do smanjenja potreba za proizvodnjom novih proizvoda, što stvara pozitivan utjecaj na okoliš i društvo. Na primjer, dijeljenje odjeće putem platformi kao što je Rent the Runway omogućuje korisnicima da dijele odjeću za posebne prigode, smanjujući potrebu za kupnjom novih komada odjeće koji se rijetko koriste. Slično tome, dijeljenje knjiga, alata ili sportske opreme putem lokalnih zajednica ili online platformi smanjuje potrebu za proizvodnjom novih predmeta i potiče održivije potrošačke prakse.

Ekonomija dijeljenja povećava društvenu uključenost, omogućujući sudjelovanje različitim skupinama ljudi, uključujući one koji su tradicionalno isključeni iz određenih ekonomskih aktivnosti. Platforme za dijeljenje pružaju prilike za zaradu i sudjelovanje u ekonomiji osobama s niskim prihodima, starijim osobama, studentima i drugim marginaliziranim skupinama. Ova društvena uključenost doprinosi smanjenju socijalnih nejednakosti i poboljšanju ekonomske stabilnosti za širi spektar populacije. (Aydin, H., 2023.)

Ekonomija dijeljenja potiče promjenu potrošačkih navika i vrijednosti prema održivijim i zajedničkim praksama. Umjesto naglaska na individualnom vlasništvu i potrošnji, ekonomija dijeljenja promovira ideje dijeljenja, ponovne upotrebe i suradnje. Ova promjena ima

dugoročne pozitivne učinke na društvo, uključujući smanjenje otpada, povećanje efikasnosti korištenja resursa i jačanje društvenih veza. Na primjer, koncept dijeljenja automobila ili bicikala potiče ljude da preispitaju svoje potrebe za posjedovanjem vlastitih prijevoznih sredstava i razmotre održivije opcije. Slično tome, dijeljenje smještaja može potaknuti ljude da istražuju nove destinacije i kulture na autentičniji i ekološki prihvatljiviji način. Ova promjena u vrijednostima i navikama doprinosi stvaranju održivijeg i povezanijeg društva. (Arteaga Sánchez, Rocío, María Belda Ruiz, Alejandro Ros Gálvez, and Alfonso Rosa García, 2017.)

Sustavi ocjenjivanja i recenzija na platformama za dijeljenje igraju ključnu ulogu u povećanju sigurnosti i povjerenja među korisnicima. Ovi sustavi omogućuju korisnicima da ocjenjuju svoje iskustvo i pružatelje usluga, što pomaže u izgradnji povjerenja i smanjenju rizika povezanih s korištenjem dijeljenih resursa. Na primjer, korisnici platformi kao što su Airbnb ili Uber mogu pregledavati recenzije drugih korisnika prije nego što se odluče za određenu uslugu, što im omogućuje da donesu informirane odluke. Ovi sustavi ocjenjivanja potiču pružatelje usluga da održavaju visoke standarde kvalitete i sigurnosti, jer pozitivne recenzije povećavaju njihovu reputaciju i privlače više korisnika. Povećanje sigurnosti i povjerenja zato potiče veće sudjelovanje u ekonomiji dijeljenja i doprinositi stvaranju pouzdanih i sigurnih zajednica.

Ekonomija dijeljenja ima pozitivan utjecaj na razvoj lokalnih zajednica, potičući lokalne ekonomske aktivnosti i stvaranje novih prilika za zaradu. Korištenje lokalnih resursa i usluga povećava potrošnju unutar zajednice potiče razvoj lokalnih poduzeća. Na primjer, dijeljenje smještaja putem Airbnb-a dovodi do povećanja broja posjetitelja u manje poznatim destinacijama, čime se potiče lokalna ekonomija i stvaraju nove prilike za lokalne poduzetnike. Slično tome, dijeljenje alata ili opreme putem lokalnih zajednica može potaknuti razvoj novih poduzeća i inicijativa koje doprinose kreativnosti i gospodarskom razvoju zajednice.

Ekonomija dijeljenja donosi brojne društvene prednosti koje transformiraju način na koji ljudi međusobno djeluju, stvaraju zajednice i pristupaju resursima. Poticanje zajedništva, povećanje socijalnog kapitala, demokratizacija pristupa resursima, promicanje održivih društvenih praksi, povećanje društvene uključenosti, promjena potrošačkih navika i vrijednosti, povećanje sigurnosti i povjerenja te razvoj lokalnih zajednica ključni su društveni čimbenici koji oblikuju suvremeno društvo. Unutar ekonomije dijeljenja proizvodi se ne prodaju, već se dijele s drugima ili pružaju kao usluge. Prednosti takvog obrasca uključuju veću fleksibilnost, više potrošačkog i proizvođačkog viška te više prilika za zapošljavanje. (Haiyang Luo, 2023.) Razumijevanje ovih društvenih čimbenika čini važan korak prema promicanju održivog razvoja

i izgradnji inkluzivnijeg društva. Ekonomija dijeljenja, svojim modelima suradnje i zajedničkog korištenja resursa, potiče pojedince da preispitaju svoje potrošačke navike i pristupe težim održivim praksama. Umjesto naglaska na individualnom vlasništvu, dijeljenje resursa promiče ideju zajedničkog korištenja i ponovne upotrebe, što smanjuje ukupnu potrošnju i otpad. Primjerice, platforme za dijeljenje alata i opreme omogućuju korisnicima da koriste resurse efikasnije, čime se smanjuje potreba za proizvodnjom novih predmeta.

Osim toga, ekonomija dijeljenja povećava društvenu uključenost pružajući prilike za sudjelovanje u ekonomiji osobama koje možda nemaju pristup tradicionalnim oblicima zaposlenja. Platforme za dijeljenje usluga, poput Ubera ili Airbnb-a, omogućuju pojedincima da generiraju dodatni prihod dijeleći svoje resurse ili vještine. To posebno koristi marginaliziranim skupinama poput starijih osoba, umirovljenika ili studenata, pružajući im mogućnost da doprinesu zajednici i zarade dodatni prihod.

Jedan od ključnih aspekata ekonomije dijeljenja je razvoj lokalnih zajednica. Korištenjem lokalnih resursa i podržavanjem lokalnih poduzetnika, dijeljenje resursa promiče gospodarski razvoj na lokalnoj razini. Na primjer, dijeljenje smještaja putem platformi poput Airbnb-a može dovesti do povećanja turističkih posjeta manje poznatim destinacijama, potičući razvoj malih i srednjih poduzeća koja pružaju lokalne usluge ili proizvode. Slično tome, dijeljenje alata ili opreme putem lokalnih zajednica može potaknuti rast novih poduzetničkih inicijativa i poticati inovacije u lokalnoj ekonomiji. Dijeljenje resurasa i ideja otvara nove načine za izgradnju partnerstava, oblikovanje ponuda i dovođenje proizvoda na određena tržišta (Gansky, L. , 2010.)

Uz sve navedeno, ekonomija dijeljenja također igra ključnu ulogu u promicanju sigurnosti i povjerenja među korisnicima. Sustavi ocjenjivanja i recenzija na platformama za dijeljenje pružaju mehanizme za ocjenjivanje kvalitete usluga i povjerenja između korisnika. Korisnici pregledavaju ocjene drugih korisnika prije donošenja odluke o korištenju određene usluge, što pomaže u izgradnji povjerenja i smanjenju rizika. Ovi sustavi povjerenja potiču pružatelje usluga da održavaju visoke standarde kvalitete i sigurnosti, što koristi cijeloj zajednici.

Razumijevanje tih društvenih čimbenika ključno je za daljnji razvoj ekonomije dijeljenja i njeno pozitivno utjecanje na globalno gospodarstvo i društvo.

3.3. Ekološki čimbenici

Ekološki čimbenici predstavljaju važan aspekt ekonomije dijeljenja, naglašavajući potencijal za smanjenje ekološkog otiska i promicanje održivosti kroz efikasnije korištenje resursa. Platforme ekonomije dijeljenja pridonose smanjenju ukupne potrošnje resursa putem dijeljenja postojećih dobara i usluga, umjesto njihovog višestrukog posjedovanja ili jednokratne uporabe. Primjerice, dijeljenje automobila putem usluga kao što su Car2Go ili Zipcar smanjuje potrebu za osobnim automobilima, što rezultira manjim ukupnim brojem vozila na cestama i nižim emisijama CO₂. Osim toga, dijeljenje stanova i smještaja preko platformi poput Airbnb-a omogućuje bolje iskorištavanje postojećih stambenih kapaciteta, smanjujući potrebu za novogradnjom i pratećim ekološkim utjecajima.

Platforme za dijeljenje također potiču ekološki osviještene prakse među korisnicima. Na primjer, platforme za dijeljenje odjeće ili sportske opreme promiču ponovnu uporabu i smanjenje potrošnje novih resursa. Kroz ove modele, korisnici se potiču na razmatranje dugoročnih ekoloških učinaka svojih potrošačkih izbora, što ima potencijalne dugoročne pozitivne učinke na okoliš.

