

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA

**PREGLED STANJA AIRBNB PONUDBE
NASTANITVENIH KAPACITET V SLOVENIJI**

Ljubljana, junij 2016

TINA HOJS NOVAK

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Tina Hojs Novak, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Pregled stanja Airbnb ponudbe nastanitvenih kapacitet v Sloveniji, pripravljenega v sodelovanju s svetovalko asist. dr. Kaja Rangus.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 EKONOMIJA SOUPORABE	2
1.1 Zgodovina.....	2
1.2 Opredelitev pojma	2
1.3 Umestitev ekonomije souporabe v širšo sliko sodelovalne ekonomije	3
2 AIRBNB.....	5
2.1 Osnovni podatki.....	5
2.2 Pojasnilo glede izrazoslovja	6
2.3 Poslovni model	6
2.4 Opis storitve Airbnb	6
2.5 Stimulacije in priznanja za gostitelje in goste	7
2.6 Airbnb in ekonomija souporabe	9
2.7 Konkurenca.....	10
2.8 Družbeno ekonomski vplivi	10
2.8.1 Potencialni pozitivni vplivi	10
2.8.2 Potencialni negativni vplivi	11
3 ANALIZA.....	13
3.1 Opredelitev raziskovalnega problema	13
3.2 Raziskovalna vprašanja	13
3.3 Metodologija.....	13
3.4 Ocena obsega Airbnb ponudbe.....	14
3.5 Obseg Airbnb ponudbe po slovenskih mestih	16
3.6 Delež gostiteljev, ki imajo po dve ali več nastanitveni enoti in njihov delež v celotni ponudbi	18
3.7 Cikličnost vstopa ponudnikov in njihove ponudbe na tržišče	19
3.8ocene zadovoljstva nad gostitelji in njihovimi namestitvenimi enotami.....	22
3.9 Povzetek ključnih ugotovitev:	24
SKLEP	25
LITERATURA IN VIRI	26
PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Gostitelji z eno nastanitveno enoto ter gostitelji z dvema in več nastanitvenimi enotami v Sloveniji in Ljubljani.....	18
Tabela 2: V spodnji tabeli povzemam pregled ključnih ugotovitev, do katerih sem prišla na podlagi neposrednega zajema in analize podatkov iz Airbnb.	24

KAZALO SLIK

Slika 1: Sodelovalna ekonomija in umestitev ekonomije souporabe.....	5
Slika 2: Število nastanitvenih enot na Airbnb za Slovenijo.....	15
Slika 3: Število ležišč na Airbnb za Slovenijo.....	15
Slika 4: Število nastanitvenih enot na Airbnb za Ljubljano.....	16
Slika 5: Število ležišč na Airbnb za Ljubljano.....	16
Slika 6: Prvih 20 slovenskih mest po številu nastanitvenih enot in ležišč.....	17
Slika 7: Prikaz porazdelitve nastanitvenih enot v Sloveniji po mestih (kraj, število nastanitvenih enot, delež od vseh nastanitvenih enot v Sloveniji).....	18
Slika 8: Število registracij uporabniških računov gostiteljev Airbnb in njihovih nastanitvenih enot za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016 z rdeče označenimi poletnimi meseci (junij, julij, avgust).....	20
Slika 9: Število registracij uporabniških računov gostiteljev Airbnb in njihovih nastanitvenih enot za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016 z rdeče označenimi poletnimi meseci (junij, julij, avgust).....	21
Slika 10: Delež podanih ocen za nastanitvene enote Airbnb za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016	22
Slika 11: Porazdelitev splošne ocene (zvezdice) za nastanitvene enote Airbnb za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016	22
Slika 12: Delež podanih ocen za nastanitvene enote Airbnb za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016	23
Slika 13: Porazdelitev splošne ocene (zvezdice) za nastanitvene enote Airbnb za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016	23

UVOD

Ekonomija souporabe (angl. *Sharing Economy*) je pojem, ki do pred nekaj leti praktično ni obstajal, danes pa je ekonomska realnost, ki je že zaznamovala ekonomijo 21. stoletja. Eden od začetnikov in najbolj prepoznavnih imen ekonomije souporabe je Airbnb.

Vsepovsod po svetu so glavno gonilo ekonomije souporabe njeni uporabniki – fizične osebe – ki so v vlogi tako ponudnikov kot tudi odjemalcev dobrin in storitev. Zakonodajalci pa se na te spremembe in na nove ekonomske realnosti odzivajo počasi in ponekod tudi izrazito negativno. Pri ekonomiji souporabe tako prihaja do sprememb od spodaj navzgor.

Kako se na spremembe odzovejo zakonodajalci ter ostali deležniki, je v veliki meri odvisno od lokalnih specifik (poslovne kulture, okolja in klime, zakonodajnih okvirov, odzivnosti in fleksibilnosti regulatorjev, odprtosti do sprememb, naprednosti, velikosti tržišča, trenutno ekonomsko stanje ...). Pri spremembah seveda pomaga, če imajo vsi deležniki kvalitetne informacije o stanju in spremembah, ki se dogajajo in če vsi vidijo koristi, ki jim jih bodo te prinesle.

V Sloveniji se pri ekonomiji souporabe ponavlja vzorec, ki smo ga videli že (pre)večkrat, in sicer, da imamo zelo napredne posameznike, ki so gonilo razvoja oz. napredka, ter izredno veliko zakonodajnih in birokratskih ovir, ki le s težavo sledijo razvoju, ki je gnan po principu od spodaj navzgor. Posledično pa zamujamo veliko priložnosti, ki bi lahko bile v korist vsem deležnikom.

Ker je ekonomija souporabe kratkoročnih namestitvenih kapacitet v velikem svetovnem razmahu in je pri nas enak trend na strani ponudnikov in uporabnikov, obenem pa je to področje pri nas izrazito slabo oz. neživiljenjsko urejeno, sem se odločila v strokovni nalogi obravnavati ekonomijo souporabe kratkoročnih nastanitvenih kapacitet na primeru Airbnb za področje Slovenije in Ljubljane.

Namen zaključne strokovne naloge je tako vzpodbuditi in biti v pomoč pri uvedbi sprememb, ki bodo omogočile oddajanje svojih lastnih domov (torej domov v katerih gostitelj stalno prebiva) po načelih ekonomije souporabe in drugih zasebnih nastanitvenih kapacitet za namene kratkoročnega oddajanja vsakomur, ki bo to hotel, na enostaven, hiter in pošten način. Obenem pa da bo od tega imela korist tudi družba kot celota.

Cilj zaključne strokovne naloge je strokovni in širši javnosti priskrbeti kakovostne podatke in pripraviti izhodiščno analizo Airbnb ponudbe, na osnovi katere se nato lahko razvije širša ekonomska in družbeno politično razprava, v kateri bodo vsi udeleženi imeli enake kakovostne izhodiščne podatke. Vsi zainteresirani deležniki pa lahko na osnovi pridobljenih podatkov tudi sami delajo nadaljnje analize in ocene vplivov.

1 EKONOMIJA SOUPORABE

1.1 Zgodovina

Souporaba spremlja človeštvo že od nekdaj. Vendar je šele v zadnjem času, s pomočjo sovpadanja več socio-ekonomskih in tehnoloških dejavnikov, doživela globalen in nezanemarljiv vpliv na ekonomijo obstoječih tržišč in poslovne modele (Belk, 2013, str.1).

Pojem ekonomija souporabe se je prvič pojavil šele pred dvema desetletjema, veljavo pa je pridobil šele v obdobju zadnjega pol desetletja.

