

"SHARING ECONOMY" - EKONOMIJA DIJELJENJA U UGOSTITELJSTVU

Karagić, Anita

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:593800>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-18**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANITA KARAGIĆ

**”SHARING ECONOMY” – EKONOMIJA
DIJELJENJA U UGOSTITELJSTVU**

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

«Dr. Mijo Mirković»

ANITA KARAGIĆ

**”SHARING ECONOMY” – EKONOMIJA
DIJELJENJA U UGOSTITELJSTVU**

Završni rad

JMBAG: 0303073541, redovita studentica

Studijski smjer: Turizam

Predmet: Poslovanje ugostiteljskih poduzeća

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje: Ekonomija

Znanstvena grana: Turizam

Mentor / Mentorica: doc. dr. sc. Tamara Floričić

Pula, rujan 2020.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani ANITA KARAGIĆ, kandidat za prvostupnika POSLOVNE EKONOMIJE, SMJERA TURIZAM ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljeni način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

Karagić

U Puli, 28.8.2020.



IZJAVA O KORIŠTENJU AUTORSKOG DJELA

Ja, ANITA KARAGIĆ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj Završni rad pod nazivom "SHARING ECONOMY" - EKONOMIJA DIJELJENJA
U UGOSTITELJSTVU

koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, 28.8.2020.

Potpis

Karagić

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. <i>Sharing economy</i> (ekonomija dijeljenja)	2
2.1. Utjecaj ekonomije dijeljenja na hrvatsku ekonomiju	5
3. <i>Sharing economy</i> u ugostiteljstvu	7
3.1. Prilagodba ugostiteljskih poduzeća trendu ekonomije dijeljenja.....	8
3.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na privatni smještaj u turizmu	10
4. Airbnb i inovacija smještaja	11
4.1. Nastanak Airbnb-a	11
4.1.1. <i>Airbnb poslovni model</i>	14
4.1.2. <i>Airbnb smještajne jedinice</i>	16
4.1.3. <i>Airbnb vs. Hoteli</i>	18
5. <i>Couchsurfing</i> kao inovativni smještajni koncept.....	22
5.1. Povijest <i>couchsurfinga</i>	24
5.2. Princip rada i karakteristike	24
5.3. <i>Couchsurfing</i> u Hrvatskoj	27
6. Usporedba <i>couchsurfinga</i> i Airbnb-a	28
7. Zaključak	31
Literatura	33
Prilozi	35
Sažetak	37
Summary.....	38

1. Uvod

Tema ovog završnog rada je “*Sharing economy*” – ekonomija dijeljenja u ugostiteljstvu. Predmet istraživanja je novi svjetski megatrend u turizmu još zvan i turizam milenija i/ili *sharing economy* (ekonomija dijeljenja). U radu je također opisan i *couchsurfing* kao jedna nova inovacija pružanja smještaja u svijetu. Cilj rada je upoznati se s pojmovima *sharing economy*, te s pojmom *couchsurfing*, te prepoznati koje mogućnosti nam donose. Rad je strukturiran kroz poglavlja i potpoglavlja. Na samom početku rada upoznajemo se s pojmom *sharing economy* tj. ekonomija dijeljenja, kad je taj pojam prvi put spominjan, što to je uopće ekonomija dijeljenja i za što služi. U potpoglavlju je ukratko opisan utjecaj ekonomije dijeljenja na hrvatsku ekonomiju. U daljnjem poglavlju razrađena je ekonomija dijeljenja u ugostiteljstvu, te kroz potpoglavlja su opisane prilagodbe ugostiteljskih poduzeća trendu ekonomije dijeljenja i utjecaj ekonomije dijeljenja na privatni smještaj u turizmu. U daljnjoj razradi ove tematike opisan je primjer ekonomije dijeljenja a to je Airbnb. Opisan je nastanak Airbnb-a, njegov poslovni model, koje smještajne jedinice obuhvaća, te uspoređivanje Airbnb-a s hotelima. Također u radu se opisuje *couchsurfing* kao inovativni smještajni koncept. Navedena je povijest *couchsurfinga*, princip rada i njegove karakteristike i *couchsurfing* u Hrvatskoj. Kao zasebno poglavlje izdvojena je usporedba *couchsurfing* i Airbnb-a koja donosi najznačajniji doprinos ovom radu. Rad završava zaključkom cjeline, te popisom literature i popisom ilustracija korištenih u radu i sažetkom. U radu je korištenje engleskog jezičnog naziva “*sharing economy*” korišteno radi prepoznatljivosti koncepta i međunarodne nomenklature. Hrvatski naziv je ekonomija dijeljenja. Kako je ovakav model ekonomije relativno novi i njegov rast dolazi s napretkom tehnologije, za teorijski i istraživački dio rada korišteni su isključivo sekundarni izvori podataka, odnosno online izvori literature kao što su internet članci i web-izvori.

2. Sharing economy (ekonomija dijeljenja)

Ekonomija dijeljenja podrazumijeva konstantnu razmjenu dobara, bez posjedovanja istih. Dijeljenje je dvosmjerno što znači da ulaskom u ekonomiju dijeljenja osoba dijeli vlastito, ali zauzvrat ima pravo koristiti i tuđe. Ekonomijom dijeljenja u međudnos je stavljena ponuda i potražnja za vremenom, uslugama i imovinom po principima suradnje, solidarnosti i uzajamnosti, uz temelj na slobodnoj tržišnoj ekonomiji. Orijentirana je isključivo na sadašnjost što znači da ne zahtijeva početak od nule ni drastične promjene, već traži ono što je moguće i izvedivo u sadašnjoj situaciji. Ona ne pronalazi svoj oslonac na podršku i potpori države i njenih institucija, koje su skupe i spore u rješavanju najvažnijih pitanja današnjice (primjerice nezaposlenost). Prepušta ljudima da sami kreiraju sadržaj proizvoda ili usluge, i pritom koristi najsuvremeniju tehnologiju, dostupnu gotovo svima. Tako stvara nove oblike potražnje i nove oblike ekonomije koji prije nisu postojali. To je razlog zašto se na ekonomiju dijeljenja ne gleda kao na transformaciju postojećeg, već nešto sasvim novo. Dijeljenje samo po sebi nije nova pojava, ljudi su se odavno okupljali u zajednicama kako bi međusobno dijelili sredstva, pomagali si i zajedničkim snagama postigli zajednički interes, jer im je tako bilo lakše nego djelovati pojedinačno. Digitalizacijom i tehnološkim napretkom potaknuo se je brži razvoj i širenje mogućnosti dijeljenja. Tako se čini da se ljudi danas sve više vraćaju načinu života kakav su živjeli prije, a temeljio se na dijeljenju i zajedništvu, samo uz pomoć suvremene tehnologije koja svijet čini globalnim selom i sve postaje lakše i brže dostupno.¹

Neki od razloga razvoja ekonomije dijeljenja su: svjetska kriza, razvoj tehnologije, nedostupnost kapitala, niži troškovi poslovanja, razvoj poduzetništva, prilika za mlade i smanjenje nezaposlenosti, održivi razvoj, dijeljenje znanja, ideja i tehnologije.²

Ekonomija dijeljenja predstavlja jedan od značajnih vidova suvremenog poslovanja. Razvoj tehnologije, načina komunikacije putem društvenih mreža, kao i promjene u stavovima i ponašanju potrošača, dovele su do potrebe za efikasnijim korištenjem

¹ Kovačević M.: Razvoj ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike, 2018., 28-29str. (<https://repositorij.unizg.hr/islandora/object/foi:3906/preview>)

² Sharing economy ili ekonomija dijeljenja, 2017. <https://www.hgk.hr/documents/sharing-economy-ili-ekonomija-dijeljenja59eef381abbb0.pdf> (pristupljeno 14.5.2020.)

proizvoda i usluga, po nižim cijenama, dostupnije prosječnom potrošaču ili korisniku, uz uštede u resursima i povoljnim efektima za prirodnu sredinu i društvo u cjelini.³

Slika 1: *Sharing economy* – ekonomija dijeljenja



Izvor: https://miro.medium.com/max/4000/1*IBnhk5DHWY7sQVFZUJtPBQ.jpeg

Slika 1. prikazuje ekonomiju dijeljenja koja osim smještaja također obuhvaća i dijeljenje, unajmljivanje ili razmjenu usluga kao što su automobili, razne stvari poput bicikla, kamp prikolica te razmjenu doživljaja.

Sharing economy kao novi svjetski mega trend u turizmu (turizam milenija), očekuje da će do 2025. vrijednost ekonomije dijeljenja i njezinih usluga porasti na 335 milijardi američkih dolara, sa sadašnjih 15 milijardi, te se u tim godinama izjednačiti i s vrijednošću klasičnih turističkih usluga. *Sharing economy* je u turizmu nastao zbog mladih putnika i njihove potrebe istraživanja novoga izvan granica poznatog.⁴

³ Dodig I., Rađenović Kozić B.: Ekonomija dijeljenja (*sharing economy*) i marketinški aspekti njenog razvoja, 2018.,

(https://www.researchgate.net/publication/327426158_EKONOMIJA_DIJELJENJA_SHARING_ECONOMY_I_MARKETINGINSKI_ASPEKTI_NJENOG_RAZVOJA)

⁴ Tip travel magazine Hrvatska (izdanje studeni 2015. – siječanj 2016.), <https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine013hr?e=8066732/31541573> (pristupljeno 16.5.2020.)

Kako bi dijeljenje doista funkcioniralo, bez da ijedna strana bude prevarena ili nasamarena, sigurnost i pouzdanost pri dijeljenju od ključne je važnosti. Stupanj povjerenja razlikuje se od države do države, od društva do društva. Moglo bi se reći da je dio tradicije i rezultat međuljudskih odnosa godinama unazad. Na suvremenim platformama dijeljenja, sigurnost i povjerenje postiže se uz pomoć sustava ocjenjivanja kojim se međusobno ocjenjuju, komentiraju, preporučuju i kritiziraju strane ponude i strane potražnje, prema kvaliteti dobivene usluge. Tako korisnik unaprijed može vidjeti ocjene i komentare potencijalnog suradnika i odlučiti hoće li stupiti u kontakt s njime ili neće. Povjerenje je glavna valuta u ekonomiji dijeljenja, a bogatstvo koje čovjek prikuplja zove se reputacija. Isto kao što se u klasičnom financijskom sustavu provodi kreditno bodovanje u kojemu se ocjenjuje financijska odgovornost zajmoprimca, tako se i u ekonomiji dijeljenja razvijaju modeli koji prikupljaju recenzije i domaćini i gosti. ⁵

⁵ Kovačević M., op. cit., 43-44 str.