Osim direktnih ekoloških koristi, ekonomija dijeljenja također može poslužiti kao katalizator za razvoj tehnologija i inovacija usmjerenih prema održivom razvoju. Investicije u platforme za dijeljenje potiču razvoj novih tehnoloških rješenja koja mogu poboljšati energetske učinkovitost, smanjiti otpad ili podržati ekološki prihvatljive načine transporta. Na primjer, integracija električnih vozila u sustave dijeljenja automobila pomaže u smanjenju emisija štetnih plinova i promicati korištenje obnovljivih izvora energije.

U konačnici, ekološki čimbenici ekonomije dijeljenja igraju ključnu ulogu u stvaranju održivijeg društva. Promicanje dijeljenja resursa kao alternative konvencionalnom posjedovanju potiče efikasnije korištenje resursa, smanjuje ukupni ekološki otisak i podržava prijelaz prema održivijem načinu života. Razumijevanje ovih ekoloških aspekata ključno je za daljnji razvoj ekonomije dijeljenja i njeno pozitivno djelovanje na zaštitu okoliša i očuvanje prirodnih resursa za buduće generacije.

3.4. Odrednice zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja

Odrednice zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja predstavljaju ključne faktore koji utječu na korisničko iskustvo i dugoročnu angažiranost korisnika u ovim sustavima. Razumijevanje što potiče zadovoljstvo korisnika i koje faktore utječu na njihove namjere korištenja može pomoći platformama da unaprijede svoje usluge i zadrže konkurentnost na tržištu.

Sung i suradnici (2018) navode slijedeće ključne odrednice zadovoljstva:

- **Kvaliteta usluge:** Kvaliteta pružene usluge jedan je od ključnih faktora koji utječu na zadovoljstvo korisnika. Korisnici očekuju pouzdanost, učinkovitost i udobnost prilikom korištenja platformi ekonomije dijeljenja. Primjerice, u slučaju dijeljenja smještaja, čistoća, udobnost i sigurnost objekta mogu značajno utjecati na korisničko iskustvo;
- **Cijena:** Ekonomski faktori, poput cijene usluga, igraju važnu ulogu u zadovoljstvu korisnika. Platforme ekonomije dijeljenja često nude konkurentne cijene u usporedbi s tradicionalnim opcijama, što može privući korisnike i potaknuti njihovo ponovno korištenje;
- **Iskustvo korisnika:** Korisničko iskustvo od ključne je važnosti za zadovoljstvo korisnika. Intuitivan dizajn aplikacija, jednostavnost navigacije, kao i korisnička podrška u slučaju problema ili pitanja, mogu značajno utjecati na percepciju korisnika o kvaliteti usluge;
- **Povratne informacije i ocjene:** Sustavi ocjenjivanja i recenzija pružaju važne povratne informacije koje utječu na percepciju korisnika o kvaliteti usluga i povjerenju među korisnicima. Pozitivne ocjene i povratne informacije mogu potaknuti veće zadovoljstvo korisnika i povećati njihovu namjeru ponovnog korištenja platforme;
- **Prilagodljivost i izbor:** Mogućnost prilagodbe usluga prema individualnim potrebama i preferencijama korisnika također može poboljšati zadovoljstvo. Veći izbor opcija i raznovrsnost ponude često dovode do veće zadovoljstva korisnika, jer im omogućuju da pronađu najbolje rješenje koje odgovara njihovim potrebama.

U nastavku su navedene ključne odrednice bihevioralnih namjera korisnika platforma ekonomije dijeljenja prema različitim autorima:

- Povjerenje u platforme ekonomije dijeljenja pozitivno utječe na namjeru ponašanja u pogledu korištenja platformi ekonomije dijeljenja. (Dabija, Csorba, Isac i Rusu, 2022.)
- Percipirana vrijednost ima pozitivan učinak na namjeru ponašanja u pogledu korištenja platformi ekonomije dijeljenja. (Dabija, Csorba, Isac i Rusu, 2022.)
- Kvaliteta usluge ima pozitivan utjecaj na namjeru korištenja platformi ekonomije dijeljenja. (Arteaga i suradnici, 2017.)
- Percipirana korisnost može se definirati kao „stupanj do kojeg pojedinac vjeruje da bi korištenje određenog sustava poboljšalo njegov/njezin radni učinak” (Arteaga i suradnici prema Davis, 1989., str. 320). Percipirana korisnost pozitivno utječe na namjeru nastavka korištenja platformi ekonomije dijeljenja. (Arteaga i suradnici, 2017.)
- Namjera ponovne uporabe: Visoka razina zadovoljstva često je povezana s namjerom korisnika da ponovno koriste platforme ekonomije dijeljenja u budućnosti. Pouzdana i kvalitetna iskustva potiču korisnike da se vraćaju istim ili sličnim platformama. Postoji pozitivan odnos između namjere nastavka korištenja platforma i zadovoljstva. (Arteaga et al. prema Bhattacharjee (2001)
- Aktivno sudjelovanje: Korisnici koji se osjećaju povezano sa zajednicom platforme i aktivno sudjeluju u njoj, kao što su objavljivanje recenzija, dijeljenje iskustava ili sudjelovanje u programima vjernosti, često imaju veću namjeru kontinuiranog korištenja usluga. Učinak umrežavanja pozitivno utječe na namjeru potrošača i pružatelja usluga da koriste platforme ekonomije dijeljenja. (Sung, Kim i Lee, 2018.)
- Prema autorima Anaya i De la Vega (2022.) učinak uživanja na ponašanje pri korištenju bio je značajan i pozitivan.

Razumijevanje ovih odrednica zadovoljstva i bihevioralnih namjera ključno je za razvoj strategija koje će podržati rast i održivost platformi ekonomije dijeljenja. Kontinuirano praćenje povratnih informacija korisnika i prilagođavanje usluga prema njihovim potrebama ključno je za osiguranje konkurentnosti i dugoročnog uspjeha na tržištu.

3.5. Prethodna istraživanja u funkciji ponašanja korisnika platformi ekonomije dijeljenja

Prethodna istraživanja pružaju dublji uvid u ponašanje korisnika platformi ekonomije dijeljenja, istražujući različite aspekte njihovog sudjelovanja, motivacija i zadovoljstva. Ovaj odjeljak analizira ključne nalaze relevantnih istraživanja kako bi se bolje razumjelo ponašanje korisnika u kontekstu ekonomije dijeljenja.

Studije su istražile različite motive koji potiču korisnike da se uključe u ekonomiju dijeljenja. Prema istraživanju Sunga, Kima i Leeja (2018), ekonomski faktori, poput financijskih ušteda i ekonomske koristi, često su ključni faktori koji utječu na korisničko sudjelovanje u platformama za dijeljenje smještaja. Oni također ističu da percepcija društvene vrijednosti, kao što su mogućnost upoznavanja novih ljudi i dijeljenje iskustava, također igra značajnu ulogu u motivaciji korisnika.

Drugo istraživanje Arteaga Sáncheza i sur. (2017) proučavalo je faktore koji potiču kontinuirano korištenje usluga ekonomije dijeljenja. Njihovi nalazi sugeriraju da zadovoljstvo korisnika i pozitivno iskustvo s platformama za dijeljenje smještaja i prijevoza često dovode do njihove namjere ponovne uporabe i preporuke drugima.

Istraživanja su također istražila kako ekonomija dijeljenja utječe na ponašanje potrošača, uključujući njihovu percepciju rizika, sigurnosti i očekivanja od usluga. Prema Anayi i De la Vegi (2022), faktori kao što su percepcija rizika i sigurnost podataka mogu značajno utjecati na bihevioralne namjere korisnika. Njihovo istraživanje ističe važnost upravljanja rizicima kako bi se ojačalo povjerenje korisnika i osiguralo njihovo dugoročno sudjelovanje u ekonomiji dijeljenja.

Istraživanja zadovoljstva korisnika također su važna za razumijevanje dugoročne privlačnosti platformi ekonomije dijeljenja. Prema istraživanju Arteaga Sáncheza i sur. (2017), zadovoljstvo korisnika s uslugama ekonomije dijeljenja često je povezano s njihovom namjerom ponovnog korištenja i preporukama drugima. Visoka razina zadovoljstva može rezultirati lojalnošću korisnika prema platformi, što je ključno za dugoročni uspjeh poslovanja.

Ova istraživanja pružaju vrijedan uvid u ključne faktore koji oblikuju ponašanje korisnika u ekonomiji dijeljenja, naglašavajući važnost kvalitete usluga, percepcije rizika i društvenih aspekata kao ključnih determinančnih čimbenika. Razumijevanje ovih faktora ključno je za razvoj strategija koje će podržati rast i održivost platformi ekonomije dijeljenja u budućnosti.

4. Empirijsko istraživanje zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije dijeljenja

U današnjem digitalnom dobu, ekonomija dijeljenja postaje sve značajniji segment u globalnom gospodarstvu, omogućujući korisnicima pristup resursima, uslugama i proizvodima putem online platformi. Ova vrsta ekonomije, koja se temelji na zajedničkoj upotrebi dobara i usluga, ne samo da mijenja način na koji koristimo resurse, već također oblikuje ponašanje i namjere korisnika. Ključne varijable koje se istražuju u okviru ovog istraživanja kroz provođenje ankete uključuju zadovoljstvo korisnika i njihove bihevioralne namjere, koje su od esencijalne važnosti za razumijevanje dinamike platformi ekonomije dijeljenja.