Najbolj ključni socio-ekonomski in tehnološki dejavniki, ki so omogočili pojav in razcvet ekonomije souporabe:

- od leta 2008 trajajoča globalna ekonomska kriza, ki je povzročila znaten upad kupne moči potrošnikov, ter izginjanje srednjega sloja, ki so bili do tedaj gonilo potrošništva;
- zrelost in dostopnost tehnologije (npr. interneta, pametnih telefonov ...) ter razmah družbenih mrež, ki so skupaj omogočili učinkovito, hitro, enostavno in poceni povezovanje posameznikov oz. fizičnih oseb ter njihovo medsebojno komuniciranje;
- dvig splošne ozaveščenosti potrošnikov glede okoljevarstvenih problemov (npr. klimatskih sprememb, onesnaževanja okolja, izumiranja živalskih vrst ...) in odgovornega potrošništva.

Glavni nosilci in pospeševalci ekonomije souporabe so zagonska podjetja (angl. *Startups*), ki so bila uspešno podprta z velikimi investicijskimi vložki s strani skladov tveganega kapitala (angl. *Venture Capital*) (v nadaljevanju VC). Ker pa ti zahtevajo čim hitrejšo povrnitev naložbe, prehajajo v področje ekonomije souporabe ustaljeni in preverjeni poslovni modeli ter obenem tudi interes, da se ekonomija souporabe prizna in uveljavi kot samostojen in ekonomsko priznani pojem oz. pojav.

1.2 Opredelitev pojma

Pojem ekonomije souporabe je nov in povzroča precej nejasnosti že s samo definicijo oz. opredelitvijo, ki je bila vsa leta nedorečena ter prepuščena individualnim interpretacijam. K temu je dodatno pripomoglo, da se je tudi sam pojav oz. področje ekonomije souporabe v tem času intenzivno razvijal in sam proces razvoja še danes ni zaključen. Posledično obstaja veliko interpretacij, ki varirajo tako s časom (razvoj oz. spreminjanje pojava oz. področja) kakor tudi preko različnih deležnikov (startupi, investitorji, ponudniki, odjemalci, zakonodajalci, lokalne skupnosti ...) in njihovih interesov.

Šele leta 2015 (Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is..., 2015) je bil pojem ekonomija souporabe uvrščen tudi v slovar Oxford Dictionaries (Sharing economy, b.l.b).

Po njem je ekonomija souporabe: »**Ekonomski sistem, kjer se dobrine ali storitve souporablja med posamezniki oz. fizičnimi osebami, bodisi brezplačno ali proti plačilu, tipično s pomočjo interneta kot načina povezovanja posameznikov oz. povpraševanja in ponudbe.**«

Kot primera navajam še dve drugi dosednji opredelitvi pojma ekonomije souporabe:

- Ekonomija souporabe je ekonomski model v katerem lahko posamezniki oz. fizične osebe dajo na posodo ali si izposodijo dobrine, ki so v lasti nekoga drugega (Sharing economy, b.l.a).
- Ekonomija souporabe je ekonomski model, ki je zasnovan na souporabi nepopolno izkoriščenih dobrin v razponu od veččin do stvari, za finančno in nefinančno korist. V večini primerov gravitira na vsak z vsakim tržnice (angl. *Peer-to-Peer Marketplaces* ali *P2P Marketplaces*) (Botsman, 2013).

Veliko nejasnosti povzročajo tudi pojmi, ki so pogostokrat napačno uporabljeni kot sopomenke oz. niso (delno ali v celoti) zamenljivi s pojmom ekonomija souporabe. Tipično so to pojmi (Botsman, 2013):

- sodelovalna ekonomija (angl. *Collaborative Economy*),
- sodelovalna potrošnja (angl. *Collaborative Consumption*),
- mrežna ekonomija (angl. *Peer Economy* ali *Peer-to-Peer Economy* ali *P2P Economy*),
- storitve na zahtevo (angl. *On-Demand Services*),
- ekonomija zaupanja (angl. *Trust Economy*).

1.3 Umestitev ekonomije souporabe v širšo sliko sodelovalne ekonomije

Ker je ekonomija souporabe še mlada veja ekonomije, ki se še vedno razvija in spreminja, obstaja tudi veliko različnih interpretacij kaj točno je ekonomija souporabe in kaj naj (ne)bi vsebovala, ter kje ima svoje mesto v širši sliki sodelovalne ekonomije.

V svetovnem merilu najbolj priznana avtoriteta za področje ekonomije souporabe je Rachel Botsman, ki je njeno definicijo in umestitev najbolj celostno opredelila, zato sem jo tudi uporabila za obrazložitev temeljnih pojmov v nadaljevanju tega poglavja (Botsman, 2015), pri čemer sem njeno opredelitev ekonomije souporabe dopolnila še z novejšo definicijo iz slovarja Oxford Dictionary in iz Investopedie kjer je opredeljeno, da se souporaba izvaja med posamezniki oz. fizičnimi osebami.

Sodelovalna ekonomija je ekonomski sistem sestavljen iz decentraliziranih mrež in tržnic, ki omogočijo izkoriščanje nepopolno izkoriščenih dobrin s pomočjo ujemanja tega kar nekdo potrebuje, s tem kar nekdo ima, na način, da se izogne tradicionalnemu posredniku

Sodelovalna ekonomija vsebuje štiri sklope:

- **sodelovalna produkcija** (angl. *Collaborative Production*) – oblikovanje, produkcija in distribucija dobrin s pomočjo sodelovalnih mrež (primer: quirky.com);
- **sodelovalna potrošnja** (angl. *Collaborative Consumption*) – preobrazba tradicionalnih načinov poslovanja – najemanje, posojanje, zamenjave, souporaba, blagovna menjava, podarjanje – preko tehnologije, na način in v obsegu, ki ni bil možen pred pojavom interneta (primer: airbnb.com, ebay.com, zipcar.com);
- **sodelovalno financiranje** (angl. *Collaborative Finance*) – medosebno bančništvo in skupinski investicijski modeli, ki decentralizirajo financiranje (primer: kickstarter.com);
- **sodelovalno izobraževanje** (angl. *Collaborative Education*) – modeli odprtega izobraževanja in medosebnega učenja, ki demokratizirajo izobraževanje (primer: coursera.org).

Sodelovalno potrošnjo lahko podrobneje definiramo tudi kot ekonomski model, ki temelji na souporabi, izmenjavi, trženju ali izposoji produktov in storitev, s čimer je poudarek na dostopu do sredstev in ne na lastništvu.

