

UTJECAJ REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ NA TURISTIČKE DESTINACIJE

Tudić, Iva

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:476414>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-17**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

DIPLOMSKI RAD

UTJECAJ REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ NA
TURISTIČKE DESTINACIJE

Mentor:

Prof. dr. sc. Lidija Petrić

Student:

Iva Tudić, 2211735

Split, svibanj 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, IVA TUŠIĆ,
(ime i prezime)

izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je navedeni rad isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu, što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio navedenog rada nije napisan na nedozvoljeni način te da nijedan dio rada ne krši autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Split, 16.5.2024. godine

Vlastoručni potpis :



SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Problem istraživanja	1
1.2. Predmet istraživanja.....	3
1.3. Istraživačka pitanja	6
1.4. Ciljevi istraživanja	6
1.5. Metode istraživanja.....	7
1.6. Doprinost istraživanja	8
2. DIGITALNA TRANSFORMACIJA U TURIZMU	9
2.1. Pojam i razvoj digitalne transformacije.....	9
2.2. Platformizacija – razvoj i značenje u globalnom kontekstu	13
2.3. Peer-to-Peer platforme u turizmu.....	16
2.4. Specifičnosti rezervacijskih platformi za smještaj.....	19
3. UTJECAJI REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ.....	25
3.1. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju.....	25
3.1.1. Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju	25
3.1.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju	27
3.2. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude	28
3.2.1. Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude	28
3.2.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude...	29
3.3. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije - komparativna analiza	31
3.3.1. Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije	32
3.3.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije.....	33
4. REGULACIJA POSLOVANJA REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ.....	55
4.1. Izazovi regulacije rezervacijskih platformi za smještaj	55
4.2. Komparativna analiza regulatornih politika odabranih država/gradova u području djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj.....	56
4.3. Napori Europske Unije u regulaciji djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj	60
4.4. Potencijalni učinci regulacije djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj na stanje hrvatskog tržišta stambenih nekretnina	62
5. SINTEZA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA KROZ ODGOVORE NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA	64
6. ZAKLJUČAK	68

LITERATURA	71
SAŽETAK	80
SUMMARY	81
POPIS PRILOGA	82

1. UVOD

1.1. Problem istraživanja

Posljednjih godina je zabilježen trend rasta smještaja rezerviranog preko online rezervacijskih platformi kao što su Airbnb i Booking.com. Prema Zentneru (2022), ranija istraživanja (Li et.al., 2017; Janiak & Kozłowska-Adamczak, 2018; Krelja Kurelović et.al. 2017; Dutta et.al. 2017) su pokazala da je u prethodnih 20 godina porastao udio rezervacija turističkih kapaciteta putem digitalnih medija na globalnoj razini između kojih se najviše ističu platforme ravnopravnih sudionika, odnosno "Peer-to-Peer" (P2P) platforme.

Iako, očigledno, nije riječ o novom fenomenu, digitalna transformacija se sve češće javlja kao važna tema mnogih istraživanja. Vial (2019) u svom radu, na temelju već postojećih definicija, tumači digitalnu transformaciju kao proces koji ima za cilj poboljšati entitet pokretanjem značajnih promjena njegovih svojstava kroz kombinacije informacijskih, računalnih, komunikacijskih i tehnologija povezivanja. Ovakva se interpretacija digitalne transformacije jednostavnije može objasniti kao proces uvođenja novih digitalnih tehnologija u postojeće poslovne procese organizacije.

Digitalna se transformacija brzo proširila u sve sfere života, te promijenila način života i rada. Pokazala je značajan učinak na razne aspekte poslovanja, a jedno od područja koje je među prvima započelo s uvođenjem i primjenom novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija jest upravo turizam. Karakteristike turističkih proizvoda i usluga kao što su neopipljivost i nemogućnost isprobavanja prije upotrebe (Henama, 2018) te znatna fizička udaljenost između kupca i proizvoda, pogodovale su ovakvom tijeku razvoja digitalnih tehnologija u turizmu (Zentner & Spremić, 2021).

Najznačajniji segment turističkog digitalnog poslovanja su online rezervacijske platforme, čiju je ekspanziju uvelike ubrzala pojava pandemije COVID-19 (Bejaković et al., 2023). Osim tehnoloških, značajan utjecaj na uvođenje ove vrste tehnologije u turistički sektor imaju i novi trendovi ponašanja korisnika. Samostalno organiziranje putovanja omogućuju upravo digitalni kanali koji olakšavaju pristup informacijama i rezerviranje turističkog smještaja i usluga (Beynon et al., 2014).

P2P smještaj je doživio ekspanziju zbog već spomenute tehnologije koja stvara uvjete za razmjenu informacija na globalnoj razini. Tako Belk (2014) definira P2P smještaj kao mrežne platforme za međusobno povezivanje korisnika kojima se omogućuje da na kratko vrijeme iznajme raspoloživi prostor unutar svoje nekretnine i/ili cijele nekretnine. Ovo se u suštini odnosi na jedinice za kratkoročni najam koje vlasnici kao domaćini nude svojim potencijalnim gostima odnosno korisnicima preko pružatelja usluga poznatog kao mrežna platforma, za određenu novčanu ili nenovčanu naknadu koja

može uključivati upoznavanje novih ljudi, običaja i kulture (Farmaki & Miguel, 2022). Osim navedenih oblika, postoji i treći oblik, kad se dvije strane mijenjaju za smještaj, a naknadu plaćaju samo platformi.

Jedna od značajki ovih platformi je da domaćini mogu biti privatne osobe koje daju u najam svoju slobodnu sobu i/ili stan, ali se mogu iznajmljivati i komercijalne nekretnine. Preko ove vrste najma, komercijalni smještaj može ostvariti veći povrat ulaganja nego što bi se možda postigao kroz dugoročni najam (Reinhold & Dolnicar, 2017a). Eisenmann et al. (2006) navode da kod P2P platforma ni ponuda ni potražnja nisu pod njihovom kontrolom. Naime, što je više ponuđača usluga smještaja na platformi, to je i veći broj kupaca. Također, ako je više kupaca, to će ona biti primamljivija i ponuđačima, što ukazuje na pozitivan međusobni efekt. No, u slučaju kada na platformi dođe do prevelike konkurencije poslužitelja istovrsnih usluga, taj efekt postaje negativan za ponuđače. Reinhold i Dolnicar (2017a) spominju i termin platformske tvrtke jer platforma predstavlja svojevrsno tržište gdje se interakcija odvija izravno između kupca i prodavača, te ona ne bi bila moguća bez postojanja te iste platforme.

Grand View Research (GVR) je 2022. godine objavio novo istraživanje o veličini globalnog online turističkog rezervacijskog tržišta procjenjujući ga na 519,1 milijardu USD u 2021. godini, koji će s godišnjom stopom rasta od 9%, koncem 2023. godine doseći 0,56 trilijuna USD. Procijenjeno je također da će ovaj segment tržišta u razdoblju od 2022. do 2023. godine rasti dosad najbržom stopom od 10,7%. Pokretači ovog rasta su s jedne strane promjena ponašanja potrošača koji žele sve aktivniji i autentičniji odmor uz personaliziranu uslugu, a s druge oglašavanje putem društvenih medija koji danas čine veliki dio svakodnevnice. Nastavno, online rezervacijske platforme pružaju jednostavnost rezerviranja personaliziranih putničkih paketa, smještaja i dodatnih usluga.

Europa dominira online turističkim tržištem s udjelom od 32,21% u 2021. godini što je poduprto poboljšanjem poslovnog okruženja i povećanjem razine prihoda u europskim državama uz inicijative vlada za promicanje turizma i turističkih aktivnosti (GVR, 2022). Europu u stopu prati azijsko tržište potaknuto poboljšanjem životnog standarda i gospodarskog rasta. Prema World Bank Group (2018) najuspješnija platforma za rezervaciju smještaja sa skoro 5 milijuna oglasa alternativnog i/ili nehotelskog smještaja je Booking.com, kojeg sa 4,85 milijuna prati Airbnb te s 2 milijuna HomeAway.

Europska komisija je već od 2018. godine postigla sporazum s četiri najvažnije internetske platforme za rezervaciju smještaja (Booking.com, Airbnb, Expedia Group, TripAdvisor) da Eurostatu omoguće podatke o prodanom broju noćenja gostiju provedenih u smještaju za kratki boravak. Prema godišnjem izvještaju Eurostata (2023a), u 2022. godini je zabilježeno 597 milijuna noćenja gostiju u smještaju rezerviranom preko jedne od četiri gore spomenutih platformi. Kada se uspoređi s 2021. godinom kada je zabilježeno 364 milijuna noćenja, može se govoriti o porastu od oko 50%. Ovaj podatak ukazuje na

oporavak od pandemije Covid-19, ali i trend rasta s obzirom da je u baznoj pred-pandemijskoj 2019. godini zabilježeno 512 milijuna noćenja, uz stopu rasta od oko 7%.

Prema Eurostatu (2023b), zemlje koje prednjače u broju noćenja gostiju rezerviranih putem online kanala su Francuska, Španjolska i Italija, a prema NUTS 2 regijama, više od 20 milijuna noćenja godišnje je zabilježeno u Jadranskoj Hrvatskoj (27 milijuna), Andaluziji (25 milijuna) i regiji Provansa-Alpe-Azurna obala (22 milijuna). Od gradskih destinacija, po broju noćenja rezerviranih putem online platformi prednjačili su: Pariz (13,5 milijuna noćenja), Barcelona (8,5 milijuna), Lisabon (8,5 milijuna), Rim (8,0 milijuna) i Madrid (6,7 milijuna).

1.2. Predmet istraživanja

Nastavno na široko elaborirani problem istraživanja, a to je kontinuirani porast potražnje za smještajem putem online rezervacijskih platformi, kao predmet istraživanja nameće se potreba analize učinaka ovog trenda u svjetskim razmjerima, s naglaskom na države Europske unije (EU) i napose Hrvatsku te mogućnost reguliranja njihova poslovanja.

Prema Dingu et al. (2023), brzom rastu P2P platformi pridonijele su brojne prednosti koje pružaju turistima, ali i ponuđačima smještaja. Farmaki i Miguel (2022) ističu kako domaćini mogu svoju postojeću infrastrukturu odnosno slobodan smještaj ponuditi jednostavno preko online platforme i tako generirati primarni i/ili dodatni prihod. Također, tako ostvaruju društvenu interakciju, te im se otvaraju brojne mikropoduzetničke prilike. Dolničar (2018) navodi da rezerviranjem smještaja putem platformi gosti dobivaju autentično iskustvo uz bliski kontakt s lokalnim stanovništvom i njihovim običajima. Uz to, dobivaju adekvatnu vrijednost za novac. Također ističe da niži trošak smještaja može generirati veću potrošnju na ostale sadržaje u destinaciji, a time povećati i njene turističke prihode. Receptivna destinacija profitira i od povećanih poreskih prihoda, ali i kreiranja novih radnih mjesta zbog povećane turističke aktivnosti. Između ostalog, P2P smještaj pokriva povećanu potrebu za smještajnim kapacitetima za organizaciju velikih događaja.

S druge strane, brojni autori poput Ioannides et al. (2019), Almeida et al. (2021), Celata i Romano (2020), Robertson et al. (2023) ističu niz problema povezanih s P2P platformama, posebno na primjeru većih europskih gradova gdje je njihov porast najvidljiviji, poput prenapučenosti zbog priljeva turista u rezidencijalna područja, veće razine zagađenja i povećanih cijena najma. Također, izrazili su zabrinutost zbog prostornih implikacija fenomena, koji pojačava 'turistifikaciju' stambenih područja i 'gentrifikaciju' gradova. Naime, povećanom ponudom stanova/apartmana raste i prenapučenost,

ugrožavajući dobrobit stanovnika uslijed fenomena 'overturizma'. Takav pritisak rezultira društvenim i ekološkim problemima u destinaciji, uključujući preopterećenu infrastrukturu, oštećenje prirode, prijetnje kulturi i baštini, otuđenje lokalnog stanovništva i narušeno turističko iskustvo (Vokrinek, 2020). Opsežna akademska istraživanja usredotočila su se na posebno razoran utjecaj platformizacije na stambeno tržište (Ding et al., 2023; Mikulić et al., 2021). Tako Mikulić et al. (2021) tvrde da ove platforme uzrokuju prebacivanje nekih iznajmljivača s opskrbe tržišta za dugoročni najam - koje služi lokalnim stanovnicima - na opskrbu tržišta za kratkoročni najam - koje opslužuje nerezidente. Pretvaranje dugoročnih najмова u kratkoročne najmove za turiste smanjuje ponudu raspoloživog stambenog prostora, što dovodi do rasta cijena najma (Ding et al., 2023), a time i migracija lokalnog stanovništva u pristupačnija periferna područja.

Hajibaba i Dolničar (2017a) u svom istraživanju daju pregled relevantnih autora koji ukazuju na razmjere problema koje P2P mreže generiraju, napose u sferi stanovanja, od Horna & Merantea (2017), koji ukazuju na porast cijene stanova, preko Gurrana & Phibbsa (2017) te Lambea Llopa (2017) koji ističu nedostupnost stambenog prostora za potrebe lokalnog stanovništva. Angel i Doganer (2020) ukazuju na gentrifikaciju koju karakterizira odlazak lokalnih stanovnika iz mjesta stanovanja zbog priljeva turista, dok Koh & King (2017) ističu da veliki broj nerezidenata u nekadašnjim stambenim područjima mijenja njihov karakter odnosno da kratkoročni posjetitelji mogu negativno utjecati na kvalitetu života stanovnika. Sheppard & Udell (2016) problematiziraju infrastrukturne probleme uzrokovane priljevom P2P turista, posebno manjak parkirnih mjesta. Hajibaba & Dolnicar (2017a) ukazuju i na pritisak tzv. nepoštene konkurencije i s tim povezuju potencijalne sigurnosne ugroze turista.

Sve prethodno upućuje na nedostatnu regulaciju ovog područja, što ističu i Farmaki i Miguel (2022), tvrdeći kako je reguliranje ovog sektora jako teško zbog različitih zakonskih okvira u cijeloj Europi. Regulatorne pokušaje dodatno problematizira činjenica da se europske destinacije suočavaju s različitim razinama, oblicima i strategijama razvoja turizma. Unutar ovog konteksta, europske međuvladine organizacije vrše pritisak na nacionalne vlade europskih zemalja da uspostave regulatorni okvir za praćenje povezanih učinaka rasta P2P smještaja odnosno rezervacijskih platformi.

Mnogi su gradovi već započeli s procesom implementacije lokalnih propisa (Novy & Colomb, 2019; prema Bei & Celata, 2023). Dok Barcelona, Pariz i Santa Monica u Kaliforniji primjenjuju neke od najstrožih propisa, Palma de Mallorca i Singapur u potpunosti zabranjuju najam privatnog smještaja na kratki rok (Vokrinek, 2020). Isti autor naglašava da je zbog uvođenja ovakvih propisa, broj oglasa na Airbnb-u u San Franciscu pao za polovicu, dok je u Japanu Airbnb morao ukinuti oko 80% svojih oglasa.

Međutim, nadležna tijela za uvođenje regulatornih mjera moraju pronaći ravnotežu između smanjenja pritiska P2P platformi i prekomjernog ograničavanja koristi koje ta industrija pruža velikom spektru dionika, od vlasnika smještaja, preko posredničkih službi, pa sve do vlasti (Grimmer et al., 2019; prema Bei & Celata, 2023). Zemlje gdje turizam čini veliki udio gospodarstva, smatraju reguliranje kratkoročnog najma mjerom suprotstavljanja rastu, stoga učinkovitost i kontekst regulacije uvelike ovisi o postojećem stanju lokalnog turističkog tržišta.

Kad je riječ o stanju P2P rezervacija smještaja u Republici Hrvatskoj, važno je spomenuti da je Jadranska Hrvatska u ljetnoj sezoni 2023. godine bila europski lider u broju noćenja rezerviranih na ovaj način. Takva dominacija može zaslužiti pohvalu, ali može iznjedriti raspravu o neadekvatnoj strukturi smještajnih kapaciteta u Hrvatskoj budući su ove platforme karakteristične za kratkoročni privatni smještaj. Naime, prema Ministarstvu turizma i sporta Republike Hrvatske [MINTSRH] (2023) privatne sobe i apartmani su u 2022. godini činili više od 60 % ukupne ponude smještaja u Republici Hrvatskoj te bilježe kontinuirani rast tijekom godina.

Nastavno, Vlahov (2021) uviđa kako kontinuirani rast turističkog sektora i mogućnost dodatne zarade uz plaćanje niskih poreza ili često izbjegavajući porezne obveze, stvara povoljnu klimu za ulazak na tržište iznajmljivanja smještajnih objekata, kako građanima Republike Hrvatske, tako i stranih državljana kojima je to omogućeno ulaskom Hrvatske u Europsku uniju.

Bujanje privatnog smještaja i rentijerskog biznisa u RH ozbiljno ugrožava stambeno tržište, prvenstveno za potrebe mlađe populacije, što posljedično dovodi do emigracije mladih u inozemstvo i sve intenzivnije depopulacije. Kako zaustaviti rentijerski biznis generiran rezervacijskim platformama i ublažiti njegove posljedice napose u području stambene politike, izazovi su pred koje su danas stavljeni ključni dionici u turističkom sektoru Hrvatske, ali i drugih država, na koje će se ovim istraživanjem pokušati dati odgovore.

1.3. Istraživačka pitanja

Slijedom definiranog problema i predmeta istraživanja postavljaju se istraživačka pitanja koja će pokušati pobliže objasniti problematiku ovoga rada te će se pomoću njih nastojati doći do valjanog zaključka:

IP1. Kakvi su učinci/posljedice razvoja rezervacijskih platformi na destinaciju i njene ključne dionike (nositelje ponude smještaja, lokalnu zajednicu i turiste)?

IP2. Koje su posljedice porasta interesa za kratkoročnim najmom potpomognutim P2P platformama na stanje stambene politike u Hrvatskoj i ostalim državama EU?

IP3. Kojim regulatornim mjerama europske destinacije, napose RH, odgovaraju na negativne učinke P2P platformi?

1.4. Ciljevi istraživanja

Nastavno na istraživačka pitanja, cilj ovog rada je istražiti i ukazati na glavne izazove povezane s trendom porasta aktivnosti rezervacijskih platformi za smještaj te objasniti trenutne i potencijalne mjere kojima se mogu umanjiti njihovi štetni utjecaji.

Osim glavnog, postavljeni su i dodatni, tj. pomoćni ciljevi istraživanja i to kako slijedi;

- analizirati trend rasta i razvoja platformizacije, s naglaskom na rezervacijske platforme za smještaj;
- ukazati na vezu spomenutih platformi s potražnjom i ponudom smještajnih kapaciteta;
- istražiti i obrazložiti pozitivne i negativne učinke ovog trenda na turiste, ponuditelje smještaja i destinacije;
- objasniti posljedice porasta potražnje za kratkoročnim najmom na stambeno tržište u Hrvatskoj i ostalim državama EU;
- ukazati na politike regulacije poslovanja rezervacijskih platformi za smještaj s minimalnim posljedicama na ekonomsku i sociokulturnu sliku destinacije.

1.5. Metode istraživanja

Budući da se žele opisati problemi uzrokovani razvojem i rastom rezervacijskih platformi za smještaj te regulatorne mjere ovog trenda, primjenjuje se kvalitativno istraživanje u kojem se koriste metode opisivanja pojava te odgovaraju na pitanja zašto?, kada?, kakvo je nešto?, gdje?...

S obzirom na prirodu istraživanja, podaci se prikupljaju analizom sadržaja i studijom slučaja. Naime, analiza sadržaja je idealna metoda za prikupljanje različitih podataka iz materijala poput stručnih i znanstvenih časopisa, knjiga, članaka, zakona i internetskih stranica i dr., dok se studijom slučaja promatra neki slučaj i njegova ključna obilježja kojima se analizira cijela situacija, predstavlja opis pravog događaja i dobiva se mnoštvo preciznih podataka (Metzinger & Toth, 2020).

Da bi se došlo do odgovora na istraživačka pitanja te zaključka kako postići postavljene ciljeve, nabrojane su istraživačke metode analize podataka koje se koriste u ovom radu (Metzinger & Toth, 2020):

- Metoda deskripcije opisuje i bilježi pojave iz okoline i njihove veze, ali bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja. Istraživanje je uvijek dobro započeti s deskripcijom temeljnih pojmova koji se istražuju.
- Metoda klasifikacije precizno određuje opće pojmove te ih sistematično dijeli na zasebne pojmove.
- Metodom analize se izvode zaključci na temelju raščlanjivanja složenih pojmova na njihove sastavne dijelove.
- Metoda sinteze povezuje pojedinačne dijelove u složenije misaone tvorevine.
- Induktivna metoda na temelju pojedinačnih činjenica dovodi do općih zaključaka.
- Komparativna metoda uspoređuje pojave te među njima pronalazi sličnosti ili razlike.

Nakon prikupljenih podataka i obrade teorijskog dijela s općim pojmovima, u radu se provodi komparativna analiza studija slučaja iz područja istraživane tematike na primjeru odabranih destinacija/država.

1.6. Doprinos istraživanja

Budući da je problematika ovog rada trenutno aktualna u svijetu, ovim radom se želi dati sustavni prikaz literature i već postojećih istraživanja o utjecaju rezervacijskih smještajnih platformi na turističke destinacije u svijetu i Hrvatskoj. Istraživanjem fenomena platformizacije i rasta upotrebe rezervacijskih platformi za smještaj daje se uvid u trenutno stanje i trendove turizma na globalnoj razini. Uz to, rad analizira glavne učinke proizašle porastom aktivnosti rezervacijskih platformi, posebno učinak rasta potražnje za kratkoročnim smještajem na stambeno tržište, kako bi odgovorio na pitanje sprječavanja rentijerskog biznisa. Radom se tako želi ukazati na važnost upravljanja rezervacijskim platformama kako bi se smanjile negativne posljedice na destinacije. Međutim, zbog različitih stanja i zakonskih okvira država diljem svijeta, uspostava regulatornog okvira za praćenje učinaka rezervacijskih platformi je jako težak zadatak. Mora se pronaći ravnoteža između smanjenja pritiska P2P platformi i prekomjernog ograničavanja koristi koje turizam pruža velikom spektru dionika. Stoga, rad namjerava istražiti kojim regulatornim mjerama europske destinacije odgovaraju na probleme i učinke istoga, čime može pridonijeti lakšoj prilagodbi javnih tijela u RH da donesu održivije politike za uravnotežen razvoj i digitalnu tranziciju turizma uz prethodni konsenzus zainteresiranih strana, odnosno, građana, gospodarstva i donositelja odluka.

2. DIGITALNA TRANSFORMACIJA U TURIZMU

2.1. Pojam i razvoj digitalne transformacije

U vremenu globalizacije, koja vrši pritisak na donošenje promjena u načinu života i gospodarskom razvoju, digitalna transformacija se javlja kao jedna od najnovijih manifestacija tih promjena (Zaoui & Souissi, 2020) te kao takva postaje stalna tema u suvremenim akademskim radovima (Hanelt et al., 2021; Kraus et al., 2021). Kraus et al. (2021) navode kako se rad John R. Jensena iz 1981. godine o otkrivanju urbanih promjena korištenjem digitalnih podataka smatra prvim recenziranim znanstvenim člankom s tematikom digitalne transformacije i upravljanja podacima u digitaliziranim sustavima. Iako je broj istraživanja na temu digitalne transformacije kontinuirano velik, može se reći da je dramatično porastao tek nakon 2014. godine, kada su Sjedinjene Američke Države, Njemačka i Narodna Republika Kina usvajanjem nove tehnologije u svim glavnim sektorima djelatnosti pridonijele s 21%, 19% i 5% ukupnih radova u časopisima (Reis et al., 2018). Ovu činjenicu potvrđuju i Hanelt et al. (2021) istraživši da brzo pretraživanje u Google Trends pokazuje da je interes za temu skočio s razine 1 na razinu 100 u šest godina, između 2013. i 2019., što je razvidno iz mnoštva objavljenih članaka, konferencijskih panela i posebnih izdanja u akademskim časopisima.

Važno je istaknuti da je nužno razlikovanje koncepta digitalne transformacije od digitalizacije. Prema Kraus et al. (2021) u određenim studijama (Hagberg et al., 2016; Hess et al., 2016; Parviainen et al., 2017), iako opisana kao "digitalizacija", digitalna transformacija se odnosi na promjene koje proizlaze iz digitalnih tehnologija, dok se digitalizacija odnosi na konverziju informacija iz analognog u digitalni oblik. Prema Kraus et al. (2021), autori Singh i Hess (2017), "transformaciju" opisuju kao sposobnost organizacije da shvati i provede potrebne promjene kada se suoči s novom tehnologijom te ga se ne treba miješati s jednostavnom promjenom.

Iako postoji opsežna i raznolika literatura o digitalnoj transformaciji, nedostaje suglasje o točnoj definiciji digitalne transformacije te što ona zapravo obuhvaća. Reis et al. (2018) te Kraus et al. (2021) ističu kako se odgovori na ta pitanja razlikuju ovisno o perspektivama i kontekstima istraživanja budući da znanstvenici diljem svijeta ispituju raznolik niz tema u raznim industrijama, unutar različitih konteksta i stanja razvoja kao i s čisto teorijskog aspekta. Isto tako, Kokkinakos et al. (2016) su utvrdili da najsuvremenije tehnologije, poput društvenog softvera, analitike podataka itd., revolucioniraju svakodnevno poslovanje modernih organizacija na svim mogućim razinama i načinima te se stoga očekuje da će digitalna transformacija u novije vrijeme predstavljati jedan od prevladavajućih pojmova

široj World Wide Webu. Ovaj argument ponovno potvrđuje važnost definiranja digitalne transformacije.

Izazov definiranja se može riješiti nakon što se definicije svedu na njihove osnovne elemente, pri čemu Reis et al. (2018) ukazuju na: (1) Tehnološki element - temelji se na korištenju novih digitalnih tehnologija kao što su društveni mediji, mobilni, analitički ili ugrađeni uređaji; (2) Organizacijski element - zahtijeva promjenu organizacijskih procesa ili stvaranje novih poslovnih modela; (3) Društveni element - fenomen koji utječe na sve aspekte ljudskog života npr. poboljšavajući iskustvo kupaca. Tako definicije najčešće govore o novim promjenama, tehnologijama, inovacijama te transformaciji i poboljšanju postojećeg stanja kako u poslovanju tako i u svakodnevnom životu.

Tablica 1

Definicije digitalne transformacije

Autori	Definicije
Stolterman i Fors (2004)	Digitalna transformacija obuhvaća promjene povezane s primjenom digitalne tehnologije u svim aspektima ljudskog društva.
Martin (2008)	Digitalna transformacija je korištenje informacijske i komunikacijske tehnologije, ne kada se provodi trivijalna automatizacija, već u slučaju kada se stvaraju temeljno nove mogućnosti u poslovanju, javnoj upravi te u životima ljudi i društva.
Westerman et al. (2011)	Digitalna transformacija je korištenje tehnologije za radikalno poboljšanje učinka ili dosega poduzeća.
Liu et al. (2011)	Digitalna transformacija je organizacijska transformacija koja integrira digitalne tehnologije i poslovne procese u digitalno gospodarstvo.
Fitzgerald et al. (2014)	Digitalna transformacija je korištenje novih digitalnih tehnologija kao što su društveni mediji, mobilna tehnologija, analitika ili ugrađeni uređaji kako bi se omogućila velika poslovna poboljšanja, uključujući poboljšana korisnička iskustva, pojednostavljeno poslovanje ili nove poslovne modele.
Solis et al. (2014)	Digitalna transformacija je ponovno usklađivanje ili novo ulaganje u tehnologiju i poslovne modele kako bi se digitalni korisnici učinkovitije uključili u svaku dodirnu točku u životnom ciklusu korisničkog iskustva.
Bondar et al. (2017)	Digitalna transformacija dosljedno je umrežavanje svih gospodarskih sektora i prilagodba aktera novim okolnostima digitalne ekonomije.
Hinings et al. (2018)	Digitalna transformacija kombinirani je učinak nekoliko digitalnih inovacija koje donose nove aktere (i konstelacije aktera), strukture, prakse, vrijednosti i uvjerenja koji mijenjaju, ugrožavaju, zamjenjuju ili nadopunjuju postojeća pravila igre unutar organizacija, ekosustava, industrija ili polja.

Izvor: Izrada autora prema: Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N., 2021., Sage Open, 11(3).

Tablica 1 prikazuje kronološki slijed definicija digitalne transformacije raznih autora. Ovdje se digitalna transformacija u velikoj mjeri doživljava kao pokretač promjena u svim kontekstima, ponajviše u kontekstu poslovanja, te utjecajem na sve aspekte ljudskog života koji se temelji na korištenju tehnologija. Prateći podjelu na osnovne elemente, Reis et al. (2018) definiraju digitalnu transformaciju kao korištenje novih digitalnih tehnologija koje omogućuju velika poboljšanja poslovanja i utječu na sve aspekte života kupaca. Novija definicija Zaoui i Souissi (2020) tumači digitalnu transformaciju kao novi razvojni model koji poziva na redefiniranje odnosa između tvrtki, njihovih dionika i klijenata te reviziju dosadašnjih pristupa ponudi usluga i proizvoda, a Hanelt et al. (2021) definiraju digitalnu transformaciju kao organizacijske promjene koje je pokrenula i oblikovala široka difuzija digitalnih tehnologija.

Nastavno, disruptivne promjene ne događaju se samo na razini poduzeća već imaju ekološke, društvene i institucionalne implikacije koje Kraus et al. (2021) predstavljaju kao razlog sve veće pozornosti istraživanja o digitalnoj transformaciji tijekom posljednja dva desetljeća, sa širokim rasponom tema koje se istražuju u literaturi. Autori su odredili tri tematska klastera koji sadržavaju tokove istraživanja digitalne transformacije: (A) literatura koja raspravlja o transformaciji digitalnog poslovanja fokusirajući se na transformaciju cjelokupnih poslovnih procesa i cjelokupne organizacijske modele, (B) tehnologija kao pokretač digitalne transformacije te (C) institucionalne i društvene implikacije koje govore o tome kako društva inoviraju i kako znanost digitalnu transformaciju čini otvorenijom, suradničkom i globalnijom.