Zadovoljstvo korisnika predstavlja ključno mjerilo uspješnosti platformi ekonomije dijeljenja, budući da direktno utječe na korisničko iskustvo, povratne informacije i dugoročnu upotrebu usluga. Različiti čimbenici, poput kvalitete usluge, korisničke podrške, i intuitivnosti platforme, doprinose razini zadovoljstva korisnika. Na drugoj strani, bihevioralne namjere korisnika, kao što su namjera ponovne upotrebe platforme i preporuka drugim korisnicima, odražavaju moguće buduće ponašanje korisnika i mogu značajno utjecati na dugoročan uspjeh i održivost platformi.

U ovom istraživanju, fokus će biti na ispitivanju ovih varijabli kroz provedenu anketu, kako bi se razumjelo kako različiti čimbenici utječu na zadovoljstvo korisnika platformi ekonomije dijeljenja kao što su Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Bolt, GetAround, Couchsurfing, Kickstarter, LoveHomeSwap, HomeAway, Car2Go, MOL Bubi, TaskRabbit te kako to zadovoljstvo, zauzvrat, utječe na njihove bihevioralne namjere. Analizirati će se kako varijable poput uštede novca, uštede vremena i društvene vrijednosti proizašle iz korištenja platforma utječu na razinu zadovoljstva korisnika. Također, istražiti će se povezanost između zadovoljstva korisnika i njihovih namjera o ponovnoj upotrebi platforme i preporuci istih drugim korisnicima.

Cilj ovog istraživanja je pružiti dublje uvide u to kako zadovoljstvo korisnika može poslužiti kao prediktor njihovih budućih bihevioralnih namjera, te pružiti korisne smjernice za poboljšanje platformi ekonomije dijeljenja i unapređenje korisničkog iskustva.

4.1. Ciljevi i sadržaj istraživanja

Cilj ovog istraživanja bio je istražiti razinu zadovoljstva korisnika platformi ekonomije dijeljenja te njihove bihevioralne namjere. U fokusu istraživanja bila je analiza iskustava i zadovoljstva uslugama koje nude platforme poput Airbnb-a, Uber-a, BlaBlaCar-a i drugih sličnih platformi ekonomije dijeljenja, kao i ispitivanje namjera korisnika da nastave koristiti te platforme u budućnosti te da ih preporuča drugima. Dakle, cilj je bio analizirati zadovoljstvo korisnika platforma kroz percipiranu ekonomsku korist, društvenu vrijednost, uživanje, ekološku održivost te namjeru korištenja platforma ekonomije dijeljenja u budućnosti. Kako bi ti ciljevi bili ostvareni, postavljeno je pet hipoteza, koje će u konačnici biti potvrđene ili opovrgnute.

Promatrani konstrukti u ovome istraživanju bili su ekonomska korist, društvena vrijednost, uživanje, ekološka održivost, zadovoljstvo i namjera korištenja. Konstrukti ekonomske koristi i društvenih vrijednosti preuzeti su iz istraživanja autora Arteaga Sánchez i sur. (2017), koje je proučavalo faktore koji potiču kontinuirano korištenje usluga ekonomije dijeljenja. Njihovi nalazi sugeriraju da zadovoljstvo korisnika i pozitivno iskustvo s platformama za dijeljenje smještaja i prijevoza često dovode do njihove namjere ponovne uporabe i preporuke drugima. Društvena vrijednost pozitivno utječe na zadovoljstvo i ima drugi najveći ukupni učinak na namjeru ponovnog korištenja među motivacijama u modelu spomenutih autora. Njihovi rezultati naglašavaju da je zadovoljstvo korisnika dijeljenih vožnji vođeno kvalitetom usluge, percipiranom korisnošću, utjecajem na okoliš, povjerenjem i društvenom vrijednošću; i da svi ti čimbenici udruženi radi ekonomske koristi utječu na namjeru nastavka izravno ili neizravno kroz zadovoljstvo. Prema tome, postavljaju se sljedeće dvije hipoteze:

H1: Ekonomska korist pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

H2: Percipirana društvena vrijednost pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

Nadalje, promatrani konstrukti uživanja i ekološke održivosti preuzeti su iz istraživanja autora Anaya i De la Vega (2022.) Ovo je istraživanje imalo za cilj istražiti učinak ublažavanja percipiranog rizika na sudjelovanje potrošača u ekonomiji dijeljenja u zemlji u razvoju. Autori su željeli odgovoriti na pitanje u kojoj je mjeri uživanje u korištenju platforma ekonomije

dijeljenja povezano s ponašanjem korisnika u ekonomiji dijeljenja. U radu Tussyadiah (2016) čimbenik uživanja imao je najpresudniji utjecaj na zadovoljstvo i namjeru sudjelovanja u ekonomiji dijeljenja, a autor to pripisuje potrošačima koji teže maksimiziranju svoje korisnosti, što podrazumijeva uzbudljivo iskustvo, uštedu troškove i uživanje u uslugama visoke kvalitete. Prema Kim i Jin (2019), potrošači u ekonomiji dijeljenja smatraju je zabavnijom i uzbudljivijom od tradicionalne kupnje. Uzimajući u obzir gore navedene točke, formirana je sljedeća hipoteza:

H3: Uživanje u platformama ekonomije dijeljenja pozitivno je i značajno povezano sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

Što se tiče mjere u kojoj je održivost povezana s ponašanjem korisnika u ekonomiji dijeljenja, prema Dabbousu i Tarhiniu (2021), ekonomija dijeljenja povezana je s pozitivnim koristima za okoliš, koje utječu na učinkovito korištenje resursa u društvu. Štoviše, mobiliziranjem nedovoljno iskorištenih sredstava, resursa i sposobnosti, ekonomija dijeljenja povećava učinkovitost potrošnje, smanjuje potrošnju materijala na temelju ekskluzivnog vlasništva, štedi resurse i smanjuje zagađenje (Gurāu i Ranchhod 2020). Stoga je predložena sljedeća hipoteza:

H4: Ekološka održivost pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.

Konstrukt zadovoljstvo također je preuzet iz istraživanja već spomenutih autora Arteaga Sánchez i sur. (2017), dok je konstrukt namjere korištenja postavljen prema istraživanju autora Sung, Eunsuk, Hongbum Kim, and Daeho Lee (2018.) Ovo istraživanje za cilj je imalo proučavanje cirkulacije potrošnje i proizvodnje te održivosti ekonomije dijeljenja. Formirana je sljedeća hipoteza:

H5: Zadovoljstvo korisnika pozitivno je i značajno povezano s namjerama korištenja platformi ekonomije dijeljenja.

U nastavku, prikazani su rezultati provedenog istraživanja.

4.2. Metodologija istraživanja i razvoj mjernog instrumenta

Istraživanje je provedeno pomoću online ankete koja je distribuirana korisnicima različitih platformi ekonomije dijeljenja, na prigodnom uzorku, državljana Republike Hrvatske. Podaci su prikupljeni u razdoblju od 10.07.2024. do 08.08.2024., a analizirani su uz pomoć Excel alata za izračun osnovnih statističkih pokazatelja.

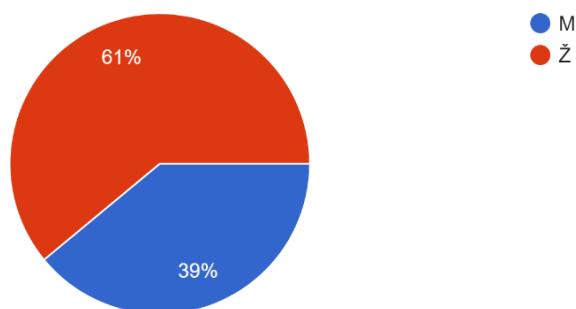
Anketa je započela dihotomnim pitanjem „Jeste li do sada koristili platforme ekonomije dijeljenja? (Na primjer Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Bolt, GetAround, Couchsurfing, Kickstarter, LoveHomeSwap, HomeAway, Car2Go, MOL Bubi, TaskRabbit i dr.). Ukupno je prikupljeno 208 odgovora, od kojih je 8 bilo odgovora „Ne“ te su oni eliminirani iz daljnjeg rješavanja ankete i nisu uzeti u obzir za daljnja razmatranja. Dakle, ukupno je analizirano 200 odgovora. Nadalje postavljena su tri uvodna pitanja gdje su ispitanici morali navesti platforme ekonomije dijeljenja koje su već koristili, kada su posljednji puta koristili neku od platforma ekonomije dijeljenja te koji je bio razlog korištenja. Nakon toga, postavljena su pitanja za svaki konstrukt na koja se odgovor davao kroz 5 stupnjeva ocjena Likertove skale u rasponu od: „Uopće se ne slažem“ – 1 do „U potpunosti se slažem“ – 5.