Sodelovalna potrošnja se deli na tri sklope:

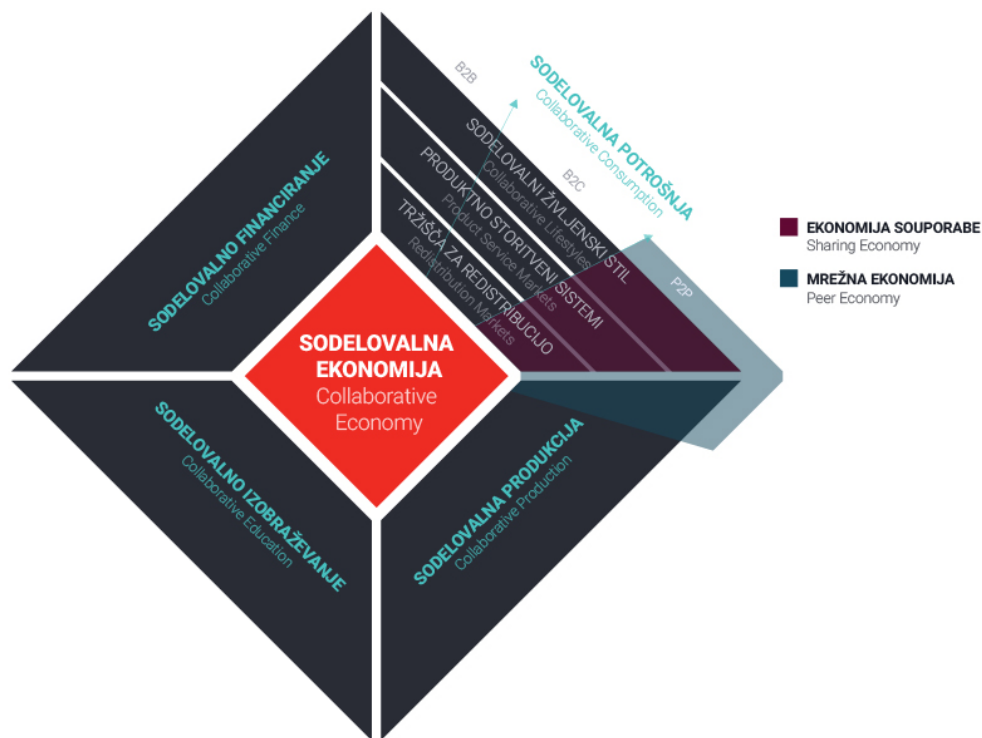
- **sodelovalni življenjski stil** (angl. *Collaborative Lifestyles*) – na nove načine se izmenjujejo sredstva, ki niso produktnege značaja, recimo prostori, veščine in denar (primer: airbnb.com);
- **tržišča za redistribucijo** (angl. *Redistribution Markets*) – redistribucija nezaželenih ali neuporabljenih dobrin (primer: ebay.com);
- **produktno-storitveni sistemi** (angl. *Product Service Markets*) – namesto nakupa produkta se plača dostop do koristi, ki ga prinaša produkt (primer: zipcar.com).

V sodelovalnem potrošništvu so trije tipični transakcijski modeli:

- **podjetja s potrošniki** (angl. *Business-to-Consumer*, v nadaljevanju B2C) – podjetje je lastnik inventarja in omogoča uporabnikom (so)uporabo (primera: netflix.com, zipcar.com);
- **vsak z vsakim** (angl. *Peer-to-Peer*, v nadaljevanju P2P) – posameznik (fizična oseba) je lastnik sredstev, ki jih daje v (so)uporabo neposredno fizičnim osebam brez posredovanja tretjih oseb, torej brez tradicionalnih posrednikov (primeri: airbnb.com, blablacar.com, lyft.com);
- **podjetja s podjetji** (angl. *Business-to-Business*, v nadaljevanju B2B) – podjetje je lastnik nepopolno izkoriščenih sredstev, ki jih želi dodatno monetizirati in jih ponudi v uporabo drugim podjetjem (primera: liquidspace.com, gettable.com).

Ekonomija souporabe spada v sodelovalno ekonomijo, znotraj nje pa v sodelovalno potrošnjo, kjer se nahaja na vertikali P2P transakcijskega sistema oz. mrežne ekonomije (angl. *Peer Economy*).

Slika 1: Sodelovalna ekonomija in umestitev ekonomije souporabe



Vir: Povzeto in prirejeno po R. Botsman, The Sharing Economy Lacks A Shared Definition, 2013.

2 AIRBNB

2.1 Osnovni podatki

Airbnb je spletna skupnostna tržnica (angl. *Community Marketplace*), ki omogoča posameznikom, da ne glede na to, kje na svetu so doma, objavijo, najdejo in najamejo edinstvene nastanitvene kapacitete (praviloma za kratkoročni najem) v razponu od domov do gradov (About us, 2016).

Airbnb je people-to-people platforma – od ljudi, z ljudmi in za ljudi – ki je bila ustvarjena med zadnjo veliko svetovno krizo, za pomoč ljudem z vsega sveta, da si lahko ustvarijo nekaj dopolnilnega dohodka s pomočjo svojih domov, ki so običajno njihova najbolj vredna stvar, a obenem tudi nezanemarljiv strošek (The Airbnb Community Compact, 2015).

Na Airbnb platformi je trenutno 2.000.000 oglasov raznolikih nastanitvenih kapacitet, v več kot 191 državah in 34.000 mestih. Do sedaj je preko Airbnb rezervacije opravilo že več kot 60 mio gostov (About us, 2016). S svojo hitro rastočo ponudbo in skupnostjo predstavlja nezanemarljivo konkurenco hotelski industriji (Zervas, Proserpio, & Byers, 2014, str. 1).

Airbnb je do sedaj prejel investicije v skupni višini 2,39 mrd \$, njegova ocenjena vrednost je 25,5 mrd \$, preko njega je bilo v letu 2015 opravljenih za 7,2 mrd \$ rezervacij, od česar je Airbnb prejel 0,9 mrd \$ letnega prometa (Winkler, 2015). Za leto 2016 se ocenjuje, da bo samo v tem letu preko Airbnb 129 mio gostov opravilo rezervacije v skupni višini 12,3 mrd \$, kar bo za Airbnb pomenilo 1,6 mrd \$ letnega prometa (O'Neill, 2016).

Vse to je Airbnb dosegel v le 8 letih od ustanovitve (2008) in je po ocenjeni vrednosti tretji največji t.i. *Unicorn Startup* (hitro rastoče zagonsko podjetje katera ocenjena vrednost je večja od 1 mrd \$) (Vinton, 2016).

2.2 Pojasnilo glede izrazoslovja

Vsaka panoga ima svoje izrazoslovje in ker Airbnb deluje na področju kratkoročnih turističnih namestitev, bom v izogib nejasnostim, ko bom govorila o turističnih nastanitvah, za ponudnik uporabljala izraz »gostitelj« (angl. *Host*) in za souporabnik izraz »gost« (angl. *Guest*). Enako izrazoslovje uporablja tudi Airbnb.

Nastanitvene kapacitete predstavljajo nastanitvene enote in ležišča v teh nastanitvenih enotah. Nastanitvene kapacitete se lahko spreminjajo bodisi s spreminjanjem števila nastanitvenih enot bodisi s spreminjanjem števila ležišč v nastanitvenih enotah.

2.3 Poslovni model

Brezplačno oglaševanje nastanitvenih kapacitet.

Provizija na potrjene rezervacije pri čemer se provizija razdeli po ključu:

- **gostitelj:** 3 % od oglaševane cene povečane za vse morebitne dodatke (npr. čiščenje), kar je nato osnova za DDV, če ga je potrebno obračunati. V primeru medvalutnih transakcij se obračuna še dodatnih 3% (What are guest service fees?, 2016);
- **gost:** 6 do 12 % na oglaševano ceno, kar je nato osnova za DDV, če ga je potrebno obračunati (What are host service fees?, 2016).

2.4 Opis storitve Airbnb

Gostitelji in gosti na Airbnb naredijo osebne profile, na katere se nato vežejo vse posameznikove aktivnosti. Posameznik je lahko na Airbnb sočasno v vlogi gostitelja in gosta. Biti enkrat v vlogi gostitelja in drugič gosta, spoznavati tako goste kot gostitelje ter tako bolje razumeti potrebe nasprotne strani in delovanje Airbnb je eden od pomembnih elementov gradnje Airbnb skupnosti in zaupanja v njej.