Nastavno na klaster B, Kraus et al. (2021) ističu kako je učinkovito ulaganje u tehnologiju neophodno za generiranje poslovnih koristi. Li (2020.) tvrdi da digitalne tehnologije ne samo da pomažu stvaranju novih poslovnih modela, već i transformiraju postojeće, pružajući novi put za komunikaciju i interakciju s dionicima i kupcima. Prema Sebastian et al. (2020), nove informacijske tehnologije, kao što su društvene tehnologije, mobilne tehnologije, analitika, Cloud koji pruža pristup neovisno o lokaciji i Internet stvari (Internet of things), takozvane SMACIT tehnologije, je potrebno razumjeti te znati kada ih primijeniti kako bi imale potencijal transformirati poslovanje. Ove SMACIT tehnologije posebno oblikuju digitalnu transformaciju zbog svojih digitalnih svojstava reprogramiranja, homogenizacije podataka i samorefrenjalne prirode.

Hanel et al. (2021) također određuju tri dimenzije digitalne transformacije: kontekstualni uvjeti, mehanizmi i ishodi. **Kontekstualni uvjeti**, kao početna točka promjene smjera koja se pojavljuje u slučaju neučinkovitosti i/ili stava prema dizajnu, definiraju početak digitalne transformacije (Henfridsson i Yoo, 2014). Oni daju materijalne, organizacijske i okolišne prethodnike digitalne transformacije (Wessel et al., 2021). Materijalna prethodnica je u obliku digitalnih tehnologija

pokrenula i oblikovala digitalnu transformaciju, a njihovim ulaskom u organizaciju stupaju u interakciju s organizacijskim prethodnicima, posebice s organizacijskim strategijama i nasljeđem te resursima, procesima, vrijednostima i kulturom (Hanel et al., 2021). Isti autori dokazuju da su materijalni i organizacijski prethodnici međusobno povezani s okolišnim prethodnicima kao što su karakteristike zemlje, industrije i potrošača te pravnim i infrastrukturnim uvjetima države, kao što su regulatorni okviri i intervencije. **Mehanizmi** (kao druga dimenzija), kojima se služe organizacije za osmišljavanje i ostvarivanje digitalne transformacije predstavljaju inovacije koje uključuju primjenu novih resursa, procesa i sposobnosti u strateškom i operativnom pogledu organizacije te integracija koja uključuje njihovo usklađivanje s postojećim elementima (Henfridsson i Yoo, 2014). Digitalna transformacija dovodi do **ishoda** u obliku organizacijskih postavka, ekonomije i prelijevanja. Schwer i Hitz (2018) govore o organizacijskim postavkama i unutar-organizacijskom strukturiranju koje postaje agilno i prilagodljivo, dok poslovni procesi postaju automatizirani. Što se tiče ekonomije, digitalna transformacija doprinosi poboljšanom izvedbom poduzeća, povećanjem kvalitete usluga ili smanjenjem troškova (Bouwman et al., 2011). Ishodi u obliku prelijevanja su podijeljeni na paradigme, sustave, industriju, informacijsku sigurnost i pojedinačne učinke koje tvore okruženje s kojim tvrtke komuniciraju kako bi ostale legitimne i uspješne (Hanel et al., 2021).

Može se reći da uspješna digitalna transformacija, uzrokovana pojavom i širenjem digitalnih tehnologija te povećanom dostupnošću podataka, zahtijeva od organizacije da razvije širok raspon sposobnosti koje vode do novih fleksibilnih poslovnih modela i povećanja učinkovitosti organizacije. S porastom novih digitalnih tehnologija, društvenih mreža, mobilnih uređaja, velikih podataka, mijenjaju se i karakteristike potrošača te raste digitalna potrošačka potražnja zbog čega organizacije pokušavaju višestrukim inicijativama iskoristiti prednost i suočiti se sa sve jačom konkurencijom (Hanel et al., 2021; Reis et al., 2018). Posljednjih godina sve veća količina podataka zahtijeva dinamičke oblike njihove obrade pronađene u digitalnoj transformaciji i četvrtoj industrijskoj revoluciji koja doživljava velike promjene (Kraus et al., 2021). Izazovi pandemije COVID-19 dodatno su potaknuli organizacije na djelovanje povećanjem njihove svijesti o potrebi ubrzanja digitalne transformacije (Fitzpatrick et al., 2020) te se stoga očekuje daljnji rast digitalnih tehnologija.

2.2. Platformizacija – razvoj i značenje u globalnom kontekstu

Digitalne tehnologije postale su važan dio istraživanja i svakodnevnog rada, a time i neizostavni igrači na današnjem globalnom tržištu, prodirući u sfere privatnog i poslovnog života te donoseći sa sobom obećavajuće prilike, ali i prijeteće izazove (Dal Zotto & Omid, 2020; Islind, 2018). Hanseth i Lyytinen (2010) definiraju digitalnu infrastrukturu kao zajednički, otvoren, heterogeni i evoluirajući socio-tehnički sustav skupa mogućnosti i informacijske tehnologije (IT) koju karakteriziraju napetosti i zahtjevna ekspanzija. Konfiguracije platforme predstavljaju specifičan način upravljanja napetostima između stabilnosti, centralizirane kontrole, standardizacije i univerzalnosti s jedne strane te promjene, modularizacije, autonomije, raznolikosti i prilagodbe lokalnim potrebama s druge strane (Bygstad & Hanseth, 2019). Rastuća složenost IT rješenja u mnogim organizacijama je skupa i gotovo nemoguća za prilagodbu promjenjivim organizacijskim strukturama, strategijama i potrebama korisnika, te bez obzira što ne rješavaju sva pitanja napetosti složenih digitalnih infrastruktura, ovi elementi otvaraju mogućnost za platformizaciju.

Naime, Helmond (2015) upotrebljava izraz platformizacija kako bi označio uspon platforme kao dominantnog infrastrukturnog i ekonomskog modela društvenog weba koji sa sobom povlači posljedice širenja platformi društvenih medija i njihovu želju da vanjske web podatke učine spremnima za platformu. Prema Bygstad i Hanseth (2019), Islind et al. 2016. godine koriste izraz platformizacija za označavanje socio-tehničkog procesa stvaranja platforme, dok je njihov pristup širi te definiraju platformizaciju kao proces u kojem se rješenja informacijske tehnologije postupno transformiraju u platformski orijentiranu digitalnu infrastrukturu. Van Dijck et al. (2018) platformizacijom nazivaju proces kroz koji digitalne platforme transformiraju sve strukture u našim društvima, a Poell et al. (2019) platformizaciju poimaju kao prodor infrastruktura, ekonomskih procesa i vladinih okvira digitalnih platformi u različite gospodarske sektore i sfere života, kao i reorganizaciju kulturnih praksi i imaginacije oko tih platformi. Dakle, platformizacija je vrlo dalekovidan teorijski okvir koji ima veliki potencijal u pružanju temelja za razumijevanje načina kako digitalne platforme potiču poduzetničke aktivnosti i pomažu rastu medijskog poslovanja (Dal Zotto & Omid, 2020).

Pojam platforme postao je dominantan koncept za pozicioniranje na tržištu i obraćanje korisnicima, a središnje mjesto u tome je ponuda aplikacijskog programskog sučelja (API) koje postavlja kanale za protok podataka između platformi i trećih strana te ujedno omogućuje njegovo (re)programiranje (Helmond, 2015). Isti autor opisuje istraživanje Kin Lane 2012. godine prateći povijesnu pojavu API-ja koji su bili usmjereni na vanjske programere sve do ranih 2000-ih, kada su Salesforce 1999., eBay 2001. i Amazon 2002. godine počeli nuditi API-je kao poslovna rješenja za e-trgovinu. Kako bi se olakšale

transakcije i administracija prodaje, izvorna generacija web API-ja bila je usredotočena na razmjenu podataka između različitih poslovnih sustava. Sredinom 2000-ih, nova generacija web API-ja, koju pružaju stranice društvenih mreža, pomaknula je fokus s prodajnih transakcija na pristup sadržaju koji generiraju korisnici, informacijama o korisnicima i njihovim vezama. Del.icio.us, web stranica za društveno označavanje, postala je prva koja je omogućila programski pristup svojoj web stranici 2003 godine. Druge web stranice društvenih mreža koje su uslijedile ubrzo nakon što su objavile svoje API-je bile su Flickr (2004), YouTube (2005), Last.fm (2006), Facebook (2006) i Twitter (2006).

Pojam 'digitalna platforma' uzima u obzir da je platforma istodobno dio softvera i posrednik koji povezuje potrebe s resursima, prodavače s kupcima, korisnike s pružateljima usluga predstavljajući svojevrsni hibrid između tržišta, tvrtke i zajednice, ali i organizacijsku, tehničku i regulatornu konstrukciju koja olakšava stvaranje vrijednosti (Islind, 2018). Logika platforme je tako objašnjena kao povezivanje i olakšavanje interakcije resursa i potreba, najčešće u smislu višestranih tržišta čije značenje raste od ranih 2000-ih (Islind, 2018). Platforme stoga preuzimaju ulogu posrednika odnosno pružaju infrastrukturu i upravljanje za olakšavanje interakcija između agenata na obje tržišne strane često putem digitalnih tehnologija (Wichmann et al., 2022). Medijska tržišta sada su otvorenija za više aktera zbog smanjenih ulaznih prepreka i povećane upotrebe online platforme što omogućuje niže troškove u proizvodnji i distribuciji sadržaja, pristupanju različitim korisnicima te stvaranju vrijednosti i dublje komunikacije (Salamzadeh et al., 2019). Kako raste interes za proučavanje digitalnih platformi, tako raste i broj različitih definicija o prirodi tih tehnologija. Stoga, Tablica 2 prikazuje neke od novih definicija digitalnih platforma različitih autora.

Tablica 2

Definicije digitalne platforme

Autori	Definicije
Parker et al. (2016)	Platforme su složeni, višestrani sustavi koji moraju podržavati velike mreže korisnika koji igraju različite uloge i međusobno djeluju na različite načine.
Reillier & Reillier (2017)	Posao koji stvara značajnu vrijednost kroz stjecanje, spajanje i povezivanje dviju ili više grupa kupaca kako bi im se omogućilo obavljanje transakcija.
Van Dijck et al. (2018)	Mrežna "platforma" je digitalna arhitektura koja se može programirati i koja je dizajnirana za organiziranje interakcija između korisnika—ne samo krajnjih korisnika, već i korporativnih entiteta i javnih tijela.
Hsieh & Wu (2019)	Platforma se odnosi na tehnologiju koja drugim tvrtkama omogućuje povezivanje i nadogradnju. Kao takva, platformaska tvrtka djeluje kao medij koji drugima omogućuje povezivanje s njom.
Poell et al. (2019)	Platforme definiramo kao (re)programabilne digitalne infrastrukture koje olakšavaju i oblikuju personalizirane interakcije među krajnjim korisnicima i komplementarima, organizirane kroz sustavno prikupljanje, algoritamsku obradu, unovčavanje i kruženje podataka.

Izvor: Izrada autora prema: Platformization of media entrepreneurship: A conceptual development. Dal Zotto, C., & Omid, A., 2020., Nordic Journal of Media Management, 1(2).

Kao ključna vrijednost koju nude digitalne platforme može se iščitati brzo okupljanje svih aktera kako bi međusobno komunicirali i slobodno izvršavali transakcije različitih vrijednosti. S jedne strane, značajka ekonomije dijeljenja, koja je u svim svojim različitim deklinacijama u srcu digitalnih platformi, čini takve tehnološke okvire privlačnima i za tvrtke i za pojedince koji žele istražiti i iskoristiti nove prilike (Sundararajan, 2016.). S druge strane, utjecaj ovih tehnologija na svakodnevni život ljudi potaknuo je vladine i političke sustave na interveniranje u tim sferama jer donose novi temelj za učinkovitiji ekonomski napredak (Dal Zotto & Omid, 2020).

Tablica 3

Tipologije digitalnih platformi

Tip platforme	Opis	Primjer
Platforme operativnih sustava	Osiguravaju okruženje programerima kroz koje razvijaju komplementarne proizvode i usluge, pružaju osnovne funkcionalnosti za aplikacije koje se na njima izvode, povezuju korisnike sa softverskim aplikacijama koje su izradili programeri.	Apple iOS Android Cisco Google App Store
Platforme višestranih tržišta/Peer-to-Peer platforme (P2P)	Djeluju kao tržišni posrednici i omogućuju povezivanje različitih skupina korisnika koje jedna drugoj pružaju mrežne pogodnosti, olakšavajući njihove različite interakcije i komercijalne transakcije.	Airbnb Amazon eBay Google Uber
Platforme za plaćanje	Privlače korisnike s jedne strane da plaćaju robu i usluge, a trgovce s druge strane da mogu preuzeti njihovu uplatu.	Apple Pay PayPal Visa
Platforme društvenih medija	Omogućuju korisnicima međusobnu komunikaciju dijeljenjem informacija, komentara, poruka, videa i slika, uz povezivanje s trećim stranama kao što su oglašivači, programeri i pružatelji sadržaja. Sudionici platforme imaju karakteristike i proizvođača i potrošača.	Facebook Instagram Twitter YouTube LinkedIn WeChat Slack

Izvor: Izrada autora prema: Platformization of media entrepreneurship: A conceptual development. Dal Zotto, C., & Omid, A., 2020., Nordic Journal of Media Management, 1(2). i Platformization: co-designing digital platforms in practice. Islind, A. S., 2018., Doctoral dissertation, University West.

Postoje različite vrste digitalnih platformi, od kojih svaka djeluje na jedinstven način, s jednom ili više specifičnih skupina publike kao metom, no sve sa zajedničkim ciljem otvorene infrastrukture i sigurnog mehanizma transakcija (Dal Zotto & Omid, 2020). Interakcije na platformi mogu se kretati od komercijalne prodaje proizvoda i usluga do uključivanja u forume ili društvene zajednice, do objavljivanja i konzumiranja medija sadržaj na video platformama (Wichmann et al., 2022). S obzirom na istraživanja Islinda (2018) te Dal Zotto i Omid (2020) može se identificirati nekoliko tipologija digitalnih platformi navedenih u Tablici 3.

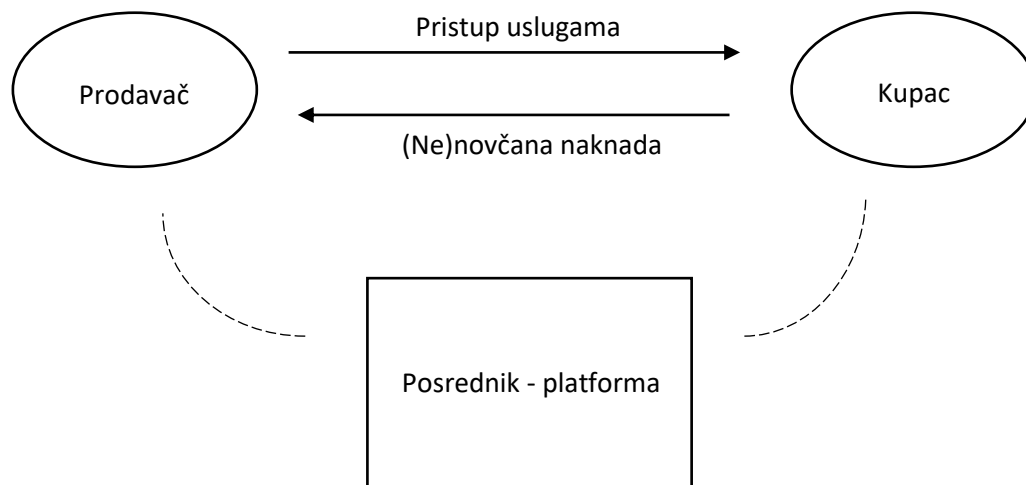
Može se zaključiti kako su digitalne platforme prisutne u svim područjima ljudskih aktivnosti, uključujući društvene, političke i ekonomske sfere. Kao što se može vidjeti, platforme operativnih sustava kao što su iOS i Android čine temelj razvoja mobilnih aplikacija, a danas su i dio istraživačke agende. Platforme za plaćanje kao što su Apple Pay, PayPal i PayEx potpuno su promijenile financijsku industriju dok su platforme društvenih medija kao što su Facebook, Instagram i Twitter imale veliki utjecaj na obrasce interakcije među ljudima. Peer-to-Peer platforme poput Ubera i Airbnb-a revolucionirale su ekonomiju dijeljenja što će biti objašnjeno u daljnjem tekstu.

2.3. Peer-to-Peer platforme u turizmu

Sharing economy odnosno ekonomija dijeljenja jedan je od najznačajnijih razvojnih trendova posljednjih godina u području digitalne transformacije, te predstavlja socioekonomski model razmjene između ravnopravnih dionika putem sredstava digitalnih platformi (tzv. Peer-to-Peer platforme) i mobilne komunikacije (Miguel et al., 2022; Skoultos et al., 2017). Isti autori ističu kako se ekonomija dijeljenja pojavila tijekom financijske krize 2007./2008. godine i povezanog razdoblja recesije budući su potrošači tražili nove načine upravljanja svojim financijama, vremenom, resursima, proračunima i iskustvima. Ovaj model predstavlja veliki izazov tradicionalnim ekonomskim modelima, koji su uglavnom orijentirani na hiper-potrošnju i privatno vlasništvo, dok ekonomija dijeljenja promiče suradničku potrošnju i zajednički pristup uz stvaranje novih tržišta digitalnih platformi koja povezuju korisnike izravno s pružateljima usluga, zaobilazeći tradicionalne posrednike (Ding et al., 2023; Miguel et al. 2022).

Grafički prikaz 1

Odnos sudionika na mrežnoj platformi



Izvor: Izrada autora prema: Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries. The Sharing Economy. (str. 16), S. Reinhold & S. Dolnicar, 2017a., Oxford: Goodfellow Publishers

Akteri na platformama mogu biti ljudi ili organizacije koji su neovisni jedni o drugima i preuzimaju uloge kupca i prodavača (Reinhold & Dolničar, 2017a), a njihovi međusobni odnosi olakšavaju transakcije resursa u zamjenu za novčanu ili nemonetarnu nagradu, odnosno preraspodjelu postojećih dobara kako bi se maksimizirala njihova funkcionalnost (Hagiu & Wright, 2015). Takve se tvrtke također nazivaju platformskim tvrtkama (Hagiu i Wright, 2015.) jer su kupci i prodavači povezani platformom bez koje se interakcija kupac-prodavač ne može se dogoditi, kao što je prikazano na Grafičkom prikazu 1. Naime, interakcija između prodavača i kupca se odvija preko posrednika, ali ne kao u modelima s pravim posrednikom, već posrednika u ovom slučaju glumi platforma bez koje ovo tržište ne bi funkcioniralo. Ovakvim pristupom, transakcija je olakšana, te su uvjeti iste prepušteni sudionicima. Stoga je glavni cilj P2P platformi stvoriti međunarodno tržište koje je sigurno, regulirano te omogućuje korisnicima laku i jednostavnu ponudu i korištenje usluga drugih korisnika. Time navedene platforme postaju dostupne široj publici, čime im se olakšava pristup tržištu te realizacija ponude i potražnje za proizvode i usluge.

Ding et al. (2023) utvrđuju da su široka primjena mobilnih uređaja i sveprisutna internetska povezanost potaknuli uspon platformi ekonomije dijeljenja. Bejaković et al. (2023) tvrde da je upravo sektor turizma i ugostiteljstva jedan od prvih sektora koji je započeo s digitalnom transformacijom poslovnih procesa i uvođenjem informacijsko-komunikacijskih tehnologija u svoje poslovanje. Rastom ovog

globalnog fenomena, turizam usvaja nove tehnologije, posebno platforme i aplikacije kako bi ostao konkurentan i održiv sektor gospodarstva. Ovaj rast je izuzetno snažan i svakodnevno dobiva na značenju, a dodatno ga je ubrzala i pandemija Covid-19.

Jansson (2022) uzima turizam kao dobar predmet istraživanja budući da se oslanja na logističke operacije za kretanje ljudi, iskustava, dobara i informacija. Organiziran je unutar razgraničenih projekata, s obzirom na orijentaciju, koordinaciju i orkestraciju na stranim terenima i uz vremenska i ekonomska ograničenja. Dobro uspostavljen skup logističkih medija, kao što su karte, vozni redovi i vodiči, prate turizam i postupno se nadopunjuju digitalnim platformama i aplikacijama. Turizam je područje ljudske aktivnosti obilježeno refleksivnim izborom, što ga čini dobrim mjestom za propitivanje načina djelovanja. Dublje ispitivanje turističkih iskustava moglo bi pomoći u rasvjetljavanju širih društvenih implikacija platformizacije i uspona digitalnog kapitalizma.

Zapravo, Beynon et al. (2014) su primijetili da je jedna od početnih pokretačkih snaga pojave digitalnih poslovnih modela u turističkoj industriji bila dostupnost relevantnih informacija. Ti su modeli isprva korišteni u svrhe planiranja putovanja, kao što su prikupljanje informacija i rezervacije turističkih atrakcija, a kasnije su prerasli u faze korištenja usluga i dijeljenja iskustva. Uz tehnološke trendove, trendovi korisnika, kao što su želja za samostalnim planiranjem putovanja i pad značaja turističkih aranžmana, kao i porast interesa turista za personaliziranjem usluga važni su za razvoj digitalnih platformi u turizmu (Mihajlović & Strugar, 2015). Omogućujući potrošačima digitalno pretraživanje, odabir i kombiniranje različitih turističkih usluga, digitalne platforme nastoje zadovoljiti želje kupaca za autonomnom organizacijom i personalizacijom (Zentner, 2022).

Sektor turizma i ugostiteljstva obuhvaća tri glavna područja digitalizacije (Bejaković et al., 2023): (1) u operacijama kao što su poslovna inteligencija, računovodstvo, plaćanja, upravljanje događajima i wellnessom...; (2) u prodaji i marketingu te upravljanju prihodima kroz aplikacije za rezerviranje, centralne rezervacijske sustave, upravljanje kanalima, digitalni marketing i upravljanje odnosima s potrošačima, pretraživanje, web stranice...; (3) u komunikaciji s gostima preko aplikacija za pružanje doživljaja gostima, online prijava gostiju, mobilni ključ za ulazak u sobu, sustavi za komunikaciju s gostima...

Danas ekonomija dijeljenja i P2P modeli nude širok izbor turističkih usluga te su prodrle u sve sfere turističkog djelovanja, a ideja je započela s Couch Surfingom 2004. godine koja je nudila alternativne mogućnosti smještaja, posebno za mlade putnike (Skoultos et al., 2017). Kasnije su slijedili i slični projekti poput zamjene kuća, kratkoročnog najma, dijeljenja prijevoza i slično. Tablica 4 prikazuje nekoliko odabranih primjera turističkih usluga koje nudi ova vrsta modela, od digitalnih platformi za smještaj, preko prijevoza i ugostiteljstva, do iskustava putovanja.

Tablica 4*Peer-to-Peer platforme u turizmu*

Područje djelovanja platforme	Platforma	Opis
Smještaj	Airbnb	Platforma za kratkoročni najam smještaja.
	HomeAway	Platforma za iznajmljivanje za odmor – primarno stvara prihod putem pretplata koje plaćaju vlasnici kuća.
	Couch Surfing	Platforma za razmjenu ugostiteljskih usluga i društveno umrežavanje.
Prijevoz	Uber	Platforma za dijeljenje vožnje i tehnološka platforma.
	BlaBlaCar	Tvrtka za dijeljenje prijevoza zasnovana na osjećaju zajedništva.
Ugostiteljstvo	VizEat	Platforma za dijeljenje obroka koja povezuje domaćine i goste.
Iskustvo putovanja	Vayable	Online tržište za osobna putovanja i iskustva putovanja.

Izvor: Izrada autora prema: Conceptualization of changes in tourism industry's distribution channels: The case of Peer-to-Peer business models and sharing economy platforms. Skoultos, S., Kontis, A. P. & Sarantakou, E., 2017., Journal of Tourism Research, 16(B).

2.4. Specifičnosti rezervacijskih platformi za smještaj

Podržane načelima ekonomije dijeljenja i omogućene tehnološkim napretkom, Peer-to-Peer (P2P) smještajne platforme pojavljuju se kao nova tržišta za razmjenu neiskorištenih smještajnih kapaciteta (Belk, 2014). Belk (2014) tako definira P2P smještaj kao mrežne platforme za umrežavanje koje omogućuju ljudima da na kratko vrijeme iznajme raspoloživi prostor unutar svoje nekretnine i/ili cijele nekretnine.

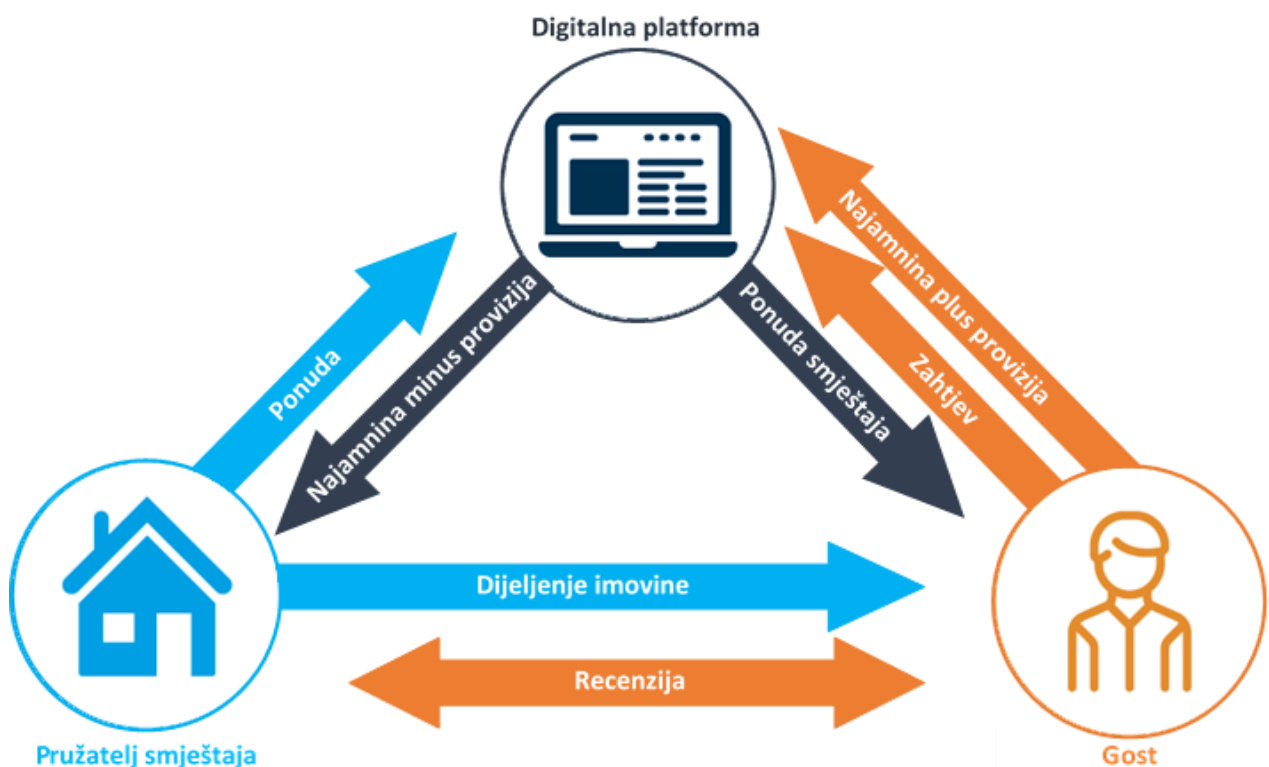
Kao što je već rečeno, na ovom internetskom tržištu postoje uvijek tri strane - potrošač, kupac i platforma, ali postoje i tri različita modela platformi za smještaj obzirom na njihov međusobni odnos odnosno plaćanje naknada (Bakker & Twining-Ward, 2018; Farmaki & Miguel, 2022):

1. Besplatni P2P smještaj podrazumijeva ponudu smještaja gostu od strane domaćina bez ikakve novčane naknade, već ističe samo razmjenu društvenog i kulturnog kapitala, stavljajući tako društvenu komponentu ispred materijalne. Glavne platforme u ovoj skupini su Couchsurfing, WarmShowers, BeWelcome i Trustroots te one ne naplaćuju transakciju niti članarinu.

2. Recipročna razmjena smještaja se odnosi na zamjenu stanova u kojima jedna strana privremeno ostaje u domu druge i obrnuto, bez novčane nakade za najam. No, zamjena je omogućena putem platforme koja ipak naplaćuje transakcijsku naknadu obama korisnicima po transakciji ili fiksno. Najpoznatije takve platforme su HomeExchange, LoveHomeSwap i GuestToGuest.
3. P2P smještaj koji se temelji na profitu, pri čemu pružatelj smještaja naplaćuje naknadu za najam, a gost je plaća izravno pružatelju ili se ona kanalizira putem platforme čini najveći sektor ekonomije dijeljenja u smislu vrijednosti transakcije. Osim toga, platforma naplaćuje transakcijsku naknadu bilo od pružatelja usluga, gosta ili oboje. Najuspješnije P2P platforme za smještaj su Booking.com, Airbnb, HomeAway i TripAdvisor Rentals. Za bolje razumijevanje, ovaj odnos je prikazan na Grafičkom prikazu 2.

Grafički prikaz 2

Ekosistem P2P smještaja



Izvor: Izrada autora prema: Bakker, M. & Twining-Ward L. (2018), Tourism and the Sharing Economy. Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation (str. 16), World Bank Group.