Konstrukti ekonomske koristi i društvenih vrijednosti preuzeti su iz istraživanja autora Arteaga Sánchez i sur. (2017), koje je proučavalo faktore koji potiču kontinuirano korištenje usluga ekonomije dijeljenja. Konstrukti uživanja i ekološke održivosti preuzeti su iz istraživanja autora Anaya i De la Vega (2022.) Ovo je istraživanje imalo za cilj odgovoriti na pitanje u kojoj je mjeri uživanje u korištenju platforma ekonomije dijeljenja povezano s ponašanjem korisnika u ekonomiji dijeljenja. Konstrukt zadovoljstvo preuzet je iz istraživanja autora Arteaga Sánchez i sur. (2017), dok je konstrukt namjere korištenja postavljen prema istraživanju autora Sung, Eunsuk, Hongbum Kim, and Daeho Lee (2018.) Ovo istraživanje za cilj je imalo proučavanje cirkulacije potrošnje i proizvodnje te održivosti ekonomije dijeljenja.

4.3. Analiza i interpretacija rezultata istraživanja

Prikupljeni podaci analizirani su deskriptivnom statistikom kako bi se dobile osnovne informacije o profilu ispitanika i njihovim stavovima, dok su za dublju analizu korištene statističke analize za ispitivanje povezanosti između varijabli.

Grafikon 1. Spol ispitanika



Izvor: Rezultati ankete

U nastavku rada biti će interpretirani dobiveni rezultati. Anketni upitnik sadržavao je tri skupine pitanja te će redom biti prikazana skupina pitanja koja se odnosi na socio-demografske podatke, zatim uvodna pitanja te naposljetku pitanja koja uključuju stavove ispitanika prikazane kroz Likertove ljestvice. U cilju pobližeg određivanja uzorka i njegovih obilježja, najprije će se prikazati socio – demografski podaci ispitanika. Socio – demografski podaci sadržani su u tablici u nastavku.

Tablica 1. Socio-demografski podaci ispitanika

Opis uzorka	Broj ispitanika	Postotni udio
Spol		
Muški	78	39%
Ženski	122	61%
Dob		
18-21	20	10%
22-25	88	44%
26-30	67	33,5%
31-40	17	8,5%
41-50	8	4%
51 i više	0	0%
Stupanj obrazovanja	Broj	Postotak

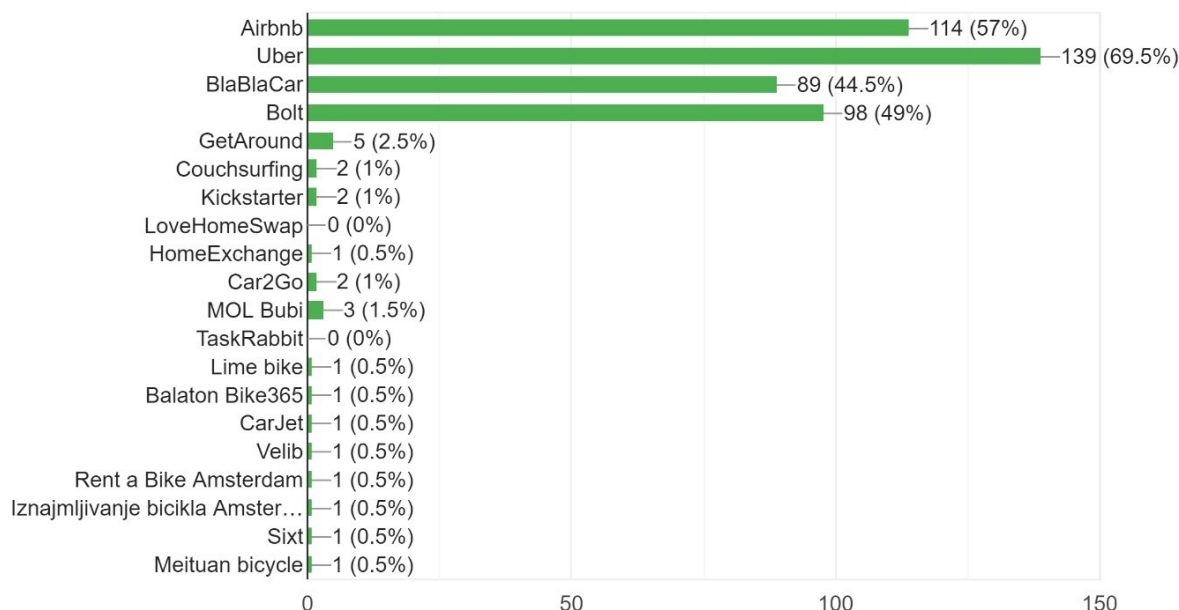
Srednja škola	48	24%
Viša škola	7	3,5%
Preddiplomski studij	76	38%
Diplomski studij	68	34%
Poslijediplomski studij,	1	0,5%
Radni status		
Student	73	36,5%
Nezaposlen/a	11	5,5%
Zaposlen/a	113	56,5%
Učenik/ca	2	1%
Poduzetnik	1	0,5%
Mjesečna primanja		
Do 677 eura	61	30,5%
678€ - 840€	30	15%
841€ - 1200€	59	29,5%
1201€ - 1500€	31	15,5%
Više od 1500€	19	9,5%

Izvor: Izrada autorice prema rezultatima ankete

Analizom podataka prikupljeni su odgovori ukupno 200 ispitanika, od čega je 122 (61%) ispitanika ženskog spola a preostalih 78 (39%) muškog spola. Sukladno životnoj dobi, najviše je ispitanika u dobi od 22 do 25 godina (44%), zatim u dobi od 26 do 30 (33,5%), nakon čega slijede ispitanici od 18 do 21 godinu (10%), od 31 do 40 godina (8,5%), dok je najmanje ispitanika u dobi od 41 do 50 godina (4%). Najveći udio ispitanika koji su odgovarali na pitanja bilo je zaposleno (56,5%), a zatim su to bili studenti (36,5%). Manji udio činili su nezaposleni (5,5%), dva učenika i jedan ispitanik koji se izjasnio kao poduzetnik. Najveći udio ispitanika u uzorku mjesečno zarađuje u prosjeku do 677 eura (30,5%) te između 841 i 1200 eura (29,5%). Slijede ispitanici koji u prosjeku zarađuju od 1201 do 1500 eura (15,5%) te od 678 do 840 eura (15%). Najmanji udio čine ispitanici koji u prosjeku zarađuju više od 1500 eura (9,5%). U kontekstu obrazovanja, najviše je fakultetski obrazovanih ispitanika, konkretnije ispitanika sa završenim preddiplomskim studijem (38%) nakon čega slijede ispitanici sa završenim diplomskim studijem (34%) i ispitanici srednjoškolskog obrazovanja (24%). Nešto manji broj čine ispitanici sa završenom višom školom (3,5%) te jedan ispitanik imao završeni poslijediplomski studij. Iz navedenog se može zaključiti kako najveći udio ispitanika u uzorku čine osobe ženskog spola u dobi od 22 do 25 godina. Osim toga, najveći udio ispitanika je zaposleno i mjesečno zarađuje u prosjeku do 677 eura. Najveći broj ispitanika ima završen preddiplomski studij.

Grafikon 2 prikazuje najčešće korištene platforme ekonomije dijeljenja.

Grafikon 2. Platforme ekonomije dijeljenja koju su do sada ispitanici koristili



Izvor: Rezultati istraživanja

U Grafikonu 2. vidljivo je kako su najčešće korištene platforme za ekonomiju dijeljenja Airbnb što se tiče smještaja sa 57%, a Uber što se tiče prijevoza sa 69,5% ispitanika koji su koristili ovu platformu ekonomije dijeljenja. Ovdje su ispitanici mogli izabrati više mogućih odgovora. Također je od ispitanika bilo dodatno navedeno još 8 platforma ekonomije dijeljenja, od čega su većina bile platforme za iznajmljivanje bicikala i automobila.

Tablica 3 prikazuje učestalost korištenja platformi ekonomije dijeljenja.

Tablica 2. Učestalost korištenja platformi ekonomije dijeljenja

Učestalost korištenja platformi ekonomije dijeljenja	Postotni udio
U posljednjih 6 mjeseci	49,5 %
U posljednjih godinu dana	31,5 %
U posljednjih 2 godine	13,5 %
U posljednjih 3 godine	3 %
Prošlo je više od 3 godine	2,5 %

Izvor: rezultati istraživanja

Dakle, ispitanici su ocjenjivali učestalost korištenja platformi ekonomije dijeljenja kao što su Uber, Bolt, Airbinb i skoro pola ispitanika, njih 49,5% koristilo je ove platforme u posljednjih

šest mjeseci, dok ih je 31,5% koristio u posljednjih godinu dana. Manji broj ispitanika koristio je ove platforme u dužem periodu od dvije (13,5%), tri (3%) i više od tri godine (2,5%).

Tablica 4 prikazuje motive korištenja platformi ekonomije dijeljenja.