2.1. Utjecaj ekonomije dijeljenja na hrvatsku ekonomiju

Globalni tehnološki trend ekonomije dijeljenja proširio se i na hrvatsko tržište, a radi se o servisima čija upotreba olakšava život stanovnicima u većim urbanim sredinama. Ono što je zajedničko svim tim servisima jest svakako standardizacija poslova, laka zamjenjivost izvršitelja te stalan nadzor učinka izvršitelja. Ovi servisi omogućavaju nove oblike fleksibilnog zapošljavanja koje se temelji na snažnoj podršci informacijske te komunikacijske tehnologije. Odnosno radi se o tehnološkim servisima koji uspjeh svog poslovanja grade na proviziji. Airbnb odnosi se na servis za kratkoročno iznajmljivanje stanova. Kada se povećanje korištenja navedenih platformi uzme u obzir može se zaključiti da se ekonomija dijeljenja u Republici Hrvatskoj ubrzano razvija te je u posljednjih nekoliko godina doživjela zamjetan procvat. Štoviše, Hrvatska je iznimno atraktivna zemlja za platforme ekonomije dijeljenja zbog svojeg velikog i dinamičnog turističkog sektora.⁶

Ekonomija dijeljenja postaje princip života, prelazeći iz strogo poslovnih krugova u sve društvene segmente, zauzimajući tako svoje mjesto u obrazovnom i zdravstvenom sustavu, međuljudskim vezama i odnosima te općenito gradeći jedan sasvim drugačiji pristup resursima i životnim vrijednostima.⁷

Jedan važan utjecaj na ekonomiju dijeljenja kojeg treba istaknuti je negativan utjecaj korona virusa na ugostiteljsko poslovanje. Hrvatska gospodarska komora provela je istraživanje o poteškoćama u poslovanju povezanim s pojavom korona virusa (COVID-19) u Hrvatskoj. Prema podacima najviše su pogođene turističke agencije sa 69%, a nakon njih ugostiteljstvo sa 62%. Ugostiteljstvo očekuje da će posljedica korona virusa jako i srednje negativno utjecati na kratkoročno 71%, a dugoročno 76%.⁸ Iako je prvenstveni cilj Hrvatske spriječiti širenje zaraze korona virusa, posljedice epidemije će se dugo nakon sprječavanja osjetiti. Hrvatska najviše ovisi o turizmu, te oko 25% BDP-a nosi sam turizam. Radi korona virusa otkazana su brojna domaća i inozemna putovanja, što je dovelo do znatnog smanjenja prihoda i problema s likvidnošću za sve koji se bave turizmom i ugostiteljstvom. I turistička

⁶ Brozović V., Hrastić F., Meštrović L., Bilić H., op. cit., 5-36 str.

⁷ Kovačević M., op. cit., 50-51str.

⁸ HGK, <https://www.hgk.hr/documents/poteskoce-u-poslovanju-i-covid-19hgk5e5b8959356f5.pdf>, (pristupljeno 20.8.2020.)

poduzeća i turisti moraju se nositi s neizvjesnošću.⁹ Najveći problem kod ove epidemije je što je sve u neizvjesnosti i što se ne može znati unaprijed kako će sve na kraju završiti. Sve se odvija preko noći te je iz tog razloga teško pratiti ili predvidjeti i utjecaj na razvoj daljnjeg događaja. Jedino što se može napraviti je prilagoditi se kako najbolje znamo. Najveći problem za Hrvatsku je taj što od turizma i ugostiteljstva najviše se prihoda skupi, tako bi u budućnosti hrvatska mogla razmatrati koji bi drugi sektor mogao prevladati turizam te poboljšati financijsko stanje Hrvatske.

Jedino još što se može napraviti dok još epidemija traje je pratiti upute civilnog stožera te prati redovito ruke sapunom i vodom ili koristiti dezinficijens na bazi alkohola, prilikom kašljanja i kihanja prekriti nos i usta laktom ili papirnatom maramicom koju poslije odbacimo u koš za smeće i operemo ruke, izbjegavati dodirivanje područje lica, izbjegavati rukovanje i održavati razmak od 1m, te izbjegavati veće grupe ljudi i javna okupljanja.

⁹ EU pomaže u ponovnom pokretanju turizma u Europi, https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/travel-and-transportation-during-coronavirus-pandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_hr, (pristupljeno 20.8.2020.)

3. *Sharing economy* u ugostiteljstvu

Ljude se nastoji potaknuti da međusobno dijele trajna dobra poput stambenih prostora kako bi se postigla bolja iskoristivost navedenog, a time i novčane uštede, smanjeno zagađenje okoliša i trajno zadovoljstvo i održivost. Nebrojeno puno je primjera u svijetu gdje ljudi koriste određeno dobro, ali ga ne koriste u punom kapacitetu. Primjerice, puno je onih koji imaju slobodnu sobu ili krevet na kojem netko, po potrebi, može prenoćiti. Ta soba ili krevet i dalje stoji prazan, iako bi se vrlo lako putem određene platforme za iznajmljivanje, našao netko tko bi baš tu volio prenoćiti i odsjesti par dana. Zašto ne podijeliti svoj oglas na nekoj od platformi za iznajmljivanje nekretnina i time postići obostranu korist, ugostiti nekoga u svome domu, razmijeniti iskustva i steći novo poznanstvo, a pri tome ostvariti i novčanu naknadu.¹⁰ Najpoznatiji oblici ekonomije dijeljenja u ugostiteljstvu su *Airbnb*, *CouchSurfing*, *Home Exchange*, *TripAdvisor*, *Booking*, *HomeAway*, *Vacation Rental By Owner (VRBO)*, *FlipKey*, *Wimdu* i *Innclusive*. *HomeAway* je sličan *Airbnb*-u jer je potrebno izraditi korisnički račun, a zatim se može odabrati smještaj, kontaktirati s vlasnicima, uređivat rezervacije i slično. *HomeAway* nudi preko 2milijuna smještajnih jedinica u više od 190 zemalja svijeta. *VRBO* se ne može pohvaliti takvom ponudom ali i dalje nudi nešto oko 250.000 vrsta smještaja. *FlipKey* se nalazi u vlasništvu *TripAdvisor Rentals-a*, a u ponudi ima oko 300.000 nekretnina za iznajmljivanje. *TripAdvisor* u svojoj ponudi ima preko 830.000 različitih nekretnina za iznajmljivanje a osim toga izdvaja se i po tome što vam u traženju smještaja mogu pomoći i članovi ove grupe. *Couchsurfing* uglavnom koriste studenti i mlađi ljudi s ograničenim budžetom. Također nudi i informacije o važnim događajima u gradima u koje posjetitelj putuje. *Wimdu* je specijaliziran za iznajmljivanje stanova u gradu i soba u hostelima i hotelima. *Booking.com* se ne bavi samo ponudama za jeftine letove i smještaj, već preko njega može se pronaći stan, let, rent-a-car, taksi i restorani. *HomeExchange* je sličan *Couchsurfingu* po tome što svoj dom možemo podijeliti s drugima, a razlika je u tome što kod *HomeExchange-a* je potrebno platiti članarinu. *Innclusive* je zamišljen kao direktna konkurencija *Airbnb*-u, sa naglaskom na rješavanje najvećeg problema s kojima se *Airbnb* susreće a to je diskriminacija.

¹⁰ Kovačević M., op. cit., 55-60 str.

3.1. Prilagodba ugostiteljskih poduzeća trendu ekonomije dijeljenja

Fenomenom *sharing economy* sve se više bave i u najvećim europskim udruženjima hotelijera, restorana i barova. Hotelijeri ističu i određenu zabrinutost za svoje poslovanje uslijed širenja tog trenda Internetom. On se možda i najviše ogleda upravo u „eksplozivnom“ porastu potražnje kratkih boravaka s prehranom u privatnom (obiteljskom) tipu smještaja, što hotelijerima zasigurno „otima“ sve više gostiju, pogotovo vikendima. Množenjem tražilica i posrednika za takve usluge, množi se i njihova vidljivost na platformama. Tu se već radi o stotinama tisuća objekta privatnog turističkog smještaja i davatelja usluga hrane i pića, a svako povećanje rezultata, primjerice Airbnb-a od 10%, za oko 0,35% smanjuje mjesečni prihod hotelskoj sobi, što najviše pogađa hotele manje orijentirane na poslovne goste i one s nižim cijenama. Problemi u tome su i regulativne prirode jer još nema zakonskih propisa za takve davatelje turističkih usluga. Zbog toga se tipa u Francuskoj razmišljalo o uvođenju boravišnih pristojba za noćenje u takvim objektima, u Berlinu su najavljivali moguću zabranu turističkih privatnih apartmana, a u Amsterdamu naplatu boravišne pristojbe po rezervacijama od Airbnb-a.¹¹

Isto tako treba istaknuti prilagodbu ugostitelja radi epidemije korona virusa poznatijeg kao COVID-19. Ovom epidemijom možemo istaknuti svijest o turizmu i ugostiteljstvu na koje najviše utječu promijene u rizicima i sigurnosti. Kako je epidemija utjecala na zatvaranje ugostiteljskih objekata radi sprječavanja virusa promet u ugostiteljstvu je jako pao. Ugostitelji su najviše osjetili ugroženost zbog korona virusa, te zbog lošeg prometa morali su dati svojim zaposlenicima otkaze jer ih nemaju iz čega platiti. Neki su pokušali pomoću dostave održati svoje ugostiteljske objekte dok je epidemija bila najjača i dok su ugostiteljski objekti bili zatvoreni. Smanjenjem broja oboljelih popuštale su mjere te su se ponovno otvorili objekti ali uz skraćeno radno vrijeme ili ograničen broj ljudi, razmaknuti stolovi po propisima, uz obavezno dezinficiranje ruku pri ulasku u objekt. Najbolje prolaze restorani i kafići koji imaju terasu na otvorenom jer je najsigurnije i najpoželjnije boraviti vani, uz propisani razmak. U budućnosti kad epidemija prođe, ugostitelji predlažu ukidanje cestarina kako bi gosti brže, jeftinije i

¹¹ Tip travel magazine Hrvatska (izdanje studeni 2015. – siječanj 2016.),

<https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine013hr?e=8066732/31541573> (pristupljeno 16.5.2020.)

jednostavnije došli u obilazak raznih destinacija i s time si lakše priuštiti ugostiteljsku uslugu.¹²

Iako će trebati dugo da se ugostiteljski objekti oporave, za njih je dovoljno da mogu ponovno normalno raditi, da nema više strožih mjera, da se gosti ne moraju više toliko brinuti za svoju sigurnost radi virusa. Vlada je kako bi pomogla gospodarstvu i utjecala na sprečavanje daljnjeg otkazivanja ugovora o radu donijela mjere, pa tako i one namijenjene sektoru turizma i ugostiteljstva. Uz te mjere ugostiteljima bi se olakšalo poslovanje, te je gledano da u budućnosti se ugostitelji što brže vrate na „noge“ i nastave sa svojim poslovanjem gdje su stali prije epidemije.