Gostitelj na Airbnb odda oglas za svojo nastanitveno kapaciteto, pri tem mu Airbnb pomaga z nasveti in priporočili o tem, kako čim bolj pripraviti tako oglas kot tudi samo ponudbo, ter

komunikacijo z gosti. Gostitelj se zaveže prevzeti in se držati Airbnb standardov gostoljubnosti (angl. *Hospitality Standards*) (What Are Hosting Standards?, 2016).

Gost na Airbnb spletnem mestu ali aplikaciji za mobilne naprave najde namestitev, ki bi jo želel rezervirati. Nato lahko v primeru vprašanj preko platforme kontaktira gostitelja ali pa naredi rezervacijo. Če je gostitelj omogočil takojšno rezervacijo (angl. *Instant Booking*), se rezervacija takoj izvede in potrdi, drugače pa ima gost možnost poslati povpraševanje za rezervacijo (angl. *Request to Book*). Ob tem mora podati tudi plačilne podatke (enega od spletnih plačilnih sredstev ali sistemov), kar je zelo dobro varovalo pred neresnim povpraševanjem. V času povpraševanja nastanitvene kapacitete, v terminu, za katerega se povprašuje, ni možno rezervirati tretjim osebam. Če komunikacija med gostiteljem in gostom ni vzpostavljena oz. le ta zamre (odzivnost daljša od 24 ur), se nastanitvena kapaciteta v danem terminu sprosti in je ponovno na voljo. To spodbuja obe strani, da se hitro odzivata, hrati pa, se tudi hitreje in z večjo verjetnosti izvedejo rezervacije. Če gostitelj in gost potrdita rezervacijo, se ta zaključi (How to travel, 2016). Ob realizaciji rezervacije se realizira tudi plačilo iz podanega plačilnega sredstva. Airbnb zadrži denar do prihoda gosta v zakupljeno namestitev, nato pa v roku 24 ur izvede plačilo gostitelju.

Gostu in gostitelju je na voljo Podporni center Airbnb, in sicer med celotnim procesom, od prvega kontakta na spletnem mestu do zaključka gostovanja in ocenjevanja.

Vsa komunikacija med gostiteljem in gostom ter plačila tečejo neposredno preko Airbnb platforme. Airbnb aktivno onemogoča ter destimulira neposreden stik, med gostiteljem in gostom, mimo platforme. To med drugim doseže tako, da (Terms, 2016):

- iz oglasov in vse komunikacije aktivno izloča vse telefonske številke, elektronske naslove, eksterne url-povezave in druge informacije, ki bi lahko omogočile kontakt mimo platforme;
- gostitelju zaračunava manjšinski del provizije (okvirno 3 %, gostu pa 6 do 12 %) s čimer destimulira gostitelja, da bi zaobšel platformo,
- gostitelj v roku 24 ur od prihoda gosta prejme celotno plačilo, kar je v njegovem interesu;
- so nastanitvena kapaciteta in predmeti v njej, za trajanje obiska Airbnb gosta, zavarovani za primer nesreče in poškodb, v višini do 1 mio \$, kar je v interesu gostitelja;
- gostitelj ne dobi podatkov o plačilnem sredstvu gosta (npr. o plačilni kartici) kar je v interesu gosta (onemogoča slabo varovanje podatkov in zlorabo plačilnih kartic s strani gostitelja);
- hitro reševanje pritožb, še posebej pomembno za gosta, med drugim vključuje vračila denarja ter namestitev v enakovredno nadomestni nastanitev.

2.5 Stimulacije in priznanja za gostitelje in goste

Airbnb na več ravneh spodbuja tako goste kakor tudi gostitelje k uporabi njihove platforme oz. storitev, ter spoštovanju pravil, denimo:

- finančne stimulacije v obliki vrednostnih kuponov za opravljene tistih aktivnosti, ki jih v nekem obdobju Aribnb stimulira za gosta ali gostitelja, kot sta prva potrjena rezervacija gosta in prva poslovna namestitve;
- podeljevanje priznanj oz. statusov za gostitelje in njihove namestitve (»Super host«, »Business Travel Ready«), ki med drugim vplivajo na dvig zaupanja in rangiranje nastanitvenih kapacitet, ki jih ima gostitelj;
- izpostavitve nastanitvenih kapacitet, ki imajo možnost takojšne rezervacije (»Instant Booking«);
- ker je pomembno da novi gostitelj čim prej dobi svojo prvo rezervacijo, Aribnb nove rezervacije izpostavi s statusom »novo«;
- višje rangiranje nastanitvene kapacitete;
- ker je za nastanitvene kapacitete pomembno, da čim prej dobijo oceno, je gost finančno stimuliran za oddajo prve oceno posamezne namestitve.

Na rangiranja nastanitvene kapacitete med drugim vpliva (How are search results determined?, 2016):

- zanimivost namestitve, ki se jo meri med drugim s številom ogledov, s številom začetih rezervacijskih procesov in s številom shranitev na seznam želja,
- količina in kakovost ocen,
- odzivni čas gostitelja,
- odpovedi ali zavrnitve nastanitve s strani gostitelja,
- relevantnost lokacije glede na iskalne parametra gosta,
- preference in potovalne navade gosta.

Status **Super host** dobijo tisti gostitelji, ki imajo vsaj 10 opravljenih gostitev, hitro in vsaj 90% odzivnost na povpraševanja, ki redkokdaj odpovedo potrjene rezervacije, ter imajo navdušujoče nastanitvene kapacitete kar dokazujejo ocene, ki so vsaj v 80 % vseh ocenjevanj 5 zvezdic (Superhost, 2016).

Status **Business Travel Ready** označuje nastanitvene kapacitete in njihove gostitelje, ki so primerni za goste na poslovnem potovanju. Status dobi tista nastanitvena kapaciteta, ki je za nekadilce in brez domačih živali, ima vsaj brezžično povezavo z internetom, delovni prostor, na katerem je mogoče uporabljati prenosni računalnik, možnost prihoda 24 ur na dan, detektor dima, detektor ogljikovega monoksida, osnovne potrebščine (toaletni papir, brisače in posteljnina), likalnik, obešalnike, sušilnik za lase in šampon. Poleg tega pa mora imeti tudi vsaj 3 ocene z zvezdicami, pri čemer mora vsaj v 60% vseh ocen biti podana ocena 5 zvezdic, tako za skupno oceno kot tudi za posamezno pod oceno čistoče in točnosti. Gostitelj zgubi status za 1 leto v primeru, da gostitelj odpove potrjeno rezervacijo 7 dni ali manj pred napovedanim prihodom (Business travel ready, 2016).

2.6 Airbnb in ekonomija souporabe

Airbnb deluje na področju ekonomije souporabe (ki je podsklop sodelovalne ekonomije) in je eden njenih najbolj prepoznavnih igralcev.

Ekonomija souporabe med drugim opredeljuje, da sta tako ponudnik (gostitelj) kakor tudi souporabnik (gost) fizični osebi, gostitelj pa naj bi s souporabo izboljšal izkoriščenost svoje obstoječe nastanitvene kapacitete, torej kapacitete, ki jo že ima za osebno uporabo.

Airbnb je Peer-to-Peer tržnica, ki omogočajo souporabo nastanitvenih kapacitet na osnovi medsebojnega zaupanja udeleženih oseb. Airbnb ni imetnik nastanitvenih kapacitet ampak samo ponudnik platforme, na kateri se najdeta ponudba in povpraševanje po neizkoriščenih kapacitetah fizičnih oseb. Gostitelji in gosti se morajo držati Airbnb standardov in smernic s čimer se zagotavlja zastavljen raven storitev in ponovljiva dobra uporabniška izkušnja za vse udeležene (Sangeet, 2013).