Tablica 3. *Motivi korištenja platformi ekonomije dijeljenja*

Motivi korištenja platformi ekonomije dijeljenja	Postotni udio
Odabir smještaja na mom putovanju	33,5 %
Iznajmljivanje automobila/mopeda	7,5%
Iznajmljivanje bicikla/romobila	8,5 %
Zajednička vožnja	45,5 %
Usluge pomoći kod selidbe/premještaja	1 %
Obavljanje kućanskih poslova i popravaka na zahtjev	0 %
Usluge savjetovanja	1 %
Suradničko financiranje	1,5 %
Rentanje bicikla/romobila	0,5 %
Naručivanje taxija	0,5 %
Usluga dostave hrane	0,5 %

Izvor: rezultati istraživanja

Rezultati dobiveni anketom koji prikazuju motive korištenja platformi ekonomije dijeljenja pokazuju da su najčešći motivi zajednička vožnja (45,5%) i odabir smještaja na putovanju (33,5%), dok su usluge savjetovanja (1%), naručivanje taksija (0,5%), usluga dostave hrane (0,5%) i suradničko financiranje (1.5%) među zadnjim mjestima što se tiče motiva.

Sljedeća skupina pitanja obuhvatila je stavove ispitanika o percipiranoj ekonomskoj koristi, društvenoj vrijednosti, uživanju, ekološkoj koristi, zadovoljstvu i namjeri korištenja platforma ekonomije dijeljenja. U svrhu testiranja postavljenih hipoteza koristile su se analiza pouzdanosti, korelacijska analiza, te višestruka regresijska analiza. Tablice u nastavku prikazati će dobivene rezultate deskriptivne statistike i pouzdanosti konstrukata koji su korišteni u svrhu dokazivanja postavljenih hipoteza.

Tablica 4. Percipirana ekonomska korist

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Ekonomska korist	4,19	0,70	0,823
1. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi uštedu novca.	4,32	0,87	
2. Platforme ekonomije dijeljenja donose mi financijsku korist.	4,02	0,98	
3. Platforme ekonomije dijeljenja pomažu mi da uštedim vrijeme.	4,42	0,80	
4. Izabrao/la sam platforme ekonomije dijeljenja iz ekonomskih razloga.	3,96	0,99	
5. Izabrao sam platforme ekonomije dijeljenja zbog manjka alternativa za moje putovanje/smještaj.	4,21	0,94	

Izvor: Rezultati istraživanja

Sukladno rezultatima prikazanim u tablici 5 moguće je zaključiti da se ispitanici slažu kako im platforme ekonomije dijeljenja omogućuju uštedu novca ($AS = 4,32$, $SD = 0,87$) te kako im platforme ekonomije dijeljenja donose financijsku korist ($AS=4,02$, $SD=0,98$). Nadalje, ispitanici se slažu s tvrdnjom da platforme ekonomije dijeljenja pomažu uštedi vrijeme ($AS=4,42$, $SD=0,80$). Ispitanici su također suglasni s tvrdnjom da su izabrali platforme ekonomije dijeljenja iz ekonomskih razloga ($AS=3,96$, $SD=0,99$) te se slažu s tvrdnjom da su izabrali platforme ekonomije dijeljenja zbog manjka alternativa za putovanje/smještaj ($AS=4,21$, $SD=0,94$). Ukupna prosječna ocjena konstrukta ekonomska korist iznosi 4,19, iz čega se može zaključiti da se ispitanici generalno slažu kako im korištenje platformi ekonomije dijeljenja donose ekonomske koristi.

Tablica 5. Percipirana društvena vrijednost

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Društvena vrijednost	3,97	0,83	0,913
Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi upoznavanje zanimljivih ljudi.	4,06	0,89	
Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi da upoznam buduće prijatelje.	3,49	1,00	
Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi da upoznam ljude iz drugih mjesta i kultura.	4,35	0,93	
Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi pratnju na mom putovanju.	3,94	0,99	
Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi zabavu s drugim ljudima tijekom mog putovanja.	4,03	1,01	

Izvor: Rezultati istraživanja

Rezultatima prikazanima u tablici 6 koja prikazuje varijablu percipirane društvene vrijednosti moguće je zaključiti da se ispitanici slažu kako im platforme ekonomije dijeljenja omogućuju upoznavanje zanimljivih ljudi (AS = 4,06, SD = 0,89). Ispitanici su bili indiferentni prema tvrdnji kako im platforme ekonomije dijeljenja omogućuju sklapanje budućih prijateljstava (AS= 3,49, SD=1,00). Sljedeće, ispitanici se slažu s tvrdnjom da im platforme ekonomije dijeljenja pomažu pri upoznavanju ljudi iz drugih mjesta i kultura (AS=4,35, SD=0,93). Ispitanici su također suglasni s tvrdnjom da su izabrali platforme ekonomije dijeljenja iz razloga da bi imali pratnju na svojim putovanjima (AS=3,94, SD=0,99) te se slažu s tvrdnjom da su izabrali platforme ekonomije dijeljenja zbog doživljaja zabave sa drugim ljudima tijekom putovanja (AS=4,03, SD=1,01). Ukupna prosječna ocjena konstrukta društvena vrijednost iznosi 3,97, iz čega se može zaključiti da se ispitanici generalno slažu kako im korištenje platformi ekonomije dijeljenja donose društvene koristi.

Tablica 6. *Percipirano uživanje*

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Uživanje	4,31	0,78	0,938
Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja ugodne.	4,32	0,75	
Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja uzbudljive.	4,26	0,91	
Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja zabavne.	4,26	0,92	
Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja zanimljive.	4,43	0,82	

Izvor: Rezultati istraživanja

Kod rezultata istraživanja percipiranog uživanja, prikazanog u tablici 7, ukupna prosječna ocjena ovog konstrukta je 4,31 gdje se ispitanici slažu kako im korištenje platformi ekonomije dijeljenja donosi uživanje. Ispitanici se slažu kako su platforme ekonomije dijeljenja ugodne (AS=4,32, SD=0,75), uzbudljive (AS=4,26, SD=0,91), zabavne (AS=4,26, SD=0,92) te zanimljive (AS=4,43, SD=0,82).

Tablica 7. *Percipirana ekološka održivost*

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Ekološka održivost	4,03	0,76	0,927

Platforme ekonomije dijeljenja pomažu uštedi prirodnih resursa.	3,97	0,79	
Platforme ekonomije dijeljenja održivi su način potrošnje.	4,08	0,89	
Platforme ekonomije dijeljenja učinkovite su u smislu korištenja energije.	4,09	0,87	
Platforme ekonomije dijeljenja ekološki su prihvatljive.	3,97	0,78	

Izvor: Rezultati istraživanja

Sukladno rezultatima prikazanima u tablici 8 zaključeno je da se ispitanici slažu kako platforme ekonomije dijeljenja pomažu pri uštedi prirodnih resursa (AS = 3,97, SD = 0,79) te kako su platforme ekonomije dijeljenja održivi način potrošnje (AS=4,08, SD=0,89). Nadalje, ispitanici se slažu s tvrdnjom da su platforme ekonomije dijeljenja učinkovite u smislu korištenja energije (AS=4,09, SD=0,87). Ispitanici su također suglasni s tvrdnjom da su platforme ekonomije ekološki prihvatljive (AS=3,97, SD=0,78). Ukupna prosječna ocjena konstrukta ekološke održivosti iznosi 4,03, iz čega se može zaključiti da se ispitanici generalno slažu kako korištenje platformi ekonomije dijeljenja pridonosi ekološkoj održivosti.

Tablica 8. Percipirano zadovoljstvo

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Zadovoljstvo	4,46	0,68	0,931
Platforme ekonomije dijeljenja ispunile su moja očekivanja.	4,47	0,73	
Platforme ekonomije dijeljenja predstavljaju idealnu opciju dijeljenja smještaja i prijevoza.	4,41	0,83	
Platforme ekonomije dijeljenja su ugodne.	4,35	0,80	
Zadovoljan/na sam rezultatom usluga platforma ekonomije dijeljenja.	4,51	0,76	
Sve u svemu, zadovoljan/na sam platformama ekonomije dijeljenja.	4,56	0,69	

Izvor: Rezultati istraživanja

Rezultatima prikazanima u tablici 9 moguće je zaključiti da se ispitanici slažu kako su platforme ekonomije dijeljenja ispunile njihova očekivanja (AS = 4,47, SD = 0,73) te kako za njih platforme ekonomije dijeljenja predstavljaju idealnu opciju dijeljenja smještaja i prijevoza (AS=4,41, SD=0,83). Također, ispitanici se slažu s tvrdnjom da su platforme ekonomije dijeljenja ugodne (AS=4,35, SD=0,80). Ispitanici su u potpunosti zadovoljni uslugom rezultata ovih platformi (AS=4,51, SD=0,76) te su sve u svemu u potpunosti zadovoljni platformama ekonomije dijeljenja (AS=4,56, SD=0,69). Ukupna prosječna ocjena konstrukta percipiranog zadovoljstva iznosi 4,46, iz čega se može zaključiti da su ispitanici zadovoljni korištenjem platformi ekonomije dijeljenja.