¹² Središnji državni portal, Ministarstvo turizma i sporta: <https://mint.gov.hr/vijesti/ugostitelji-covid19-kao-restoragedon/21056> (pristupljeno 23.8.2020.)

3.2. Utjecaj ekonomije dijeljenja na privatni smještaj u turizmu

Privatni smještaj u hrvatskom turizmu relativno je dobro reguliran, ali treba ga i dalje podupirati pojednostavljenjem svih procedura za legalno poslovanje kako ne bi 'kliznuo' u sivu zonu, pogotovo u većim gradovima gdje se već javlja nelojalna konkurencija poduprta i tzv. *sharing economy*, kao novim mega trendom u svjetskom turizmu temeljenom na digitalnim platformama koje izravno spajaju turiste i ponuditelje usluga, koji privatnom smještaju u Hrvatskoj daje i snažan poticaj.

"Riječ je o novijem modelu poslovanja u turizmu u kojem se ne radi samo sa smještajem nego i drugim uslugama, poput prijevoza, zbog čega će i u Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama u svijetu, trebati dosta mudrosti, suradnje i volje da se održi pozitivan trend dobre ponude i rastućeg prometa u privatnom smještaju".

Vežano za tematiku provode se rasprave diljem svijeta oko legalnosti i regulacije ekonomije dijeljenja a obzirom na povećanje prometa na servisima i „providerima“. Iste se odnose na adekvatnu administrativnu regulaciju, načine plaćanja poreza, izdavanja odobrenja za rad, ostvarivanje radnih i socijalnih prava zaposlenih. Također ističe se kako nema ni jasnih jamstava o kvaliteti usluge, upitne su i provjere pružatelja usluga, kao i 'dekomodiranja' stanovnika u stambenim četvrtima u kojima boravi sve više turista. Naglašavajući da nova ekonomija dijeljenja i P2P poslovni model donosi brojne koristi hrvatskom obiteljskom smještaju, koji ima i najveći udjel od oko 50 posto u ukupnom smještaju u hrvatskom turizmu. Hrvatski iznajmljivači smještaja već su prepoznati kao kvalitetni, sve su i bolji, kao i njihovi rezultati, ali im i dalje treba edukacije i povećanje razine informatičke pismenosti, jer bez interneta neće znati što se oko njih događa, niti će privući potencijalne goste, koji i ako dođu i primjerice nemaju besplatan bežični pristup internetu ili nešto drugo drugačije od ostalih neće dugo ostati niti preporučiti". Još važnijim smatra se uključenje mladih ljudi, djece i sličnih u poslovne procese domaćinstva i digitalnog marketinga. To je, možda i glavni uvjet opstanka na tržištu, jer ako mlađima se prenesu stečeni maniri domaćinskog ponašanja, a oni poslovanje unaprijede digitalnom tehnologijom, onda posao ima svjetlu budućnost".¹³

¹³ Može li 'ekonomija dijeljenja' ugroziti privatni turistički smještaj?, 2015.
<http://www.poduzetnistvo.org/news/moze-li-ekonomija-dijeljenja-ugroziti-privatni-turisticki-smjestaj>(pristupljeno 15.7.2020.)

4. Airbnb i inovacija smještaja

Jedan od najboljih primjera ekonomije dijeljenja bi bio Airbnb. Airbnb je globalna turistička zajednica usmjerena na putovanja kojoj se veoma lako može pristupiti putem računala (web stranice) ili mobilne aplikacije.

Slika 2.: Logo Airbnb-a



Izvor:

<https://i.pinimg.com/originals/3c/bf/be/3cbf148597341fa56f2f87ade90956.png>

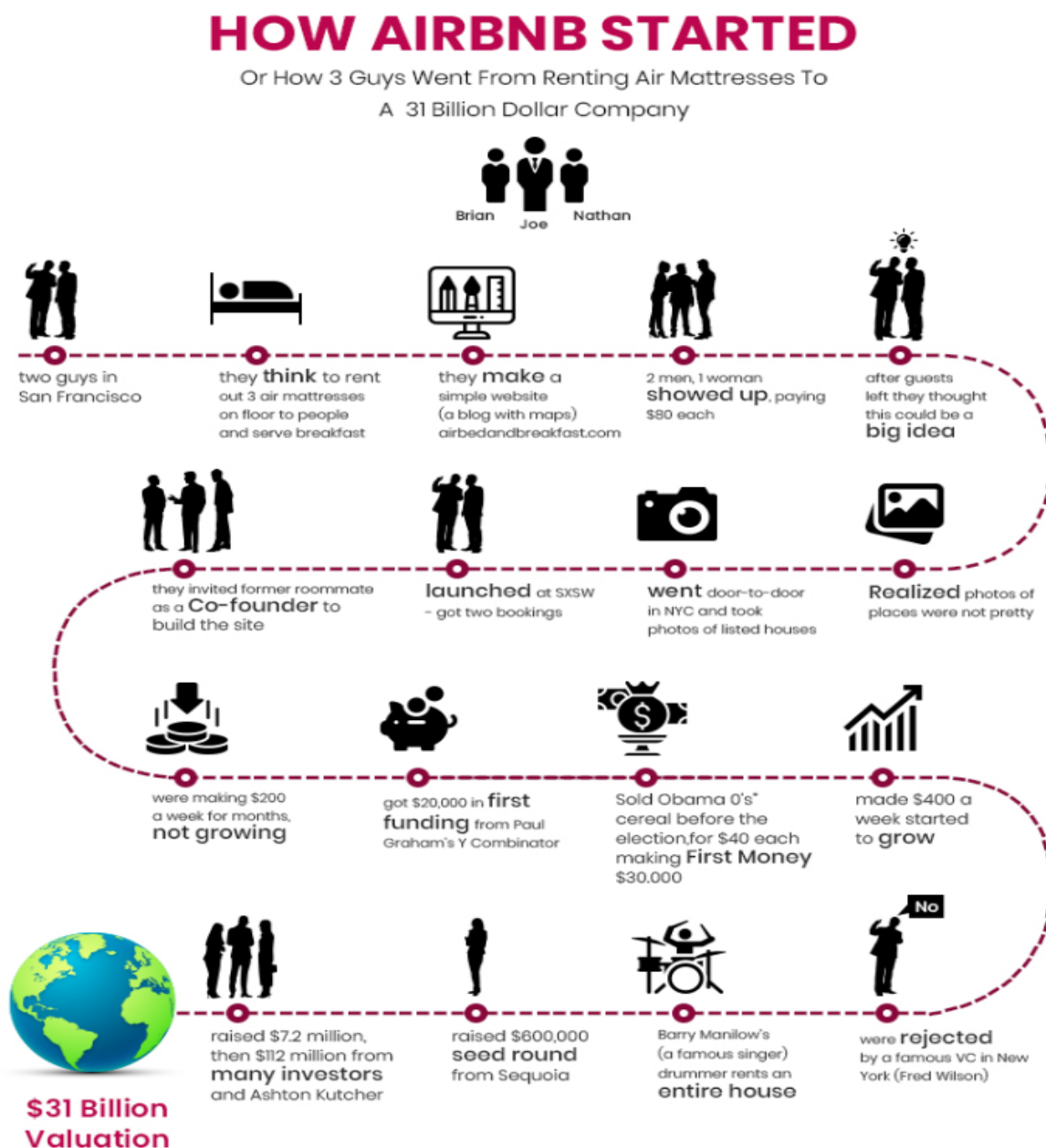
U nastavku je opisan nastanak Airbnb-a, njihov poslovni model, koje sve smještajne jedinice nudi i usporedba hotela i Airbnb-a.

4.1. Nastanak Airbnb-a

Osnivači Airbnb-a, Brian Chesky i Joe Gebbia imali su problema s plaćanjem stanarine i tada su se pojavili s mišlju da zarade nešto novca. U razdoblju istraživanja jednom su primijetili kako su gotovo sve hotelske sobe rezervirane zbog velike konferencije koja je privukla puno posjetitelja u grad. I to je točka u kojoj su ovi mladići vidjeli priliku. Kupili su nekoliko zračnih kreveta i ponudili posjetiteljima prostor s osnovnim potrepštinama i doručkom. Nadalje, nazvali su je "*AirBed & Breakfast*" i ideja se rodila. Kasnije se timu pridružio i tehnički arhitekt Nathan Blecharczyk. Airbnb koncept govori o internetskoj platformi na kojoj se putnici i domaćini međusobno povezuju. Ključna imovina Airbnb-a su pojedinci koji osnažuju postupak Airbnb-a za brzi rad uz minimalne troškove. Domaćini i putnici su oni oko kojih se Airbnb poslovni model vrti. Domaćini mogu navesti svoj smještaj za boravak, a putnici ih mogu rezervirati prema njihovim potrebama. Domaćini će dobiti najam u zamjenu. Putnici mogu imati potpuno novu razinu iskustva boraveći s mještanima. Osim *Voyagera* (osoba koja ide na duga i ponekad opasna putovanja) i domaćina,

poslovni model Airbnb čak uključuje sustav snimanja slika visoke razlučivosti na nekretninu kako bi se poboljšale Airbnb reakcije.¹⁴