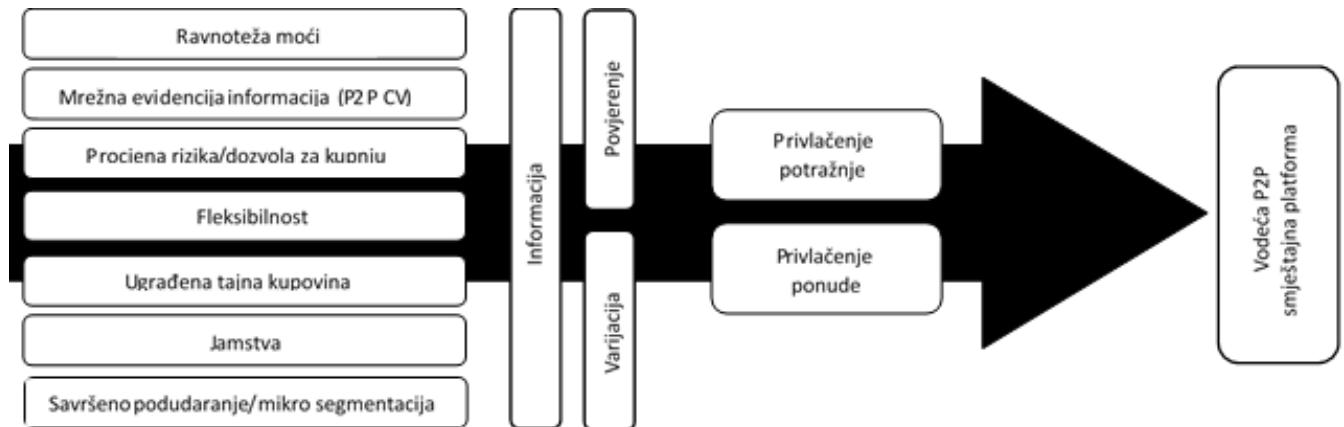
Uspješnost P2P platformi za smještaj ovisi o broju ljudi uključenih na platformi. Za razliku od tradicionalnog komercijalnog smještaja, P2P smještaj ne može kontrolirati ponudu i potražnju, već moraju navesti domaćine da gostima ponude neiskorišten ili nedovoljno iskorišten prostor na isti način na koji trebaju navesti goste da rezerviraju svoj smještaj za odmor na mrežama P2P smještaja (Dolničar, 2017). Stoga, veći broj članova privlači više ljudi koji nude smještaj i onih koji žele kupnju kratkoročnog smještaja te oni postaju egzistencijalna potreba za funkcioniranje, ali i glavna prepreka za ulazak novih platformi na tržište kada se dosegnu dovoljne veličine skupa.

Dolničar (2017) ukazuje da društvene interakcije, autentična turistička iskustva te pouzdanost fotografije domaćina za potražnju čine važan kriterij u donošenju odluke, dok su za ponudu presudni motivi uključenja u platformu financijski razlozi, smanjenje rizika, ali i društveni aspekt ugošćavanja. Ovo upućuje na važnost varijacija i povjerenje u mrežu kao na dva ključna stupa za povećanje ponude i potražnje. Naime, povjerenje u početku privlači goste i domaćine da se uključe u transakcije, a uvjeravanje da mrežni mehanizmi nude zaštitu svim članovima mreže olakšavaju im odluku o ostajanju, dok varijacije i različite mogućnosti gostima daju izbor savršenog spoja za svoje kratkoročne potrebe smještaja (Dolničar, 2017).

Dakle, da bi P2P platforma postala uspješna, nužno je 7 specifičnih faktora koja utječu na spomenuta dva ključna stupa platforme. Konceptualni okvir faktora uspješnosti P2P smještajnih platformi prikazan je na Grafičkom prikazu 3. Prvo, ravnoteža moći označava istaknutu interakciju domaćina i gostiju o smještaju, dovodeći do pozitivnijih recenzija i boljih transakcija. Drugo, P2P CV, odnosno mrežna evidencija informacija o domaćinima i gostima služi za razvijanje međusobnog povjerenja i bolju procjenu rizika. Nastavno, procjena rizika te dozvola za kupnju omogućavaju gostima i domaćinima da procijene prikladnost rezervacije te je ključna da se izgradi povjerenje u mrežu. Nadalje, fleksibilnost u smislu dostupnosti prostora omogućuje običnim ljudima da traže kratkoročni najam kao izvor prihoda, a da nisu prisiljeni stavljati smještaj na raspolaganje u određeno vrijeme ili na standardiziran način. Peti faktor objašnjava takozvanu ugrađenu tajnu kupovinu koja se odnosi na povratne informacije i preporuke gostiju prema domaćinima koje su skrivene od javnosti te tako doprinose povjerenju u varijacijama domaćina i gostiju. Šesto, mreže nude jamstva kako bi opravdali povjerenje dionika. Gostima se često nudi povrat novca ili zamjenski, usporediv smještaj, u okolnostima poput nemogućnosti pristupa rezerviranom prostoru, neodgovaranja online opisu, nečistoće, nesigurnosti ili posjedovanja životinje u prostoru, dok se domaćinima nudi jamstvo za imovinske štete učinjene od strane gostiju koje premašuju sigurnosni polog. Zadnji, ali ne manje važan faktor, savršeno podudaranje ili mikro segmentacija se koristi nudeći nebrojeno mnogo jedinstvenih prostora kako bi se ponudio optimalan izbor za određeni tržišni segmenti.

Grafički prikaz 3

Faktori uspješnosti Peer-to-Peer smještajnih platformi



Izvor: Izrada autora prema: Dolnicar, S. (2017), Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries. Chapter 1 – Unique Features of Peer-to-Peer Accommodation Networks (str. 2), Oxford: Goodfellow Publishers

Bakker i Twining-Ward (2018) ističu nekoliko najvažnijih P2P platformi za smještaj s njihovim godinama osnutka, brojem oglasa i zemljopisnoj rasprostranjenosti. Njihove dimenzije i važnost prikazana su u Tablici 5. Dakle, Booking.com predstavlja najstariju i najveću platformu kojeg u stopu prati Airbnb i po broju oglasa i po zemljopisnoj rasprostranjenosti. Zatim slijede malo manje, ali ne i manje važne platforme kao što su HomeAway, TripAdvisor, 9flats.com i Himestay.com.

Tablica 5

Najvažnije P2P platforme za smještaj

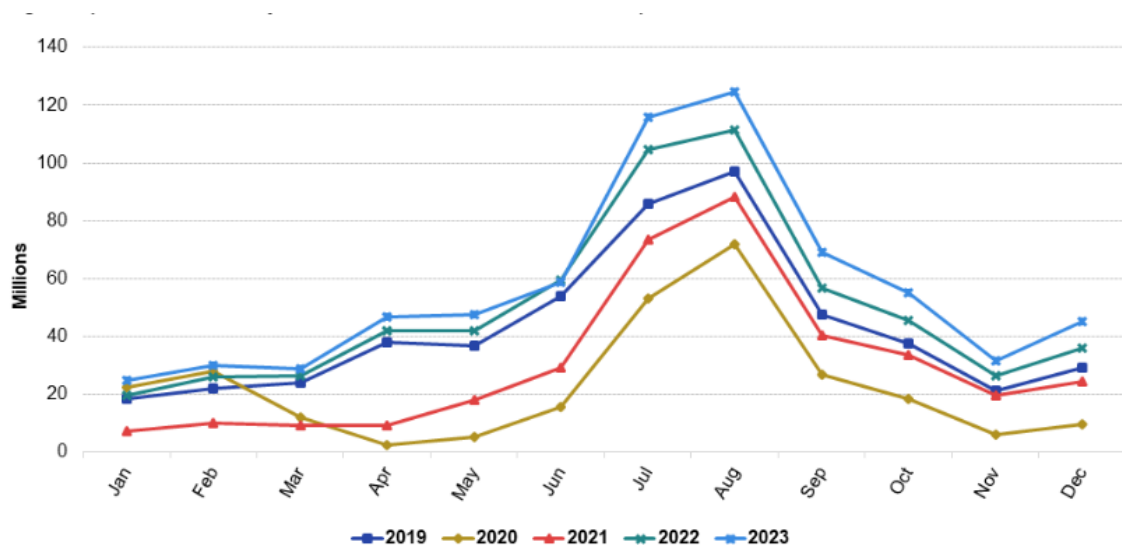
Platforma	Osnutak	Broj oglasa	Zemljopisna rasprostranjenost
Booking.com	1996.	5 milijuna	226 zemalja
Airbnb	2008	4,85 milijuna	191 zemlja
HomeAway (u vlasništvu Expedia)	2005	2 milijuna	190 zemalja
TripAdvisor Rentals	2009	830.000	200 zemalja
9flats.com	2011	250.0000	140 zemalja
Homestay.com	2013	50.000	160 zemalja

Izvor: Izrada autora prema: Bakker, M. & Twining-Ward, L. (2018), Tourism and the Sharing Economy. Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation (str.17), World Bank Group.

Uspón P2P platformi doveo je do velike promjene u strukturi turističke industrije, ne samo u području putovanja nego i poslovanja općenito (Skoultos et al., 2017). Prema Bakker i Twining-Ward (2018), P2P smještaj u 2018. godini čini oko 7% smještaja na globalnoj razini odnosno otprilike 8 milijuna kreveta. Autori također procjenjuju da godišnja stopa rasta iznosi oko 31% između 2013. i 2025. godine te da će 17% godišnjeg prihoda globalnog hotelskog sektora odnosno 8 milijardi USD biti u kratkoročnom najmu do 2025. godine. Kako je već u uvodu rečeno, godišnji izvještaj Eurostata (2023a) bilježi 597 milijuna noćenja gostiju u smještaju rezerviranom preko Booking.com-a, Airbnb-a, Expedia Group-e i TripAdvisor-a u 2022. godini u zemljama EU, prateći tako trend rasta od 2019. godine s 512 milijuna noćenja. Naime, 2020. i 2021. godina su bilježile pad uzrokovan pandemijom Covid-19, s 272 milijuna i 364 milijuna noćenja, no podaci iz 2023. godine pokazuju rast tržišta online rezervacijskog smještaja prikazanog na Grafičkom prikazu 4.

Grafički prikaz 4

Mjesečna noćenja gostiju u kratkoročnom smještaju ponuđenom preko online platformi u EU, 2019.-2023. godine (u milijunima noćenja)



Izvor: Eurostat. (2023b). Short-stay accommodation offered via online collaborative economy platforms - monthly data. Pristupljeno 03.04.2024. na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms_-_monthly_data

U trećem kvartalu 2023. godine noćenja u smještaju rezerviranom putem online platformi i dalje premašuju vrijednosti zabilježene prethodnih godina, s rekordnim brojem noćenja gostiju u svakom mjesecu. Tako je u srpnju ostvareno 115,7 milijuna noćenja što pokazuje povećanje od 10,7 % u usporedbi sa srpnjem 2022., u kolovozu taj se broj povećao na 124,7 milijuna noćenja (+11,7 % u usporedbi s kolovozom 2022.), dok u rujnu je taj broj iznosio 69,1 milijun (+21,6 % u usporedbi s rujnom 2022.). Ukupno je između srpnja i kolovoza 2023. godine realizirano 309,4 milijuna noćenja što je povećanje od 13,4 % u usporedbi s 2022. Ovakav rast se nastavio i u četvrtom kvartalu, što znači da je u 2023. godini ukupno 678,6 milijuna noćenja gostiju ostvareno u smještaju za kraći boravak rezerviranom putem jedne od četiri platforme, što je povećanje od 13,8 % u usporedbi s 2022. godinom. Doista, P2P smještajne platforme, kao što su Expedia, TripAdvisor, Trip.com, Airbnb i Booking Holdings, odigrale su veliku ulogu u oblikovanju trenutnog stanja pretraživanja i rezerviranja putovanja. Utjecali su na cijelu turističku i ugostiteljsku industriju, izazivajući tradicionalnu turističku ponudu i dodajući još jedan sloj zamršenosti ionako složenom sektoru te stvorila novi niz izazova za sve dionike u turističkoj industriji (Bakker & Twining-Ward, 2018).

3. UTJECAJI REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ

3.1. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju

3.1.1. *Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju*

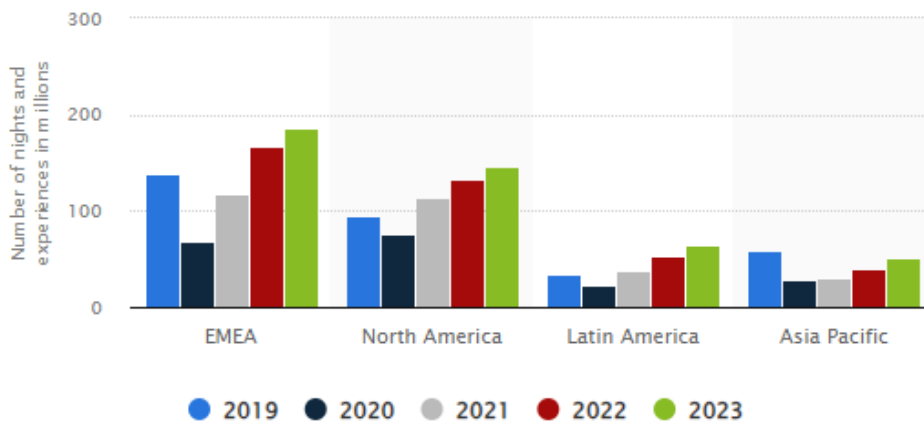
Korištenje društvenih medija i rezervacijskih platformi za smještaj promijenilo je funkcioniranje turističkog tržišta, način ponašanja turista i planiranja putovanja. One pružaju ogroman izvor turističkih proizvoda kojima je lako pristupiti i rezervirati. Često je mogućnost online rezerviranja odlučujući faktor za potrošače kojima omogućuje da odmah pronađu ono što im je potrebno (CBI, 2024). Na strani potražnje za kratkoročnim najmom stoje turisti, posjetitelji i poslovni putnici (Barron et al., 2021) te porastom i razvojem rezervacijskih platformi za smještaj, posebice kratkoročnog smještaja, omogućena je veća fleksibilnost u pronalasku i rezervaciji istih (Skoultos et al., 2017) te se stoga turistička potražnja povećava. P2P platforme za smještaj gostima pružaju vrijednosti kao što su pronalazak odgovarajućeg smještaja uz olakšan pristup i smanjenje rizika od razočaranja te povećanje doživljaja autentičnog iskustva (Reinhold & Dolnicar, 2017b). One mogu iskoristiti kreativnost i inovativnost, povećati učinkovitost, povećati zadovoljstvo posjetitelja, pružiti uvide i potaknuti održivost (CBI, 2024).

Platforme omogućavaju gostima da ostave recenzije o korištenim uslugama smještaja te na taj način postaju izvor turističkih informacija te mogu privući nove goste i domaćine na platformu (Reinhold & Dolnicar, 2017c). Javlja se novo tržište potrošača iz generacije Y i Z, također poznatih kao "digitalni urođenici", koji svoje odluke o putovanju sve više temelje na platformama sa sadržajem koji generiraju korisnici (Barišić et al., 2019). Kao jedan od glavnih razloga povećane potražnje za smještajem rezerviranog putem rezervacijskih platformi može se istaknuti ušteda novca (Hardy & Dolnicar, 2017; Farmaki & Miguel, 2022). S obzirom da generacije Y i Z imaju manji raspoloživi dohodak od starijih potrošačkih skupina (Gen X i Baby Boomers), te na trenutačnu krizu troškova života i globalnu gospodarsku nesigurnost, traže dobru vrijednost za novac (CBI, 2024). Özbek et al. (2015) tako ukazuju na nisku cijenu kao važnu karakteristiku i motiv korištenja turističkih rezervacijskih platformi i njihov pozitivan utjecaj na bihevioralne namjere i jednostavnost korištenja online kanala. Također, razina prihvaćanja ove tehnologije kod turista povećava se kada se poveća i njihovo vjerovanje da će njezino korištenje smanjiti njihove troškove putovanja, koje domaćini mogu ponuditi raznim popustima i cjenovnim marketinškim strategijama (Özbek et al., 2015).

Važan faktor upotrebe P2P platformi je i upoznavanje lokalnog stanovništva i njihovih običaja uz razmjenu iskustava, novih informacija, znanja i vještina (Skoultzos et al., 2017; Farmaki & Miguel, 2022). Gosti žele doživjeti autentična iskustva koja se razlikuju od tradicionalnog turističkog proizvoda u stilu boravka u kući te živjeti kao lokalno stanovništvo (Hardy & Dolnicar, 2017; Skoultzos et al., 2017; Farmaki & Miguel, 2022). Prema Angel i Doganer (2020), putnici žele doživjeti povezanost s lokalnom destinacijom, otkriti skrivene tajne i živjeti svakodnevnim lokalnim životom. Prema istraživanju CBI (2024) 79% generacije Y i generacije Z bi željelo doživjeti jedan dan u životu lokalnog stanovništva u odredištu koje posjećuju, 61% htjet će posjetiti destinaciju ako izgleda sjajno na fotografijama i videozapisima, 73% bi željelo putovati kako bi poboljšali svoje mentalno, tjelesno i emocionalno zdravlje, 81% kaže da je kušanje lokalne hrane i kuhinja ono čemu se najviše raduju, a 86% želi kupovati u malim, neovisnim trgovinama kada posjećuju novu destinaciju.

Grafički prikaz 5

Broj noćenja i iskustava rezerviranih preko Airbnb-a diljem svijeta od 2019. do 2023. godine po regijama (u milijunima)



Izvor: Statista Research Department (2024). Pristupljeno 28.03.2024. na: <https://www.statista.com/statistics/1193543/airbnb-nights-experiences-by-region-worldwide/>

Grafički prikaz 5 prikazuje porast broja noćenja rezerviranih preko platforme Airbnb od 2019. do 2023. godine. Europa, Bliski Istok i Afrika (EMEA) bilježe rast s 139 milijuna u 2019. na 187 milijuna noćenja i iskustva rezerviranih preko platforme Airbnb u 2023. godini, s očitim padom u 2020. godini uzrokovanog pandemijom Covid-19. Sličan uzorak pokazuju i Sjeverna Amerika koja je tijekom tih pet

godina skočila s 95,8 na 146 milijuna, a Latinska Amerika s 33,9 na 64 milijuna, dok Azija s Pacifikom još nije prekoračila pretpandemijske brojke te u 2023. godini broji 51 milijun naspram 58,2 iz 2019. godine.

Nastavno na istaknute pozitivne strane korištenja rezervacijskih platformi za smještaj, Hardy & Dolnicar (2017) ukazuju na 4 tipologije gostiju: (1) štediše; (2) socijalizatori; (3) lokalizatori i (4) utilitaristi. **Čiste štediše** prvenstveno žele uštedjeti novac i održati svoj budžet niskim te stoga koriste P2P platforme za rezerviranje jeftinog smještaja. Ne zanima ih upoznavanje ljudi, nemaju posebne zahtjeve u pogledu prirode smještaja i nije im stalo do autentičnog iskustva odmora. S druge strane, **socijalizatorima** novac nije glavni pokretač, već žele upoznavati nove ljude i družiti se sa svojim domaćinima. Takozvani **lokalizatori** žele autentično iskustvo, uroniti u lokanu kulturu, asimilirati se i postati jedan od mještana za vrijeme svog boravka. Velike obiteljske grupe ili agencijska putovanja pravi su prototip **utilitarista** kojima je bitno izabrati smještaj koji odgovara njihovim specifičnim potrebama, npr. smještaj prihvatljiv za kućne ljubimce, velika imanja, ekološki održiv smještaj, omogućen pristup osobama s invaliditetom, itd.

3.1.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističku potražnju

S druge strane, gosti se suočavaju s brojnim rizicima, od rizika razočaranja u odabrani smještaj ili lažne informacije o smještaju, preko riskiranja vlastite privatnosti ako domaćini prekorače granice ili koriste uređaje za snimanje, sve do prijetnja sigurnosti, krađe, zlostavljanja (Reinhold & Dolnicar, 2017c; Skoultos et al., 2017). Özbek et al. (2015) u svojoj studiji opisuju percipirani rizik kao očekivanje potrošača o mogućem gubitku povezanom s online rezervacijom te definiraju tri područja rizika: (1) izlaganje osobnih informacija kao što su osobna lokacija i financijski podaci; (2) slabost mrežne sigurnosti i neadekvatna softverska tehnologija i (3) niske performanse proizvoda. Ovi mogući rizici mogu negativno utjecati na prihvaćanje tehnologije internetskih transakcija od strane korisnika te na jednostavnost korištenja i percipiranu korisnost, a smanjenje percepcije rizika osigurava opažanje niskih troškova (Özbek et al., 2015).

Budući da većina pružatelja kratkoročnog smještaja preko rezervacijskih platformi ne traži pridržavanje istih sigurnosnih propisa kao od pružatelja komercijalnog smještaja, većina kratkoročnog smještaja nije registrirana, licencirana, ni pregledana te stoga sigurnosni rizici za turiste rastu (Bakker, 2018). Iako su ti prostori usklađeni sa sigurnosnim propisima za lokalno stanovništvo, sigurnosni propisi za pružatelje komercijalnog smještaja su stroži, sigurnost turista potencijalno nije zajamčena te zbog tog jaza turistički smještaj se može smatrati nesigurnim (Hajibaba & Dolnicar, 2017a). Također, povećanom

potražnjom i sve većim brojem sudionika na rezervacijskim platformama za smještaj može rasti cijena smještaja koji je u početku bio namijenjen da bude cjenovno pristupačan.

3.2. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude

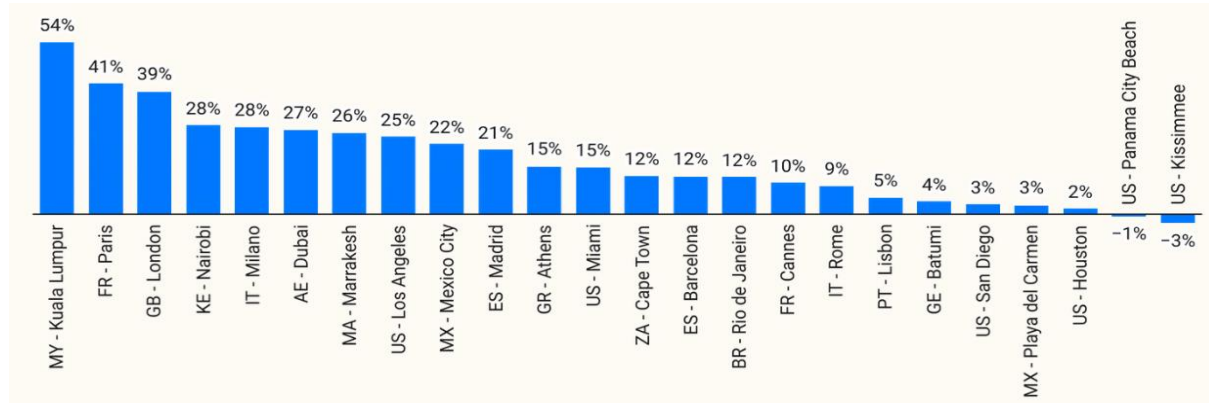
3.2.1. *Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude*

Motivi nositelja turističke ponude kratkoročnog najma za pristup rezervacijskim platformama povezani su s osnaživanjem pojedinaca u stvaranju prihoda korištenjem postojeće imovine (Farmaki & Miguel, 2022). P2P platforme smanjuju prepreke i stvaraju pozitivnu mikropoduzetničku klimu za ulazak na ovo tržište ne samo u prihvatu gostiju već i u pružanju ostalih usluga domaćinima kao što su usluge čišćenja, rukovanje ključevima i sl. (Farmaki & Miguel, 2022; Hajibaba & Dolnicar, 2017a). Općenito govoreći, domaćinima je omogućeno da iznajmljivanjem svojih neiskorištenih nekretnina na kratak rok povećaju svoj primarni ili dodatni prihod koji može pomoći u plaćanju računa, spajanju kraja s krajem, otplatu investicijske nekretnine, ali i uživanju malo luksuza koji obično ne mogu priuštiti (Hardy & Dolnicar, 2017), te na taj način poboljšati svoj životni standard (Farmaki & Miguel, 2022). Osim financijske dobiti, Farmaki i Miguel (2022) utvrđuju i da društvene koristi potiču ljude da sudjeluju kao domaćini u P2P smještaju kada iznajmljuju sobe u svojim objektima.

Hardy i Dolnicar (2017) u svom istraživanju navode tri ključna područja bitna za domaćine: prihod, društvena interakcija i dijeljenje te na temelju njih identificiraju tri tipa domaćina: (1) kapitalisti; (2) prijatelji i (3) etičari. Dok **čisti kapitalistički domaćini** žele maksimizirati svoj profit, nisu vezani za prostore koje iznajmljuju te nisu zainteresirani za komunikaciju i druženje, **čisti prijatelji** imaju želju za druženjem i upoznavanjem te im je važno da su potrebe njihovih gostiju zadovoljene, te im rado daju informacije i preporuke. **Etičari** žele živjeti etičkim načinom života i osigurati održivost u korištenju prostora. Iako ovi tipovi domaćina imaju svoje karakteristike koje ih međusobno razlikuju, obično su domaćini mješavina svakog od ovih čistih tipova. Domaćini osim što nude svoje prostore preko platforme, mogu i ostavljati recenzije kao i gosti, što predstavlja neprocjenjiv izvor informacija za procjenu rizika od strane drugih domaćina (Reinhold & Dolnicar, 2017c).

Grafički prikaz 6

Rast ponude na tržištu kratkoročnog najma od lipnja 2022. do lipnja 2023. u odredištima s najvećom zalihom u 2023. godini



Izvor: Lighthouse (2023). Short-term rental market supply growth from 2022 to 2023. Pristupljeno 28.03.2024. na: <https://www.mylighthouse.com/resources/blog/short-term-rental-market-supply-growth-from-2022-to-2023>

Nastavno na pozitivne strane koje rezervacijske platforme pružaju dionicima turističke ponude, Grafički prikaz 6 prikazuje porast ponude kratkoročnih najмова od lipnja 2022 do lipnja 2023. godine ukazujući na veličinu spomenutog tržišta. Rast je premašio očekivanja jer je 92% tržišta s najvećim zalihama pokazalo pozitivan rast od lipnja 2022. godine. Primjerice, Kissimmee i Panama City Beach jedina su tržišta s blagim negativnim trendovima od -2,6% odnosno -0,6%. Sveukupno, prosječni rast zaliha na najboljim odredištima iznosio je +20,3% rasta. Štoviše, Kuala Lumpur u Maleziji doživio je najveći porast od 54%, a slijedi Pariz s 41% i London s 39%. Nairobi i Milano dijele peto mjesto svaki s 28%.

3.2.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na nositelje turističke ponude

Osim pozitivnih utjecaja, domaćini se i susreću s neugodnim stranama rezervacijskih platformi za smještaj, ponajprije u pogledu rizika. Domaćini riskiraju oštećenje imovine od strane neuviđavnih gostiju, negativnu reputaciju koja proizlazi iz vanjskih učinaka kao što su buka ili smeće te riskiraju sudske postupke i novčane kazne u kontekstu u kojem je podstanarstvo ili iznajmljivanje smještaja siva zona ili podliježe zakonskim ograničenjima (Reinhold & Dolnicar, 2017c). Naime, tvrdi se da su rezervacijske platforme za smještaj donijele nesavršenu konkurenciju na tržište posebno u pogledu

cijene (Skoultzos et al., 2017). Tradicionalni, komercijalni iznajmljivači poput hotela, prisiljeni su baviti se zakonima o radu, turističkim naknadama, porezima, zaštitom potrošača i raznim drugim pitanjima koja povećavaju troškove njihova poslovanja, dok iznajmljivači kratkoročnog smještaja, najčešće lokalni iznajmljivači, mogu izbjeći većinu navedenih troškova (Barron et al., 2021; Skoultzos et al., 2017).

Pojavom rezervacijskih platformi za smještaj, postalo je puno lakše vlasnicima nekretnina koje su se tradicionalno koristile za dugoročni najam, opskrbiti tržište za kratkoročni najam. Povećanje kapaciteta kratkoročnih najмова znači povećanje ponude, a s time i smanjenje cijene na tržištu kratkoročnog najma (Barron et al., 2021). Ipak, Farmaki i Miguel (2022) istražuju da profitabilnost domaćina može opasti zbog zasićenosti tržišta kada prosječna popunjenost dosegne vrhunac. Osim toga, isto istraživanje je istaknulo negativne učinke rasta kratkoročnog smještaja na hotelski sektor. Prema Hajibaba i Dolnicar (2017a) već etablirani komercijalni pružatelji smještaja smatraju da su izloženi nelojalnoj konkurenciji od strane amaterskih pružatelja kratkoročnog smještaja koji ne moraju plaćati boravišnu pristojbu niti se pridržavati bilo kakvih propisa te mogu, kao posljedicu, ponuditi prostor po nižoj cijeni. Zbog toga se očekuje da će količina domova koji mogu opskrbiti i dugoročne i kratkoročne iznajmljivače dugoročno povećati, dok će se broj hotelskih soba koje opskrbljuju samo kratkoročno tržište smanjiti što će dovesti do neadekvatne strukture smještajnih kapaciteta turističkih destinacija (Barron et al., 2021).