Gre za skupnost, ki je zasnovana na zaupanju in transparentnosti saj je to osnova, ki omogoča, da gostitelj da v najem svojo osebno nastanitveno kapaciteto popolnemu tujcu, in da popolni tujec pride, pogostokrat na drugi konec sveta, v goste k popolnoma neznanemu gostitelju, kar načeloma predstavlja morebitno tveganje, ki je bilo tudi ena glavnih preprek, ki jih je moral Airbnb zaobiti, da se je lahko podal na pot strme rasti na kateri se sedaj nahaja. Airbnb poleg sistematičnega opisa in kvalitetne foto predstavitve nastanitvene kapacitete, vzpodbuja transparentnost in zaupanje tako, da stimulira tako gostitelja kakor tudi gosta, da po opravljenem obisku sistematizirano ocenita drug drugega, pri čemer je ocena (številčna in opisna) javno objavljena (Gebbia, 2015).

Na ta način si tako gostitelj in njegova nastanitvena kapaciteta kakor tudi gost gradijo svojo podobo v Airbnb skupnosti, kar nadalje vpliva na zaželenost tako gosta kakor tudi posamezne nastanitvene kapacitete oz. njenega gostitelja. Čeprav je javno medsebojno ocenjevanje ključnega pomena za uspešen razvoj Airbnb-ja pa prihajajo vedno bolj pogoste kritike, da te ocene nikakor niso realne. Ne gostitelj in ne gost se namreč ne želita izpostavljati s kritiziranjem drug drugega, gostitelj ve, da »ima gost vedno prav« in če mu bo dal negativno oceno jo bo po vsej verjetnosti deležen tudi sam oz. se mu bodo gosti začeli izogibati, gost pa lahko v primeru kritiziranja hitro izpade kot problematičen nezadovoljnej in kritik, posledično pa se ga lahko gostitelji začnejo izogibati, saj so na Airbnb za gostitelja ključne pozitivne ocene. Posledično pa vse to vodi v izogibanje dajanja slabih ocen, bodisi z neocenjevanjem v primeru nezadovoljstva, bodisi z nerealnim medsebojnim hvaljenjem, oboje pa je v interesu Airbnb saj to pomeni več, vsaj navzven zadovoljnih strank in javnih potrditev, ter boljšo javno podobo. To pa vodi v več gostiteljev in gostov, ki se bodo opogumili uporabljati Airbnb tržnico, posledično pa večji promet od katerega živijo.

2.7 Konkurenca

Airbnb ima na trgu ponudbe zasebnih nastanitvenih kapacitet kar precej konkurence, npr. couchsurfing.com, flipkey.com, homeaway.com, vrbo.com, wimdu.com, 9flats.com in thehomeescape.com (Airbnb - Competitors, 2016).

Vsa leta se je Airbnb načeloma pozicioniral kot nastanitvena alternativa pritočasnim popotnikom (npr. dva prijatelja na potepanju po Evropi), in ker to ni ista ciljna skupina, kot so tipični gostje hotelov (npr. poslovneži na službenem potovanju), naj ne bi bil konkurenca hotelom. Vendar bo od leta 2016 to Airbnb-ju precej težje zagovarjati. 2. januarja 2016 je namreč lansiral novo storitev *Airbnb for Business*, ki je namenjena poslovnim gostom ter podjetjem. Po rezultatih testnih uporabnikov, ki so storitev uporabljali že pred njenim lansiranjem (50.000 zaposlenih v skupaj 5.000 podjetjih od julija 2015), naj bi le ti prihranili v povprečju 30 % na nastanitvi, ter imeli dvakrat več nočitev. S tem produktom vse kaže, da si Airbnb namerava odrezati resen del za hotelirje zelo pomembnega segmenta poslovnih gostov (Griswold, 2016).

Airbnb-ju bi tako bolj ustrezala definicija sodelovalne potrošnje, po kateri ne bi bilo potrebno, da sta tako gostitelj kot gost fizična oseba, temveč da bi bilo dovolj že, če je le gostitelj (ponudnik) fizična oseba, gost pa bi lahko bil fizična ali pravna oseba, kar pa pomeni **potrošniki s podjetji** (angl. *Business-to-Consumer*, v nadaljevanju C2B) poslovni model. To z drugimi besedami pomeni, da bi podjetja dosegla spremembo dosedanjega klasičnega hotelirskega B2B modela v C2B poslovni model, kjer bo ponudnik (fizična oseba) šibkejša in nezaščitena stranka. To pa lahko tudi vodi v znatno zniževanje cen ter potencialno velike spremembe za hotelsko in turistično industrijo.

Premik v poslovni model C2B je problematičen tudi s stališča definicije ekonomije souporabe, saj je le ta »Ekonomske sistem kjer se dobrine ali storitve souporablja med **posamezniki oz. fizičnimi** osebami ...«, pri C2B pa gre za poslovanje med fizično in pravno osebo.

2.8 Družbeno ekonomski vplivi

2.8.1 Potencialni pozitivni vplivi

Nekateri potencialni pozitivni vplivi Airbnb:

- Družbene koristi kot so npr. oblikovanje skupnosti in zmanjševanje neenakosti (Newcomer, 2016).
- Samopomoč fizičnih oseb, ki so zaradi različnih okoliščin (težave z odplačevanjem kredita, ekonomske krize, izgube službe, smrti v družini, bolezni, ...) v stiski kako

preživeti in ohraniti stanovanje, da v njem lahko še naprej bivajo (Airbnb's Nate Blecharczyk Confirms It Raised A \$200M Round Led By Founders Fund, 2013).

- Pozitiven vpliv na gospodarsko rast in blaginjo s spodbujanjem nove porabe (souporabe), s povečanjem produktivnosti ter kataliziranjem inovacij in podjetništva (Sundararajan, 2014).
- Boljša izkoriščenost obstoječih virov oz. bivalnih nepremičnin.
- Ohranjanje vrednosti nepremičnin.
- V primeru delovanja Airbnb ponudbe izven ekonomije souporabe lahko pride do večje aktivnosti na nepremičninskem trgu.
- Nove turistične kapacitete ter, odvisno od kraja in dosedanje ponudbe, lahko tudi nov in do sedaj neizkoriščen segment turistov, ter s tem ne predstavljajo konkurence npr. hotelom.
- Povečanje skupnega števila turistov v regiji in posledično večja potrošnja.
- Nove poslovne priložnosti in možnosti zaposlovanja.
- Pojav novih neodvisnih specializiranih storitev za Airbnb gostitelje in goste, npr.: skrb za ključke, sprejem gostov, organiziranje čiščenja, skrb za posteljnino, polnjenje zaloga, komunikacija s potencialnimi gosti, podpora za goste, preverjanje potencialnih gostov.
- Preprečevanje sive ekonomije ter bolj učinkovito pobiranje turističnih taks ali drugih dajatev, v imenu in za račun mest oz. občin, če le te imajo z Airbnb sklenjen tak dogovor. Nekatera mesta, ki že imajo tak dogovor z Airbnb so Paris in 19 drugih francoskih mest (turistična taksa), Amsterdam (turistična taksa), Lizbona (turistična taksa), India (davek na storitve) (In what areas is Occupancy Tax Collection and Remittance by Airbnb available?, 2016). Od leta 2014, ko so začeli v San Franciscu in Portlandu, do junija 2016 so jih v mestih, v katerih v njihovem imenu in za njihov račun pobirajo dajatve, pobral za 85 mio \$. Če bi Airbnb imel sklenjen dogovor z vsemi 50 največjimi ameriški mesti, bi jim lahko v letu 2015 prinesel za 200 mio \$ hotelskih, turističnih in nastanitvenih dajatev, kar v 10 letih pomeni 2 mrd \$ (ob predpostavki da ni rasti oz. ob enakem obsegu poslovanja) (The Airbnb Community Compact, 2015). Te dajatve so Airbnb gostitelji sicer tako ali tako dolžni plačati neposredno mestom oz. lokalnim oblastem, vendar ob dogovoru z mestnimi oblastmi Airbnb to lahko naredi neposredno in precej bolj učinkovito ter brez dodatne birokracije za gostitelja.