Slika 3.: Nastanak Airbnb-a



Izvor: <https://www.apurple.co/airbnb-business-model-know-how-does-airbnb-work/>

Slikovni prikaz 3. prikazuje kako su Brian, Joe i Nathan od prodavanja zračnih madraca došli do tvrtke teške gotovo 31 milijardu dolara. Na samom početku Brian i

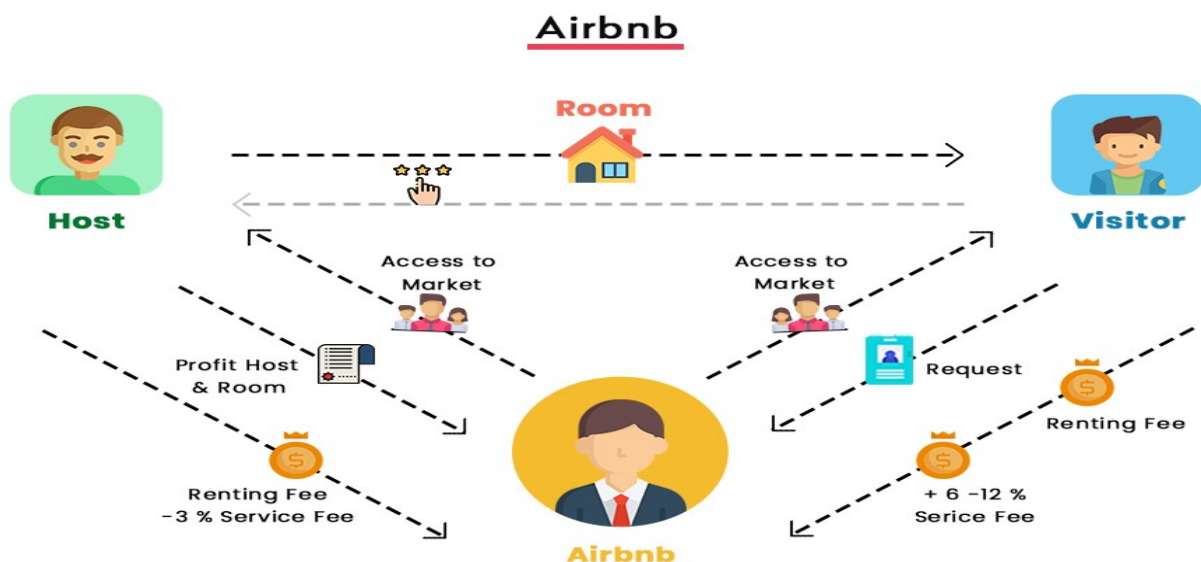
¹⁴ How Does Airbnb Make Money? – Airbnb Business Model Explained, 2019. <https://www.apurple.co/airbnb-business-model-know-how-does-airbnb-work/> (pristupljeno 28.7.2020.)

Joe su iznajmljivali prostor sa zračnim madracima uz uslugu doručka. Izradili su jednostavnu web stranicu pod nazivom airbadandbrackfast.com. Od prvih gostiju su dobili 80\$ po svakom gostu. Što znači 240\$ od prva tri gosta. Nakon što su gosti otišli a oni dobro zaradili uvidjeli su da je to jedna jako dobra ideja na kojoj se može dobro zaraditi. Ali ponajprije treba dobro realizirati plan. Prvo su uvidjeli da fotografije tog prostora kojeg su iznajmljivali nisu baš privlačne stoga su išli od vrata do vrata i u NYC fotografirali kuće s popisa, te ih postavili na SXSW te zaprimili dvije rezervacije. Zatim su pozvali bivšeg cimera kao suosnivača za izgradnju stranice. Te su u početku počeli zarađivati 200\$ tjedno u četiri mjeseca. Zatim su u prvom financiranju dobili 20000\$ od Paula Grahama. Onda su došli do jedne lude ideje da kutije žitarica prodaju tijekom izbora po 40\$ svaku. Nazvali su pakiranja Obama 0's, a u roku od tjedan dana pozvani su u emisiju „Dobro jutro Amerika“. Za nekoliko dana prodavali su kutije žitarica po 40\$ svake tri minute, te naposljetku zaradili 30000\$. Tjedna zarada se povećala na 400\$. Unatoč odbijanju poznatog poslovnog čovjeka Freda Wilsona, dobivaju ponudu od poznatog bubnjara Barry Manilow's-a koji je unajmio cijelu kuću. Uz mnoge investitore koji su uložili u Airbnb dosegli su današnji prihod od 31 milijarde dolara.

4.1.1. Airbnb poslovni model

Ekonomija dijeljenja omogućena je razvojem novih tehnologija, te gotovo uvijek uključuje razmjenu podataka ili transakcije putem interneta. U tom smislu ekonomija suradnje obuhvaća tri glavne kategorije sudionika: pružatelji usluga, korisnici usluga i posrednici. Pružatelji usluga su sudionici koji dijele dobra, resurse, vrijeme i/ili vještine. Pružatelji usluga mogu biti privatne osobe koje usluge nude povremeno ili profesionalni pružatelji usluga (što može uključivati i trgovačka društva). Drugu skupinu sudionika ekonomije dijeljenja čine korisnici ponuđenih usluga, koji u nekim slučajevima mogu istovremeno imati ulogu i pružatelja usluga. Zadnju skupinu čine posrednici koji putem internetskih kanala povezuju pružatelje usluga i korisnike te olakšavaju transakcije između njih koristeći se platformama za suradnju.¹⁵ Model prihoda Airbnb-a je ravan i jednostavan. Primarni prihod Airbnb dolazi od naknada za domaćine i putnike.¹⁶

Slika 4.: Poslovni model Airbnb



Izvor: <https://www.apurple.co/wp-content/uploads/2020/04/airbnb-works.jpg>

Slikovni prikaz 4. Prikazuje poslovni model Airbnb-a, koji obuhvaća domaćina, gosta i posrednika u ovom slučaju Airbnb. Domaćin nudi smještaj, a gost traži smještaj, te ako se odluči boraviti u tom smještaju ostavlja recenziju tj. svoju ocjenu i utisak na

¹⁵ Brozović V., Hrastić F., Meštrović L., Bilić H.: Empirijsko istraživanje ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj: navike i zadovoljstvo mladih korisnika uslugama prijevoza na zahtjev, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2018., 6-7 str.

¹⁶ How Does Airbnb Make Money? – Airbnb Business Model Explained, 2019.

<https://www.apurple.co/airbnb-business-model-know-how-does-airbnb-work/> (pristupljeno 28.7.2020.)

domaćina. Da bi uopće došlo do obostranog zadovoljstva posluje se preko posrednika koji omogućuje domaćinu i gostu pristup tržištu uz određenu naknadu. Zatim domaćin može objaviti svoj smještaj na stranicama Airbnb-a, a gost može poslati zahtjev da ga interesira taj smještaj i da bi boravio u njemu.

Struktura troškova omogućuje da steknemo duboko razumijevanje Airbnb strategijske zarade. Airbnb će domaćinima naplatiti 10% stana za svaku izvršenu rezervaciju. Čak im se naplaćuje naknada od 3% za pripremu procesa otplate putničkog plaćanja. Naknada može biti veća za Airbnb Plus unos. Putnici ili gosti mijenjaju se sa 6-12% naknade na temelju veličine rezervacija i vrste uvrštenja. Ovaj se iznos putnicima ne vraća. Rezervacija za grupu ili obitelj može uštedjeti novac za druge troškove tijekom putovanja. Dakle, ovo je glavni tok prihoda kroz koji Airbnb zarađuje novac.¹⁷

¹⁷ loc.cit

4.1.2. Airbnb smještajne jedinice

Kako bi pronašli odgovarajuću smještajnu jedinicu koristimo pretraživač na stranicama Airbnb-a. Uporabom filtre za pretraživanje poput onih za raspon cijene ili sadržaje u smještaju (npr. bazen) kako bi suzili pretragu i pronašli točno ono što želimo. Potrebno je detaljno pregledati cijeli oglas, pregledati fotografije, te pročitati recenzije koje su domaćinu napisali prijašnji gosti kako bi saznali kakav je dojam smještaj ostavio na njih.

Vrste objekta koje Airbnb nudi su: kuća, stan, bed and breakfast, boutique hotel, apartman s dodatnim uslugama, apartman za goste, brvnara, bungalov, gostinjska kuća, hostel, hotel, kuća u nizu, loft, odmaralište, planinska kuća, seoska kuća, vila.

A od jedinstvenih smještajnih jedinica to su: brod, casa particular (Kuba), cikladska kuća (Grčka), dammuso (Italija), dvorac, hotel baština (Indija), iglu, jurta, kamper/rekreacijsko vozilo, kampiralište, koliba, kupolasta kuća, kuća na stablu, kuća brod, minijaturna kuća, minsu (Tajvan), otok, pansion (Južna Koreja), pastirska koliba (UK, Francuska), pousada (Portugal), ryokan (Japan), smještaj na farmi, smještaj u prirodi, staja, svjetionik, tipi, trullo (Italija), vjetrenjača, vlak, zemljana kuća, zrakoplov, šator, špilja.

Također putem pretraživanja možemo odrediti tip mjesta koji želimo, npr.: cijeli prostor, privatna soba, hotelska soba ili zajednička soba. Pomoću filtera može se odabrati koliki broj soba, kreveta i kupaonica je poželjan. Jesu li kućni ljubimci dobrodošli ili da li je dozvoljeno pušenje. Bez obzira na to gdje se nalazimo u svijetu, Airbnb-ova podrška dostupna je od 0 do 24h na različitim jezicima.

Jezici koje domaćini govore su engleski, njemački, talijanski, španjolski, arapski, portugalski, indonezijski, korejski, tajski, grčki, hebrejski, malajski, danski, norveški, češki, ukrajinski, francuski, japanski, ruski, kineski, Hindi, turski, nizozemski, bengalski, pandžapski, znakovni, poljski, Tagalog, švedski, finski i mađarski.

Sadržaj koji dodatno gost može zahtijevati su da objekt ima kuhinju, šampon, grijanje ili klima-uređaj.