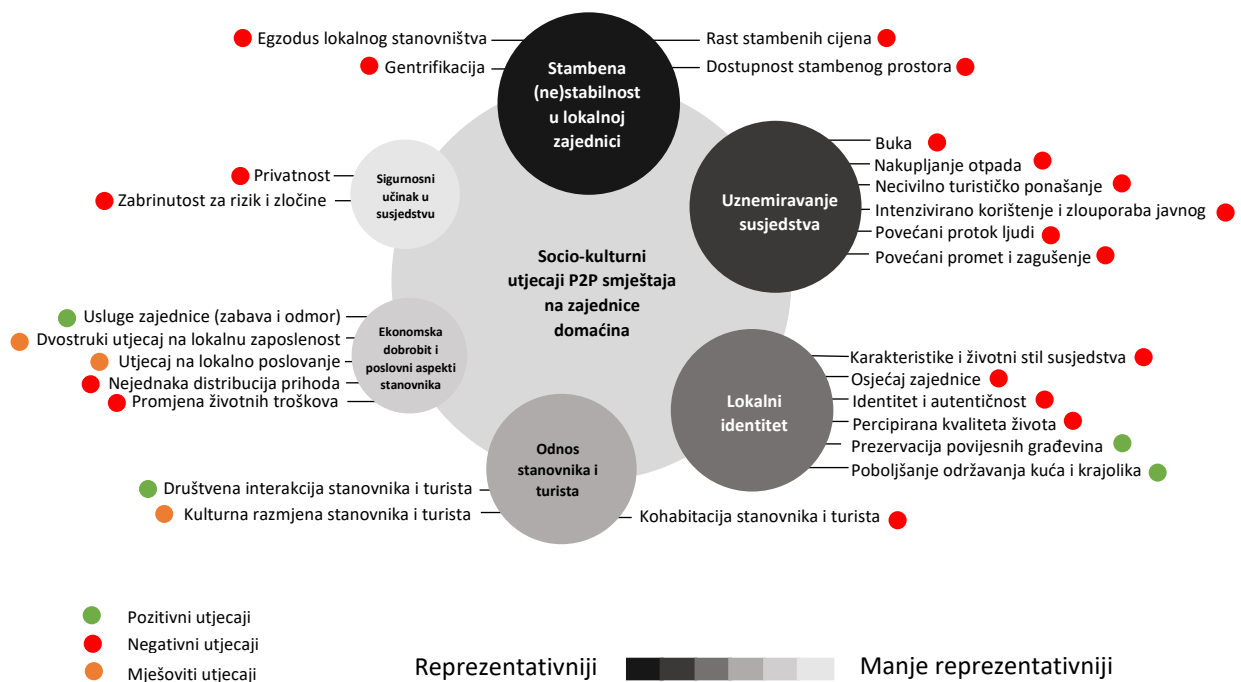
Ovakvu situaciju potvrđuje i Mahmoud (2023) koji u svom radu objašnjava rezultate izvješća HVS Consulting & Valuation o financijskom učinku Airbnb-a na hotelsku industriju u New Yorku, koji mogu varirati u različitim područjima, ali bez obzira na to daje snažnu indikaciju o jačini utjecaja na hotelsku industriju općenito. Naime, HVS je procijenio da hoteli godišnje izgube oko 450 milijuna dolara izravnih prihoda od Airbnb-a te da je svakih dodatnih 10% povećanja veličine Airbnb tržišta rezultiralo smanjenjem prihoda hotela od 2-3%. Isto istraživanje pokazuje da je između rujna 2014. i kolovoza 2015. rezervirano 480.000 noćenja u hotelskim sobama, dok je više od 2,8 milijuna noćenja rezervirano na Airbnb-u te je jasno da se smanjila potražnja za tradicionalnim hotelskim sobama. Nastavno, više od 2.800 radnih mjesta izravno je izgubljeno zbog Airbnb-a, što je gubitak od preko 200 milijuna dolara prihoda za hotelske zaposlenike. Evidentira se i gubitak od 108 milijuna dolara prihoda od hrane i pića koji bi gosti inače potrošili u hotelu kada odluče rezervirati putem Airbnb-a.

3.3. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije - komparativna analiza

S obzirom da turizam značajno utječe na same destinacije u različitim oblicima te da lokalna zajednica čini jedan od ključnih aktera u turizmu, Petruzzi et al. (2023) određuju okvir sa šest glavnih utjecaja P2P smještaja na turističku destinaciju prikazanih na Grafičkom prikazu 7. Utjecaji se mogu poredati po reprezentativnosti kako slijedi: (1) stambena (ne)stabilnost u lokalnoj zajednici; (2) uznemiravanje susjedstva; (3) lokalni identitet; (4) odnos stanovnika i turista; (5) ekonomska dobrobit i poslovni aspekti stanovnika; i (6) sigurnosni učinak u susjedstvu. Također prikazane su i potkategorije koje predstavljaju pozitivne, negativne i mješovite utjecaje.

Grafički prikaz 7

Okvir socio-kulturnih utjecaja Peer-to-Peer smještaja na zajednice domaćina



Izvor: Petruzzi, M. A., Marques, C., & Campos, A. C. (2023). Socio-cultural impacts of Peer-to-Peer accommodation on host communities. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 123-136.

3.3.1. Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije

Nastavno na Grafički prikaz 7, dobrobit rezervacijskih platformi za lokalni identitet uočava se u mogućnosti održavanja kuća, očuvanju i revitalizaciji povijelih zgrada i kulturne baštine te poboljšanju krajolika (Petruzzi et al., 2023). Rezervacijske platforme za smještaj doprinose gospodarstvu turističkih destinacija na nekoliko razina (Farmaki & Miguel, 2022). Za početak, kao rezultat cjenovno pristupačnog smještaja ponuđenih preko ove vrste platforme, posjetitelji imaju na raspolaganju veću svotu koju mogu potrošiti u ostalim dijelovima turističkog sektora destinacije te se tako poboljšava raspodjela i osigurava prihod drugim lokalnim poduzećima i zajednici domaćina općenito, primjerice za najam automobila, kupnju na lokalnim tržnicama i u lokalnim trgovinama, restoranima i barovima, ulaznice za razne događaje i muzeje u destinaciji itd. (Bakker & Twining-Ward, 2018). Lokalna zajednica također može imati koristi od Peer-to-Peer smještaja podržavajući lokalno poslovanje i stvarajući nove mogućnosti zapošljavanja (Farmaki & Miguel, 2022; Petruzzi et al., 2023), a s većim dohotkom građana poboljšava se kvaliteta i standard života.

P2P smještaj potiče održavanje i razvoj usluga zajednice, kao što su zabava i aktivnosti u slobodno vrijeme, rezultirajući poboljšanim proizvodima i uslugama zajednice, kao što su ceste i policijske patrole, restorani, trgovine, zabava i kulturne aktivnosti od kojih zajednica domaćin ima koristi (Petruzzi et al., 2023). Isti autori opisuju pozitivan učinak P2P smještaja na odnose stanovnika i turista ističući njihovu društvenu interakciju koja dovodi do kulturne razmjene i uključenosti u lokalnu kulturu, a posljedično omogućuje i razumijevanje između različitih kultura i učenje novih jezika. Ova interakcija je omogućena boravkom turista u kućama lokalnog stanovništva te njihovim sudjelovanjem u događanjima, večerama i lokalnim aktivnostima koje obično posjećuju stanovnici.

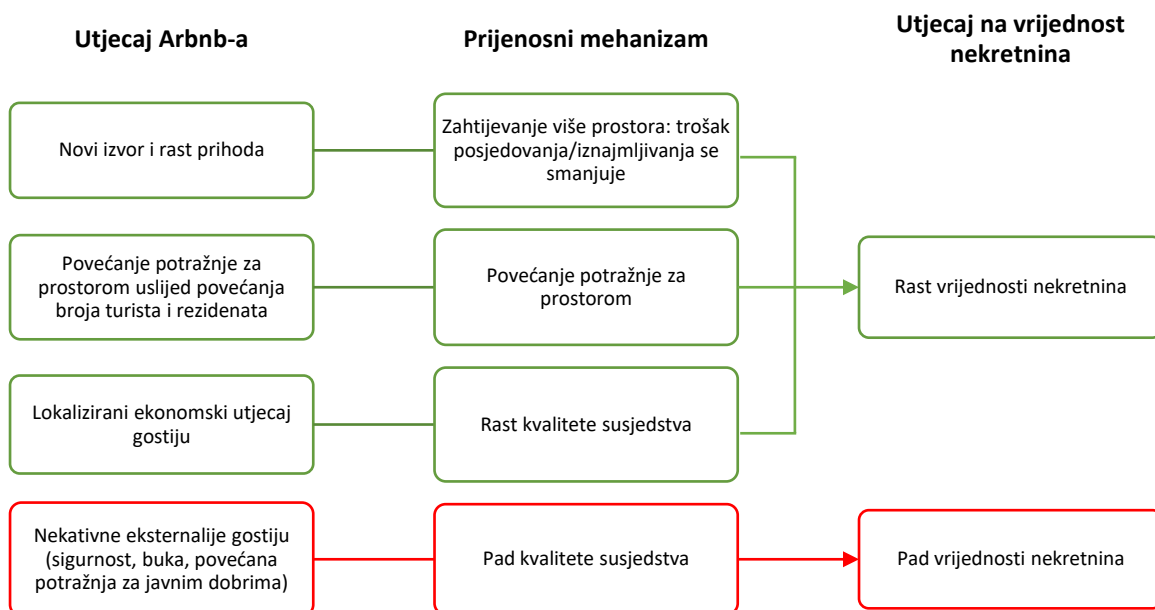
P2P platforme putem recenzija gostiju mogu pomoći u izgradnji povjerenja potrošača da posjete nova odredišta i isprobaju nove proizvode te tako pomoći u brendiranju destinacije (Bakker & Twining-Ward, 2018). Rezervacijske platforme mogu pokriti privremeno veliku potražnju za kratkoročnim smještajem u kriznim situacijama poput prirodnih katastrofa i tijekom velikih događaja kao što su Olimpijske igre, svjetska prvenstva u raznim sportovima i slično (Bakker & Twining-Ward, 2018; Farmaki & Miguel, 2022; Hajibaba & Dolnicar, 2017a). S obzirom da je skok potražnje za smještajem privremen u slučaju događanja, te da se izbjegne izgradnja hotela koji nisu potrebni nakon ovih situacija, aktiviranje povoljnog postojećeg neiskorištenog ili nedovoljno iskorištenog prostora savršeno je rješenje problema smještajnih kapaciteta. No, Fairley i Dolnicar (2017) ističu kako ovakav smještaj nije kontroliran kvalitetom te su moguća loša iskustva koja se mogu odraziti na imidž događaja i destinacije.

3.3.2. Negativni učinci rezervacijskih platformi za smještaj na turističke destinacije

Razmjeri fenomena rezervacijskih platformi za smještaj donijeli su sa sobom i mnoge negativne nuspojave, posebno na destinaciju i lokalno stanovništvo. Najvažniji problem koje uzrokuju rezervacijske platforme za smještaj je **stambena nestabilnost** u turističkoj destinaciji uzrokovana smanjenom dostupnosti stambenog prostora i rastom stambenih cijena (Petruzzi et al., 2023; Reinhold & Dolničar, 2017). Povećanjem potražnje za kratkoročnim smještajem u turističkim mjestima, olakšanim procesom iznajmljivanja neiskorištenog prostora te financijska privlačnost tržišta kratkoročnog najma potiče vlasnike na prenamjenu nekretnina za dugoročni najam u one za kratkoročni (Hajibaba & Dolničar, 2017a). Angel i Doganer (2020) čak tvrde da će postojeći stanodavci izbaciti dugoročne najmoprimce kako bi prihvatili kratkoročne jer im je ta opcija isplativija. Ovakva privlačnost tržišta kratkoročnog najma povećava ponudu soba na kratki rok te smanjuje njihovu cijenu (Barron et al., 2021), a to zauzvrat povećava cijenu najma na dugoročnom tržištu (Bekker, 2018; Ding et al. 2023; Farmaki & Miguel, 2022). Za lakše razumijevanje, utjecaj P2P smještaja na cijene stambenog prostora je prikazan na Grafičkom prikazu 8.

Grafički prikaz 8

Mehanizmi prijenosa utjecaja aktivnosti P2P platforme Airbnb na stambenih nekretnina



Izvor: Izrada autora prema: Sheppard, S. & Udell, A. (2016). Do Airbnb properties affect house prices. Williams College Department of Economics Working Papers, 3 (1), 43.

Sheppard i Udell (2016) objašnjavaju ovu povezanost i ističu da, iako postoji mogućnost utjecaja i na povećanje i na smanjenje cijena kuća, veću jačinu ima upravo efekt povećanja cijena. Naime, Airbnb pruža mogućnost dodatne zarade i povećanje prihoda vlasnicima nekretnina, a kao rezultat toga povećava se potražnja za prostorom, a zauzvrat se povećava vrijednost nekretnina. Nadalje, kao rezultat poslovanja putem Airbnb-a, dolazi do povećanja potražnje gradske populacije za prostorom uslijed povećanja broja turista i rezidenata te vrijednosti nekretnina tako mogu porasti. Lokalni prihodi i stanovništvo također se mogu povećati ako postoji lokalizirani gospodarski učinak uzrokovan trošenjem gostiju, što za posljedicu ima povećanje kvalitete susjedstva i vrijednosti nekretnina. S druge strane, zbog povećane gustoće koja dolazi zbog smještaja većeg broja ljudi može doći do negativnih vanjskih učinaka gostiju, poput buke, smanjene sigurnosti ili jednostavno dodatne potražnje za javnim dobrima (kao što je prijevoz) koje uzrokuju smanjenje kvalitete života u susjedstvu, a time i smanjenje vrijednosti nekretnina.

Ovakva situacija potencijalno uzrokuje probleme lokalnom stanovništvu smanjujući pristupačnog stambenog prostora (Hajibaba & Dolničar, 2017a; Petruzzi et al., 2023). Petruzzi et al. (2023) ističu da ovaj scenarij prisiljava stanovnike da napuste susjedstvo jer ne mogu pronaći mjesto zbog visokih cijena i smanjene dostupnosti, dok drugi pate od deložacija i protjerivanja. Proces u kojem se susjedstvo suočava s egzodusom lokalnog stanovništva i daje prednost turistima neizbježno potiče gentifikaciju i raseljavanje (Angel & Doganer, 2020). Gentrifikacija predstavlja stambeni, ekonomski i zdravstveni problem koji utječe na zajednicu i smanjuje društveni kapital potičući raseljavanje stanovnika u pristupačnija, perifernija područja grada zbog viših stanarina, hipoteka i poreza na imovinu (Angel & Doganer, 2020; Farmaki & Miguel, 2022).

Drugi i treći najznačajniji problemi prema Petruzzi et al. (2023) su **smetnje u susjedstvu** i problemi povezani s **lokalnim identitetom**. Naime, kada raste profit od aktivnosti turizma i prisutnost putnika u stambenim četvrtima, javni, privatni i neprofitni subjekti svoju pozornost usmjeravaju na turiste i projekte za poboljšavanje kvalitete njihovog boravka, ne mareći za susjedstvo, te tako ono postaje takozvani tematski park za turiste (Angel & Doganer, 2020). Dolazi do turistifikacije gdje se mjesto mijenja pod pritiskom turističke potražnje, velikog protoka turista i intenziviranjem turističke ponude uz nemogućnost pronalaska ravnoteže između lokalnog stanovništva i turista te održivosti mjesta (Farmaki & Miguel, 2022). Zbog ove turističke gužve, Bakker (2018) kritizira iznajmljivanje kratkoročnih smještaja zbog doprinosa prekomjernom turizmu, odnosno prenapučenosti odredišta turizma koja u konačnici može smanjiti privlačnost destinacije. Kada se gleda omjer lokalnog stanovništva i turista u destinaciji, vrijednost omjera u Benidorm i Benalmádena u Španjolskoj iznosi 6,1 % i 4,4 %, dok Zadar, Pula i Split u Hrvatskoj broje 4,9 %, 4,3 % i 3,7 %, u odnosu na prosjek Europske unije od 0,33%, pokazujući jako veliki udio turista na broj lokalnog stanovništva (Eurostat, 2023a). Ovaj rast oduzima

osjećaj susjedstva, dolazi do gubitka autonomije prostora i identiteta mjesta, javlja se frustracija prema gostima zbog nedostatka propisa, potrošnje lokalne infrastrukture kao što su parkirna mjesta, gužve i neodgovornosti turista za svoje postupke (Angel & Doganer, 2020; Reinhold & Dolnicar, 2017). Povremeno, turisti pokazuju negrađansko i nepoželjno ponašanje, kao što je kasnonoćno uznemiravanje, pijanstvo i zlouporaba droga, buka i nakupljanje smeća (Hajibaba & Dolničar, 2017a; Petruzzi et al., 2023). Također, gradske četvrti koje su prije bile isključivo stambene, sada privlači turiste koji odsjedaju u domovima lokalnog stanovništva te se javlja prezasićenost stambenih četvrti kratkoročnim najmovima i nerezidentima, a time i promjenjiv karakter četvrti (Hajibaba & Dolničar, 2017a). Osim toga, Hajibaba i Dolničar (2018) ističu da promjena karaktera u četvrtima s velikim brojem nerezidenata i bezobzirnih kratkoročnih posjetitelja također može negativno utjecati na kvalitetu života stanovnika, smanjenje kohezije zajednice zbog čega se lokalni stanovnici osjećaju da ne pripadaju vlastitoj zajednici.

Nastavno, ova situacija može utjecati negativno na **odnos stanovnika i turista**, pogoršavajući kohabitaciju između njih u stambenim četvrtima zbog jezičnih problema i prisutnosti turista bez ikakvog osjećaja odgovornosti prema lokalnoj zajednici (Petruzzi et al., 2023). U pitanje se stavlja i **ekonomsko blagostanje i poslovni aspekti stanovnika** jer P2P smještaj uzrokuje razlike u raspodjeli dohotka i mijenja troškove života stanovnika (Petruzzi et al., 2023). Ovi autori navode da je P2P smještaj odgovoran za smanjenje slobodnih radnih mjesta u ugostiteljskim poduzećima kao što su hoteli, od kojih je većina zamijenjena P2P smještajem te da se dostupnost života u lokalnim zajednicama poskupljivanjem proizvoda i usluga što dovodi do povećanja troškova života za lokalno stanovništvo. Zadnje, ali ne manje vrijedno spomena, javljaju se **sigurnosni problemi** u susjedstvu uzrokovanih stalnim rastom tokova stranaca u stambenim četvrtima (Petruzzi et al., 2023). Takvo nekontrolirano tržište prijete sigurnosti zajednice ostavljajući prostor za crna tržišta koja osiguravaju nesiguran smještaj, povećanjem kriminala u zajednici i stvaraju zabrinutost za rizik zajedno s invazijom na privatnost stanovnika (Petruzzi et al., 2023).

Naime, autentičnost četvrti je potaknuta nedostatkom turista u okolici za koju su turisti voljni platiti cijenu, no pretvaranjem dugoročnih najмова u kratkoročne najmove za turiste smanjuje se ponuda raspoloživog stambenog prostora, što dovodi do rasta cijena najma (Ding et al., 2023), a time i migracija lokalnog stanovništva u pristupačnija perifernija područja te na posljetku gubljenja autentičnosti četvrti koja je na početku bila jedan od glavnih motiva dolaska turista (Angel & Doganer, 2020).

3.3.2.1. *Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na stambeno tržište u odabranim destinacijama*

Brojni autori posvetili su svoje radove upravo istraživanju utjecaja rezervacijskih platformi za smještaj i kratkoročnih najмова na stambena tržišta diljem svijeta (Almeida et al., 2021; Ayoub et al., 2020; Barron et al. 2021; Bekkerman, 2021; Celata & Romano, 2020; Cocola-Gant & Gago, 2021; Gant, 2016; Garcia-López et al., 2020; Gourzis et al. 2019; Gurrán & Phibbs, 2017; Škrabić Perić et al., 2022; Robertson et al., 2023; Sheppard & Udell, 2016; Wachsmuth & Weisler, 2018). Međutim, pokazati bilo kakvu izravnu uzročnost između širenja rezervacijskih platformi za smještaj i smanjenja broja stanovnika je jako težak, ako ne i nemoguć zadatak. No, postoje ostali pokazatelji na temelju kojih se može zaključiti o njihovom utjecaju na stambena tržišta, pa tako i raseljavanje lokalnog stanovništva iz turističkih središta zbog osjećaja otuđenosti od vlastitog grada za koji smatraju da su ga prisvojili turisti (Celata & Romano, 2020). Navedena istraživanja dokazuju da s mogućnošću prenamjene stambenih stanova u turističke smještaje, kratkoročni najam uzrokuje značajno smanjenje stambenog fonda dostupnog za dugotrajne stanovnike te tako doprinosi depopulaciji gradskih središta.

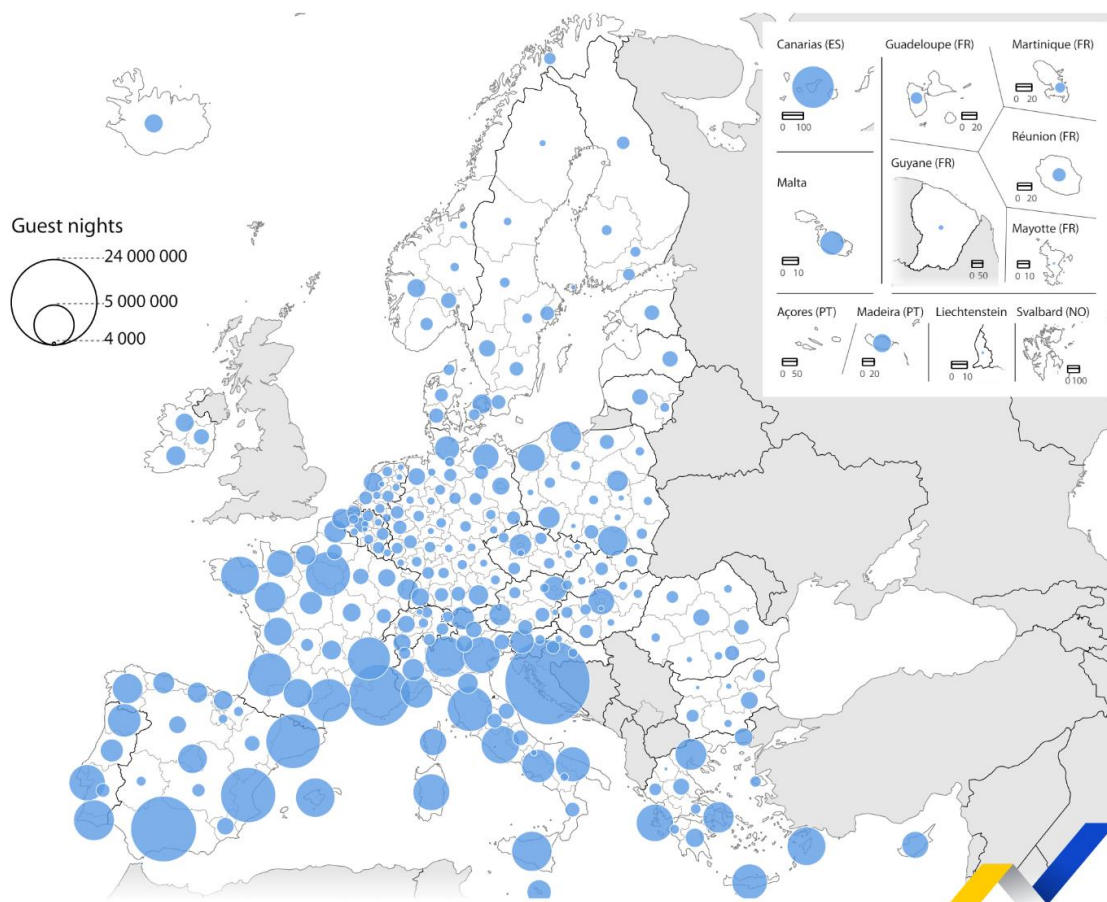
Naime, u svom istraživanju, Barron et al. (2021) na temelju podataka Airbnb oglasa iz Sjedinjenih Američkih Država (SAD) procjenjuju da povećanje od 1% u oglasima na Airbnb-u dovodi do povećanja najamnina od 0,018% i povećanja cijena kuća od 0,026%. Ovo otkriće sugerira da je učinak Airbnb-a na stambeno tržište vjerojatno posljedica preraspodjele nekretnina s dugoročnog na tržište kratkoročnog najma te da ova preraspodjela smanjuje dugoročnu ponudu, povećavajući tako i stope najma i cijene kuća. Los Angeles (LA) je posebno bio u središtu pozornosti zbog svoje velike stambene krize, a istraženo je da bi Airbnb mogao biti odgovoran za povećanje vrijednosti nekretnina od 10% u središnjoj poslovnoj četvrti LA-a, dok se u Bostonu smatra da su kratkoročni najmovi odgovorni za pad ponude dugoročnih najмова i povećanja stanarina (Robertson et al., 2023). Sheppard i Udell (2016) procjenjuju da je udvostručenje oglasa na Airbnb-u u New Yorku povezano s povećanjem vrijednosti kuća od 6% do 11%.

Isto tako, Škrabić Perić et al. (2022) u svom istraživanju potvrđuju da rast turizma neupitno povećava cijene stanova u zemljama Europske unije (EU), ne samo u turistički atraktivnim područjima, već se ovaj utjecaj prelijeva i na cijene stanova u cijeloj zemlji te da rast hotelskog smještaja djeluje kao amortizer rasta cijena stanovanja na razini zemlje. U nastavku će biti prikazana istraživanja odabranih gradova iz Italije, Francuske, Španjolske, Portugala i Grčke kao destinacija konkurentnih Hrvatskoj koji pokazuju utjecaj kratkoročnih najмова na stambeno tržište tih destinacija. Ove destinacije su prepoznate i od Eurostata (2023b) u čijem se istraživanju kao najpopularnije regije za kratkoročni

najam smještaja rezerviranih putem internetskih platformi u trećem kvartalu 2023. godine ističu Jadranska Hrvatska (23,7 milijuna noćenja), Andaluzija u Španjolskoj (14,0 milijuna noćenja) i francuska Provansa-Alpe-Côte d' Azur (12,2 milijuna noćenja). Ovaj odnos se može vidjeti na Grafičkom prikazu 9. Također, Eurostat (2023b) izvještava da među prvih 20 regija, 6 ih je bilo u Francuskoj, po 5 u Španjolskoj i Italiji, 2 u Grčkoj i po 1 regija u Hrvatskoj i Portugalu.

Grafički prikaz 9

Noćenja gostiju provedena u kratkoročnom smještaju rezerviranom putem internetskih platformi, NUTS 2, srpanj-rujan 2023. godine



Izvor: Eurostat. (2023b). Short-stay accommodation offered via online collaborative economy platforms - monthly data. Pristupljeno 03.04.2024. na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms_-_monthly_data

Situaciju u **Italiji** o ključnoj ulozi rezervacijskih platformi za kratkoročni smještaj, koje su potaknule golemu i nekontroliranu ekspanziju smještajnih kapaciteta u gradovima na dostupnost i pristupačnost

stanovanja te na raseljavanje stalnih stanovnika istražili su Celata i Romano (2020) s podacima Airbnb platforme kao najraširenije u Italiji. Razvili su metodologiju s ciljem identificiranja i mapiranja sub-općinskih područja koja su najviše pogođena prekomjernim turizmom – središta gradova Venecije, Firence, Rima, Napulja, Palermo i Bologne. Tablica 6 prikazuje opseg središta tih turističkih gradova, učestalost Airbnb oglasa na tom prostoru, njihov omjer u odnosu na ukupni stambeni fond te omjer smještajnog kapaciteta Airbnb oglasa i rezidentnog stanovništva.

Tablica 6

Opseg turističkih gradova/fraktalnih područja i učestalost Airbnb oglasa u Bologni, Firenci, Napulju, Palermu, Rimu, Veneciji

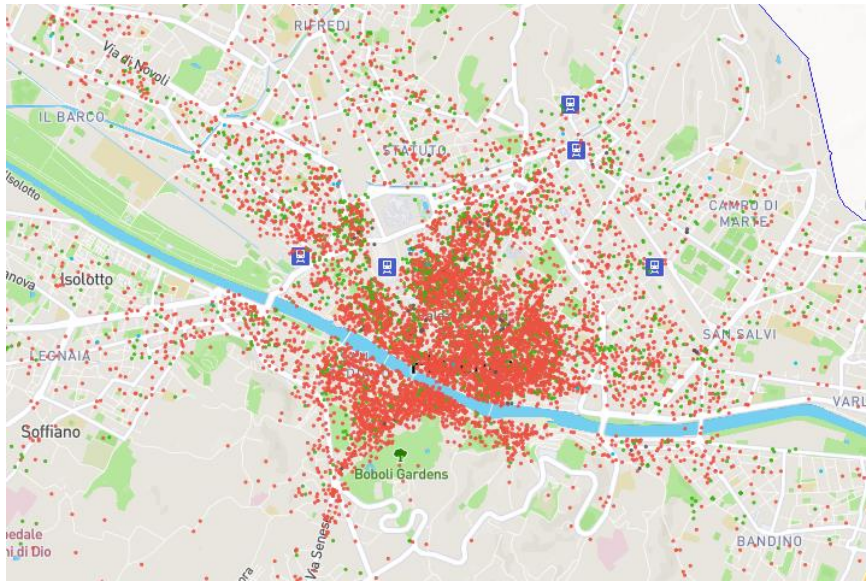
Grad	Fraktalno područje (km²)	Postotak Airbnb oglasa	Omjer cijelih domova na Airbnb-u i ukupnog stambenog fonda	Omjer smještajnog kapaciteta Airbnb oglasa i rezidentnog stanovništva
Firenca	2.3	77%	29.1%	118.5%
Venecija	2.01	73%	21.8%	86.0%
Napulj	1.76	64%	10.9%	34.8%
Rim	5.78	62%	17.0%	75.9%
Palermo	0.93	54%	25.0%	95.2%
Bologna	0.25	34%	32.4%	99.7%

Izvor: Izrada autora prema: Celata, F., & Romano, A. (2020). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1788568>

Kako se može iščitati iz Tablice 6, na fraktalnom području svih analiziranih gradova, osim Bologne koja broji 34%, postotak Airbnb oglasa premašuje 50%, s predvodnicima Venecijom i Firencem sa 73% i 77%. Omjer domova oglašanih na Airbnb-u i ukupnog stambenog fonda u prosjeku iznosi 22,7%, dok omjera smještajnih kapaciteta na Airbnb-u i rezidentnog stanovništva prikazuje ozbiljne brojke od 75,9% u Rimu do 118,5% u Firenci, ukazujući na zabrinjavajući učinak oduzimanja stambenih jedinica dostupnih stalnim stanovnicima i njihovo pretvaranje u kratkoročni najam. Ove podatke slikovito prikazuju Grafički prikazi 10, 11 i 12 na kojima se može vidjeti gustoća Airbnb oglasa na cijelom području Firence, Venecije i Rima, uz uočavanje veće gustoće u samim središtima.