Tablica 9. Namjera korištenja

Varijabla	A.S.	S.D.	Cronbach's alpha
Namjera korištenja	4,39	0,77	0,952
Sve u svemu, voljan/na sam često koristiti platforme ekonomije dijeljenja u budućnosti.	4,40	0,80	
U budućnosti ću ponovo koristiti platforme za usluge dijeljenja.	4,49	0,76	
Koristiti ću platforme za usluge dijeljenja češće ako je moguće.	4,34	0,92	
Često ću koristiti platforme za usluge dijeljenja u budućnosti.	4,23	0,96	
Preporučiti ću platforme za usluge dijeljenja drugima.	4,49	0,78	

Izvor: Rezultati istraživanja

Rezultati prikazani u tablici 10 prikazuju konstrukt namjere korištenja. Pregledom ovih rezultata moguće je zaključiti da se ispitanici slažu kako su voljni često koristiti platforme ekonomije dijeljenja (AS = 4,40, SD = 0,80) te kako će ih u budućnosti ponovno koristiti (AS=4,49, SD=0,76). Isto tako, ispitanici tvrde kako će platforme ekonomije dijeljenja koristiti i češće ako je moguće (AS=4,34, SD=0,92). Ispitanici će također, prema rezultatima, često koristiti usluge ovih platformi u budućnosti (AS=4,23, SD=0,96) te će preporučiti platforme ekonomije dijeljenja drugima (AS=4,49, SD=0,78). Ukupna prosječna ocjena konstrukta namjere korištenja iznosi 4,39, što ukazuje na to da ispitanici namjeravaju ponovo koristiti platforme ekonomije dijeljenja.

Pregledom koeficijenta Cronbach alpha sadržanih u prethodno priloženim tablicama dokazuje se kako su vrijednosti koeficijenta prihvatljive. Svi konstrukti bilježe vrijednosti veće od 0,70 zbog čega se smatraju pouzdanima. Nadalje, postavljene hipoteze testirane su korelacijskom analizom, odnosno Pearsonovim koeficijentom korelacije. Dobivene vrijednosti prikazane su u sljedećoj tablici broj 11.

Tablica 10. Pearsonov koeficijent korelacije

	<i>Ekonomska korist</i>	<i>Društvena vrijednost</i>	<i>Uživanje</i>	<i>Ekološka održivost</i>	<i>Zadovoljstvo</i>	<i>Namjera korištenja</i>
Ekonomska korist	1					
Društvena vrijednost	0,727	1				
Uživanje	0,695	0,733	1			
Ekološka održivost	0,565	0,609	0,496	1		
Zadovoljstvo	0,713	0,612	0,715	0,568	1	

Namjera korištenja	0,641	0,574	0,671	0,534	0,793	1
--------------------	-------	-------	-------	-------	-------	---

Izvor: Rezultati istraživanja

Rezultati ankete pokazuju značajne povezanosti između različitih čimbenika i zadovoljstva korisnika platformi ekonomije dijeljenja. Postoji jaka i pozitivna povezanost između ekonomskih koristi i zadovoljstva korisnika ($r=0,713$, $p<0,05$). Također, postoji značajna i pozitivna povezanost između percipirane društvene vrijednosti i zadovoljstva korisnika ($r=0,612$, $p<0,05$). Osim toga, uočena je jaka pozitivna povezanost između uživanja u platformama i zadovoljstva korisnika ($r=0,715$, $p<0,05$). Nadalje, uočljiva je značajna i pozitivna povezanost između ekološke održivosti i zadovoljstva korisnika ($r=0,568$, $p<0,05$). Na kraju, postoji jaka i pozitivna povezanost između zadovoljstva korisnika i namjere korištenja ($r=0,793$, $p<0,05$).

Kako bi se utvrdilo može li se na temelju percepcije ekonomske koristi, društvenih vrijednosti, uživanja i ekološke održivosti predvidjeti zadovoljstvo korisnika platformama ekonomije dijeljenja, provedena je višestruka regresijska analiza.

Tablica 12: Višestruka regresijska analiza

Pokazatelji

Koeficijent multiple korelacije R	0,791
Koeficijent determinacije R ²	0,627
Prilagođeni R ²	0,619
Standardna pogreška	2,084
F-omjer	82,025
Značajnost	0,00000

Nezavisne varijable	B	t	Sig.
Konstanta	4,754	4,783	0,00000
Ekonomska korist	0,354	5,319	0,00000
Društvena vrijednost	-0,077	-1,262	0,20814
Uživanje	0,459	6,224	0,00000
Ekološka održivost	0,230	6,224	0,00034

Napomena: zavisna varijabla: Zadovoljstvo

Izvor: obrada autora prema rezultatima istraživanja

U promatranom regresijskom modelu utvrđeno je da kombinacija nezavisnih varijabli statistički značajno predviđa zavisnu varijablu ($F=82,025$, $p<0,05$). Pri tome, ekonomska korist ($\beta=0,354$, $p<0,05$), uživanje ($\beta=0,459$, $p<0,05$) i ekološka održivost ($\beta=0,230$, $p<0,05$) objašnjavaju 62,7% varijacije u zadovoljstvu korisnika platformi ekonomije dijeljenja. Međutim, faktor društvene vrijednost ($\beta=-0,077$, $p>0,05$) ima vrlo mali pojedinačni utjecaj na zadovoljstvo korisnika platformi ekonomije dijeljenja, te on nije statistički značajan.

Iz prethodne analize može se utvrditi da je ekonomska korist značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platforma ekonomije dijeljenja. Stoga je hipoteza 1 (H1): „Ekonomska korist pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.“ potvrđena. Također se može zaključiti kako je uživanje te ekološka održivost značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platforma ekonomije dijeljenja. Stoga se potvrđuju hipoteza 3 (H3): „Uživanje u platformama ekonomije dijeljenja pozitivno je i značajno povezano sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.“ te također hipoteza 4 (H4): „Ekološka održivost pozitivno je i značajno povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja“. Budući da faktor društvene vrijednosti nije statistički značajan, hipoteza 2 (H2): „Percipirana društvena vrijednost pozitivno je povezana sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja.“ je odbačena.

Nadalje, a kako bi se ispitao utjecaj zadovoljstva korisnika na namjere korištenja, provedena je jednostavna regresijska analiza.

Tablica 13: Jednostavna regresijska analiza

Pokazatelji

Koeficijent multiple korelacije R	0,792
Koeficijent determinacije R ²	0,628
Prilagođeni R ²	0,626
Standardna pogreška	2,359

F-omjer	334,518
Značajnost	0,00000

Nezavisne varijable	B	t	Sig.
Konstanta	1,767	1,767	0,11463
Zadovoljstvo	0,905	18,289	0,00000

Napomena: zavisna varijabla: Namjera korištenja

Izvor: obrada autora prema rezultatima istraživanja

Jednostavnom regresijskom analizom utvrđeno je kako faktor zadovoljstva ($\beta=0,905$, $p<0,05$) ima statistični značajan utjecaj na namjeru korisnika za korištenjem platforma ekonomije dijeljenja. Budući da je faktor zadovoljstva statistični značajan potvrđuje se hipoteza 5 (H5): „Zadovoljstvo korisnika pozitivno je i značajno povezano s namjerama korištenja platformi ekonomije dijeljenja.“

4.4. Ograničenja i preporuke za buduća istraživanja

U ovome radu istraženo je zadovoljstvo i bihevioralne namjere korisnika platformi ekonomije dijeljenja. Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od 30 dana, kroz online upitnik distribuiran putem društvenih medija. Iz toga proizlazi prvo ograničenje, odnosno vremensko ograničenje, čijim bi se produljenjem zaigurno prikupio veći broj ispitanika. Također, upitnik je bio distribuiran na društvenim mrežama. Činjenica jest da je populacija nedovoljno zainteresirana za ove vrste upitnika te je odaziv malen kada oni budu distribuirani isključivo na društvenim mrežama. Iz tog razloga preporuka bi bila anketne upitnike prikupljati i na druge načine.

Osim toga, broj prikupljenih upitnika bio je 200. Svi ispitanici bili su državljani Republike Hrvatske, a većina ispitanika bilo je ženskoga spola. Preporuka za buduća istraživanja bila bi upitnike omogućiti za šire područje, odnosno internacionalno i nastojati ih u jednakom broju prikupiti za ženske i za muške ispitanike kako bi rezultati bili opširniji i relevantniji. Još jedna preporuka jest da se u istraživanje uključi više faktora kako bi istraživanje došlo do više zaključaka i šireg spektra odgovora.

4.5. Rasprava

Ciljevi istraživanja bili su pružiti dublji uvid u percepciju korisnika o utjecaju ekonomije dijeljenja na njihovo ponašanje i zadovoljstvo te također utvrditi koji su ključni čimbenici koji utječu na zadovoljstvo korisnika platforma ekonomije dijeljenja. Analizom podataka potvrđene su prethodno postavljene hipoteze H1, H3, H4 i H5, dok je hipoteza H2 odbačena. Može se zaključiti da se ispitanici generalno slažu kako im korištenje platformi ekonomije dijeljenja donose ekonomske koristi. Nadalje, zaključuje se kako su platforme ekonomije dijeljenja ugodne, uzbudljive, zabavne i zanimljive. Isto tako, može zaključiti da se ispitanici generalno slažu kako korištenje platformi ekonomije dijeljenja pridonosi ekološkoj održivosti. Na kraju, moguće je zaključiti da su ispitanici zadovoljni korištenjem platforma ekonomije dijeljenja te u budućnosti namjeravaju ponovo koristiti platforme ekonomije dijeljenja. Iako je hipoteza o društvenim vrijednostima odbačena, pri ispitivanju je dobila prilično visoke ocjene od ispitanika, no nije imala snažan pojedinačan utjecaj na zadovoljstvo ispitanika.