2.8.2 Potencialni negativni vplivi

Nekateri potencialni negativni vplivi Airbnb:

- večji premiki ponudbe iz dolgoročnih najemov v kratkoročne turistične najeme ima lahko za posledico dvig cene tovrstnega najema;
- večje število turistov v nekem predelu lahko povzroči dvig cen storitev, npr. gostinskih storitev ter negativno vpliva na hotelsko ponudbo (Zervas, Proserpio, & Byers, 2014, str. 1-3);

- namensko kupovanje nepremičnin za oddajanje pod okriljem ekonomije souporabe vodi v večje povpraševanje in dvig cen nepremičnin, kar zmanjšuje dostopnost in veča socialne razlike (Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb, 2016).

Vse to za lokalno prebivalstvo pomeni težjo dostopnost do nepremičnin za bivanje, dviganje življenjskih stroškov in stroškov nastanitve ter nepremičnin, posledično pa to pomeni zmanjševanje oz. odseljevanje stalnega prebivalstva, kar za sabo potegne še ostale družbeno ekonomske aspekte (npr. umiranje predelov in lokalnih skupnosti, umiranje lokalne kulture, prekinjanje lokalnih družbenih mrež, propadanje lokalnih poslov, ogrožanje zdravstvenega sistema ...).

Omeniti velja še potencialno nelojalno konkurenco hotelirjem in drugim profesionalnim ponudnikom nastanitvenih kapacitet (v nadaljevanju hotelirji).

Hotelirjem Airbnb gostitelji lahko predstavljajo nelojalno konkurenco, če:

- oddajajo svoje nastanitvene kapacitete pod okriljem souporabe, čeprav ne gre za souporabo;
- se izogibajo lokalni zakonodaji oz. kršijo lokalne regulative, ki se jih hotelirji morajo držati (Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb, 2016);
- niso obdavčeni vsaj v takšni višini kot hotelirji;
- oddajajo svoje nastanitvene kapacitete na črno (Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb, 2016);
- v turističnih krajih kjer je dovolj oz. preveč hotelskih nastanitvev in prebivalstvo zaradi sezonskega dela ali študentov znatno niha, lahko v primeru sovpadanja mrtve sezone ponudnikov npr. študentskih sob ter turistično sezono pomeni, da se bo v turistični sezoni na trg sprostila velika ponudba kratkoročnih/turističnih nastanitvenih kapacitet po nizki premostitveni ceni, bodisi zaradi maksimiziranja zapolnjenosti oz. donosa s strani lastnikov npr. študentskih apartmajev, bodisi zaradi minimiziranja stroška najema sob s strani študentov, ki so šli na dopust, kar v obeh primerih predstavlja velik problem za hotelirje, saj se v tem primeru v turistični sezoni namesto da bi se cene turističnih namestitev dvignile dejansko znižajo. To pa lahko predstavlja tudi zmanjšanje pobranih davkov, ki jih je (tudi zaradi varčnosti gostov v času krize) težko nadomestiti preko posledično potencialno večje potrošnje gosta (Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb, 2016).

Zanemarljiva pa ni niti centralizacija moči in kapitala (globalno pobrane provizije) v Airbnb, ter obračanje oz. dopolnjevanje poslovnega modela v C2B, ki ima lahko v prihodnosti tudi svoj nabor pasti in negativnih efektov, npr. z namenom uveljavljanja lastnih enostranskih interesov, vplivanje na cene na posameznih lokalnih tržiščih, vplivanje na lokalne zakonodaje, podrejenost ponudnikov nastanitvenih kapacitet ...

3 ANALIZA

3.1 Opredelitev raziskovalnega problema

Airbnb je s podatki o ponudbi in poslovanju na svoji tržnici zelo skop. Omejen nabor kumulativnih podatkov je razkrit le za manjši nabor večjih mest, v katerih ima Airbnb »pomembno prisotnost« (The Airbnb Community Compact, 2015). Pregled mest kaže na to, da je pred razkritjem teh omejenih in kumulativnih podatkov s posameznim mestom, za katerega je razkril podatke, predhodno uredil pravni vidik kratkoročnega oddajanja nastanitvenih kapacitet - domov. Kar pa v primeru Slovenije in njenih mest še ni urejeno, posledično pa Airbnb za njih ne razkriva nobenih uporabnih podatkov. Zato slovenske mesta in občine ne morejo oceniti trenutnega dejanskega stanja ter narediti kakovostnih in podrobnih analiz, obenem je to idealno za netransparentnost in špekulacije, posledično pa ni možno na nivoju družbe sprejemati informiranih odločitev oz. začeti s spremembami, ki bi rešile trenutno stanje in bile koristne za vse deležnike.

3.2 Raziskovalna vprašanja

V zaključni strokovni nalogi proučujem 5 raziskovalnih vprašanj, ki se nanašajo na Airbnb ponudbo v Sloveniji in Ljubljani.

- RV1: Ali so do sedaj znane ocene o obsegu Airbnb ponudbe realne?
- RV2: Katera so največja mesta po obsegu Airbnb ponudbe?
- RV3: Kolikšen delež gostiteljev ima dve ali več nastanitvenih enot ter kolikšen delež celotne ponudbe predstavljajo te enote?
- RV4: Ali je vstop ponudnikov in njihove ponudbe na tržišče ciklično?
- RV5: Kakšne so ocene zadovoljstva nad gostitelji in njihovimi namestitvenimi enotami?

3.3 Metodologija

Vse podatke sem pridobila iz spletnega mesta Airbnb, kjer sem za vsak oglas nastanitvene kapacitete iz Slovenije zajela javno objavljene podatke.

Vsi pridobljeni podatki so s strani Airbnb in oglaševalcev nastanitvenih kapacitet javno objavljeni in razkriti podatki – to so podatki, ki jih Airbnb pošlje v brskalnik neprijavljenega uporabnika.

Zajem podatkov je bil izveden s pomočjo posebej za mojo zaključno nalogo razvite in prilagojene programske rešitve, ki je v osnovi brskalnik, ki si ogleda ponudbo, na katero se ga usmeri. Preden sem zajela podatke, sem preverila tudi s strani Airbnb javno objavljeno datoteko robots.txt ter se prepričala, da Airbnb ne prepoveduje botom ogleda oz. indeksiranja url-naslovov na katerih je Airbnb ponudba. V osnovi sem na manjšem obsegu naredila to, kar

dela Google na masovnem globalnem obsegu: sprehodila sem se preko spletnega mesta Airbnb in zajela njihovo ponudbo.