Grafički prikaz 10

Distribucija Airbnb oglasa u Firenci

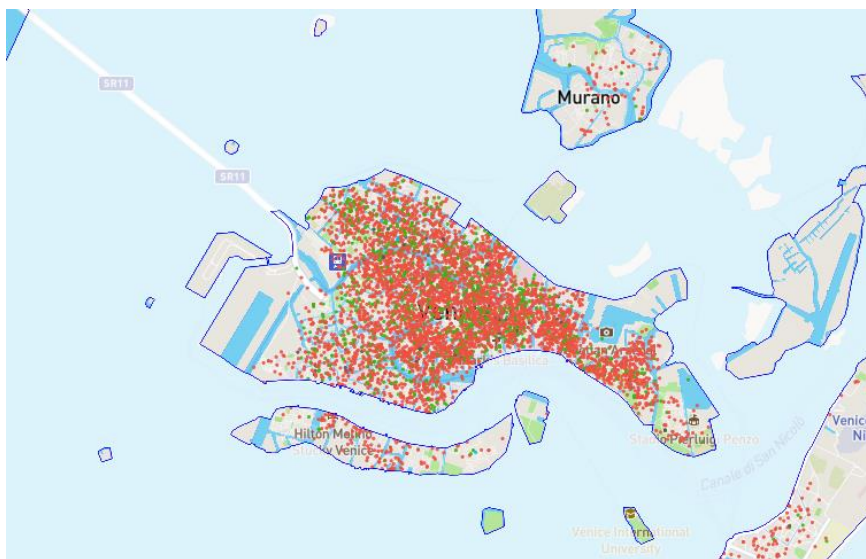


Izvor: Preuzeto 03.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/florence>

Firenza u 2023. godini broji ukupno 11.172 oglasa od kojih 98,6% čini kratkoročni smještaj, a čak 68% ukupnog smještaja nije licencirano.

Grafički prikaz 11

Distribucija Airbnb oglasa u Veneciji

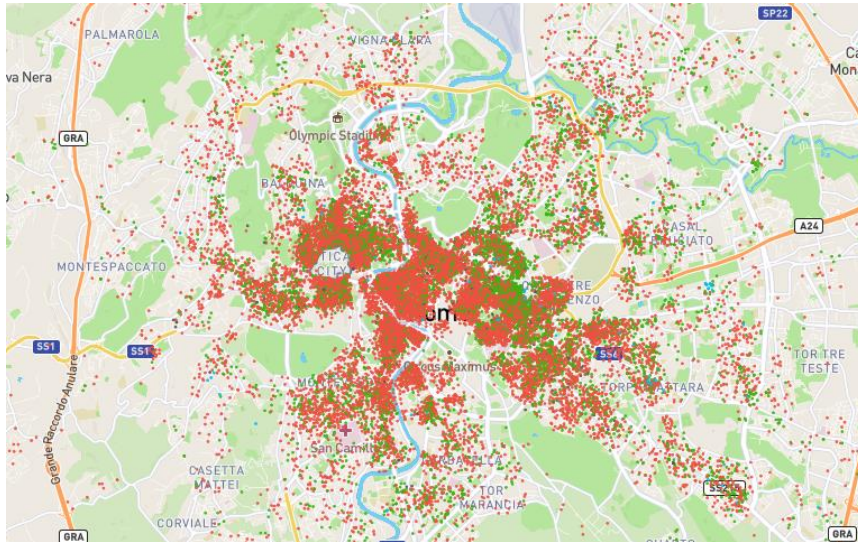


Izvor: Preuzeto 03.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/venice>

Od ukupno 8.000 registriranih oglasa u Veneciji, kratkoročni smještaj čini čak 99,2%, dok dugoročni najam broji samo 66 oglasa (0,8%). Još jedna zanimljivost je da 69,9% iznajmljivača nudi više od jednog smještaja.

Grafički prikaz 12

Distribucija Airbnb oglasa u Rimu



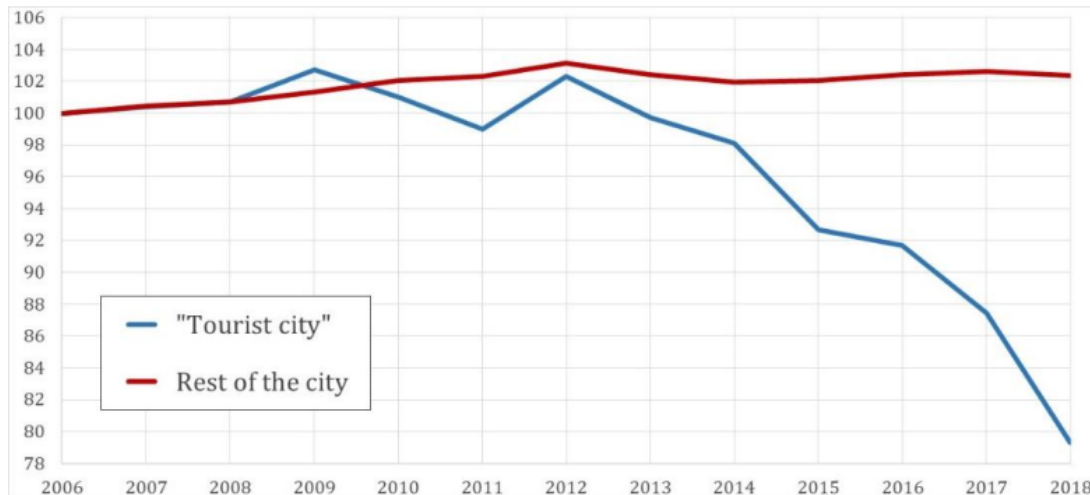
Izvor: Preuzeto 03.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/rome>

Slična situacija je i u Rimu gdje od ukupno 29.357 oglasa, 28.997 oglasa odnosno 98,8% čini kratkoročni smještaj, uz 62,2% oglašivača iznajmljuju više od jednog smještaja.

Zbog ograničenih dostupnih podataka, Celata i Romano (2020) provode analizu smanjenja broja stanovnika samo u turističkim središtima Rima i Venecije. U Rimu, središnji i najturističkiji dio grada doista se brzo depopulira (Grafički prikaz 13), posebno nakon 2014. godine, dok je broj stanovnika u ostatku grada tijekom vremena stabilan. U Veneciji (Grafički prikaz 14) se broj stanovnika kontinuirano smanjuje u cijelom gradu, a posebno u povijesnom dijelu.

Grafički prikaz 13

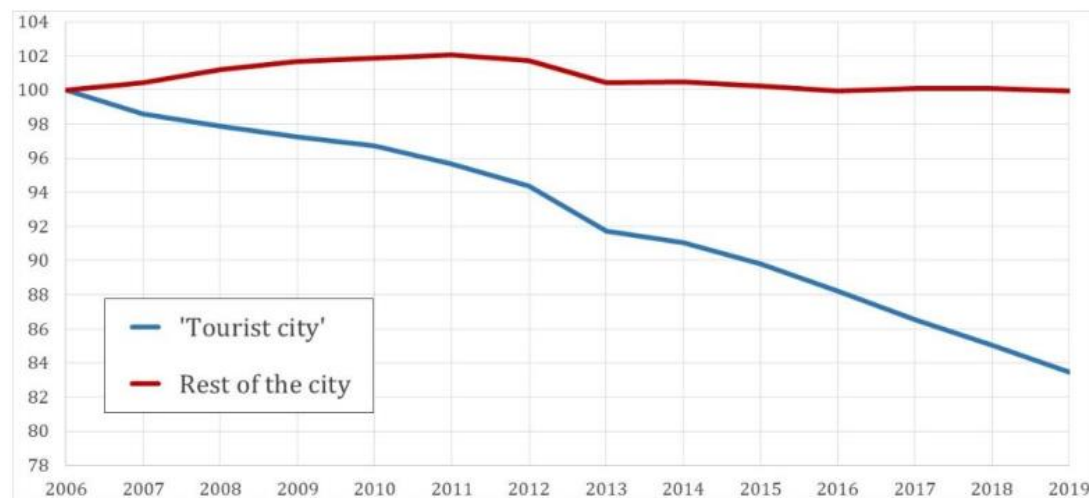
Varijacija rezidentnog stanovništva u Rimu od 2006. do 2018. godine (Baza: 2006 = 100)



Izvor: Celata, F., & Romano, A. (2020). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1788568>

Grafički prikaz 14

Varijacija rezidentnog stanovništva u Veneciji od 2006. do 2018. godine (Baza: 2006 = 100)



Izvor: Celata, F., & Romano, A. (2020). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1788568>

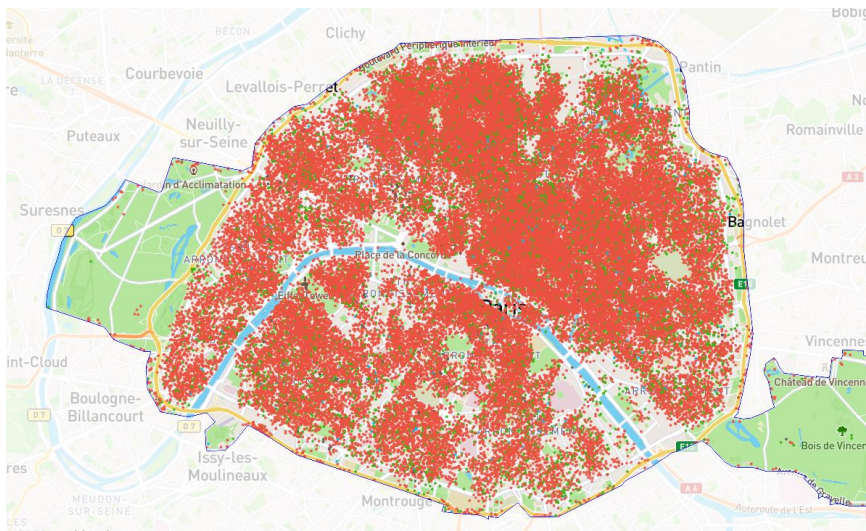
Kako bi procijenili u kojoj je mjeri depopulacija povezana sa širenjem kratkoročnih najмова, Celata i Romano (2020) su izračunali Pearsonovu korelaciju između varijacije rezidentnog stanovništva u svakoj

od 155 četvrti Rima i u 12 četvrti Venecije. Korelacije su značajne i prilično visoke uz razinu pouzdanosti od 99%, pokazujući da područja u gradu u kojima se rezidentno stanovništvo najviše smanjuje ujedno su i područja s najvećom koncentracijom i najbržim rastom Airbnb oglasa.

Koristeći veliku bazu podataka od 136.133 stanova u razdoblju od 2014. do 2015. u osam **francuskih** gradova (Bayonne, Lyon, Marseille, Montpellier, Nantes, Nica, Pariz i Toulouse), Ayouba et al. (2020) procjenjuju utječe li iznajmljivanje putem Airbnb-a na stanarine u privatnom sektoru iznajmljivanja. Uzorak su ograničili na gradska središta gdje vlasnici često iznajmljuju svoje cijele nekretnine u turističke svrhe čija gustoća se najviše može uočiti u Parizu. Grafički prikaz 15 pokazuje gustoću Airbnb oglasa u Parizu, brojeći ukupno 72.329 oglasa, od kojih je 57.354 odnosno 77,2% oglasa kratkoročnog najma.

Grafički prikaz 15

Distribucija Airbnb oglasa u Parizu



Izvor: Preuzeto 04.04.2024 s: <https://insideairbnb.com/paris>

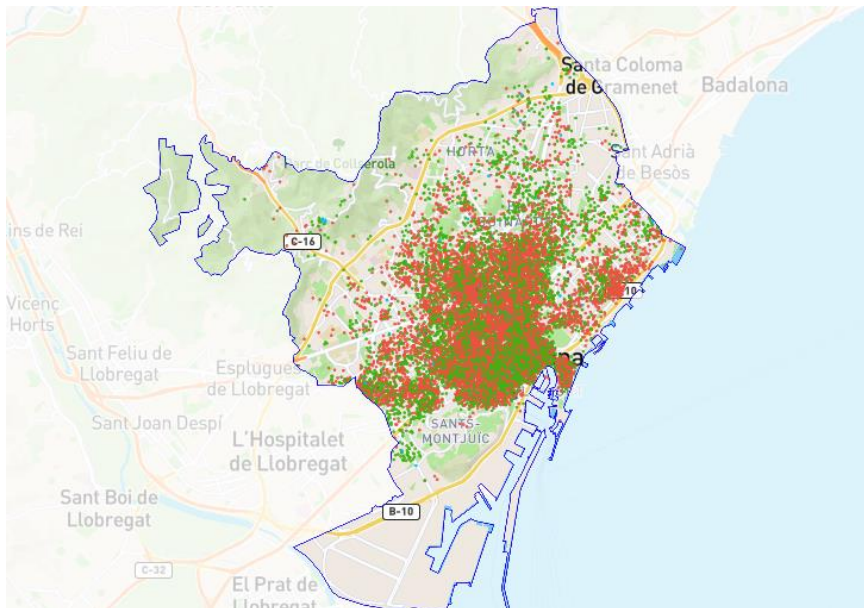
Ayouba et al. (2020) u svom istraživanju dokazuju da postoji jaka korelacija između iznajmljivanja putem Airbnb-a i stanarina u privatnom sektoru iznajmljivanja za sve gradove, gdje se Pariz ističe kao jedini grad u kojem uvijek postoji značajan učinak najma putem Airbnb-a na privatne najamnine. Također je utvrđeno da se u Parizu i Montpellieru utjecaj aktivnosti Airbnb-a na stanarine povećava s udjelom vlasnika stanara, a smanjuje s gustoćom hotela. Istraživanje pokazuje da povećanje za jedan bod u gustoći iznajmljivanja na Airbnb-u na razini grupiranih otoka za statističke podatke (IRIS-a) dovodi do povećanja najamnina samo u Lyonu, Montpellieru i Parizu, za 0,3851%, 0,3982% i 0,5242%. Daljnja

istraga se usredotočuje na gustoću profesionalnog Airbnb iznajmljivanja, te tad učinak ostaje vrlo značajan za Pariz, postaje beznačajan za Lyon i Montpellier, a značajan za Marseille. Stoga povećanje gustoće profesionalnih Airbnb jedinica za iznajmljivanje, koje se definiraju kao smještaj u vlasništvu investitora koji iznajmljuje ili nekoliko stanova u "cijelom domu" (bez obzira na broj dana) ili stan u "cijelom domu" za više od 120 dana u godini, na razini IRIS-a za jedan bod dovodi do povećanja razina najma u privatnom sektoru od 1,7054% u Marseilleu i 1,2372% u Parizu.

Stanje u **Španjolskoj**, posebno u Barceloni istražuju Cocola-Gant (2016) i Garcia-López et al. (2020). Barcelona je kao 7. najposjećeniji grad u Europi idealna za proučavanje učinaka Airbnb-a na lokalna tržišta nekretnina (Garcia-López et al., 2020). Airbnb čini većinu aktivnosti kratkoročnog najma u Barceloni naspram svojih konkurenata, a distribucija Airbnb oglasa u 2023. godini je prikazana na Grafičkom prikazu 16 gdje Barcelona broji 11.694 od 18.321 odnosno 63,8% oglasa kratkoročnog najma.

Grafički prikaz 16

Distribucija Airbnb oglasa u Barceloni



Izvor: Preuzeto 04.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/barcelona/>

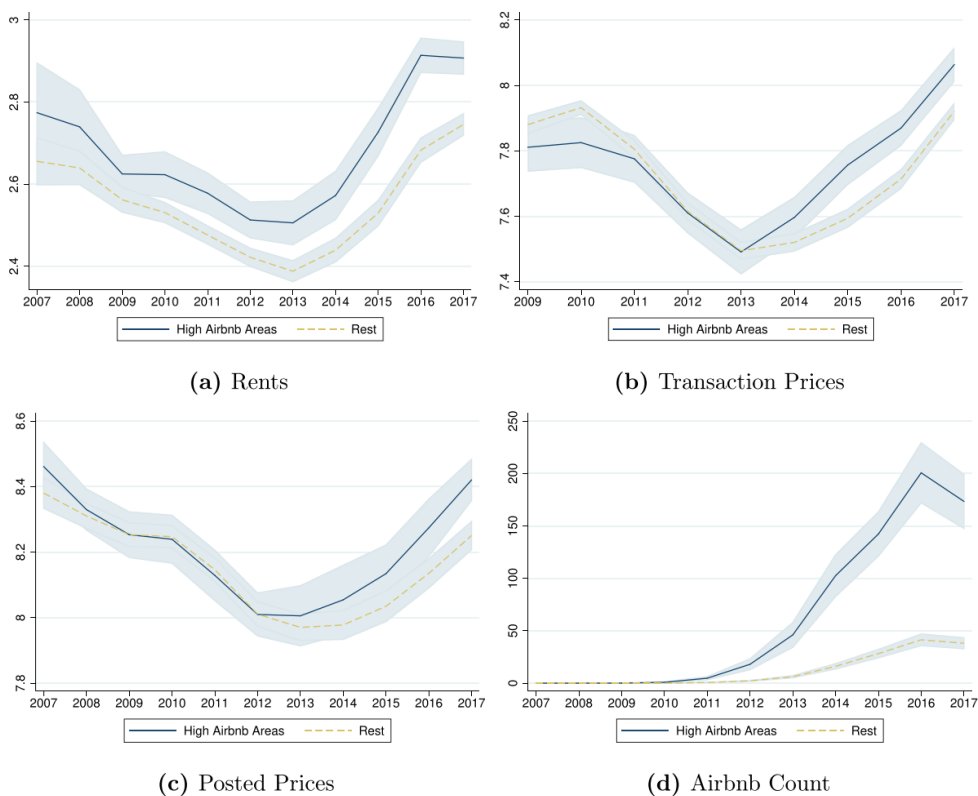
Cocola-Gant (2016) u svom radu istražuje utjecaje iznajmljivanja za odmor u povijesnom središtu Barcelone te predlažu da rast stanova za odmor stvara uvjete koji jedino omogućuju reprodukciju daljnjeg smještaja za posjetitelje, a ne za dugoročnu stambenu upotrebu, tzv. proces kolektivnog raseljavanja, odnosno zamjenom stambenog života turizmom. Veliki broj stanovnika je isključen iz

moгуćnosti pristupa stambenom prostoru jer 16,8% stanova izvućeno iz stambenog fonda znaći da nekoliko stanodavaca i tvrtki uopće ne razmišlja o iznajmljivanju stanarima jer mogu ostvariti veći profit od kratkoroćnih najмова. Ovo pojaćava rast cijena najma koje su u Ciutat Velli u 2016. godini bile 9% više od prosjeka u Barceloni, dok su 2007. bile 3% niže. Poteškoće u pronalaženju pristupaćnog smještaja ubrzavaju gentrifikaciju jer si samo skupine srednje i više klase mogu priuštiti preseljenje u to podrućje.

Garcia-López et al. (2020) procjenjuju utjecaj Airbnb-a na najamnine i cijene stanova u općenito u Barceloni i u podrućjima visoke aktivnosti Airbnb oglasa (High Airbnb), a posebnu pažnju pridaju jednoj od glavnih turistićkih atrakcija u gradu, Sagradi Familiji iako se nalazi izvan središta grada. Za istraćivanje su koristili dva izvora podataka, poreznu evidenciju transakcija iz katalonske porezne uprave za cijene transakcija koje ukljućuju cijenu, toćnu lokaciju, datum transakcije, velićinu stambene jedinice, godinu izgradnje i varijablu koja odraćava kvalitetu stana te portal za nekretnine Idealista za objavljene najamnine i cijene. Ućinak Airbnb-a na trćišta nekretnina dokazuje Grafićki prikaz 17.

Grafićki prikaz 17

Evolucija okvirnih prosjeka najamnina te transakcijskih i objavljenih cijena za High Airbnb podrućje u odnosu na ostalo.



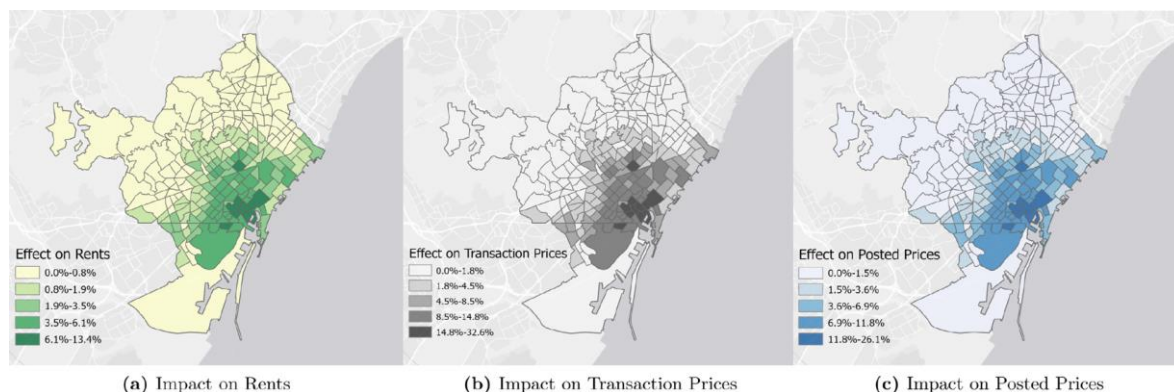
Izvor: Garcia-López, M. À., Jofre-Monseny, J., Martínez-Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119, 103278.

Dok se kretanje razine najamnina i cijena na prikazima (a), (b) i (c) prije 2012. godine pričinja paralelnim, sa širenjem Airbnb-a 2013. godine, one rastu, i to značajnije u High Airbnb područjima nego u ostalim područjima grada. Prikaz (d) prikazuje razvoj broja Airbnb oglasa po grupama. Dok se broj unosa drastično povećao za High Airbnb područja, povećanje je bilo vrlo skromno za ostala područja, odražavajući činjenicu da je Airbnb visoko koncentriran u određenim područjima grada. Ovi grafikoni su sugestivan dokaz da su četvrti s većom penetracijom Airbnb-a također doživjele veće stanarine i rast cijena, a budući da stambene jedinice koje su na Airbnb-u u prosjeku donose veći povrat od onih jedinica koje se iznajmljuju stanovnicima, porast cijene stanova zbog Airbnb-a premašuje rast cijena dugoročnih najмова (Garcia-López et al. 2020).

Naime, s obzirom da je prosječno povećanje aktivnosti Airbnb-a u razdoblju od 2012. do 2016. godine 54 oglasa, procjene impliciraju prosječno povećanje od 1,9% u najamninama, 4,6% u transakcijskim cijenama i 3,7% u objavljenim cijenama. Ako se gleda High Airbnb područje, prosječan broj oglasa iznosi 200 te se u tom slučaju govori o povećanju najamnina za 7%, transakcijskih cijena za 17%, a objavljenih cijena za 14% što upućuje na značajne lokalne utjecaje u najturističkim dijelovima grada. Također, Garcia-López et al. (2020) pokazuju da Airbnb oglasi smanjuju broj rezidentnih kućanstava u susjedstvu. Ovi učinci se mogu slikovito vidjeti na Grafičkom prikazu 18, gdje tamnija boja pokazuje veći učinak, pogotovo u središtu grada i na mjestima turističkih atrakcija, prikaz (a) prikazuje utjecaj na najamnine, prikaz (b) na transakcijske cijene, a prikaz (c) utjecaj na objavljene cijene.

Grafički prikaz 18

Implicitni učinci Airbnb-a na najamnine te transakcijske i objavljene cijene u svim područjima grada



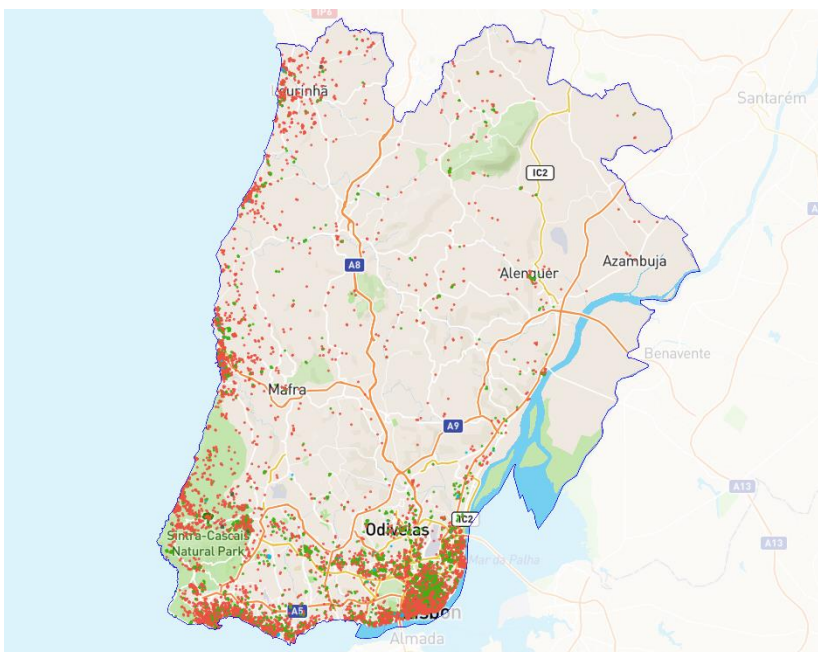
Izvor: Garcia-López, M. À., Jofre-Monseny, J., Martínez-Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119, 103278.

Portugalski autori Almeida et al. (2021) te Cocola-Gant i Gago (2021) na primjeru Lisabona, kao odredišta u usponu na platformi Airbnb, istražuju njegov utjecaj na stambeno tržište. Cocola-Gant i Gago (2021). ističu kako je državna strategija za privlačenje turizma i stranih ulaganja pridonijela dramatičnoj stambenoj krizi za lokalno stanovništvo, uz koju je djelovalo i povećanje broja hotela između 2008. i 2018. godine, sa 105 na 218 te povećanje cijena najma za 110% u razdoblju 2013. – 2017. godine.

Almeida et al. (2021) istražuju prostornu distribuciju kratkoročnih najмова u Lisabonu koja pokazuje visoku koncentraciju u središnjim dijelovima grada, točnije u povijesnim četvrtima, gdje se nalazi više od dvije trećine oglasa u gradu. Grafički prikaz 19 prikazuje ovu situaciju gdje Lisabon broji ukupno 22.929 oglasa na Airbnb-u od kojih 96,2% čini kratkoročni najam, a 73,1% iznajmljivača posjeduje više od jedne nekretnine za najam. Ovim podacima Almeida et al. (2021) sugeriraju da se kratkoročni najam udaljava od svoje izvorne namjene u vezi s povremenim korištenjem dijeljenja doma s posjetiteljima.

Grafički prikaz 19

Distribucija Airbnb oglasa u Lisabonu



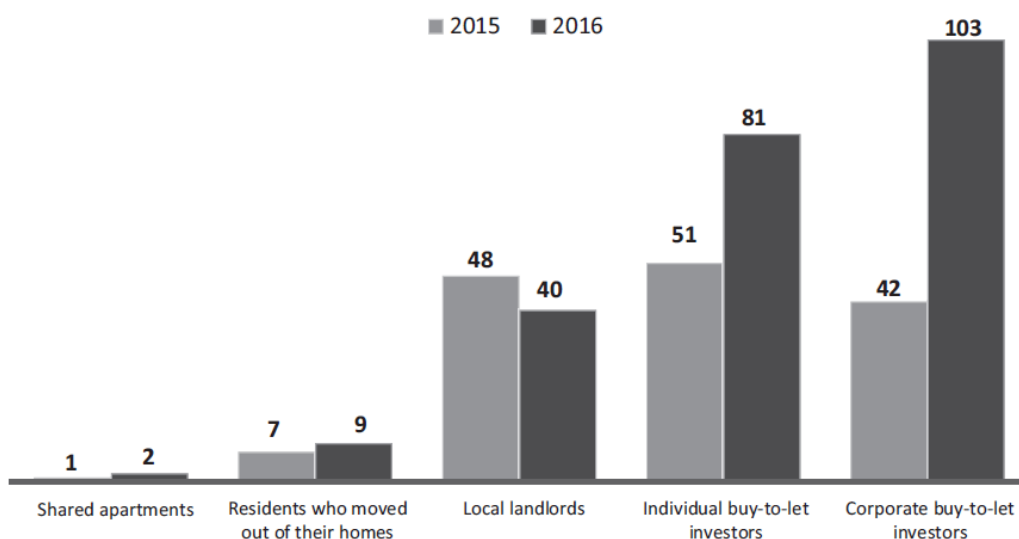
Izvor: Preuzeto 08.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/lisbon>

Nastavno, istraživanje Cocola-Gant i Gago (2021) nije pronašlo dokaze o ekonomiji dijeljenja, već su uočili intenzivan proces ulaganja u kupnju nekretnina za iznajmljivanje (buy-to-let) područja u kojoj investitori kupuju nekretnine i ostvaruju povrat putem tržišta kratkoročnog najma, pokrećući agresivnu transformaciju i istiskujući stanovnike turistima. Naime, između 2015. i 2017. proveli su detaljno istraživanje u povijesnoj četvrti Alfama i identificirali, blok po blok, ponuđače kratkoročnih najмова i istražili kako stanovnici doživljavaju proliferaciju stanova koji se iznajmljuju posjetiteljima.

Cocola-Gant i Gago (2021) nisu identificirali nijedan primjer ulaganja u najam stanova s fokusom na dugoročno stambeno tržište, već je ulaganje kapitala u potpunosti usmjereno na kratkoročno stambeno tržište. Prepoznali su četiri vrste Airbnb iznajmljivača, prikazanih na Grafičkom prikazu 20.

Grafički prikaz 20

Airbnb ponuđači kratkoročnog smještaja u povijesnoj četvrti Alfama, Lisabon



Izvor: Cocola-Gant, A., & Gago, A. (2021). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1671-1688.