Nastavno na postavljene ciljeve, dolazi se do zaključka kako su glavni čimbenici iz kojih proizlazi zadovoljstvo korisnika platforma ekonomije dijeljenja – ekonomski čimbenici, uživanje te ekološki čimbenici. Ispitanici su bili motivirani za korištenje platforma ekonomije dijeljenja zbog percipirane ekonomske koristi, percipiranog uživanja u korištenju te se slažu da su platforme ekonomije dijeljenja ekološke održive. Također, ispitanici su zadovoljni korištenjem platforma ekonomije dijeljenja te ih namjeravaju koristiti ponovo u budućnosti.

Uspoređujući dobivene rezultate sa prijašnjim istraživanjima, autori Arteaga et al. (2017.) pronašli su empirijsku potporu za značajne neizravne učinke društvene vrijednosti i ekološke održivosti na namjeru nastavka korištenja, posredujućim konstruktom zadovoljstva. Njihovi rezultati naglašavaju važnost zadovoljstva kada se objašnjava namjera nastavka korištenja platforma ekonomije dijeljenja. Za usporedbu, suprotno od provedenog istraživanja, njihovo istraživanje opovrgava tvrdnju da ekonomske koristi utječu na zadovoljstvo te se vide odstupanja u dva istraživanja. Osim toga, u istraživanju autora Anaya i De la Vega (2022.) ekonomske koristi, užitek i povjerenje bili su relevantni čimbenici za sudjelovanje potrošača u ekonomiji dijeljenja. Autori Sung i suradnici (2018) u svome istraživanju dolaze do zaključaka da je uživanje pozitivno povezano sa zadovoljstvom korisnika. Rezultati autora Möhlmann, M. (2015.) otkrivaju zadovoljstvo i vjerojatnost ponovnog odabira opcije dijeljenja koji se

uglavnom objašnjavaju determinantama koje služe osobnoj koristi korisnika. Ove rezultate može se povezati sa varijablom ekonomske koristi korištene u ovome istraživanju te se sustavno može zaključiti da će korisnici platforma ekonomije dijeljenja biti zadovoljniji ako imaju koristi od korištenja platforma.

Usporedba sa prijašnjim istraživanjima može doprinijeti boljem razumijevanju postavljene teme istraživanja te postaviti smjernice za daljnja istraživanja. Rezultati mogu varirati, ovisno o prikupljenom uzorku. Iz analiziranog proizlaze dublji uvidi o korisnicima platformi ekonomije dijeljenja. Također se pruža uvid u to kako zadovoljstvo korisnika može poslužiti kao prediktor njihovih budućih bihevioralnih namjera, te korisne smjernice za poboljšanje platformi ekonomije dijeljenja i unapređenje korisničkog iskustva.

Zaključak

Rad je detaljno istražio ekonomiju dijeljenja kao značajan fenomen u suvremenom gospodarstvu i njen utjecaj na tradicionalne usluge, posebno u sektorima smještaja i prijevoza na platformama dijeljenja kao što su Uber, Bolt, Airbnb i slično. Ekonomija dijeljenja omogućuje izravnu interakciju između pružatelja usluga i korisnika, smanjujući potrebu za posrednicima i inovirajući poslovne modele.

Istraživanje provedeno putem ankete je bilo fokusirano na zadovoljstvo i bihevioralne namjere korisnika platformi ekonomije dijeljenja, analizirajući kako ekonomske koristi, društvena vrijednost, uživanje i ekološka održivost utječu na korisničko iskustvo, odnosno zadovoljstvo i namjeru korištenja korisnika platformi. Empirijska analiza provedena putem ankete s uzorkom od 200 sudionika otkrila je značajne povezanosti između ovih čimbenika i zadovoljstva korisnika. Iz provedenog se istraživanja može zaključiti kako najveći udio ispitanika u uzorku čine osobe ženskog spola u dobi od 22 do 25 godina. Osim toga, najveći udio ispitanika je zaposleno i ima završen preddiplomski studij. Korištenih platforma ispitanika je raznoliko, a najčešće korištene platforme ekonomije dijeljenja su Airbnb, Uber, BlaBlaCar i Bolt. Ispitanici su najčešće koristili platforme ekonomije dijeljenja u posljednjih 6 mjeseci zbog zajedničke vožnje i odabira smještaja na njihovom putovanju.

Rezultati ankete pokazali su da su percipirane ekonomske koristi pozitivno povezane sa zadovoljstvom korisnika platformi ekonomije dijeljenja, što potvrđuje hipotezu H1. Također, jaka pozitivna povezanost između percipiranog uživanja i zadovoljstva korisnika potvrdilo je hipotezu H3, koja sugerira da uživanje koje korisnici percipiraju doprinosi njihovom zadovoljstvu. Nadalje, značajna pozitivna povezanost između ekološke održivosti i zadovoljstva korisnika ukazala je na to da ekološki aspekti utječu na zadovoljstvo korisnika, što potvrđuje hipotezu H4. Prema postavljenoj hipotezi H5, veće zadovoljstvo korisnika povećava njihovu namjeru za daljnjim korištenjem platformi ekonomije dijeljenja. Provedenim istraživanjem ova je hipoteza također bila potvrđena. Analizom je utvrđeno kako je hipoteza H2 odbačena, odnosno nije dokazan utjecaj društvenih vrijednosti na zadovoljstvo ispitanika.

Preporuke za daljnja istraživanja jesu da se valja osvrnuti na prijašnja istraživanja te na osnovu toga postaviti i proširiti ciljeve istraživanja. Osim toga, preporuka za istraživanje o platformama ekonomije dijeljenja bila bi obuhvatiti veći broj ispitanika, također izvan RH i u duljem

vremenskom periodu kako bi se došlo do relevantnijih podataka. Još jedna preporuka jest implementirati i druge načine distribucije upitnika, osim društvenih mreža.

Zaključno, rad doprinosi razumijevanju dinamike ekonomije dijeljenja i pruža uvid u faktore koji oblikuju korisničko iskustvo i bihevioralne namjere. Ovi uvidi su značajni za teorijsko i praktično razumijevanje ovog rastućeg sektora, omogućujući pružateljima usluga da bolje prilagode svoje strategije kako bi zadovoljili potrebe korisnika i unaprijedili svoje poslovanje.

Literatura

KNJIGE:

Aydin, H. (2023.) *Sharing Economy Business Models in the Social Economy: Opportunities and Threats (Making the Planet More Habitable: Business Perspectives for Social Economy)*.

Dostupno na:

<https://cdn.istanbul.edu.tr/file/JTA6CLJ8T5/C5775A1A536A4EE9895BD1ED613CBE4B>

Gansky, Lisa. "The mesh: Why the future of business is sharing." *Portfolio Penguin* (2010).

Dostupno na: <https://informationdj.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>

ČLANCI:

Anaya, Óscar, and Iván De La Vega. "Drivers of the sharing economy that affect consumers' usage behavior: moderation of perceived risk." *Administrative Sciences* 12, no. 4 (2022): 171.

Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2076-3387/12/4/171>

Arteaga Sánchez, Rocío, María Belda Ruiz, Alejandro Ros Gálvez, and Alfonso Rosa García. "Why continue sharing: determinants of behavior in collaborative economy services." In *XXIX Congreso de Marketing AEMARK* (2017), p 735-749. ESIC, 2017.

Dostupno na:

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/78083/Why_continue_sharing_determinants_of_behavior_in_collaborative_economy_services.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bhattacharjee, Anol. "Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model." *MIS quarterly* (2001): 351-370.

Dostupno na: <https://doi.org/10.2307/3250921>

Cockayne, Daniel G. "Sharing and neoliberal discourse: The economic function of sharing in the digital on-demand economy." *Geoforum* 77 (2016): 73-82.

Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0016718516302305>

Dabija, Dan-Cristian, Luiela Magdalena Csorba, Florin-Lucian Isac, and Sergiu Rusu. "Building trust toward sharing economy platforms beyond the COVID-19 pandemic." *Electronics* 11, no. 18 (2022): 2916.

Dostupno na: [10.3390/electronics11182916](https://doi.org/10.3390/electronics11182916)

Davis, Fred D. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology." *MIS quarterly* (1989): 319-340.

Dostupno na: [10.2307/249008](https://doi.org/10.2307/249008)

Eckhardt, Giana M., Mark B. Houston, Baojun Jiang, Cait Lambertson, Aric Rindfleisch, and Georgios Zervas. "Marketing in the sharing economy." *Journal of Marketing* 83, no. 5 (2019): 5-27.

Dostupno na: <https://bakerretail.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2020/10/Lamberton-Marketing-in-the-sharing-economy.pdf>

Heinrichs, Harald. "Sharing economy: a potential new pathway to sustainability." *GAIA- Ecological Perspectives for Science and Society* 22, no. 4 (2013): 228-231.