Eden od glavnih izzivov pri izvedbi kakovostnega zajema podatkov je omejeno število zadetkov, ki jih Airbnb vrne za vsako iskanje. Omejitev je Airbnb nastavil na prikaz največ 306 zadetkov oz. do 17 strani z do 18 oglasi, po posameznem iskanju. To omejitev je Airbnb implementiral v zadnjem letu s čimer je učinkovito znatno otežil dostop do podatkov in informacij, kot so npr. koliko nastanitvenih kapacitet je oglaševanih po posamezni državi, mestu ali kakšnem drugem iskalnem parametru. To omejitev sem uspešno zaobšla s pomočjo omejitvenih iskalnih parametrov, s katerimi sem razdrobila ponudbo v več kosov, manjših od omejitve 306 zadetkov.

Med zajemom sem opazila tudi, da Airbnb v nekem deležu variira število vrnjenih zadetkov za posamezni iskalni pojem, pri čemer se je variacija dogajala na koncu vrnjenih rezultatov, torej med zadnjimi vrnjenimi zadetki. To sem v veliki meri zaobšla z iskanji, ki so imela parametre iskanja nastavljene tako, da se je začetek vrnjenih rezultatov tekočega iskanja delno prekrival s koncem vrnjenih rezultatov v predhodnem iskanju.

Zajem podatkov celotne slovenske Airbnb ponudbe sem izvedla v zadnjih dnevih maja 2016.

Nekateri oglasi so zaradi tehničnega pristopa in opisanih iskalnih parametrov bili pričakovano večkrat zajeti. Duplikate oglasov sem v nadaljnjem koraku odstranila.

Sledilo je preverjanje s katerim sem preverjala integriteto podatkov ter se prepričala, da imajo vsi zajeti oglasi vse podatke, ki sem jih želela zajeti.

Podatke sem analizirala in vizualizirala s programsko rešitvijo za poslovno inteligenco in analitiko Tableau.

3.4 Ocena obsega Airbnb ponudbe

Mediji in drugi deležniki večinoma ocenjujejo obseg Airbnb ponudbe oz. kapacitet po številu nastanitvenih enot in po številu ležišč. Zaradi primerljivosti ocen s podatki, ki sem jih zajela na Airbnb konec maja 2016, sem poiskala dotedanje ocene za leto 2016.

Slovenija:

- ocene števila nastanitvenih enot nisem zasledila;
- ocene števila ležišč je 6.000 (Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb, 2016). Drugih ocen nisem našla.

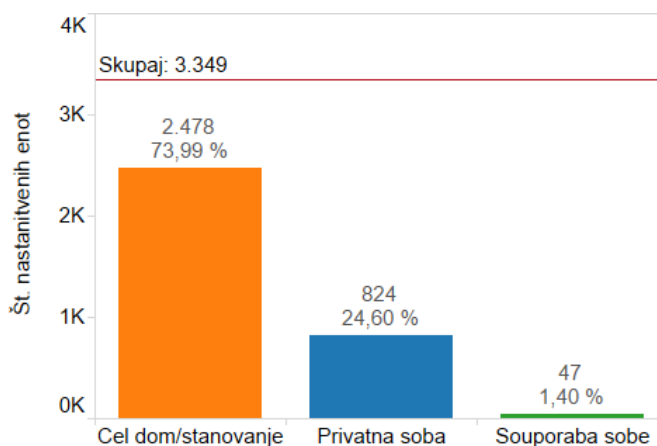
Ljubljana:

- ocene števila nastanitvenih enot se gibljejo med 300 (Prepovedali najemanje zasebnih stanovanj prek Airbnb, 2016) in 600 (Airbnb seminar Ljubljana, 2016);
- ocene števila ležišč nisem zasledila.

Na dan zajema podatkov je bilo stanje Airbnb ponudbe za **Slovenijo**:

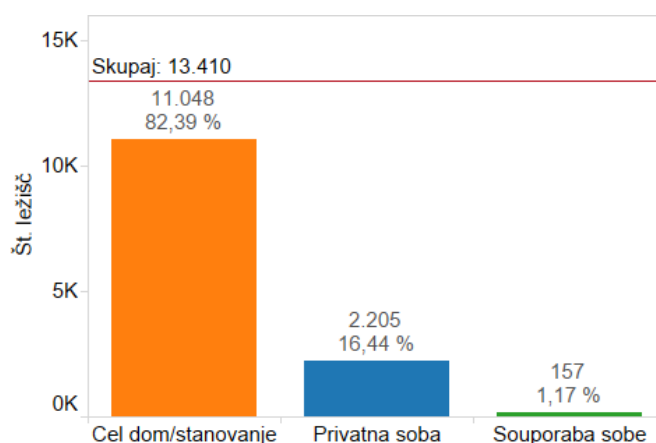
- **3.349 nastanitvenih enot**, kot prikazuje Slika 2;

Slika 2: Število nastanitvenih enot na Airbnb za Slovenijo



- **13.410 ležišč**, kot prikazuje Slika 3.

Slika 3: Število ležišč na Airbnb za Slovenijo

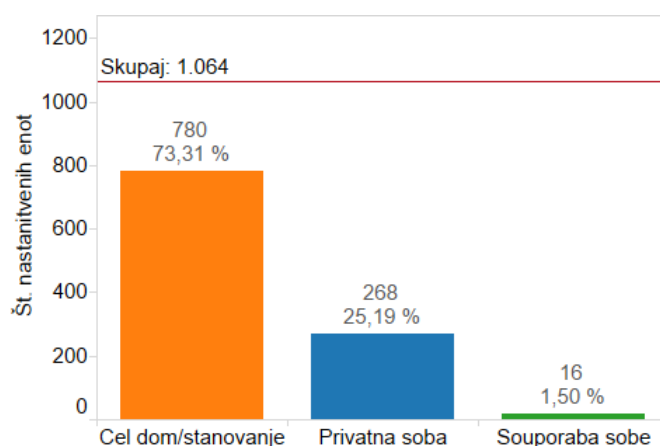


Izmerjeno stanje je večje od ocen, ki sem jih zasledila za 123,50 %, kar pomeni, da so bile dosedanje ocene števila ležišč za Slovenijo znatno podcenjene.

Na dan zajema podatkov je bilo stanje Airbnb ponudbe za **Ljubljano**:

- **1.064 nastanitvenih enot**, kot prikazuje Slika 4, kar predstavlja 31,77 % slovenske ponudbe.

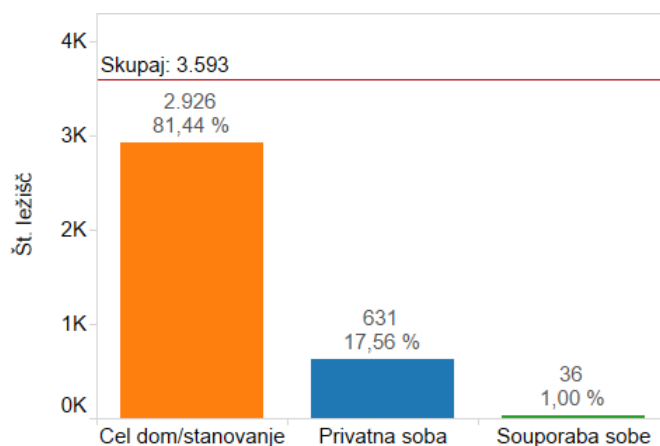
Slika 4: Število nastanitvenih enot na Airbnb za Ljubljano



Izmerjeno stanje je večje od ocen, ki sem jih zasledila, za od 77,33 % do 254,67 %, kar pomeni, da so bile dosedanje ocene števila nastanitvenih enot za Ljubljano znatno podcenjene;

- **3.593 ležišč**, kot prikazuje Slika 5, kar predstavlja 26,79 % slovenske ponudbe.