Prva i najmanja skupina su stanovnici koji dijele svoje domove. U 2015. godini je zabilježen samo jedan, a u 2016. dva stana. Drugu kategoriju čine vlasnici kuća koji su se preselili u različita područja Lisabona i iznajmili svoj stan u Alfami posjetiteljima. Takvih u 2015. godini je bilo sedam, a u 2016. tek devet. Slijedeći su lokalni iznajmljivači koji su prestali iznajmljivati stanarima i svoje stanove prijavili na Airbnb. U 2016. godini 40 stanova koji predstavljaju 17% ponude kratkoročnog tržišta spada u ovu kategoriju,

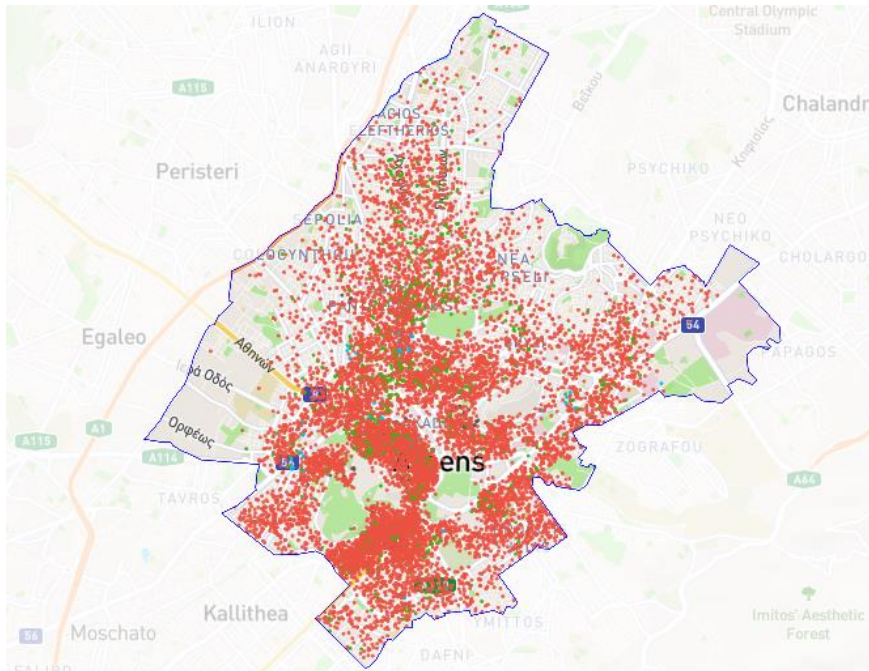
dok su u 2015. godini lokalni iznajmljivači isporučili 32% kratkoročnih najмова. Uočen je brz porast u četvrtoj kategoriji ulagača koji kupuju za iznajmljivanje. U 2016. godini ova kategorija nudila je 184 stana, što predstavlja 78% ponude kratkoročnog najma. Ova kategorija je podijeljena na dva podskupa: (1) individualne investitore – osobe koje su kupili jedan ili dva stana i (2) korporativne investitore - tvrtke koje su kupile cijele stambene zgrade i pretvorile ih u smještaj za posjetitelje. Individualni ulagači uključuju domaće i strane ulagače, međutim, vremenom strani ulagači zamjenjuju domaće. Tendencija je da investitori koji kupuju i iznajmljuju postupno zamjenjuju lokalne stanodavce i vlasnike kuća, te su identificirani kao važan pokretač iseljavanja stanovnika u tom području.

Cocola-Gant i Gago (2021) su u prosincu 2016. godine zabilježili da se 235 od 945 stanova karakteriziraju kao kratkoročni najmovi, odnosno 25% cjelokupnog stambenog fonda čini kratkoročni najam. Također, 99% ponude kratkoročnih najмова sastoji se od cijelih stanova koji se prodaju tijekom cijele godine i pripadaju osobama koje ne žive u susjedstvu, tj. 14 stambenih blokova se u potpunosti koriste kao kratkoročni najmovi. Stanodavci su iskoristili priliku da navedu svoje stanove na Airbnb radije nego da ih iznajmljuju drugim dugoročnim stanarima. Ovo je uzrokovalo frustraciju lokalnog stanovništva i promjenu susjedstva kao proces društvene nepravde u kojem kvart postaje dvojni prostor kojem obnovljene stanove koriste posjetitelji, a degradirane stanuju lokalni stanovnici te u takvom kontekstu, stanovnici dobrovoljno odlaze. Cocola-Gant i Gago (2021) su također tijekom šest mjeseci 2017. godine pratili glavnu web stranicu za najam nekretnina u Portugalu – Idealista, i utvrdili da općenito nema stanova za dugoročni najam. Povremeno su bila slobodna jedan ili dva stana, što znači da je tržište najma gotovo u potpunosti orijentirano na posjetitelje.

Na primjeru **Grčke**, konkretno Atene, Gourzis et al. (2019) analiziraju kratkoročni smještaj te utjecaj njegovog širenja na povećanje cijena dugoročnog najma i vrijednosti nekretnina. Istraživanje su proveli u srpnju 2015. godine te tri godine nakon, u srpnju 2018. godine te uočili da je broj Airbnb oglasa između promatranog razdoblja porastao za 300%. Trenutna distribucija Airbnb oglasa u Ateni je prikazana na Grafičkom prikazu 21 gdje se od ukupno 13.182 oglasa, 98,8% smatra kratkoročnim smještajem. Iako se ovakvo širenje odvijalo ponajviše na turističkim najatraktivnijim lokacijama, blizu znamenitosti ili u središtu grada, Gourzis et al. (2019) dokazuju da tradicionalno dinamična područja na kratkoročnom tržištu pokazuju znakove stagnacije te da se tržište širi prema van, u ostala područja grada. Potvrđen je i pozitivan odnos rasta kratkoročnog smještaja na cijene najma dugoročnog smještaja, ne samo na već gentrificirane četvrti, već pridonosi poremećaju stambenog tržišta u nedinamičnim stambenim područjima. Naime, stambeni fond u Ateni se smanjio, te su stanovi postali manje dostupni za dugoročno iznajmljivanje, budući da je pretvorba iznajmljenih stanova u Airbnb oglase postala privlačan izbor za stanodavce (Gourzis et al., 2019).

Grafički prikaz 21

Distribucija Airbnb oglasa u Ateni



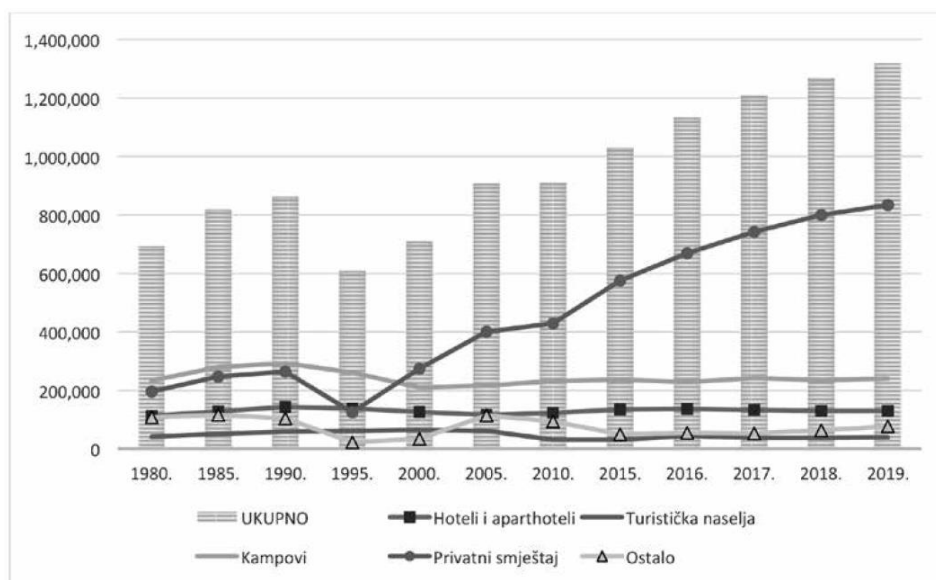
Izvor: Preuzeto 10.04.2024. s: <https://insideairbnb.com/athens>

3.3.2.2. Utjecaj rezervacijskih platformi za smještaj na stambeno tržište u Hrvatskoj

Smještajni kapaciteti u objektima tzv. privatnog smještaja koji se u Hrvatskoj najčešće nudi putem rezervacijskih platformi za smještaj čini preko 60% ukupne smještajne ponude kojom upravlja oko 70.000 građana i mikro poslovnih subjekata (Vlahov, 2021). Privatni smještaj u ovom slučaju podrazumijevaju dominantno mali iznajmljivači, odnosno fizičke osobe koje u vlasništvu imaju nekoliko apartmana, soba ili kuća za odmor unutar domaćinstva. Grafički prikaz 22 prikazuje rast privatnog smještaja, naspram ostalih vrsta, koji u prosjeku raste po stopi od čak 10,7% godišnje od 2000. do 2020. godine (Vlahov, 2021).

Grafički prikaz 22

Vrste smještajnih kapaciteta prema broju kreveta u Hrvatskoj u razdoblju od 1980. do 2019. godine



Izvor: Vlahov, A. (2021). Izazovi unaprjeđenja poslovanja privatnog smještaja u Republici Hrvatskoj. Acta turistica, 33(2), 203-236.

Tablica 7

Glavni turistički indikatori: Hrvatska i mediteranske zemlje u EU

Zemlja	Turistički dolasci			Turistički smještaj (broj kreveta)			Turistički prihodi		
	2018 (mil)	2018/12 (% promjena)	Po stan.	2018 (mil)	2018/12 (% promjena)	Po stan.	2018 (mil)	2018/12 (% promjena)	Po stan.
Hrvatska	18,6	61,6	4,5	1,12	39,6	0,27	9,5	38,7	18,3
Francuska	171,5	15,2	2,6	5,11	2,0	0,08	55,6	32,8	2,3
Grčka	28,7	57,7	2,7	1,34	11,3	0,12	16,1	54,0	9,0
Italija	128,1	23,5	2,1	5,11	7,4	0,08	41,7	30,1	2,4
Malta	2,0	46,8	4,2	0,05	11,8	0,10	1,6	58,7	12,6
Portugal	25,9	76,6	2,5	0,65	33,3	0,06	16,8	95,7	8,2
Španjolska	130,8	30,3	2,8	3,60	5,4	0,08	69,0	40,1	5,7

Izvor: Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Časni, A. Č., & Barbić, T. (2021). The effect of tourism activity on housing affordability. Annals of tourism research, 90, 103264.

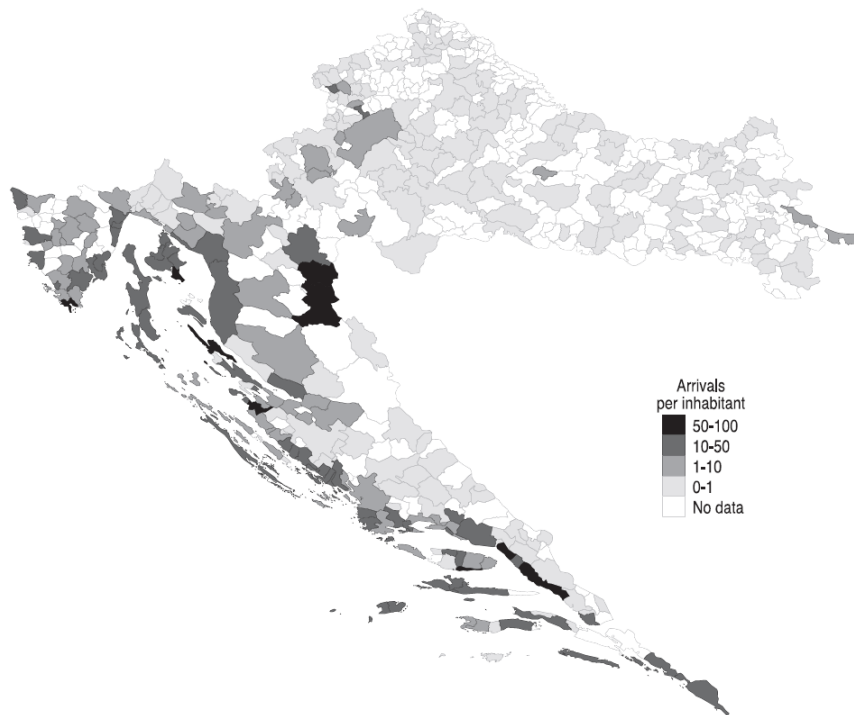
U usporedbi s ostalim mediteranskim zemljama, Hrvatska ima najveći udio privatnog smještajnog kapaciteta, u pretpandemijskoj 2019. godini iznosio je 61,3% u Hrvatskoj, gotovo dvostruko više nego

u Italiji (34,5%), Grčkoj (32,2%) i Španjolskoj (24,6%) (Vizek et al., 2023). Tablica 7 prikazuje Hrvatsku dominaciju nad ostalim mediteranskim zemljama u broju dolazaka turista, ležajevima po turistu te turističkim prihodima koji u 2018. godini čine čak 18,3% BDP-a, dok u 2019. raste na 21%. (Mikulić et al., 2021).

Turizam u Hrvatskoj predstavlja glavni izvor rasta gospodarstva čije su aktivnosti usmjerene uglavnom na obalni dio zemlje i otoke te na ljetne mjesece što dokazuje sezonalnost turizma. Kao dokaz Grafički prikaz 23 prikazuje raspršenost turističkih dolazaka po stanovniku u 2018. godini, gdje se najtamnija područja koja predstavljaju veću gustoću dolazaka, pružaju duž obale.

Grafički prikaz 23

Turistički dolasci po stanovniku u Hrvatskoj u 2018. godini



Izvor: Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Časni, A. Č., & Barbić, T. (2021). The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of tourism research*, 90, 103264.

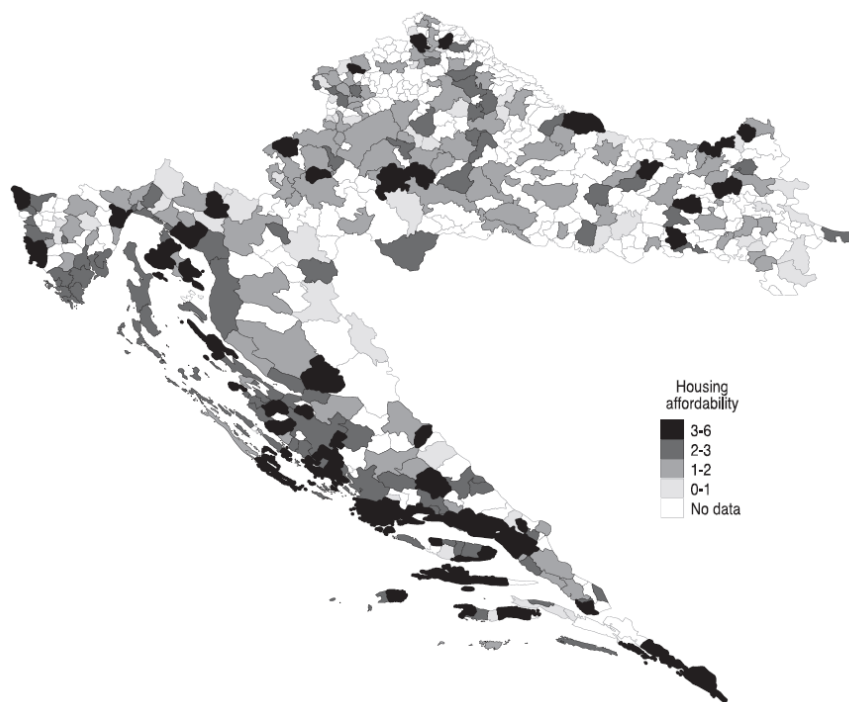
Mikulić et al. (2021) u svom radu istražuju krizu stambenog prostora u Hrvatskoj, konkretnije kako intenzitet turizma utječe na mogućnost lokalnog stanovništva da priušti dugoročni smještaj. Njihova studija koristi neuravnoteženi panel godišnjih podataka o 242 hrvatska grada i općine između 2012. i 2018. godine kako bi istražili učinke povećanja turističkog smještaja, koncentracije i sezonalnosti te

ukupne ranjivosti destinacije na turizam i na dostupnost smještaja. Rezultati pokazuju jak utjecaj sezonalnosti koji je 10 puta jači od koncentracije turizma. Kao rezultat toga, ponuda stanova u takvim mjestima je relativno cjenovno neelastična, a sve veća potražnja rezultira većim rastom cijena stanovanja nego u mjestima s kraćom turističkom sezonom. U slučaju povećanja cijena, dolazi do smanjenja pristupačnosti i istjerivanja stanovnika s tržišta dugoročnog najma, koji biraju pristupačnije opcije na perifernim lokacijama. Primjerice, građani srednje klase u Splitu i Dubrovniku više si ne mogu priuštiti prosječne nekretnine zbog niskih primanja, pri čemu su prisiljeni na mijenjanje lokacije stanovanja (Mikulić et al., 2021). Veći udio turističkih smještajnih objekata u ukupnom stambenom fondu također smanjuje dostupnost stanovanja, uz visoku turističku koncentraciju i ranjivost na turizam. Rezultati također otkrivaju i pozitivnu i statistički značajnu procjenu koeficijenta za migraciju, što ukazuje na to da povećanje neto udjela migranata, unutar ukupnog stanovništva grada ili općine, povećava indeks dostupnosti stanovanja odnosno smanjuje dostupnost stanovanja. Grafički prikaz 24 prikazuje podatke o dostupnosti stanovanja za hrvatske gradove i općine, koji ukazuju na nižu dostupnost stanovanja u turistički intenzivnijim obalnim i otočnim odredištima nego u kontinentalnim općinama.

Grafički prikaz 24

Priuštivost stanovanja u Hrvatskoj u 2018. godini

Napomena: Viša vrijednost indeksa priuštivosti stanovanja označava nižu priuštivost stanovanja.



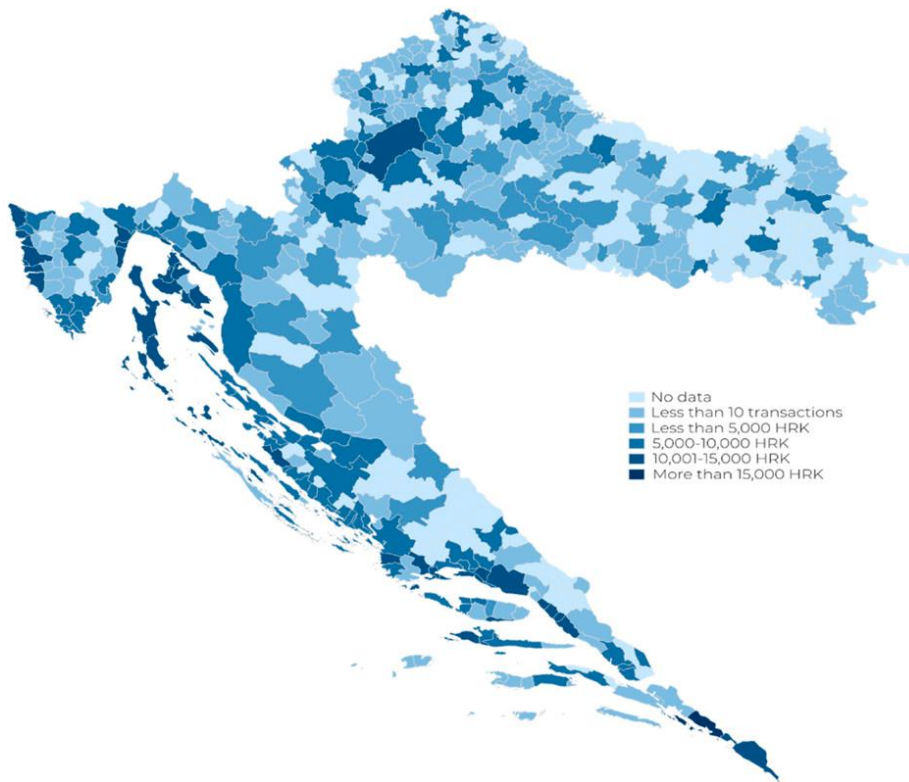
Izvor: Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Časni, A. Č., & Barbić, T. (2021). The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of tourism research*, 90, 103264.

Vizek et al. (2023) Durbinovim prostornim autoregresijskim panelom primijenjenom na cjelokupnu populaciju 556 hrvatskih gradova i mjesta, tijekom razdoblja 2012. – 2019. godine, analiziraju kako povećanje turističke aktivnosti, mjereno kroz pet pokazatelja (broj noćenja po stanovniku, broj dolazaka po stanovniku, udio stanova za najam u ukupnom stambenom fondu, udio privatnog smještaja/kreveta u ukupnom turističkom smještaju/kreveta i duljina boravka) utječe na cijene stanova unutar i između gradova i mjesta. Nalazi potvrđuju postojanje učinaka prostornog prelijevanja, pri čemu je najjači učinak na cijene kuća opažen kod udjela stambenog prostora za iznajmljivanje u ukupnom stambenom fondu, a zatim na udjel privatnog smještaja u ukupnom turističkom smještaju. Dakle, pretvaranje stambenog fonda u objekte za iznajmljivanje u turistički intenzivnim gradovima pozitivno utječe na cijene stanova u drugim gradovima. Naime, s jedne strane, uočeno je da veći udio kratkoročnih najмова u ukupnom stambenom fondu stvara pritisak na rast cijena stanova susjednih gradova i mjesta, te s druge strane, veća koncentracija ponude lokalnog turističkog smještaja u okviru kratkoročnog najma nepovoljno utječe na cijene stanova u susjednim gradovima i mjestima.

Nastavno na to, Grafički prikaz 25 prikazuje srednje cijene stanova za gradove i mjesta u Hrvatskoj u 2019. godini, gdje se vidi da gradovi i mjesta smješteni na otocima i uz obalu imaju cijene apartmana veće od 15.000 kn po m², što upućuje na mogućnost da bi intenzivnija turistička aktivnost mogla utjecati na cijene stanova. Jedina iznimka od tog pravila je glavni grad Zagreb, gdje su prosječne srednje cijene stanova u 2019. godini također prelazile 15.000 kuna.

Grafički prikaz 25

Srednje cijene stanova u jedinicama lokalne samouprave u Hrvatskoj u 2019. godini izražene u kunama



Izvor: Vizek, M., Stojčić, N., & Mikulić, J. (2023). Spatial spillovers of tourism activity on housing prices: The case of Croatia. *Tourism Economics*, 29(5), 1376-1390.

<https://doi.org/10.1177/13548166221106442>

4. REGULACIJA POSLOVANJA REZERVACIJSKIH PLATFORMI ZA SMJEŠTAJ

4.1. Izazovi regulacije rezervacijskih platformi za smještaj

Očito je da su pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj veći na strani potražnje nego na strani ponude i turističke destinacije, dok negativni učinci ponajviše utječu na turističku destinaciju. Platformske tvrtke su brzo napredovale i prema Bei i Celata (2023) stvorile su de facto novo tržište koje je, iako je teoretski već postojalo, prethodno bilo jedva vidljivo. Kao takvo je uzrokovalo poremećaje u politici te stvorilo regulatornu prazninu u kojoj novi modeli odstupaju od starih za koje već postoje osmišljeni propisi (Bei & Celata, 2023). Ovakva situacija iznjedrila je mnoge probleme i upućuje na hitnost reguliranja rezervacijskih platformi (Bakker, 2018). Diskusija se vodi oko pitanja poduzetničkih inovacija i uvođenja propisa koji će osigurati ravnopravno tržišno natjecanje (Skoultos et al., 2017). Međutim, priroda ovog fenomena, opseg, raznolikost i višedimenzionalnost tržišta ekonomije dijeljenja čini ga teškim za reguliranje (Bei & Celata, 2023; Skoultos et al., 2017). Bakker (2018) ukazuje na brzinu rasta P2P tržišta i ovisnost njegove regulacije s obzirom na stupanj i strategije razvoja te oblike turizma u destinaciji, a Bei & Celata (2023) objašnjavaju kako je regulacija kratkoročnih najмова prilično složena.

Naime, novi propisi moraju biti kompatibilni s već postojećim zakonima, normama i regulatornim okvirima na regionalnoj, nacionalnoj i europskoj razini te poštivati prilično kompliciran višerazinski upravljački i pravni okvir, no ove razine vrlo često imaju različite percepcije, interese i ciljeve što dovodi do komplikacija u donošenju novih propisa (Bei & Celata, 2023). Stoga vlade trebaju pronaći ravnotežu smanjenja negativnih učinaka rezervacijskih platformi za smještaj bez ograničavanja njihove dobrobiti koje pružaju nositeljima ponude, potražnje i ostalim dionicima u turističkoj destinaciji. Bei & Celata (2023) ukazuju i na problem u gospodarstvu vođenom turizmom gdje se uvođenje restriktivnih mjera može protumačiti kao politika protiv rasta te u pitanje dovesti učinkovitost propisa o kratkoročnom najmu. Uvođenje novih regulacija zahtijeva koordinirani dogovor između različitih službi, od služba za zdravlje, sigurnost i protupožarnu zaštitu preko oporezivanja, turizma, policije do stambene politike i licenciranja poslovanja (Colomb & De Souza, 2021). Bakker (2018) potvrđuje da regulatornu situaciju komplicira donošenje zakona na različitim razinama, u nekim državama se oni utvrđuju na nacionalnoj razini, dok se u drugim donosi na općinskoj ili lokalnoj razini. Na svakoj razini treba pronaći ravnotežu između različitih interesa: regulacija mora štititi javne interese, a posebno dostupnost i priuštivost stanovanja, ali također i legitimne interese privatnih operatera i imovinska prava (Bei & Celata, 2023).

No, kao i kod većine propisa, ne postoji jedan regulatorni pristup koji bi odgovarao svima već se propisi moraju prilagoditi lokalnim okolnostima i političkim ciljevima (Binzer, 2024).

U destinacijama gdje kratkoročni smještaj ponuđen preko rezervacijskih platformi nije registriran, njegov brzi rast vodi ka problemu regulacije (Bakker, 2018). U ovom slučaju kada se sve odvija online, digitalne platforme drže podatke koji su jedini sveobuhvatan izvor čija kontrola bi pomogla u procjeni stanja i formuliranju propisa (Colomb & De Souza, 2021). No, Bakker (2018) ukazuje na činjenicu da većina platformi ne dijeli specifične informacije pozivajući se na politiku privatnosti i regulaciju sigurnosti. Još jedan problem prema Colomb i De Souza (2021) predstavlja i ograničen kapacitet za kontrolu i inspekciju kratkoročnih smještaja te izostanak zakonskih dozvola za njegovo provođenje.

4.2. Komparativna analiza regulatornih politika odabranih država/gradova u području djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj

Bei i Celata (2023) u svom radu daju sustavan prikaz instrumenata regulacije koje su usvojili 16 europskih gradova uz procjenu njihove učinkovitosti. Podaci se odnose na mjesečne Airbnb oglase od 2013. do 2019. godine, izbjegavajući kasnije razdoblje prvenstveno kako bi se izbjegla dinamika pod utjecajem posljedica pandemije Covid-19. Uvedeni propisi ovise o ciljevima kojima gradovi teže, a oni mogu biti manje ili više strogi, od potpunog bezbrižnog i slobodnog reguliranja koje zapravo znači samo bolje definiranje opsega kratkoročnih najмова, do potpunih zabrana koje su jako rijetke. Tablica 8 predstavlja pregled glavnih mjera i regulatornih pristupa u odabranim europskim gradovima o kojima se ranije u radu obradila analiza učinaka rezervacijskih platformi za smještaj i u Amsterdamu koji se može istaknuti kao grad s najranijim i najvećim djelovanjem.

Tablica 8*Usvojene regulatorne mjere kratkoročnog najma u odabranim europskim gradovima*

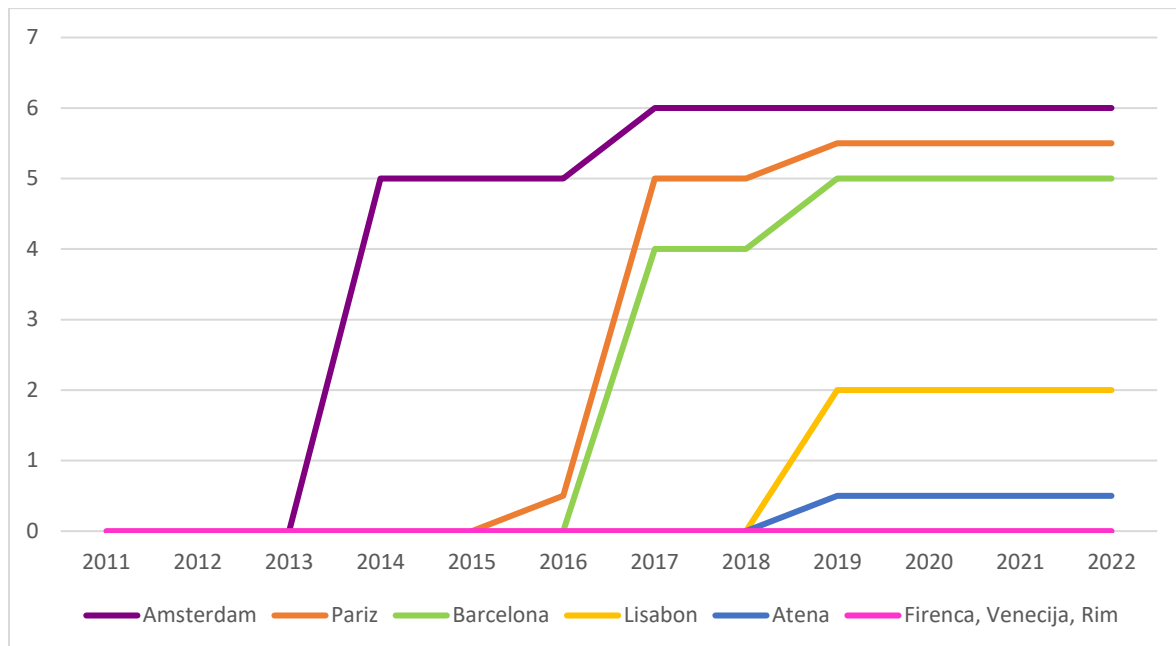
Grad	Usvojene mjere
Amsterdam, Nizozemska	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe Dozvole za iznajmljivanje Zoniranje Vremenska ograničenja najma (30 dana) Primarno prebivalište vlasnika Dozvola stanodavca/kućevlasnika Dijeljenje podataka/blokiranje nepravilnih oglasa Minimalni period iznajmljivanja (7 dana)
Pariz, Francuska	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe Dozvole za iznajmljivanje Vremenska ograničenja najma (120 dana) Primarno prebivalište vlasnika Dozvola stanodavca/kućevlasnika Dijeljenje podataka/blokiranje nepravilnih oglasa
Barcelona, Španjolska	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe Dozvole za iznajmljivanje Zoniranje Vremenska ograničenja najma (120 dana) Maksimalno jedan smještaj po neprofesionalnom domaćinu Dozvola stanodavca/kućevlasnika Dijeljenje podataka/blokiranje nepravilnih oglasa Zabrana novih dozvola
Lisabon, Portugal	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe Dozvole za iznajmljivanje Zoniranje Prostorno ograničenje prostorija u odnosu na nekretninu Ograničenje maksimalnog broja gostiju Oporezivanje i kontrola Zahtjevi za sigurnost, zdravlje i udobnost
Atena, Grčka	Obavezna registracija Vremenska ograničenja najma (60 - 90 dana) Maksimalno dva smještaja po neprofesionalnom domaćinu Dijeljenje podataka/blokiranje nepravilnih oglasa Skup minimalnih standarda i uvjeta nekretnina
Firenca, Italija	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe
Venecija, Italija	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe
Rim, Italija	Obavezna registracija Naplata turističke pristojbe

Izvor: Izrada autora prema: Bei & Celata, (2023); Hajibaba & Dolničar, (2017a); Skoultosos et al., (2017).