Također se nude opcije poput Superhost (priznanje najboljim domaćinima); pristupačnost (što vam je potrebno za neometano kretanje po prostoru) – ulazak u smještaj (nema stepenica na ulazu, dobro osvijetljen put do ulaznih vrata, širok ulaz za goste, na stazi koja vodi do ulaznih vrata nema stepenica), kretanje smještajem (širok hodnik, dizalo), spavaća soba (nema stepenica na ulazu, široka ulazna vrata, krevet podesive visine, slobodan prostor oko kreveta, krevet s električnim

podizačem), kupaonica (nema stepenica na ulazu, širok ulaz u kupaonicu z goste, dovoljno prostora oko WC školjke, WC školjka prilagođene visine, učvršćeni rukohvati uz WC školjku, dovoljno prostora oko tuš-kade, učvršćeni rukohvati u tušu, tuš u ravnini s podom, kada sa stolicom za kupanje), zajedničke prostorije (nema stepenica na ulazu, širok ulaz), parking (parking mjesto za osobe s invaliditetom), oprema (pokretna dizalica, bazen s dizalicom za spuštanje, dizalica pričvršćena za strop).

Verificirani smještaj: Airbnb plus (odabrani smještaj provjerene kvalitete i stila uređenja), Aibnb Luxe (probrani luksuzni smještaj koji nude usluge s osobnim pristupom).¹⁸

Sigurnost je najvažnija tako je Airbnb osmišljen da pruža zaštitu i na Internetu i u stvarnom svijetu. Iako nijedan sustav provjere nije savršen, njihove domaćine i goste provjeravaju koristeći se međunarodnim evidencijama podataka za borbu protiv terorizma i zločina. U slučaju domaćina i gostiju u SAD-u, provode i dodatnu provjeru osobnih podataka. Njihova platforma za sigurno plaćanje osigurava da novac ode domaćinu i nikom drugom, zato od gosta i zahtijevaju da uvijek plaćaju putem Airbnb-a te da ni u kojem slučaju ne pristaju na izravno plaćanje ili slanje novca bankovnim transferom.¹⁹

¹⁸ Airbnb home page: <https://hr.airbnb.com/s/homes> (pristupljeno 14.5.2020.)

¹⁹ Airbnb, povjerenje i sigurnost: <https://hr.airbnb.com/trust> (pristupljeno 14.5.2020.)

4.1.3. Airbnb vs. Hoteli

Airbnb ne naplaćuje domaćinu nikakvu naknadu za knjiženje njihovog zajedničkog prostora ili smještaja na privremeni najam. Kada turist posjeti platformu Airbnb radi traženja odredišta, grada i mjesta koje namjerava posjetiti, Airbnb pruža obilje popisa domaćina u turističkoj potrazi. Prijava će biti potrebna kada turist želi rezervirati smještaj, a prijava je besplatna. Za turiste je potrebno unajmiti postupak provjere smještaja i plaćanje. Ako domaćin prihvati turističku rezervaciju, turistu se naplaćuju troškovi boravka, 6-12% Airbnb provizije, depozit za štetu i naknada za čišćenje. Dok se domaćinu naplaćuje 3% Airbnb naknade. Airbnb usluge su rezervacije, provjera, plaćanje, 24/7 korisnička usluga, povratne informacije pregledom, turistički vodiči te osiguranje imovine i odgovornosti. Navodi se da je otprilike 72% Airbnb najamnina ilegalno. Dok hotel nudi turističke usluge kao što su sala za sastanke, hotel, hrana, ugostiteljstvo, piće, telefon, pranje rublja i kemijsko čišćenje, internet, prodaja, iznajmljivanje filmova u sobi, zabava, trgovina suvenirima i maloprodaja, rekreacijski i sportski sadržaji, poslovni centri, prihodi od parkiranja i lječilišta. Odmarališna naknada su dodatne naknade koje se gostu naplaćuju za pristup hotelskim sadržajima.²⁰

Airbnb je milijune turista uvjerio da ostanu u kući čudnog domaćina i domaćini da privremeno unajmljuju svoje apartmane neobičnom turistu. Što se tiče sigurnosti, postoje slučajevi turista koji koriste Airbnb domove s domaćinima. Postoji nedostatak nadzora Airbnb na licu mjesta. Ta je činjenica izvor frustracije Airbnb. Značajna pitanja uključuju nedostatak sposobnosti za provjeru sigurnosnih i sigurnosnih pitanja.

Hotel pruža komercijalno sigurno i sigurno okruženje za turiste. Hotel nudi visoke standardne sigurnosne standarde za sve aspekte zaštite od požara, obuku za krstarenje, izgradnju i upravljanje incidentima. Označeni hoteli imaju sigurnosne zahtjeve i zaštitu kao što su mrtva brava u sobi za goste = brave, sigurnosne brave na vratima, siguran ključni elektronički sustav, sobni telefoni, detektor požara, sustavi za zaštitu od požara, protupožarni sustav, testiranje kvalitete vode, uređaji za

²⁰ Airbnb vs. Hotels: <https://www.vsprices.com/airbnb-vs-hotel/>(pristupljeno 5.7.2020.)

gašenje požara javnih površina , generatori, siguran sustav prozora i sigurno spremište prtljage.²¹

Tablica 1.: Usporedna hotela i Airbnb-a

	Hoteli	Airbnb
Iskustvo gostiju	Općenito standardizirani i dosljedni Izgrađen da se osjećate kao "dom"	Svaka soba i nekretnina jedinstveni su za to područje Obično pod velikim utjecajem lokalne kulture
Inventar	Inventar mora biti izgrađen ili kupljen Tipično skupo i pravovremeno stvaranje	Minimalna cijena i vrijeme za stvaranje
Putovanje gostiju	Korisnici ne prolaze sve faze na jednoj platformi Međuresorna komunikacija obično je neusklađena	Korisnici završavaju sve faze na Airbnb-u (uključujući istraživanje, rezervacije, recenziju)
Sigurnost	Visoko regulirano Pridržava se strogih pravnih standarda	Općenito malo propisa Svojstva koja ne podliježu istim sigurnosnim standardima Gostima nije zajamčena ista zaštita
Utjecaj zajednice	Tipično velika korporativna odgovornost Turizam podržava lokalna poduzeća Stvara poslove	Manje utvrđena korporativna odgovornost Povećava cijene nekretnina
Usluge gostima	Neusporediva usluga za goste Usluga je obogaćena nudeći sadržaje 24/7	Usluga ograničena, uglavnom ovisi o domaćinu

Izvor: vlastita izrada autora prema: <https://www.micrometrics.com/airbnb-vs-hotels-the-fight-for-the-modern-day-traveler/>

Airbnb prihvaća kritike i domaćina i gosta. Domaćin pregledava goste i njihov dom, a domaćini pregledavaju goste i njihovo ponašanje. Platforma za recenziju domaćina i

²¹ loc. cit.

gostiju pruža poveznicu koja zajedno drži sredinu povjerenja Airbnb. Ugled domaćina Airbnb može se narušiti gnusnim pregledom smještaja domaćina. Loša recenzija domaćina na gosta utjecat će na mogućnost gosta da ga u budućnosti prihvati domaćin Airbnb. Turist bi se trebao osloniti na kritiku gostiju o domaćinu, jer Airbnb ne pregleda svojstva domaćina. Hotel pruža izvrsno iskustvo svom gostu, opskrbljujući domaće okruženje za gosta koji ima modernu opremu i sadržaje. Hotel nudi gostu sigurnost i sigurno okruženje.²²

Tablica 2.: Hoteli vs. Airbnb

	Airbnb	HOTEL
Raspon cijena	★	
Check in/out (prijava/odjava)		★
Iskustvo	★	
Standardi		★
Raznolikost	★	
Lokacija		★
Posjed (velike grupe)	★	
Posluga u sobu		★
Recepcija		★
Pravno odobren		★

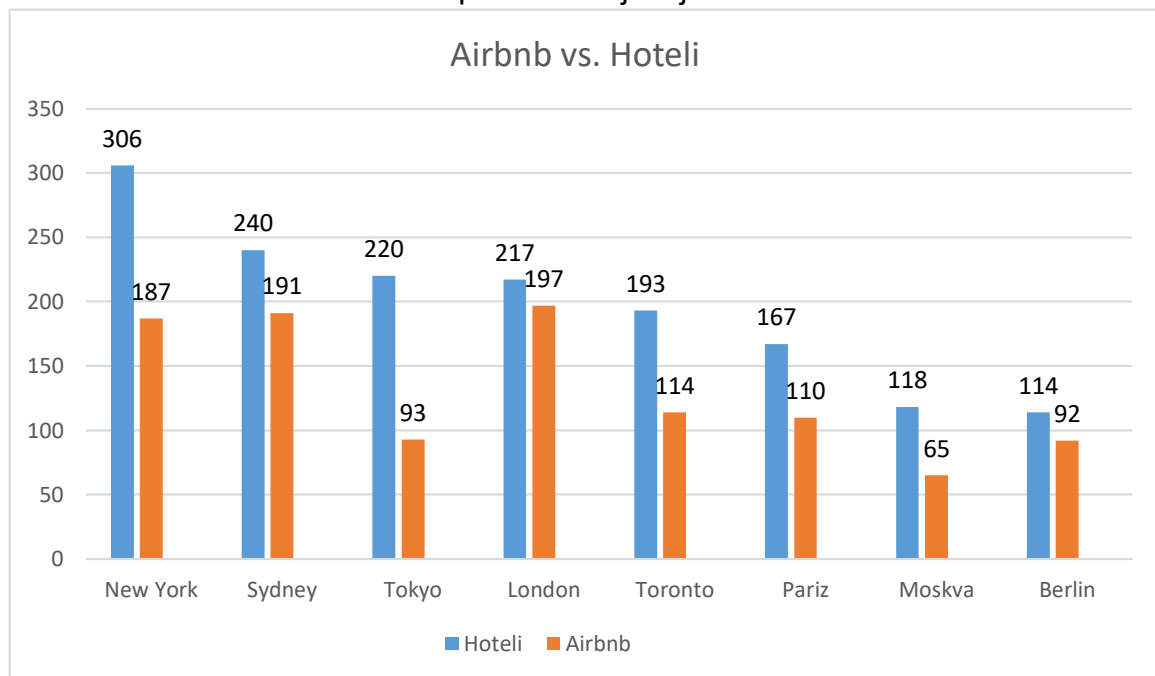
Izvor: vlastita izrada autora prema: <https://i2.wp.com/www.vsprices.com/wp-content/uploads/2019/09/2711-airbnb-vs-hotel-1.png?fit=1200%2C628&ssl=1>

Airbnb omogućuje gostu da odabere gdje će živjeti na temelju susjedstva, raspoloživosti, cijene, prethodnog turističkog pregleda i značajki smještaja. Domaćini pružaju svojim domovima i opremu dostupnu svom domaćinu. Turist može dobiti privatne sobe u rasponu od 49 do 149 dolara. Mogu dobiti i apartmane s više spavaćih soba, a privatni studiji mogu se unajmiti od 89 do 595 dolara po noći. Sve

²² Loc.cit

Airbnb cijene uključuju Airbnb naknadu od 6-12% naknade za čišćenje. Na primjer, rezervacija košta 117 dolara po noći, plus 32 (12%) Airbnb naknade za čišćenje. Hotel nudi sadržaje kao što su suvenirnica i maloprodaja, sala za sastanke, internet, praonica rublja i kemijsko čišćenje, zabava, poslovni centri, rekreacija i sportski sadržaji. Ovi se temelji na svrsi posjete hotela i tržišnom segmentu koji je možda turistički na poslovnom ili u slobodno vrijeme.²³

Grafikon 1.: Prosječna cijena najma sobe za jednu noć (u dolarima (\$)) u odabranim metropolama u siječnju 2018.