Dostupno na:

https://web.archive.org/web/20200216094628id_/http://fox.leuphana.de/portal/files/5225662/A_Potential_New_Pathway_to_Sustainability.pdf

Lawson, Stephanie J., Mark R. Gleim, Rebeca Perren, and Jiyoun Hwang. "Freedom from ownership: An exploration of access-based consumption." *Journal of Business Research* 69, no. 8 (2016): 2615-2623.

Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296316301837>

Lessig, Lawrence (2008), *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. New York: Penguin Press. pp.352

Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/316057126_Remix_Making_Art_and_Commerce_Thrive_in_the_Hybrid_Economy

Luo, Haiyang. "The Rise of the Sharing Economy." *BCP Bus. Manag* 44 (2023): 94-98.

Dostupno na: <https://bcpublication.org/index.php/BM/article/view/4798>

Mingming Cheng, (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, Volume 57, 60 - 70.

Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431916300743>

Möhlmann, Mareike. "Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again." *Journal of consumer behaviour* 14, no. 3 (2015): 193-207.

Dostupno na: <https://doi.org/10.1002/cb.1512>

Schor, Juliet B., and Steven P. Vallas. "The sharing economy: Rhetoric and reality." *Annual Review of Sociology* 47, no. 1 (2021): 369-389.

Dostupno na: [10.1146/annurev-soc-082620-031411](https://doi.org/10.1146/annurev-soc-082620-031411)

Schor, Juliet B., and William Attwood-Charles. "The "sharing" economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms." *Sociology Compass* 11, no. 8 (2017): e12493.

Dostupno na:

<https://www.bc.edu/content/dam/bc1/schools/mcas/sociology/pdf/connected/Sharing%20Economy%20inequality%20labor%20and%20sociability%20Schor%20and%20Attwood-Charles.pdf>

Schor, Juliet. "Debating the sharing economy." *Journal of self-governance and management economics* 4, no. 3 (2016): 7-22.

Dostupno na: <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Stokes, Kathleen, Emma Clarence, Lauren Anderson, and April Rinne. *Making sense of the UK collaborative economy*. Vol. 49, no. 1. London: Nesta, 2014.

Dostupno na:

https://media.nesta.org.uk/documents/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf

Sung, Eunsuk, Hongbum Kim, and Daeho Lee. "Why do people consume and provide sharing economy accommodation?—A sustainability perspective." *Sustainability* 10, no. 6 (2018): 2072.

Dostupno na: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/6/2072>

Tussyadiah, I.P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation, Volume 55, P70-80,

Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431916300226>

Zervas, Georgios, Davide Proserpio, and John W. Byers. "The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry." *Computer Science Department, Boston University* (2016.), 1-45.

Dostupno na: <https://www.cs.bu.edu/fac/byers/courses/EC/F19/airbnb.pdf>

INTERNET IZVORI:

Eric Chinedu Nwankwo, (2023). The Impact of Uber and Lyft on the Transportation Industry. Investopedia, 2024.. *Sharing Economy: Model Defined, Criticisms, and How It's Evolving*.

Dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>

Jean Folger, (2024). *Investopedia, How Airbnb Works—for Hosts, Guests, and the Company Itself*.

Dostupno na: <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp>

Trevir Nath (2022). *Investopedia, Airbnb vs. Hotels: What's the Difference?*. [Mrežno]

Dostupno na: <https://www.investopedia.com/articles/investing/112414/airbnb-brings-sharing-economy-hotels.asp>

Popis grafikona i tablica

Popis grafikona:

Grafikon 1. Spol ispitanika u anketi	28
Grafikon 2. Platforme ekonomije dijeljenja koju su do sada ispitanici koristili	30

Popis tablica:

Tablica 1. Determinacija pojma ekonomije dijeljenja	Error! Bookmark not defined.
Tablica 2. Socio-demografski podaci ispitanika.....	28
Tablica 3. Učestalost korištenja platformi ekonomije dijeljenja.....	30
Tablica 4. Motivi korištenja platformi ekonomije dijeljenja	31
Tablica 5. Percipirana ekonomska korist.....	32
Tablica 6. Percipirana društvena vrijednost.....	32
Tablica 7. Percipirano uživanje	33
Tablica 8. Percipirana ekološka održivost.....	33
Tablica 9. Percipirano zadovoljstvo	34
Tablica 10. Namjera korištenja.....	35
Tablica 11. Pearsonov koeficijent korelacije.....	35
Tablica 12. Višestruka regresijska analiza.....	37
Tablica 13. Jednostruka regresijska analiza.....	39

PRILOZI

Prilog 1. Anketni upitnik

Ovo istraživanje provodi se sa svrhom prikupljanja informacija potrebnih za izradu diplomskog rada na sveučilišnom diplomskom studiju Marketinga u turizmu na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U cilju istraživanja zadovoljstva i bihevioralnih namjera korisnika platformi ekonomije diljenja, ljubazno Vas molimo da iskreno i potpuno odgovorite na pitanja u ovoj anketi.

Anketni upitnik je anonimn. Hvala!

Filter pitanje: Jeste li do sada koristili platforme ekonomije dijeljenja? (Na primjer Airbnb, Uber, BlaBlaCar, Bolt, GetAround, Couchsurfing, Kickstarter, LoveHomeSwap, HomeAway, Car2Go, MOL Bubi, TaskRabbit i dr.) DA/NE

Uvodna pitanja

1. Molimo označite platformu ekonomije dijeljenja koju ste do sada koristili:

- Airbnb
- Uber
- BlaBlaCar
- Bolt
- GetAround
- Couchsurfing
- Kickstarter
- LoveHomeSwap
- HomeExchange
- Car2Go
- MOL Bubi
- TaskRabbit
- Drugo

2. Kada ste posljednji puta koristili neku od platforma ekonomije dijeljenja?

- U posljednjih 6 mjeseci
- U posljednjih godinu dana
- U posljednjih 2 godine
- U posljednjih 3 godine
- Prošlo je više od 3 godine

3. Koji je bio povod Vašeg korištenja platformi ekonomije dijeljenja?

- Odabir smještaja na mom putovanju
- Iznajmljivanje automobila/mopeda
- Iznajmljivanje bicikla/romobila

- Zajednička vožnja
- Usluge pomoći kod selidbe/premještaja
- Obavljanje kućanskih poslova i popravaka na zahtjev
- Usluge savjetovanja
- Suradničko financiranje
- Ostalo

Molimo Vas navedite stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama. (1-„uopće se ne slažem“, 5-„u potpunosti se slažem“)

Ekonomska korist

1. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi uštedu novca.
2. Platforme ekonomije dijeljenja donose mi financijsku korist.
3. Platforme ekonomije dijeljenja pomažu mi da uštedim vrijeme.
4. Izabrao/la sam platforme ekonomije dijeljenja iz ekonomskih razloga.
5. Izabrao sam platforme ekonomije dijeljenja zbog manjka alternativa za moje putovanje/smjestaj.

Društvena vrijednost

1. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi upoznavanje zanimljivih ljudi.
2. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi da upoznam buduće prijatelje.
3. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi da upoznam ljude iz drugih mjesta i kultura.
4. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi pratnju na mom putovanju.
5. Platforme ekonomije dijeljenja omogućuju mi zabavu s drugim ljudima tijekom mog putovanja.

Uživanje

1. Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja ugodne.
2. Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja uzbudljive.
3. Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja zabavne.
4. Mislim da su platforme ekonomije dijeljenja zanimljive.

Ekološka održivost

1. Platforme ekonomije dijeljenja pomažu uštedi prirodnih resursa.
2. Platforme ekonomije dijeljenja održivi su način potrošnje.
3. Platforme ekonomije dijeljenja učinkovite su u smislu korištenja energije.
4. Platforme ekonomije dijeljenja ekološki su prihvatljive.

Zadovoljstvo

1. Platforme ekonomije dijeljenja ispunile su moja očekivanja.
2. Platforme ekonomije dijeljenja predstavljaju idealnu opciju dijeljenja smještaja i prijevoza.
3. Platforme ekonomije dijeljenja su ugodne.
4. Zadovoljan/na sam rezultatom usluga platforma ekonomije dijeljenja.
5. Sve u svemu, zadovoljan/na sam sa platformama ekonomije dijeljenja.

Namjera korištenja

1. Sve u svemu, voljan sam često koristiti platforme ekonomije dijeljenja u budućnosti.
2. U budućnosti ću ponovo koristiti platforme za usluge dijeljenja.
3. Koristiti ću platforme za usluge dijeljenja češće ako je moguće.
4. Često ću koristiti platforme za usluge dijeljenja u budućnosti.
5. Preporučiti ću platforme za usluge dijeljenja drugima.

Socio-demografski podaci

Spol M/Ž

Životna dob:

- 18-21
- 22-25
- 26-30
- 31-40
- 41-50
- >51

Obrazovanje:

- srednja škola
- viša škola
- fakultet – preddiplomski studij

- fakultet – diplomski studij
- fakultet – poslijediplomski studij

Radni status:

- zaposlen/a
- nezaposlen/a
- student/ica
- učenik/ica
- drugo

Osobni mjesečni prihodi:

- do 677€
- 678€ - 840€
- 841€ - 1200€
- 1201€ - 1500€
- Više od 1500€