Većina gradova su vremenom uveli obaveznu registraciju kratkoročnih najмова i naplatu turističke pristojbe koja je inače bila dobrovoljna, a kratkoročni najmovi u Amsterdamu, Parizu, Barceloni i Lisabonu moraju dobiti i posebno odobrenje za najam (Bei & Celata, 2023). Kako bi se izbjegla pretjerana turistifikacija, ovi gradovi su također uveli zonalna ograničenja (osim Pariza) koja donekle ili u potpunosti zabranjuju najam u nekim zonama te vremenska ograničenja najma odnosno ograničenje broja dana u kojima se stan može iznajmiti kratkoročno bez dodatnih obveza, odnosno, da ih se ne smatra komercijalnim najmodavcima (Bei & Celata, 2023). Prema Bei i Celata (2023), Amsterdam je uveo i minimalni period iznajmljivanja od 7 dana. Lisabon nema vremensko ograničenje najma, no uvedeno je prostorno ograničenje prostorija u odnosu na nekretninu, vlasnik u svom privatnom stanu može maksimalno iznajmiti 3 sobe te ograničenje maksimalnog broja gostiju - maksimalno 30 gostiju po razvoju smještaja kratkoročnog najma (Almeida et al., 2021). Vremenska ograničenja je uvela i Grčka koja dozvoljava najam od 60 do 90 dana godišnje ovisno radi li se o otocima ili ostalim regijama (Skoultos et al., 2017). Kako bi se ograničio broj korporativnih domaćina, neki gradovi su uveli i maksimalni broj oglasa kojima jedan domaćin može upravljati, a kako bi se očuvale stambene četvrti i ograničilo širenje višestrukih oglasa, smještaj je ponekad dopušten samo u primarnom prebivalištu domaćina (Bei & Celata, 2023; Hajibaba & Dolničar, 2017a). Ako domaćini u Amsterdamu, Parizu i Barceloni žive u etažiranim kućama ili zgradama, potrebna im je dozvola stanodavca ili kućevlasnika za iznajmljivanje, a nekoliko gradova je potpisalo i ugovore s platformama za blokiranje ilegalnih aktivnosti i dijeljenje podataka (Bei & Celata, 2023). Atena je također uvela skup minimalnih standarda i uvjeta nekretnina kao što je veličina stana, prirodna svjetlost, ventilacija i grijanje, namještenost i potreba imanja svih građevinskih dozvola (Skoultos et al., 2017). Prema Almeida et al. (2021), Lisabon je uveo i zahtjeve za sigurnost, zdravlje i udobnost kao što su vrata opremljena sigurnosnim sustavom, tehnički sigurnosni i protupožarni propisi, zadovoljeni uvjeti higijene i čistoće te inspekciju i kontrolu kako bi se provjerila usklađenost sa zahtjevima propisanim za kratkoročni najam. Najoštriju mjeru je uvela Barcelona koja je 2017. godine počela sa smanjivanjem, a kasnije nastavila s postupnom zabranom novih dozvola za najam (Hajibaba & Dolničar, 2017a; Skoultos et al., 2017).

Grafički prikaz 26

Vremenski prikaz stupnja strogosti i početak regulacije kratkoročnog najma u odabranim gradovima od 2011. do 2022. godine



Izvor: Izrada autora prema: Bei, G., & Celata, F. (2023). Challenges and effects of short-term rentals regulation: A counterfactual assessment of European cities. *Annals of Tourism Research*, 101, 103605. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103605>

Grafički prikaz 26 predstavlja vremenski tijek uvođenja i stupanj strogosti regulacija kratkoročnog najma od 2011. do 2022. godine za gradove navedene u Tablici 8, gdje se može uočiti kako je Amsterdam bio prvi u uvođenju regulacije kratkoročnih najмова te je on najviši na ljestvici strogoće tih propisa. Amsterdam u stopu prate Pariz i Barcelona, dok se u novije vrijeme regulacija može vidjeti i u Lisabonu i Ateni. Talijanski gradovi Firenca, Venecija i Rim su zabilježeni kao gradovi s najmanje uvedenih regulacija s najnižom jačinom strogoće.

Bei i Celata (2023) su također istražili učinke regulacije na smanjenje pritiska kratkoročnih najмова na stambeno tržište, a rezultati pokazuju da je uvođenje regulacije imalo značajan i bitan utjecaj na opći pritisak kratkoročnih najмова, odnosno zabilježeno je smanjenje pritiska kratkoročnih najмова od gotovo -30%. Također, isti autori su procijenili i dodatne učinke koje su gradovi dobili na temelju određene usvojene kombinacije politika, a konkretno su uočili kako su gradovi koji su uveli zonska ograničenja postigli znatan dodatni učinak od -13,9 % u smislu smanjenog pritiska kratkoročnih najмова u cijelom gradu.

Što se tiče učinaka regulacije na gradove u svijetu, s mjerama kao što su obavezna registracija, vremenska ograničenja najma i slično, može se uočiti ista sudbina. Naime, Bei i Celata (2023) su u svom istraživanju proučavali radove raznih autora (Bekkerman et al., 2021; Bibler et al., 2022; Koster et al., 2021; Yeon et al., 2020) kako bi usporedili svjetske s europskim gradovima. Koster et al. (2021) su uspoređivali 18 reguliranih gradova s 88 nereguliranih u okrugu Los Angelesa te došli do zaključka da je reguliranje kratkoročnog najma dovelo do pada od 50 % u broju oglasa na Airbnb-u. Yeon et al. (2020) usporedili su regulirani New York s nereguliranim Washingtonom od 2014. do 2017. godine te uočili pad od 4,3 % mjesečnih prihoda Airbnb-a nakon usvajanja regulacije. Bibler et al. (2022) procijenili su provedbu zahtjeva za registraciju u Chicagu i Los Angelesu i utvrdili da je takva politika smanjila Airbnb ponudu i rezervacije za 40 % u područjima gdje je primijenjena. Donekle slično, nedavna studija o 20 američkih gradova također je otkrila značajno smanjenje broja oglasa na Airbnb-u od -18 %, već godinu dana nakon uvođenja regulacije (Bekkerman et al., 2021).

4.3. Napori Europske Unije u regulaciji djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj

Europska unija, kao ključna razina vlasti u Europi, ima za izazov uskladiti raznolikost regulatornih odgovora država članica na kratkoročni najam (Dumančić & Avlona, 2022). Javnim tijelima za učinkovito uvođenje odgovarajućih mjera na rast tržišta kratkoročnog najma otežavaju poteškoće u dijeljenju i transparentnosti podataka uzrokovane neučinkovitim i različitim registracijskim shemama kojima upravljaju javna tijela, nedostatkom učinkovitih i provedivih pravnih okvira, standarda i alata za razmjenu podataka među platformama i javnim tijelima te nedostatkom odgovarajućeg pravnog okvira koji regulira transparentnost i dijeljenje podataka Europska komisija (2022b). Prvi korak za rješenje problema transparentnosti podataka je bio potpisivanje sporazuma Europske komisije s Airbnb-om, Booking-om, Expedia Group-om i TripAdvisor-om 2020. godine o objavljivanju podataka o kratkoročnim najmovima koji se nude putem ovih internetskih platformi diljem EU-a (Europska komisija, 2022a).

U studenom 2022. godine Europska komisija (2022b) je sastavila Prijedlog Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o prikupljanju i razmjeni podataka u vezi s uslugama kratkoročnog najma smještaja i izmjeni Uredbe (EU) 2018/1724 za osiguravanje transparentnosti kratkoročnog najma u svrhu osiguravanja djelotvorne lokalne politike koja će donijeti korist svim sudionicima. Kako bi se to postiglo, Prijedlog nudi usklađen pristup procedure registracije domaćina, uz obvezu da javna tijela trebaju održavati odgovarajuće osmišljene registracijske procedure ako žele dobiti podatke u svrhu donošenja

politika i provedbe, obveze za rezervacijske platforme da omoguće domaćinima prikazivanje registracijskih brojeva (što će osigurati usklađenost domaćina sa zahtjevima za registraciju) i dijeljenje određenih podataka o aktivnostima domaćina i njihovim oglasima s javnim tijelima te posebne alate i postupke kako bi se osiguralo da je dijeljenje podataka sigurno, u skladu s Općom uredbom o zaštiti podataka i isplativo za sve uključene strane.

Europska komisija (2022a) je također objavila i Izvješće o procjeni utjecaja na objavljeni Prijedlog te zaključila kako će zajednički okvir EU-a nacionalnim i lokalnim vlastima ponuditi razinu transparentnosti koja im je potrebna za provedbu pravila i usvajanje informiranih političkih odgovora u skladu s postojećim zakonima EU-a. Ovaj okvir bi trebao povećati pravnu sigurnost, osigurati obvezu dijeljenja podataka u skladu sa zakonima EU-a i u skladu s drugim zahtjevima za izvješćivanje. Također će osigurati da razmijenjeni podaci budu standardizirani i interoperabilni. Ovaj usklađeni okvir također će spriječiti diferenciranu provedbu obveze na platformama među državama članicama jer su uvjeti za dijeljenje podataka isti za sve (bez selektivnog izbjegavanja).

Europski parlament i Vijeće Europe su u studenom 2023. godine postigli ugovor o gore navedenom Prijedlogu oko novih pravila o prikupljanju i dijeljenju podataka o kratkoročnom najmu kako bi pomogli lokalnim vlastima da poboljšaju turističke usluge. Dogovorene mjere prema Europskom parlamentu (2023) su:

1. Jednostavnija registracija – definira besplatnu (ili uz proporcionalnu cijenu) online proceduru registracije za kratkoročni najam nekretnina u onim zemljama EU-a koje to zahtijevaju. Po završetku postupka, domaćini će dobiti registracijski broj koji će im omogućiti da iznajmljuju svoju nekretninu, a time će nadležna tijela imati uvid u identitet domaćina čime je omogućena provjera podataka domaćina.
2. Sigurnije usluge iznajmljivanja – rezervacijske platforme će morati osigurati korisnicima da po registracijskom broju domaćina prepoznaju nekretnine na oglasima te osigurati da su pružene informacije pouzdane i potpune. Platforme će morati uložiti napore kako bi provele nasumične provjere ovih informacija. Nadležna tijela mogu obustaviti registracijske brojeve, zatražiti od platformi da uklone nezakonite oglase ili nametnuti kazne platformama ili domaćinima koji nisu usklađeni.
3. Prijenos podataka – države članice će postaviti jedinstvenu digitalnu ulaznu točku za primanje podataka s platformi o aktivnostima domaćina (npr. određena adresa, odgovarajući registracijski broj, URL oglasa) na mjesečnoj osnovi. Manje opterećujući režim postavljen je za mikro i male platforme s prosječno 4.250 oglasa ili manje. Ti će se podaci koristiti za

prikupljanje statistike i omogućiti javnim tijelima da bolje procijene stanje na terenu i poboljšaju turističke usluge na svom području.

4.4. Potencijalni učinci regulacije djelovanja rezervacijskih platformi za smještaj na stanje hrvatskog tržišta stambenih nekretnina

Nastavno na Uredbu o prikupljanju i razmjeni podataka o uslugama kratkoročnog iznajmljivanja smještaja koju je usvojio Europski parlament 2023. godine, u Hrvatskoj se ne bi trebalo dogoditi puno promjena na tržištu kratkoročnog smještaja. Naime, već od 2016. godine u Hrvatskoj je uspostavljen sustav eVisitor kao središnji elektronički sustav prijave i odjave turista u Republici Hrvatskoj, koji zapravo kontinuirano bilježi sve podatke koje traži donesene uredba (Pravilnik o sustavu eVisitor, NN 43/2020). Prema istom Pravilniku, podaci kao što su popis turista, podaci o iznajmljivaču te podaci o zaduženju i načinu plaćanja turističke članarine predstavljaju poslovnu tajnu te su dostupni turističkim zajednicama koje ih koriste za potrebe praćenja turističkog prometa, istraživanja i analiza, razvoja turističke ponude, planiranja marketinških aktivnosti i upravljanja posjetiteljima. Osim obveze prijave i odjave turista koji borave u iznajmljenom smještaju, najmodavci moraju biti registrirani za obavljanje ugostiteljske djelatnosti te su dužni obaviti kategorizaciju objekta i ishoditi rješenje nadležnog upravnog tijela, odnosno Ministarstva da objekt ispunjava uvjete propisane Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti (NN 85/15, 121/16, 99/18, 25/19, 98/19, 32/20, 42/20, 126/21) i Pravilnikom o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu (NN 9/2016). Također, iznajmljivači privatnog smještaja su dužni prema Zakonu o turističkoj pristojbi (NN 52/2019) plaćati godišnji paušalni iznos turističke pristojbe za svaki krevet (glavni i pomoćni) koji određuje županijska skupština za svaku općinu i grad na svojem području te broju registriranih ležajeva u objektu, prema Zakonu o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19, 144/2020) plaćati godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor te prema Pravilniku o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu (NN 1/2019) plaćati paušalni iznos poreza na dohodak čiju visinu definira lokalna samouprava za područje svojeg djelovanja.

Prema novom Zakonu o turizmu (NN 156/2023) lokalnim vlastima je omogućeno da donose odluke o ograničavanju broja, vrste i kategorije turističkih i ugostiteljskih objekata na svom području, ograničavanju broja turista i dnevnih posjetitelja te uvođenju ekoloških doprinosa koji bi trebali riješiti probleme apartmanizacije i sezonalnosti te doprinijeti održivom turizmu. No, iako mogu zabraniti izdavanje novih dozvola za iznajmljivanje, nemaju pravo oduzeti dozvole koje su do sada izdane. Ako

se i zabrani izgradnja novih apartmana na nekom lokalnom području, to nužno ne znači da će se u potpunosti riješiti problem apartmanizacije, već postoji mogućnost prebacivanja učinaka tog fenomena na okolna područja, ali i potencijalnog rasta sivog tržišta. Donošenjem novog Zakona o turizmu, situacija se neće znatno promijeniti dok se ne promijeni porezna politika koja favorizira veliki dohodak od turizma. Uz novi Zakon o turizmu, potencijalno uvođenje poreza na nekretnine za Novi list (2024) komentira prof. dr. Marijana Ivanov s Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. Naime, europske institucije redovno ističu potrebu njegovog uvođenja u Hrvatskoj jer se izostanak poreza na nekretnine zajedno s niskim poreznim stopama na prihode od kratkoročnog najma povezuje s rastom cijena nekretnina i smanjenjem ponude dugoročnih najмова. Porez na nekretnine ustvari predstavlja porez na imovinu i njezinu vrijednost, no treba naglasiti kako hrvatski državljani nekretnine tradicionalno posjeduju kao nasljeđe ili kao oblik štednje i investicije, a one se već sada oporezuju kroz komunalnu naknadu i porez na kuće za odmor. Uvođenjem novog poreza na nekretnine, posjedovanje nekretnine bi postao luksuz i veliki trošak za stanovnike, a prof. dr. Ivanov ističe kako bi oporezivanje nekretnina imalo smisla jedino u slučaju velikih vrijednosti nekretnina u kojima nitko ne živi ili koje su tek manjim dijelom iskorištene. Također, u Hrvatskoj se nedavno pojavio trend masovne kupnje nekretnina od strane stranaca, a moguće je da bi porez na nekretnine to još više stimulirao. Prof. dr. Ivanov naglašava da su troškovi i potencijalne nepravdnosti uvođenja poreza na nekretnine preveliki, ali i da ne bi smio biti prevelik teret, a ako ne bude onda ne vidi smisao u njegovom uvođenju.

Reakcije na novu regulaciju mogu biti dvostrane, no najviše se mogu očekivati negativne reakcije od strane iznajmljivača koji smatraju da će ograničavanje kratkoročnog najma dovesti u pitanje njihovu egzistenciju. Zbog toga bi se trebale sastati sve zainteresirane strane (građani, iznajmljivači, lokalni zastupnici) kako bi se utvrdilo kako bi trebao izgledati kratkoročni smještaj u destinaciji te kako bi uvedene restrikcije dovele do željenih rezultata bez negativnih posljedica.

Niti jedna od ovih odluka, bilo od strane Europskog parlamenta ili Vlade Republike Hrvatske, zapravo ne adresira pravi problem koji generira kratkoročni najam, to jest smanjenje dostupnosti dugoročnih stambenih nekretnina i daljnji rast broja apartmana. No, Vlada Republike Hrvatske je 2023. godine donijela Odluku o pokretanju postupka izrade Nacionalnog plana stambene politike Republike Hrvatske do 2030. i Akcijskog plana za provedbu Nacionalnog plana za razdoblje od 2023. do 2024. koji bi trebao pobliže definirati posebne ciljeve u području stanovanja, pristupačnog stanovanja, smanjenja iseljavanja, stambenog zbrinjavanja mladih i dr.

5. SINTEZA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA KROZ ODGOVORE NA ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Iako je prethodni tekst, vodeći čitatelja kroz poglavlja, na logičan način analizirao predmet istraživanja, nudeći uvid u uzroke i posljedice aktualnog stanja s rezervacijskim platformama na globalnoj razini i razini RH, te posljedice njihova širenja na destinaciju i ključne dionike, u nastavku se, putem izravnih odgovora na istraživačka pitanja još jednom ukazuje na glavne zaključke, što je ujedno i svojevrsna sinteza postignutih rezultata istraživanja.

1. Kakvi su učinci/posljedice razvoja rezervacijskih platformi na destinaciju i njene ključne dionike (nositelje ponude smještaja, lokalnu zajednicu i turiste)?

Učinci rezervacijskih platformi za smještaj mogu biti pozitivni i negativni, a u radu je uočeno kako je puno više pozitivnih učinaka na strani potražnje odnosno gostiju, nego na strani ponude i turističke destinacije, dok se negativni učinci najviše ističu prema destinaciji i lokalnom stanovništvu.

Rezervacijske platforme za smještaj među velikim brojem turističkog smještaja, **gostima** pružaju veću fleksibilnost te olakšan pronalazak i rezervaciju turističkog smještaja krojenog po njihovim željama. Takvim oblikom smještaja omogućeno je autentično iskustvo, upoznavanje lokalnog stanovništva i tradicionalnih običaja uz razmjenu iskustava, novih informacija, znanja i vještina te pristupačna cijena. Također, platforme dopuštaju korisnicima da ostave recenzije o korištenim uslugama koje postaju dodatni i vjerodostojan izvor informacija za druge korisnike. No, s druge strane, gosti su suočeni s rizikom izlaganja osobnih informacija i privatnosti, smanjene mrežne sigurnosti i niskim rezultatima proizvoda.

Najvažniji pozitivni učinak rezervacijskih platformi za smještaj na strani turističke **ponude** je stvaranje primarnog ili dodatnog prihoda davanjem u kratkoročni najam svoju postojeću imovinu, koje prati povećanje standarda života. No, domaćini tako riskiraju oštećenje svoje imovine i negativnu reputaciju prouzrokovanu vanjskim negativnim učincima. Isto tako, povećanje ponude privatnih iznajmljivača izaziva nelojalnu konkurenciju prema komercijalnim iznajmljivačima zbog niskih cijena i nepostojanja posebnih propisa za kratkoročne iznajmljivače. U konačnici, povećanje privatnih, a manjak hotelskih soba dovodi do neadekvatne smještajne strukture u destinaciji.

Rezervacijske platforme za smještaj u turističkim **destinacijama** utječu na stambenu (ne)stabilnost, život i identitet lokalne zajednice, odnos stanovnika i turista, ekonomsku dobrobit i poslovne mogućnosti te na sigurnost u susjedstvu. Pozitivni utjecaji uključuju poboljšanje stanja i revitalizaciju povijesnih zgrada i kulturne baštine te očuvanje prirodnog krajolika, povećanje gospodarske aktivnosti,

time i prihoda svih dionika u destinaciji, a tako i standarda i kvalitete života. Također, potiče i razvoj aktivnosti i usluga u zajednici, poboljšanje stanja infrastrukture i društvenu interakciju koja vodi do kulturne razmjene različitih kultura. Rezervacijske platforme mogu pokriti privremeno veliku potražnju smještaja u kriznim situacijama i za vrijeme velikih događaja i pomoći u brendiranju destinacije putem recenzija turista. Međutim uočeno je puno više negativnih učinaka od kojih se najviše ističe stambena nestabilnost potaknuta povećanom ponudom kratkoročnih, a smanjenjem dugoročnih najмова uz njihov rast cijena. Ostali negativni utjecaji uključuju smetnje u susjedstvu, gubitak lokalnog identiteta i promjenu karaktera četvrti uzrokovanih turistifikacijom i prekomjernim turizmom. Takvim razvojem događaja javlja se i međusobna frustracija između lokalnog stanovništva i turista, sigurnosni problemi u zajednici i razlike u preraspodjeli dohotka, povećanje troškova života te iseljavanje.

2. Koje su posljedice porasta interesa za kratkoročnim najmom potpomognutim P2P platformama na stanje stambene politike u Hrvatskoj i ostalim državama EU?

Obrađena istraživanja u radu pokazuju da povećanje kratkoročnog smještaja uzrokuje značajno smanjenje dugoročnog stambenog fonda i tako doprinosi depopulaciji gradova kako u Hrvatskoj, tako i u Europi. Istraživanja američkih gradova, Los Angelesa, New Yorka i Bostona također sugeriraju da povećanje kratkoročnog najma i oglasa na Airbnb-u dovode do smanjenja dugoročne ponude nekretnina i povećanja njihove najamnine i vrijednosti. Ista situacija je zahvatila i Europu, gdje se učinci ove situacije ne vide samo u turistički atraktivnim područjima, već u cijeloj zemlji. Omjer kratkoročnog najma naspram stambenog fonda u talijanskim gradovima, Veneciji, Firenci i Rimu prikazuje ozbiljne brojke koje ukazuju na veliku gustoću kratkoročnih smještaja i oduzimanje dugoročnih smještajnih mogućnosti stanovnicima. Trend depopulacije je ponajviše uočen u Rimu i Veneciji gdje se broj stanovnika kontinuirano smanjuje od pojave Airbnb-a. U Parizu, Montpellieru i Lyonu je dokazan značajan učinak rasta broja oglasa na Airbnb-u na privatne najamnine koji se povećava s rastom udjela privatnih iznajmljivača. Barcelona doživljava proces kolektivnog raseljavanja uzrokovan zamjenom stambenog života turističkim s obzirom da je stambeni prostor postao toliko nedostupan i nepristupačan da stanodavci uopće ne razmišljaju o najmu na dugi rok, već ciljaju na veći profit ostvaren kratkoročnim najmom. Razina najamnina i cijena nekretnina su porasle značajnije u područjima s većom turističkom aktivnosti, no učinak prelijevanja svejedno utječe i na susjedna područja gdje se smanjuje broj rezidentnih kućanstava. U Lisabonu je, osim rasta kratkoročnog najma i nedostatka dugoročnog najma, uočen i trend kupnje nekretnina samo za iznajmljivanje od strane investitora što izbacuje s tržišta privatne iznajmljivače i pokreće agresivnu transformaciju istiskujući lokalne stanovnike iz mjesta prebivališta dajući prednost turistima. Jako veliki porast Airbnb oglasa u

tradicionalno turističkim prostorima Atene koji se dogodio prošlih godina, sada doživljava stagnaciju, ali se širi u ostala područja, prelijevajući tako učinke smanjenja stambenog fonda i rasta cijena istoga iz područja značajnije zahvaćenih gentrifikacijskim procesom u ona ne toliko turistički dinamična.

Privatni smještaj u Hrvatskoj koji se nudi preko rezervacijskih platformi čini više od polovice ukupne smještajne ponude, a njegov značajan rast rezultira povećanjem udjela stranih turista, povećanjem cijena i nepristupačnosti stanovanja te dolazi do iseljavanja lokalnog stanovništva. Takav obrazac je posebno vidljiv u turistički intenzivnijim mjestima odnosno na obali i na otocima te u glavnom gradu gdje lokalni stanovnici ne mogu priuštiti prosječne nekretnine te su prisiljeni na promjenu mjesta prebivališta. Također, uočen je trend prenamjene stambenih objekata u smještaje za kratkoročni najam što podržava povećanje cijena stanova u turističkom mjestu, ali i susjednim gradovima.

3. Kojim regulatornim mjerama europske destinacije, napose RH, odgovaraju na negativne učinke P2P platformi?

Regulatorne mjere rezervacijskih platformi za smještaj odnosno mjere za regulaciju kratkoročnog najma mogu biti blaže ili strože. Najčešće uvedene mjere u europskim gradovima (Amsterdam, Pariz, Barcelona, Lisabon, Atena, Firenca, Venecija, Rim) su plaćanje turističke pristojbe i obavezna registracija najмова koju može pratiti i izdavanje posebne dozvole za iznajmljivanje. Dosta česta i efektivna su zonalna i vremenska ograničenja koja dijelom ili posve zabranjuju najam na nekim prostorima ili ograničavaju vremenski period tijekom kojeg kratkoročni najma može biti iznajmljen bez da ga se smatra komercijalnim smještajem. Slične mjere su i minimalni period na koji se smještaj može iznajmiti, maksimalan broj prostorija u odnosu na nekretninu koje se mogu dati u najam te maksimalan broj gostiju u smještaju. Također, neke zemlje su uvele i maksimalan broj oglasa koje jedan domaćin može oglasiti, zahtjev da se nekretnina koja se iznajmljuje nalazi u primarnom prebivalištu domaćina, ali i dozvolu stanodavca ili kućevlasnika za iznajmljivanje stana unutar zgrade. Nekoliko gradova je postiglo dogovor s rezervacijskim platformama za blokiranje ilegalnih aktivnosti i dijeljenje podataka. Potrebno je i da nekretnine zadovoljavaju minimalne standarde te sigurnosne i zdravstvene uvjete kako bi bila sigurna za najam. Najstroža mjera, koju je do sada uvela samo Barcelona, kao zadnja točka obrane od negativnih učinaka rezervacijskih platformi, je zabrana izdavanja novih dozvola za najam kratkoročnog smještaja.

Republika Hrvatska je uvela obvezu korištenja sustava eVisitor za prijavu i odjavu gostiju, koja obuhvaća i podatke o iznajmljivaču te tako služi kao skup podataka potrebnih za praćenje turističkog prometa u svrhu istraživanja te analize ponude i potražnje. Najmodavci moraju biti registrirani za iznajmljivanje smještaja koji mora zadovoljavati propisane uvjete i proći kategorizaciju. Obavezno je

plaćanje paušalne godišnje turističke pristojbe, članarine turističkoj zajednici i poreza na dohodak. Lokalnim vlastima je dopušteno da ograničavaju broj, vrstu i kategoriju turističkih i ugostiteljskih objekata, odnosno zabraniti izdavanje novih dozvola za iznajmljivanje na području njihove nadležnosti, ograničavanju broja turista i dnevnih posjetitelja te uvođenje ekoloških prinosa. Razmatra se i uvođenje novog poreza na nekretnine, a Vlada RH je krenula u izradu nacionalnog plana stambene politike RH koji bi trebao utvrditi ciljeve u području pristupačnog stanovanja, smanjenja iseljavanja i stambenog zbrinjavanja mladih.

6. ZAKLJUČAK

Porastom novih digitalnih tehnologija, mobilnih uređaja, društvenih mreža i drugih raznih platformi, digitalna transformacija je postala prisutna u svim aktivnostima privatnog i poslovnog života. Platforme su preuzele ulogu posrednika i postale svojevrsno tržište koje spaja ponudu i potražnju te olakšava njihovu interakciju. Od platforma operativnih sustava, platforma za plaćanje i društvenih medija, Peer-to-Peer platforme, poput onih za rezervaciju smještaja, prijevoza ili drugih ugostiteljskih resursa, su pospješile razvoj trenda ekonomije dijeljenja odnosno razmjenu između ravnopravnih dionika putem platformi. Jedan od prvih koji je započeo s digitalnom transformacijom i uvođenjem novih informacijsko-komunikacijskih tehnologija u poslovne procese je sektor turizma i ugostiteljstva, gdje se najviše ističu rezervacijske platforme za smještaj koje omogućuju kratkoročni najam turistima, pristup raznim informacijama i samostalno organiziranje putovanja. Od P2P platformi za smještaj najviše se ističu Expedia, TripAdvisor, Trip.com, Airbnb i Booking Holdings koji su oblikovali trenutno stanje turističkog tržišta, donijeli brojne prednosti, ali i izazove za sve dionike u turističkoj industriji.