Izvor: izrada autora prema McCarthy, N. (2018), Dostupno na: <https://goo.gl/YfgP5t>

Usporedbom prosječnih cijena smještaja za jednu noć u velikim svjetskim gradovima, iz vizualnog prikaza koji zornoukazuje na činjenicu da u odabranim metropolama Airbnb nudi mnogo povoljnije cijene nego hoteli. Kao što je vidljivo na grafikonu 1, u gradovima poput New Yorka, Sydneya, Tokija, Londona, Toronta, Pariza, Moskve i Berlina korisnici bi ostvarili značajne uštede odabirom Airbnb nad hotelskim smještajem. Podatci se odnose na cijene iz siječnja 2018. godine.²⁴

²³ loc. cit.

²⁴ Brozović V., Hrastić F., Meštović L., Bilić H., op. cit., 12-18 str.

5. Couchsurfing kao inovativni smještajni koncept

Couchsurfing u prijevodu bi značio besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču.

Svi bi voljeli putovati a nemaju novaca, te maštaju o besplatnom smještaju. Zahvaljujući internetu maštanje prelazi u stvarnost uz pomoć novog inovativnog rješenja pod nazivom *couchsurfing*. Uz malo surfanja „iz kauča“ može se pronaći besplatan smještaj.

Slika 5.: CouchSurfing



Izvor: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/couch-surfing-and-sharing-economy-concept-vector-7343971>

Couchsurfing je započeo 2004. godine kao mali strastveni projekt osnivača Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan i Leonardo Bassani da Silveira. E-mail grupi učenika na Islandu rodila je ideju da bi ljudi bilo gdje htjeli dijeliti svoje domove sa strancima (ili, kako ih mi volimo zvati, prijateljima koje još niste upoznali).

Couchsurfing je 2004. godine osnovala mala skupina ljubitelja putovanja i kulturne razmjene odlučnih u promjeni svijeta pružajući veći pristup vrstama značajnih doživljaja putovanja koji ovise o povezivanju s ljudima. Brzo je rasla i pretvorila se u

korporaciju koja je usmjerena na misiju u 2011. godini. *Couchsurfing* podržavaju Benchmark, Menlo Ventures, General Catalyst i Omidyar Network.²⁵

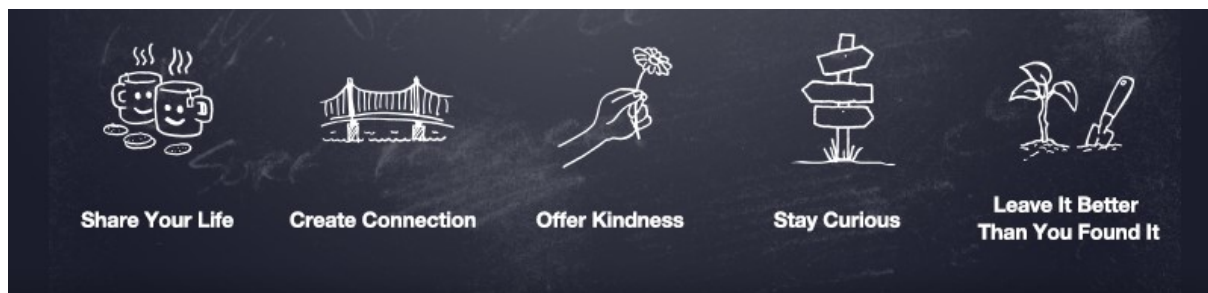
Slika 6.: Logo couchsurfinga



Izvor: https://urbanamladez.hr/wp-content/uploads/2018/05/medium_0c1c68ad-fa43-4f9d-9555-4ba9bba451eb-1.png

Couchsurfing je globalna zajednica od 14 milijuna ljudi u više od 200.000 gradova koji dijele svoj život, svoj svijet, svoje putovanje. *Couchsurfing* povezuje putnike s globalnom mrežom ljudi koji su voljni dijeliti na duboke i smislene načine, čineći putovanje doista društvenim iskustvom.²⁶

Slika 7.: Vrijednosti couchsurfinga



Izvor: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

Slika 7. Prikazuje vrijednosti *couchsurfinga* a to su: podijelite svoj život, uspostavite veze, ponudite ljubaznost, ostanite znatiželjni, ostavite bolje nego kako ste pronašli.

Couchsurferi dijele svoj život s ljudima s kojima se susreću, njegujući kulturnu razmjenu i međusobno poštovanje.²⁷

²⁵ Couchsurfing website: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (pristupljeno 10.6.2020.)

²⁶ loc. cit.

²⁷ loc. cit.

5.1. Povijest couchsurfinga

Ideja o *couchsurfingu* pojavila se 1999. godine kada je Casey Fenton htio posjetiti Island. Poslao je preko 1500 e-mailova studentima na Islandu tražeći smještaj, pedesetak njih mu je odgovorilo te ponudilo smještaj i društvo tijekom boravka na Islandu. Web stranica *Couchsurfing* pokrenuta je u siječnju 2003. godine u suradnji s Danom Hoffer, Sebastienom Le Tuan i Leonardom Silveira, a u javnost je puštena u siječnju 2004. godine. Danas, *CouchSurfing* nije samo web stranica, već zajednica ljubitelja putovanja. Ima preko 14 milijuna korisnika.²⁸

5.2. Princip rada i karakteristike

CouchSurfing radi na principu: ti si mene ugostio, sad ću ja tebe. Imate destinaciju, prijevoz, a nemate smještaj. Na web stranicama *CouchSurfing* može se potražiti što se nudi u mjestu kojeg želimo posjetiti, odabere se jedan od smještaja i kontaktirate se vlasnika. I dobije se besplatan smještaj. Ono što se očekuje zauzvrat je da ćete uzvratiti istom mjerom. Ponuditi svoj kauč onome tko se nađe u vašem kraju.

Kako doći do besplatnog smještaja?

1. Registracija na CouchSurfing.com
2. Uređivanje svog profila
3. Potražiti smještaj ili ponuditi svoj

CouchSurfing nije samo web stranica već zajednica. Članovi prilikom registracije imaju mogućnosti:

- Surf – ako negdje putujete možeš naći besplatan smještaj
- Host – možete ponuditi smještaj nekome tko dolazi u vaš grad
- Activities – upoznavanje ljudi
- Groups –druženje i razmjenjivanje iskustva putem raznih grupa putem Interneta

²⁸ COUCHSURFING – besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču, 2015.

<https://www.putoholicari.rtl.hr/couchsurfing-besplatan-smjestaj-ili-samo-surfanje-na-kaucu-3389/>(pristupljeno 10.6.2020.)

Najveća prednost *couchsurfinga* je ta da se stječu brojna poznanstva. Upoznavanje s domaćinima, njegovom obitelji i prijateljima. Domaćin će pokazati svoju zemlju, upoznati s običajima, nahraniti pravom domaćom hranom, voditi na mjesta koja nisu zapisana u vodičima.

Svima prvo prođe kroz glavu: „A što ako je domaćin neki luđak, ubojica, lopov?“ I sasvim je normalno da se takve stvari zapitaju jer je sigurnost na prvom mjestu. Pitanja se vrte i oko, što ako domaćin otkáže smještaj a mi smo već pred vratima, što ako je neugodan, nepristojan i dosadan. No na takva pitanja ima odgovor jer svaki domaćin i svaki gost se ocjenjuje. Prije nego se odabere domaćin ili gost prolazi se njegovim profilom na kojem se osim osobnih podataka nalaze i ocjene odnosno komentari ostalih *couchsurfera* koji su ga upoznali. Komentari su neizbrisivi, te se mogu vidjeti da li se domaćin/gost popravio ili pokvario.

Tri su vrste sigurnosnih mjera:

Reference – *Couchsurferi* ostavljaju komentare o članovima koje su upoznali.

Verifikacija – Član uplati određenu svotu novca preko kreditne kartice ili Paypala i tada dobiva kod koji unosi u svoj profil, time potvrđuje svoj identitet i lokaciju. Verifikacija nije obavezna. Ovo je glavni izvor prihoda za *CouchSurfing*.

Vouchevi – Dodjeljuju ih *Couchsurferi* onim članovima koje su dobro upoznali i u koje imaju potpuno povjerenje. Da bi član mogao dodjeljivati voucheve, prvo netko mora njemu dodijeliti vouch i to tri puta.

Osim ovih tri sigurnosnih mjera tu su i ambasadori. Ambasadori su članovi volonteri koji su dodijeljeni za svaki grad. Njihov zadatak je da promoviraju *CouchSurfing*, upoznaju nove članove s web stranicom i pravilima, pomažu odgovarajući na pitanja, rješavajući razne probleme.²⁹

²⁹ loc.cit.

Misija *CouchSurfinga* glasi: "*Create Inspiring Experiences.*" (Kreirati inspirirajuća iskustva).

Vizija *Couchsurfinga* glasi: "*A world where everyone can explore and create meaningful connections with the people and places they encounter.*" (Svijet u kojem svatko može istraživati i stvarati smislene veze s ljudima i mjestima kojima se susreću).

Svijet gdje su svi inspirirani da pomažu i brinu se jedni o drugima bez obzira na razlike u kulturama. Smisao *CouchSurfinga* nije besplatan smještaj nego druženje i razmjena iskustava i znanja, stvaranju mreže prijatelja u različitim zemljama širom svijeta.³⁰

³⁰ loc.cit

5.3. Couchsurfing u Hrvatskoj

Iz Hrvatske na *CouchSurfing* registrirano je oko 10 000 članova, najviše iz sljedećih gradova: Zagreb, Rijeka, Split, Osijek, Zadar, Pula, Varaždin, Dubrovnik, ali i ostalih gradova. Preko 50% ih je između 18 i 30 godina, imamo 17 ambasador, ali zanimljivija je činjenica da ih je više od 50% žena.³¹

U Hrvatskoj, uz Airbnb i Booking.com, djeluju i druge platforme po pitanju iznajmljivanja kuće, stana ili sobe. *Couchsurfing* je, po iskustvu, veoma zastupljen kod mlađe generacije koja je otvorena i željna novih poznanstava. Tako je dosta onih koji se oglašavaju na toj platformi, nudeći slobodan kauč/krevet nekome za prenoćiti par noći, ne tražeći ništa zauzvat osim vraćanja iste usluge. U Hrvatskoj je upravo *couchsurfing* jedan od najdulje prisutnih modela ekonomije dijeljenja, sa oko 10 tisuća registriranih članova, uglavnom žena iz većih gradova. Postupak rezervacije smještaja putem ove platforme je vrlo jednostavan. Nakon besplatne registracije, na web stranici *Couchsurfinga* pretraže se dostupni smještaji u mjestu koje se želite posjetiti, odabere se jedan, kontaktira vlasnik i to je čitava procedura za dolazak do besplatnog smještaja. Ono što se potom očekuje od korisnika je da uzvрати istom mjerom. *Couchsurfing* dolazi do prihoda naplatom potvrda članova (član uplati određenu svotu novca i dobiva kod koji unosi u svoj profil, čime potvrđuje svoj identitet i lokaciju) te premium uslugama. Platforma ostvaruje zaradu kroz povezivanje sa svim ostalim dionicima putničke industrije koji nude usluge prijevoza, posluživanja hrane, kreiranja sadržaja i koji zajedno kreiraju pakete za premium članove.³²

³¹ COUCHSURFING – besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču, 2015.

<https://www.putoholicari.rtl.hr/couchsurfing-besplatan-smjestaj-ili-samo-surfanje-na-kaucu-3389/> (pristupljeno 10.6.2020.)

³² Kovačević M., op.cit., 55-60 str.

6. Usporedba *couchsurfinga* i Airbnb-a

Iako su *Couchsurfing* i Airbnb obje internetske zajednice koje pomažu korisnicima da ugoste strance u svojim domovima, one se razlikuju u važnom smislu: *Couchsurfing* zabranjuje novčano plaćanje dok je Airbnb izgrađen oko njega. *Couchsurfing* nastoji naglasiti dijeljenje ljudskih odnosa, a ne izgled kuća kao u Airbnb-ovom slučaju. Airbnb, u usporedbi s *Couchsurfingom*: podiže uočene potrebe za sudjelovanjem, usredotočuje fokus između ljudi i mjesta na kojima boravi, a ne samo na ljude koji ostaju, i daje moć gostima umjesto domaćinima.³³

Couchsurfing je online platforma za zamjenu kuća ili stanova (domova) u svrhu besplatnog boravka na određenoj destinaciji. Primjerice, obitelj iz Londona želi na odmor u Dubrovnik, dok obitelj iz Dubrovnika želi posjetiti London; međusobno će zamijeniti svoje domove na dogovoreni period i time ostvariti značajne uštede. *Couchsurfing* se također odnosi na besplatnu razmjenu smještaja, s naglaskom na povezivanju i stvaranju poznanstava na putovanjima.

Dok s druge strane Airbnb je poznatiji model ekonomije dijeljenja, više ga korisnika koristi, nudi više vrsta smještaja, u više različitih gradova.

U nastavku je u tablici 3. opisana usporedba Airbnb-a i *couchsurfinga* kao inovativnog smještajnog koncepta.

³³ Klein M., Zhao J., NI J., Johnson I., Mako Hill B., Zhu H.: Quality Standards, Service Orientation, and Power in Airbnb and Couchsurfing, 2017., 1-4str.

Tablica 3.: Usporedba *couchsurfinga* i Airbnb-a

	Couchsurfing	Airbnb
Smještajne jedinice koje nude	Couchsurferi otkrivaju svijet, svoj grad i imaju želju za razmjenom domova u 200.000 gradova širom svijeta.	18 vrsta objekata i 32 jedinstvene smještajne jedinice u 191 državi
Broj korisnika	14 milijuna	150 milijuna ³⁴
Elementi web stranica	O nama, početak rada, sigurnost, zajednica, podrška	Više informacija (kako funkcionira Airbnb, različitosti i pripadanje, protiv diskriminacije, povjerenje i sigurnost), zajednica, postanite domaćin, podrška
Promocija	<ul style="list-style-type: none"> • Podijeli svoj život • Uspostavi vezu • ponudite ljubaznost • ostanite znatiželjni • ostavite bolje nego kako ste pronašli 	<ul style="list-style-type: none"> • Kako funkcionira pretraživanje na Airbnbu • Kako svoj smještaj pretvoriti u pravi hit na društvenim mrežama • Poboljšajte kvalitetu fotografiju u oglasu • Kako osmisлити svoju priču • Korak po korak do savršenog oglasa na Airbnb-u • Savjeti za povećanje broja recenzija³⁵
Cijena	Bez naknade	Plaćanje naknade za rezervacije smještaja ³⁶

Izvor: Vlastita izrada autora prema:

<https://iproertymanagement.com/research/airbnb-statistics>,

<https://hr.airbnb.com/resources/hosting-homes/t/marketing-promotion-10>,

<https://hr.airbnb.com/help/topic/1486/cijene>

Prema podacima iz tablice 3. možemo vidjeti velike razlike između *couchsurfinga* i Airbnb-a. Airbnb broji 150 milijuna korisnika u 191 državi, dok *couchsurfing* ima 14 milijuna korisnika u 200.000 gradova. *Couchsurfing* se razlikuje od Airbnb-a po tome

³⁴ Airbnb statistics: <https://iproertymanagement.com/research/airbnb-statistics> (pristupljeno 10.6.2020.)

³⁵ Airbnb marketing i promocija: <https://hr.airbnb.com/resources/hosting-homes/t/marketing-promotion-10> (pristupljeno 14.5.2020.)

³⁶ Airbnb cijene: <https://hr.airbnb.com/help/topic/1486/cijene> (pristupljeno 14.5.2020.)

što ne treba platiti nikakvu naknadu da bi postali članom, bitno je samo da imamo volju i želju za istraživanjem svijeta, svog grada te da postanemo domaćin. Dok ako želimo postati član Airbnb-a moramo platiti određenu naknadu za rezervaciju smještaja. Airbnb čini jedinstvenim globalna zajednica putnika, domaćini kojima je zaista stalo, na raspolaganju su od 0-24h i brinu o svakoj rezervaciji. Airbnb pomaže svojim korisnicima u marketingu i promociji kroz šest članaka. Ti se članci odnose na: kako funkcionira pretraživanje na Airbnb-u, kako svoj smještaj pretvoriti u pravi hit na društvenim mrežama, poboljšajte kvalitetu fotografiju u oglasu, kako osmisлити svoju priču, Korak po korak do savršenog oglasa na Airbnb-a i savjeti za povećanje broja recenzija. Promocija *couchsurfinga* se izražava preko vrijednosti a to su podijelite svoj život, uspostavite veze, ponudite ljubaznost, ostanite znatiželjni, ostavite bolje nego kako ste pronašli. Elementi web stranica kod *couchsurfinga* obuhvaćaju: podatke o njima (*couchsurferima*), početak rada, sigurnost, zajednica, te podrška. Dok su elementi web stranice Airbnb-a: više informacija (kako funkcionira Airbnb, različitosti i pripadanje, protiv diskriminacije, povjerenje i sigurnost), zajednica, kako postati domaćin i podrška.

Prema ovoj usporedbi možemo zaključiti kako je Airbnb zastupljeniji model ekonomije dijeljenja od *couchsurfinga*. Ima više korisnika, više je rasprostranjeniji, nudi više mogućnosti. U neku ruku je i sigurniji, jer sve ide preko posrednika, ali za sve to moramo platiti naknadu, koju kod *couchsurfinga* ne bi morali platiti, ali bi morali imati veliko povjerenje u tog nekoga tko bi s nama mijenjao dom i da li bi ostavio sve kako je i pronašao, da ne bi nešto uništio itd. Dok kod Airbnb-a takve su šanse manje da nas dočeka nešto ukradeno, razbijeno itd.