Uočeno je kako rezervacijske platforme za smještaj imaju najveći pozitivan učinak na turističku potražnju, dok se većina negativnih učinaka odražava na turističku destinaciju. Rezervacijske platforme nude fleksibilnost u pronalaženju i rezervaciji turističkog smještaja, omogućujući gostima da dožive autentična lokalna iskustva i razmjenu tradicionalnog znanja po pristupačnim cijenama. Također omogućuju korisnicima da ostave recenzije, koje postaju vjerodostojan izvor informacija. Međutim, gosti se suočavaju s rizicima kao što su izloženost osobnih podataka, smanjena sigurnost mreže i loši rezultati proizvoda zbog mogućnosti kršenja privatnosti. Rezervacijske platforme za smještaj stvaraju prihod kroz kratkoročni najam nekretnina, povećavajući životni standard ponuditelja smještaja. No, domaćini se suočavaju s rizicima oštećenja imovine i negativne reputacije. Sve veći broj privatnih iznajmljivača nelojalno se natječe s komercijalnim iznajmljivačima zbog niskih cijena i nedostatka propisa što dovodi do neadekvatne smještajne strukture u destinaciji. Pozitivni učinci rezervacijskih platformi za smještaj u turističkim destinacijama uključuju očuvanje povijesnih građevina i kulturne baštine, povećanje gospodarske aktivnosti i promicanje razvoja zajednice. One također mogu pokriti veliku potražnju za smještajem tijekom kriza i velikih događaja i utjecati na stvaranje brenda destinacije kroz recenzije turista i posjetitelja. Negativni učinci uključuju nestabilnost stanovanja, smetnje i probleme u susjedstvu, gubitak lokalnog identiteta i promjene u karakteru susjedstva zbog prekomjernog turizma. Ovi događaji mogu uzrokovati frustracije između lokalnog stanovništva i turista, sigurnosne probleme, razlike u redistribuciji prihoda i povećane troškove života.

Sve te promjene, uz smanjenje dostupnosti dugoročnih najмова i rast njihovih cijena potiče lokalno stanovništvo na iseljavanje, što je dokazano u obrađenim radovima u ovom istraživanju. Naime, ovakav obrazac je uočen u Los Angelesu, New Yorku, Bostonu, ali i u Europi gdje se učinci prelijevaju iz turističkih središta u ostale dijelove gradova. Talijanski gradovi Venecija, Firenca i Rim zabilježili su značajan porast kratkoročnog najma, što je dovelo do trenda depopulacije. Uspon Airbnb-a utjecao je na porast cijena najamnina u Parizu, Montpellieru i Lyonu, povećavajući udio privatnih iznajmljivača. Barcelona doživljava kolektivno raseljavanje zbog zamjene rezidencijalnog života turizmom jer se vlasnici nekretnina fokusiraju samo na kratkoročni najam i veći profit. Cijene najamnina i nekretnina porasle su u područjima s većom turističkom aktivnošću, ali utječu i na susjedna područja u kojima se broj rezidentnih kućanstava smanjuje. U Lisabonu je rast kratkoročnih najмова i nedostatak dugoročnih najмова doveo do toga da investitori kupuju nekretnine samo za iznajmljivanje, istiskujući lokalno stanovništvo u korist turista. Porast Airbnb oglasa u turističkim dijelovima Atene sada stagnira, ali to nije znak poboljšanja stanje jer se on zapravo širi na druga područja, gdje se isto javlja manjak stambenog fonda i rasta cijena istoga. Privatni smještaj u Hrvatskoj, prvenstveno onaj ponuđen putem rezervacijskih platformi, čini više od polovice ukupne ponude smještaja. Ovakav rast dovodi do porasta stranih turista, poskupljenja, nedostupnosti stanovanja i iseljavanja domaćeg stanovništva. Taj je obrazac posebno očit u turistički intenzivnim područjima poput obale, otoka i glavnog grada, a stambene zgrade se pretvaraju u smještaj za kratkoročni najam, što se odražava na rast cijena stanova u turističkim područjima, ali i susjednim mjestima.

Naglašava se važnost upravljanja rezervacijskim platformama za smanjenje negativnih posljedica po destinacije. Međutim, uspostavljanje regulatornog okvira za praćenje performansi platformi za rezervacije predstavlja izazov zbog različitih pravnih okvira i uvjeta diljem svijeta. Regulatorne mjere moraju uspostaviti ravnotežu između smanjenja negativnih učinaka i neograničavanja koristi koje uzrokuje kratkoročni najam, te tako pridonijeti usvajanju održivih politika za uravnotežen razvoj i digitalnu tranziciju turizma. Regulatorne mjere za smještaj, poput boravišne pristojbe, obvezne prijave za iznajmljivanje i dozvola za iznajmljivanje, uobičajene su u europskim gradovima poput Amsterdama, Pariza, Barcelone, Lisabona, Atene, Firence, Venecije i Rima. Neke mjere uključuju i zonalna i vremenska ograničenja, minimalna razdoblja najma, maksimalan broj soba i maksimalan broj gostiju. Neke zemlje također uvode maksimalan broj dopuštenih oglasa po iznajmljivaču, zahtjeve za prebivalištem stanodavca u nekretnini, dozvolu stanodavca za najam stana unutar zgrade i minimalne uvjete smještaja. Također postoje dogovori s rezervacijskim platformama o blokiranju ilegalnih oglasa, a dosad najstroža mjera je zabrana izdavanja novih dozvola za najam. Situacija je slična i u Republici Hrvatskoj koja koristi sustav eVisitor za prijavu i odjavu gostiju te praćenje tokova, uz koje je potrebna i registracija iznajmljivača i kategorizacija smještaja. Obvezna je uplata boravišne pristojbe, članarine

turističkim zajednicama i poreza na dohodak, a lokalne vlasti su dobile dozvolu za ograničavanje broja, vrste i kategorije turističko-ugostiteljskih objekata. Vlada također razmatra uvođenje novog poreza na nekretnine i izradu nacionalnog plana stambene politike za rješavanje pristupačnog stanovanja, smanjenje iseljavanja i stambeno zbrinjavanje mladih ljudi.

Općenito, razumijevanje utjecaja rezervacijskih platformi na turizam ključno je za osiguravanje održivog razvoja. Uvidom u glavne izazove povezane s trendom porasta aktivnosti rezervacijskih platformi za smještaj daje se podloga za daljnje istraživanje uvođenja mogućih mjera za smanjenje štetnih utjecaja. Iako je problematika ovog rada trenutno aktualna, ograničenje rada predstavlja manjak konkretnih istraživanja utjecaja regulatornih mjera na turističke destinacije i stambena tržišta što je težak zadatak s obzirom na puno drugih čimbenika koji utječu na turističku destinaciju i stambenu situaciju lokalnog stanovništva.

LITERATURA

- Almeida, J., Oliveira, F. D., & e Silva, J. B. (2021). Understanding short-term rental regulation: a case study of Lisbon (Portugal). *Critical Housing Analysis*, 8(1), 171-185. <https://doi.org/10.13060/23362839.2021.8.1.533>
- Angel, S. & Doganer, S. (2020). Review of short-term rentals and their potential social impact. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 248, 65-75. doi: 10.2495/ST200061
- Ayouba, K., Breuillé, M. L., Grivault, C., & Le Gallo, J. (2020). Does Airbnb disrupt the private rental market? An empirical analysis for French cities. *International Regional Science Review*, 43(1-2), 76-104.
- Bakker, M., & Twining-Ward, L. (2018). *Tourism and the Sharing Economy. Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation*. World Bank Group.
- Barišić, P., Strmota, M., & Ivanda, K. (2019). Sociodemographic characteristics of modern tourists as a determining factor in the need recognition for travel. u *Proceedings of FEB Zagreb International Odyssey Conference on Economics and Business (Vol. 1, No. 1, str. 754-769)*. University of Zagreb, Faculty of Economics and Business.
- Barron, K., Kung, E., & Proserpio, D. (2021). The effect of home-sharing on house prices and rents: Evidence from Airbnb. *Marketing Science*, 40 (1), 23-47. <https://doi.org/10.1287/mksc.2020.1227>
- Bei, G., & Celata, F. (2023). Challenges and effects of short-term rentals regulation: A counterfactual assessment of European cities. *Annals of Tourism Research*, 101, 103605. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103605>
- Bejaković, P., Čižmar, S., & Čižmar, Ž. (2023). *Digitalna transformacija i turizam: Analiza učinaka digitalne transformacije na radna mjesta i sindikalne aktivnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva*. Savez samostalnih sindikata Hrvatske. ISBN 978-953-6176-57-1 (PDF).
- Bekkerman, R., Cohen, M. C., Kung, E., Maiden, J., & Proserpio, D. (2021). The effect of short-term rentals on residential investment. *Marketing Science*, 42(4), 819-834.
- Belk, R. (2014). You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research*, 67 (8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>

- Benyon, D., Quigley, A., O'keefe, B., & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & society*, 29, 521-529. <https://doi.org/10.1007/s00146-013-0493-8>
- Binzer, U. A Practical Guide To Effectively Regulating Short-term Rentals on the Local Government Level. Granicus. Pristupljeno 22.04.2024. na: [Whitepaper_-A-practical-guide-to-effectively-regulating-short-term-rentals-on-the-local-government-level.pdf](#) (granicus.com)
- Bouwman, H., Van Houtum, H., Janssen, M., & Versteeg, G. (2011). Business architectures in the public sector: experiences from practice. *Communications of the Association for Information Systems*, 29(1), 23.
- Bygstad, B., & Hanseth, O. (2019). Transforming digital infrastructures through platformization. Association for Information Systems.
- Capineri, C., & Romano, A. (2021). The platformization of tourism: From accommodation to experiences. *Digital Geography and Society*, 2, 100012.
- Celata, F., & Romano, A. (2020). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1788568>
- Centre for the Promotion of Imports from developing countries (CBI) (2024). What trends offer opportunities or pose threats on the European outbound tourism market? <https://www.cbi.eu/sites/default/files/pdf/research/813.pdf>
- Cocola-Gant, A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefront. *Sociological research online*, 21(3), 112-120.
- Cocola-Gant, A., & Gago, A. (2021). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement: A case study in Lisbon. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1671-1688.
- Colomb, C., & De Souza, T. M. (2021). Regulating short-term rentals. Property Research Trust.
- Dal Zotto, C., & Omid, A. (2020). Platformization of media entrepreneurship: A conceptual development. *Nordic Journal of Media Management*, 1(2), 209-233.
- Ding, K., Niu, Y., & Choo, W. C. (2023). The evolution of Airbnb research: A systematic literature review using structural topic modeling. *Heliyon*, 9. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17090>
- Dolnicar, S. (2017). Chapter 1 – Unique Features of Peer-to-Peer Accommodation Networks, u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries*, Oxford: Goodfellow Publishers, (str. 1–14). <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3599>

- Dumančić, K., & Avlona, N. R. (2022). The Regulatory Context and Legal Evolution: The Cases of Airbnb and Uber. u *The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions* (str. 65-85). Cham: Springer International Publishing.
- Eisenmann, T., Parker, G., & Van Alstyne, M. W. (2006). Strategies for two-sided markets. *Harvard business review*, 84 (10), 92.
- Europska komisija (2022a) COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT. IMPACT ASSESSMENT REPORT. Accompanying the document Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on data collection and sharing relating to short-term accommodation rental services and amending Regulation (EU) 2018/1724
- Europska komisija (2022b). Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on data collection and sharing relating to short-term accommodation rental services and amending Regulation (EU) 2018/1724
- Europski parlament. (2023). Deal on improving transparency in the short-term rental sector. Pristupljeno 29.04.2024. na: [Deal on improving transparency in the short-term rental sector | News | European Parliament \(europa.eu\)](#)
- Eurostat. (2023a). Short-stay accommodation offered via online collaborative economy platforms. Pristupljeno 14.11.2023. na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms#The_20_most_popular_regions_account_for_nearly_half_the_total_guest_nights
- Eurostat. (2023b). Short-stay accommodation offered via online collaborative economy platforms - monthly data. Pristupljeno 14.11.2023. na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Short-stay_accommodation_offered_via_online_collaborative_economy_platforms_-_monthly_data#growth_of_platform_tourism_in_Q2_2023
- Farmaki, A., & Miguel, C. (2022). Peer-To-Peer Accommodation in Europe: Trends, Challenges and Opportunities. u V. Česnuitytė, A. Klimczuk, C. Miguel, & G. Avram (Ur.), *The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions* (str. 115-136). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86897-0_6
- Fitzpatrick, M., Gill, I., Libarikian, A., Smaje, K., & Zimmel, R. (2020). The digital-led recovery from COVID-19: Five questions for CEOs. McKinsey Digital <https://www.mckinsey.com/business->

functions/mckinsey-digital/our-insights/the-digital-led-recovery-from-covid-19-five-questions-for-ceos.

- Garcia-López, M. À., Jofre-Monseny, J., Martínez-Mazza, R., & Segú, M. (2020). Do short-term rental platforms affect housing markets? Evidence from Airbnb in Barcelona. *Journal of Urban Economics*, 119, 103278.
- Gourzis, K., Alexandridis, G., Gialis, S., & Caridakis, G. (2019). Studying the spatialities of short-term rentals' sprawl in the urban fabric: The case of Airbnb in Athens, Greece. In *Artificial Intelligence Applications and Innovations: AIAI 2019 IFIP WG 12.5 International Workshops: MHDW and 5G-PINE 2019, Hersonissos, Crete, Greece, May 24–26, 2019, Proceedings 15* (pp. 196-207). Springer International Publishing.
- Grand View Research (2022): Online Travel Booking Service Market Size, Share & Trends Analysis Report By Service Type (Vacation Packages, Transportation Booking), By Booking Method, By Device, By Region, And Segment Forecasts, 2022 – 2030. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/online-travel-booking-service-market-report>
- Gurran, N., & Phibbs, P. (2017). When tourists move in: how should urban planners respond to Airbnb?. *Journal of the American planning association*, 83(1), 80-92.
- Hagiu, A., & Wright, J. (2015). Multi-sided platforms. *International Journal of Industrial Organization*, 43, 162-174.
- Hajibaba, H. & Dolničar, S. (2017a) Chapter 11 – Regulatory Reactions Around the World, u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (str. 120–136), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3609>
- Hajibaba, H. & Dolničar, S. (2017b) Chapter 21 – Helping when Disaster Hits, u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (str. 235-243), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3619>
- Hanelt, A., Bohnsack, R., Marz, D., & Antunes Marante, C. (2021). A systematic review of the literature on digital transformation: Insights and implications for strategy and organizational change. *Journal of Management Studies*, 58(5), 1159-1197.
- Hanseth, O., & Lyytinen, K. (2010). Design theory for dynamic complexity in information infrastructures: the case of building internet. *Journal of information technology*, 25, 1-19.

- Hardy, A. & Dolnicar, S. (2017) Chapter 15 – Types of Network Members. u S. Dolnicar, Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries (str. 170-181), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3613>
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social media+ society*, 1(2), 2056305115603080.
- Henama, U.S. (2018). Disruptive Entrepreneurship using Airbnb: The South African Experience. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (1), 1-16.
- Henfridsson, O., & Yoo, Y. (2014). The liminality of trajectory shifts in institutional entrepreneurship. *Organization Science*, 25(3), 932-950.
- Inside Airbnb. Pristupljeno 03.04.2024. na: <https://insideairbnb.com/>
- Ioannides, D., Röslmaier, M., & Van Der Zee, E. (2019). Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(5), 822-840. <https://doi.org/10.1080/14616688.2018.1454505>
- Islind, A. S. (2018). Platformization: co-designing digital platforms in practice (Doctoral dissertation, University West).
- Jansson, A. (2022). Guided by data: A logistical approach to tourism in the platform economy. *Digital Geography and Society*, 3, 100040.
- Kraus, S., Jones, P., Kailer, N., Weinmann, A., Chaparro-Banegas, N., & Roig-Tierno, N. (2021). Digital transformation: An overview of the current state of the art of research. *Sage Open*, 11(3), 21582440211047576.
- Kokkinakos, P., Markaki, O., Koussouris, S., & Psarras, J. (2016). Digital transformation: is public sector following the enterprise 2.0 paradigm?. In *Digital Transformation and Global Society: First International Conference, DTGS 2016, St. Petersburg, Russia, June 22-24, 2016, Revised Selected Papers 1* (pp. 96-105). Springer International Publishing.
- Li, F. (2020). The digital transformation of business models in the creative industries: A holistic framework and emerging trends. *Technovation*, 92, 102012.
- Lighthouse (2023). Short-term rental market supply growth from 2022 to 2023. Pristupljeno 28.03.2024. na: <https://www.mylighthouse.com/resources/blog/short-term-rental-market-supply-growth-from-2022-to-2023>

- Mahmoud, A. (2023). The Impact of Airbnb on Hotels and Hospitality Industry. Pristupljeno na: <https://www.linkedin.com/pulse/impact-airbnb-hotels-hospitality-industry-ahmed-mahmoud-1f>
- Metzinger, Č. T., & Toth, M. (2020). Metodologija istraživačkog rada za stručne studije. Veleučilište Velika Gorica. Preuzeto s <https://www.bib.irb.hr/1058026>
- Miguel, C., Avram, G., Klimczuk, A., Simonovits, B., Balázs, B. & Česnuityte, V. (2022). The Sharing Economy in Europe: From Idea to Reality. u V. Česnuitytė, A. Klimczuk, C. Miguel, & G. Avram (Ur.), The Sharing Economy in Europe: Developments, Practices, and Contradictions (str. 3-18). Springer Nature
- Mihajlović I. & Strugar I. (2015). Revisiting the Impact of ICT to the Tourism Development.
- Mikulić, J., Vizek, M., Stojčić, N., Payne, J. E., Časni, A. Č., & Barbić, T. (2021). The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 90, 103264. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103264>
- Ministarstvo turizma i sporta Republike Hrvatske [MINTSRH]. (2023). Turizam u brojkama 2022. https://mint.gov.hr/UserDocsImages//2023_dokumenti//230804_turizam_u_brojkama_2022_hrv.pdf
- Mitrović, M. (2017, 12. lipnja), Lito ide, mala: Digitalne platforme za turizam u Hrvatskoj, MREŽA – za IT profesionalce, pristupljeno 21.11.2023. na: <https://mreza.bug.hr/lito-ide-mala-digitalne-platforme-za-turizam-u-hrvatskoj/>
- Novi list (19.02.2024.) Porez na nekretnine bi mogao stimulirati daljnju masovnu prodaju kuća i stanova strancima, evo i zašto. Pristupljeno 06.05.2024. na: <https://www.novolist.hr/novosti/porez-na-nekretnine-bi-mogao-stimulirati-daljnju-masovnu-prodaju-kuca-i-stanova-strancima-evo-i-zasto/>
- Odluka o pokretanju postupka izrade Nacionalnog plana stambene politike Republike Hrvatske do 2030. i Akcijskog plana za provedbu Nacionalnog plana za razdoblje od 2023. do 2024. (2023)
- Özbek, A. P. V., Günalan, L. M., Koç, A. P. F., Şahin, N., & Eda, K. A. Ş. (2015). The effects of perceived risk and cost on technology acceptance: A study on tourists' use of online booking. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 227-244.
- Petrić, L., & Mimica, J. (2011). Smjernice razvoja kapaciteta privatnog smještaja kao značajnog segmenta ponude smještaja u Republici Hrvatskoj. *Acta turistica nova*, 5(1), 7-52. <https://hrcak.srce.hr/107020>

- Petruzzi, M. A., Marques, C., & Campos, A. C. (2023). Socio-cultural impacts of Peer-to-Peer accommodation on host communities. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 123-136.
- Poell, T., Nieborg, D., & Van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4), 1-13.
- Pravilnik o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu, NN 1/2019
- Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u domaćinstvu, NN 88/2007
- Pravilnik o sustavu eVisitor, NN 43/2020
- Reillier, L. C., & Reillier, B. (2017). *Platform strategy: How to unlock the power of communities and networks to grow your business*. Taylor & Francis.
- Reinhold, S. & Dolnicar, S. (2017a). Chapter 2 – The Sharing Economy. u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (str. 15–26), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3600>
- Reinhold, S. and Dolnicar, S. (2017b) Chapter 4 – How Airbnb Creates Value. u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (str. 39-53), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3602>
- Reinhold, S. and Dolnicar, S. (2017c) Chapter 5 – How Airbnb Captures and Disseminates Value. u S. Dolnicar, *Peer-to-Peer Accommodation Networks: Pushing the boundaries* (str. 54-62), Oxford: Goodfellow Publishers, <https://dx.doi.org/10.23912/9781911396512-3603>
- Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018). Digital transformation: a literature review and guidelines for future research. *Trends and Advances in Information Systems and Technologies: Volume 1* 6, 411-421. https://doi.org/10.1007/978-3-319-77703-0_41
- Robertson, C., Dejean, S., & Suire, R. (2023). “Airbnb in the City”: assessing short-term rental regulation in Bordeaux. *The Annals of Regional Science*, 1-36. <https://doi.org/10.1007/s00168-023-01215-4>
- Salamzadeh, Y., Williams, I., & Labafi, S. (2019). Guest Editorial: Media Entrepreneurship and Web 3.0, the way passed, the way forward. *AD-minister*, (34), 7-13.
- Schwer, K., & Hitz, C. (2018). Designing organizational structure in the age of digitization. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 5(1), 1-11.

- Sebastian, I. M., Ross, J. W., Beath, C., Mocker, M., Moloney, K. G., & Fonstad, N. O. (2020). How big old companies navigate digital transformation. In *Strategic information management* (pp. 133-150). Routledge.
- Sheppard, S. & Udell, A. (2016). Do Airbnb properties affect house prices. *Williams College Department of Economics Working Papers*, 3 (1), 43.
- Sigala, M. (2017). Collaborative Commerce in Tourism: Implications for Research and Industry. *Current Issues in Tourism*, 20 (4), 346–355. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.982522>
- Skoultzos, S., Kontis, A. P. & Sarantakou, E. (2017). Conceptualization of changes in tourism industry's distribution channels: The case of Peer-to-Peer business models and sharing economy platforms. *Journal of Tourism Research*, 16(B), 292-303.
- Statista Research Department (2024). Pristupljeno 28.03.2024. na: <https://www.statista.com/statistics/1193543/airbnb-nights-experiences-by-region-worldwide/>
- Sundararajan, A. (2017). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press.
- Šišara, J., Sladoljev, J., & Goleš, D. (2020). Characteristic of private accommodation in the county of Šibenik-Knin. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 14(3-4), 39-54. <https://hrcak.srce.hr/249364>
- Škrabić Perić, B., Rimac Smiljanić, A. & Kežić, I. (2022). Role of tourism and hotel accommodation in house prices. *Annals of tourism research empirical insights*, 3(1), 100036.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28 (2), 118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Vizek, M., Stojčić, N., & Mikulić, J. (2023). Spatial spillovers of tourism activity on housing prices: The case of Croatia. *Tourism Economics*, 29(5), 1376-1390. <https://doi.org/10.1177/13548166221106442>
- Vlahov, A. (2021). Izazovi unaprjeđenja poslovanja privatnog smještaja u Republici Hrvatskoj. *Acta turistica*, 33(2), 203-236. <https://doi.org/10.22598/at/2021.33.2.203>

- Vokrinek, B. (2020). Overcoming over-tourism. The Edge Magazine, Vol 3, 48-51. https://cw-gbl-gws-prod.azureedge.net/-/media/cw/global/insights/research/edge-magazine/vol-3/cw_the_edge_magazine_vol3.pdf?rev=59632c7454c2464ea7cbf3bc734b778e&hash=48F298DCA61CB63A9D0B12F0809A5B7D
- Wachsmuth, D., & Weisler, A. (2018). Airbnb and the rent gap: Gentrification through the sharing economy. *Environment and planning A: economy and space*, 50(6), 1147-1170.
- Wessel, L., Baiyere, A., Ologeanu-Taddei, R., Cha, J., & Blegind-Jensen, T. (2021). Unpacking the difference between digital transformation and IT-enabled organizational transformation. *Journal of the Association for Information Systems*, 22(1), 102-129.
- Wichmann, J. R., Wiegand, N., & Reinartz, W. J. (2022). The platformization of brands. *Journal of Marketing*, 86(1), 109-131.
- World Bank Group (2018): *Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable P2P Accommodation*. Washington, DC: World Bank.
- Zakon o članarinama u turističkim zajednicama, NN 52/19, 144/20
- Zakon o turističkoj pristojbi, NN 52/2019
- Zakonu o turizmu, NN 156/2023
- Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, NN 99/18, NN 126/21
- Zaoui, F., & Souissi, N. (2020). Roadmap for digital transformation: A literature review. *Procedia Computer Science*, 175, 621-628. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.07.090>
- Zentner, H. (2022). Utjecaj digitalnih platformi na razvoj ruralnog turizma / Digital platforms' influence on development of rural tourism. u M. Jurakić, P. Barišić, Ž. Požega, N. Penezić, & M. Koščak (Ur.), *Zbornik radova – 3. međunarodna znanstveno-stručna konferencija za razvoj ruralnog turizma „Edukacija kao ključni faktor održivog i odgovornog razvoja ruralnog područja“*. (str. 10-30). VIMAL AKADEMIJA. <https://www.researchgate.net/publication/367560904>
- Zentner H. & Spremić M. (2021). Typology of Digital Business Models in Tourism. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 13 (2), 21–42. DOI: 10.4018/IJESMA.2021040102

SAŽETAK

Sveprisutna problematika kontinuiranog porasta potražnje za kratkoročnim smještajem ponuđenih putem rezervacijskih platformi za smještaj i učincima proizašlih iz ovog trenda na turističke destinacije u Hrvatskoj i svijetu, zahtjeva analizu stanja i mogućih budućih postupaka u pogledu regulacije. Novi trendovi potrošača i digitalna transformacija potakli su uspon rezervacijskih platformi za smještaj kao glavnih igrača na turističkom tržištu. One omogućuju jednostavniji pronalazak i rezervaciju smještajnih kapaciteta, dodatnu zaradu iznajmljivačima te povećanje gospodarske aktivnosti u destinacijama. Sve većom privlačnošću ovog fenomena, u destinacijama se javljaju problemi gentrifikacije, turistifikacije i stambene nestabilnosti. Naime, rast aktivnosti rezervacijskih platformi za smještaj uzrokuje sam rast kratkoročnog smještaja, ali i prenamjenu dugoročnih stambenih nekretnina u smještaj za kratkoročni najam čime se ustvari smanjuje dostupnost dugoročnog smještaja. Ovaj proces prati povećanje cijena najma za lokalno stanovništvo te njihovu frustraciju načinom života u turističkoj destinaciji te su prisiljeni na selidbu. Ovakav trend depopulacije je uočen u mnogim svjetskim i europskim gradovima, od New Yorka i Los Angelesa, preko Venecije, Rima, Barcelone, Pariza sve do gradova na hrvatskoj obali, gdje se učinci prelijevaju i u periferna područja gradova i susjedna mjesta. Kako bi se zaustavio proces rentijerskog biznisa i smanjili negativni učinci, potrebno je uvesti regulatorni okvir upravljanja rezervacijskim platformama za smještaj i kratkoročnim najmom. Međutim, zbog različitih zakonskih okvira i pravnih sustava zemalja, regulacija predstavlja veliki izazov. Imperativ je postići ravnotežu između smanjenja negativnih utjecaja rezervacijskih platformi za smještaj i pretjeranog ograničavanja prednosti koje turizam nudi većem broju dionika. Dogovorom svih dionika moguće je doći do regulatornih mjera koje će pridonijeti održivim politikama za razvoj turizma i digitalne tranzicije. Europski gradovi najpogođeniji negativnim učincima rasta kratkoročnog najma već su uveli neke mjere regulacije, no tek se nakon nekog vremena može vidjeti njihov pravi učinak. Hrvatska uz prijašnje blaže mjere regulacije kratkoročnih najмова, također razmatra nove opcije uvođenja strožih mjera ograničavanja rasta kratkoročnog smještaja i poboljšanja stambene politike.

Ključni pojmovi: rezervacijske platforme za smještaj, učinci, dionici, stambena nestabilnost, regulacija kratkoročnog najma

SUMMARY

The increasing demand for short-term accommodation through booking platforms and its impact on tourist destinations in Croatia and worldwide is a global issue that requires analysis and potential future regulatory procedures. New consumer trends and digital transformation have led to the rise of accommodation booking platforms as major players in the tourism market. The rise of reservation platforms for accommodation has made it easier to find and book places to stay, providing additional income for property owners and boosting economic activity in tourist destinations. However, this has led to issues such as gentrification, touristification, and housing instability in these areas. The increased use of short-term accommodation through these platforms has also led to the conversion of long-term residential properties into short-term rentals, reducing the availability of long-term housing options. The process is leading to an increase in rental prices for local residents, causing frustration and forcing them to relocate. This trend of depopulation has been observed in many cities across the world and Europe, from New York and Los Angeles to Venice, Rome, Barcelona, Paris, and cities on the Croatian coast. The effects are spilling over into peripheral areas and neighbouring towns. To address this issue and reduce the negative effects, it is necessary to establish a regulatory framework for managing accommodation reservation platforms and short-term rentals. Regulation poses a significant challenge due to the varying legal frameworks and systems in different countries. It is crucial to find a balance between minimizing the negative impacts of accommodation booking platforms and not overly limiting the benefits that tourism provides to numerous stakeholders. By obtaining agreement from all parties involved, it is possible to establish regulatory measures that will contribute to sustainable policies for the advancement of tourism and digital transition.

The European cities most affected by the negative effects of the growth of short-term rentals have already introduced some regulatory measures. However, the real effect of these measures can only be seen after some time. Croatia, in addition to previous milder measures to regulate short-term rentals, is also considering new options of stricter measures to limit the growth of short-term accommodation and improve housing policy.

Key terms: accommodation booking platforms, impacts, stakeholders, housing instability, short-term rental regulation

POPIS PRILOGA

Tablica 1	10
Tablica 2	14
Tablica 3	15
Tablica 4	19
Tablica 5	22
Tablica 6	38
Tablica 7	50
Tablica 8	57
Grafički prikaz 1	17
Grafički prikaz 2	20
Grafički prikaz 3	22
Grafički prikaz 4	23
Grafički prikaz 5	26
Grafički prikaz 6	29
Grafički prikaz 7	31
Grafički prikaz 8	33
Grafički prikaz 9	37
Grafički prikaz 10	39
Grafički prikaz 11	39
Grafički prikaz 12	40
Grafički prikaz 13	41
Grafički prikaz 14	41
Grafički prikaz 15	42
Grafički prikaz 16	43
Grafički prikaz 17	44
Grafički prikaz 18	45
Grafički prikaz 19	46
Grafički prikaz 20	47
Grafički prikaz 21	49
Grafički prikaz 22	50
Grafički prikaz 23	51
Grafički prikaz 24	52
Grafički prikaz 25	54
Grafički prikaz 26	59