7. Zaključak

Pozornost u radu stavljena je na ekonomiju dijeljenja u ugostiteljstvu i *couchsurfing* kao inovativni smještajni koncept. Ekonomija dijeljenja je ponajviše opisana kroz primjer Airbnb-a, čije se napredovanje u poslovanju vidi iz godine u godinu, te se u budućnosti očekuje još veći rast tržišta. Iako ekonomija dijeljenja predstavlja „prepreku“ ugostiteljima, te im „uzima“ goste, ona sama po sebi ima i negativnih karakteristika koje ugostiteljima idu u korist. To su na primjer informacije koje mogu dobiti na recepciji, veća sigurnost, usluga 24/7 i slično. Jedna od najvećih mana ovog oblika poslovanja koju države ne podržavaju je ta što država nema nikakve koristi od tog načina poslovanja te pokušavaju pronaći neka rješenja kako bi na kraju ipak uspjeli neku korist iz toga i izvući. Cijeli model poslovanja ide kroz posrednike, a Airbnb tako i zarađuje. Još jedan oblik ekonomije dijeljenja je *couchsurfing*. Iako *couchsurfing* po nekim karakteristikama je pomalo sličan Airbnb-u on ima i različitosti poput te da oni ne traže plaćanje naknade poput Airbnb-a te se u ovakvom obliku poslovanja očekuje da ako netko nas ugosti da ćemo i mi zauzvat i njega ugostiti bez ikakvih financijskih očekivanja. U ovom obliku je naglašena ljudskost, druženje i stjecanje novih poznanstava. U Hrvatskoj je ekonomija dijeljenja počela poprimati oblik, više ljudi zna o ovoj novoj ekonomiji, te se sve više ovakav oblik ekonomije širi. U Hrvatskoj su najzastupljeniji Booking.com i Airbnb, iako i *couchsurfing* broji velik broj hrvatskih članova. Ekonomija dijeljenja je potrebna svijetu, jer uz ovakav način poslovanja ljudi imaju više samopouzdanja, te pouzdanja u druge, više su ljubazniji i brinu za druge, jer se očekuje kako mi brinemo o tuđim stvarima, da će nam se vratiti obostrano tako što će i netko drugi mariti za nas i naše stvari. Ovaj oblik ekonomije je i znatno povoljan, jer i s malim budžetom svi koji žele proputovati svijetom i nešto vidjeti to sada i mogu. Usporedbom ova dva oblika ekonomije dijeljenja Airbnb i *couchsurfing* došli smo do zaključka da Airbnb broji više članova oko 150 milijuna korisnika u 191 državi, dok *couchsurfing* ima 14 milijuna korisnika u 200.000 gradova. Glavna prednost *couchsurfinga* je ta što ne treba platiti nikakvu naknadu, dok kod Airbnb-a treba, ali ćemo zbog posrednika u Airbnb-u imati veću sigurnost. Airbnb nudi više smještajnih jedinica, dok *couchsurfing* nudi mogućnost „ja tebi – ti meni“, tj. ja ću tebe ugostiti ali očekujem zauzvat i da ćeš ti mene. Iako sada u Hrvatskoj i svijetu vlada epidemija korona virusa smatram da će ekonomija dijeljenja bez obzira na ovu situaciju sa epidemijom u budućnosti još više koristiti, još više će

biti poznatiji i s razvojem još raznih mogućnosti koje bi mogli nuditi postat će glavni trend traženja smještaja bilo za ljetovanje, neke prigode, poslove i razno. Proširiti će se u još više gradova i brojat će još više korisnika. Samo je trenutno potrebno vremena dok epidemija prođe, da se smanje rizici i poveća sigurnost.

Literatura

Brozović V., Hrastić F., Meštrović L., Bilić H.: Empirijsko istraživanje ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj: navike i zadovoljstvo mladih korisnika uslugama prijevoza na zahtjev, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2018.

Dodig I., Rađenović Kozić B.: Ekonomija dijeljenja (*sharing economy*) i marketinški aspekti njenog razvoja, 2018.

(https://www.researchgate.net/publication/327426158_EKONOMIJA_DIJELJENJA_SHARING_ECONOMY_I_MARKETINSKI_ASPEKTI_NJENOG_RAZVOJA)

Klein M., Zhao J., Ni J., Johnson I., Mako Hill B., Zhu H.: Quality Standards, Service Orientation, and Power in Airbnb and Couchsurfing, 2017.

Kovačević M.: Razvoj ekonomije dijeljenja u Hrvatskoj, Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike, 2018.

(<https://repositorij.unizg.hr/islandora/object/foi:3906/preview>)

Web

Airbnb cijene: <https://hr.airbnb.com/help/topic/1486/cijene> (pristupljeno 14.5.2020.)

Airbnb home page: <https://hr.airbnb.com/s/homes> (pristupljeno 14.5.2020.)

Airbnb marketing i promocija: <https://hr.airbnb.com/resources/hosting-homes/t/marketing-promotion-10> (pristupljeno 14.5.2020.)

Airbnb, povjerenje i sigurnost: <https://hr.airbnb.com/trust> (pristupljeno 14.5.2020.)

Airbnb statistics: <https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics> (pristupljeno 10.6.2020.)

Airbnb vs. Hotels: <https://www.vsprices.com/airbnb-vs-hotel/> (pristupljeno 5.7.2020.)

COUCHSURFING – besplatan smještaj ili samo surfanje na kauču, 2015.

<https://www.putoholicari.rtl.hr/couchsurfing-besplatan-smjestaj-ili-samo-surfanje-na-kaucu-3389/> (pristupljeno 10.6.2020.)

Couchsurfing website: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/> (pristupljeno 10.6.2020.)

EU pomaže u ponovnom pokretanju turizma u Europi, https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/travel-and-transportation-during-coronavirus-pandemic/eu-helps-reboot-europes-tourism_hr (pristupljeno 20.8.2020.)

HGK, <https://www.hgk.hr/documents/poteskoce-u-poslovanju-i-covid-19hgk5e5b8959356f5.pdf> (pristupljeno 20.8.2020.)

How Does Airbnb Make Money? – Airbnb Business Model Explained, 2019.

<https://www.apurple.co/airbnb-business-model-know-how-does-airbnb-work/>(pristupljeno 28.7.2020.)

Može li 'ekonomija dijeljenja' ugroziti privatni turistički smještaj?, 2015.

<http://www.poduzetnistvo.org/news/moze-li-ekonomija-dijeljenja-ugroziti-privatni-turisticki-smjestaj>(pristupljeno 15.7.2020.)

Sharing economy ili ekonomija dijeljenja, 2017.

<https://www.hgk.hr/documents/sharing-economy-ili-ekonomija-dijeljenja59eef381abbb0.pdf> (pristupljeno 14.5.2020.)

Središnji državni portal, Ministarstvo turizma i sporta:

<https://mint.gov.hr/vijesti/ugostitelji-covid19-kao-restoragedon/21056> (pristupljeno 23.8.2020.)

Tip travel magazine Hrvatska (izdanje studeni 2015. – siječanj 2016.),

<https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine013hr?e=8066732/31541573>

(pristupljeno 16.5.2020.)

Prilozi

Slike:

Slika 1.: *Sharing economy* – ekonomija dijeljenja

Izvor: https://miro.medium.com/max/4000/1*IBnhk5DHWY7sQVFZUJtPBQ.jpeg

Slika 2.: Logo Airbnb-a

Izvor: <https://i.pinimg.com/originals/3c/bf/be/3cbf148597341fa56f2f87ade90956.png>

Slika 3.: Nastanak Airbnb-a

Izvor: <https://www.apurple.co/airbnb-business-model-know-how-does-airbnb-work/>

Slika 4.: Poslovni model Airbnb

Izvor: <https://www.apurple.co/wp-content/uploads/2020/04/airbnb-works.jpg>

Slika 5.: *CouchSurfing*

Izvor: <https://www.vectorstock.com/royalty-free-vector/couch-surfing-and-sharing-economy-concept-vector-7343971>

Slika 6.: Logo *couchsurfing*a

Izvor: https://urbanamladez.hr/wp-content/uploads/2018/05/medium_0c1c68ad-fa43-4f9d-9555-4ba9bba451eb-1.png

Slika 7.: Vrijednosti *Couchsurfing*a

Izvor: <https://www.couchsurfing.com/about/about-us/>

Grafikoni:

Grafikon 1.: Prosječna cijena najma sobe za jednu noć (u dolarima (\$)) u odabranim metropolama u siječnju 2018.

Izvor: izrada autora prema McCarthy, N. (2018), Dostupno na: <https://goo.gl/YfgP5t>

Tablice:

Tablica 1.: Usporedna hotela i Airbnb-a

Izvor: vlastita izrada autora prema: <https://www.micrometrics.com/airbnb-vs-hotels-the-fight-for-the-modern-day-traveler/>

Tablica 2.: Hoteli vs. Airbnb

Izvor: vlastita izrada autora prema: <https://i2.wp.com/www.vsprices.com/wp-content/uploads/2019/09/2711-airbnb-vs-hotel-1.png?fit=1200%2C628&ssl=1>

Tablica 3.: Usporedba *couchsurfinga* i Airbnb-a

Izvor: Vlastita izrada autora prema:

<https://ipropertymanagement.com/research/airbnb-statistics>,

<https://hr.airbnb.com/resources/hosting-homes/t/marketing-promotion-10>,

<https://hr.airbnb.com/help/topic/1486/cijene>

Sažetak

Predmet ovog rada je novi oblik ekonomije pod nazivom *sharing economy* tj. ekonomija dijeljenja i *couchsurfing* kao inovativan smještajni koncept. U teorijskom dijelu rada je pojmovno opisana ekonomija dijeljenja i *couchsurfing*, a naglasak je stavljen na platforme ekonomije dijeljenja u ugostiteljstvu. Za primjer ekonomije dijeljenja koji je opisan kroz rad je odabrana američka tvrtka Airbnb koja nudi različite smještajne jedinice uz očekivanje provizije, što nije u slučaju *couchsurfinga* koji se temelji na zabrani novčanih plaćanja i kao glavni im je cilj naglasiti dijeljenje ljudskih odnosa. Airbnb je uvelike konkurencija ugostiteljima koji su zabrinuti za svoje poslovanje uslijed širenja tog trenda internetom. Također se može vidjeti kako je takav oblik smještaja traženiji od hotelskog jer je jeftiniji i jer posjetiteljima daje različite opcije i slobodu. U budućnosti se očekuje da će do 2025. vrijednost ekonomije dijeljenja i njezinih usluga porasti na 335 milijardi američkih dolara, sa sadašnjih 15 milijardi, te se u tim godinama izjednačiti i s vrijednošću klasičnih turističkih usluga.

Ključne riječi: *sharing economy* (ekonomija dijeljenja), *couchsurfing*, Airbnb, ugostiteljstvo

Summary

The subject of this thesis is a new type of economy called “sharing economy“, as well as couchsurfing as an innovative accommodation concept. In the theoretical part of the thesis sharing economy and couchsurfing are conceptually explained, with an accent on types of sharing economy in hospitality. Chosen example of sharing economy is an American company Airbnb, which offers various accommodation units for some commission, which is not the case with couchsurfing, which rests on disallowance of money payments and its main goal is to put the accent on sharing human relations. Airbnb is a strong competition for traditional hospitality industry which is worried about its business results due to growth of Airbnb trend on the Internet. It may also be seen how demand for this type of accommodation is bigger than for hotel accommodation because it is cheaper and gives guests multiple options and freedom. It is expecting that the value of sharing economy and her services will grow from current 15 billion to 335 billion USD until 2025 and it will get even with the value of traditional touristic services.

Keywords: sharing economy, couchsurfing, hospitality