Slika 5: Število ležišč na Airbnb za Ljubljano



Na podlagi pregleda ponudbe Airbnb nastanitve v Sloveniji podajam odgovor na raziskovalno vprašanje 1, da se javno dostopni sekundarni podatki in pridobljeni podatki s spletne strani Airbnb ne ujemajo. Ponudbe je precej več, kot je zaznано preko sekundarnih virov, na podlagi česar lahko sklepamo, da so ocene o stanju Airbnb ponudbe v Sloveniji znatno podcenjene.

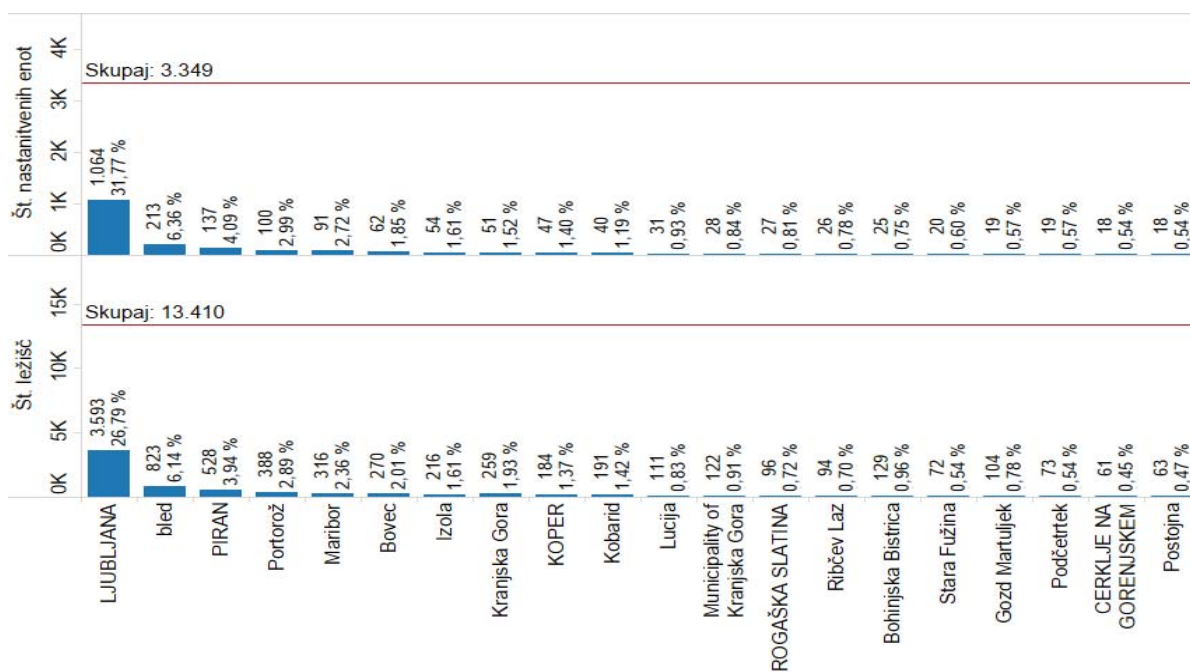
3.5 Obseg Airbnb ponudbe po slovenskih mestih

Kot prikazujeta Slika 6 in Slika 7, je stanje Airbnb ponudbe za **Ljubljano**:

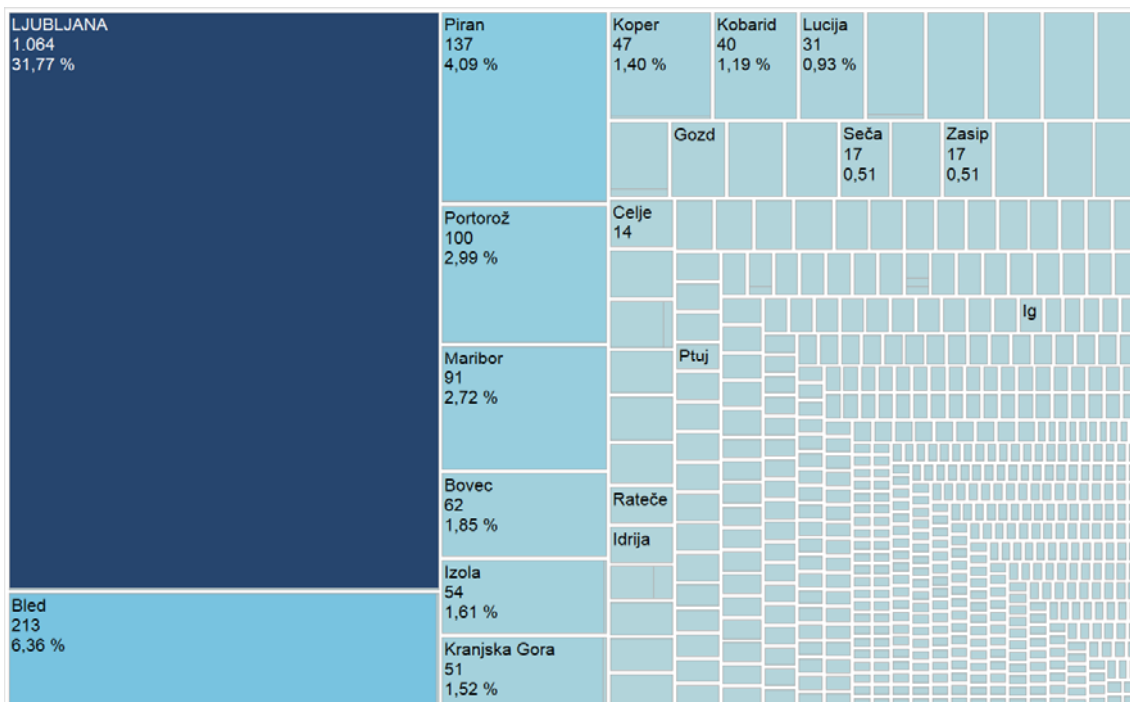
- **1.064 nastanitvenih enot**, kar predstavlja 31,77 % celotne ponudbe v Sloveniji. Naslednjih 5 mest: Bled s 213 nastanitvenimi enotami (6,36 % celotne ponudbe v Sloveniji), Piran s 137 nastanitvenimi enotami (4,09 % celotne ponudbe v Sloveniji), Portorož s 100 nastanitvenimi enotami (2,99 % celotne ponudbe v Sloveniji), Maribor z 91 nastanitvenimi enotami (2,72 % celotne ponudbe v Sloveniji), Bovec z 62 nastanitvenimi enotami (1,85 % celotne ponudbe v Sloveniji);
- **3.593 ležišč**, kar predstavlja 26,79 % celotne ponudbe v Sloveniji. Naslednjih 5 mest: Bled z 823 nastanitvenimi enotami (6,14 % celotne ponudbe v Sloveniji), Piran s 528 nastanitvenimi enotami (3,94 % celotne ponudbe v Sloveniji), Portorož s 388 nastanitvenimi enotami (2,89 % celotne ponudbe v Sloveniji), Maribor s 316 nastanitvenimi enotami (2,36 % celotne ponudbe v Sloveniji), Bovec z 270 nastanitvenimi enotami (2,01 % celotne ponudbe v Sloveniji).

Po obeh parametrih (število nastanitvenih enot in število ležišč) je, na dan zajema podatkov, Airbnb ponudba v Sloveniji izrazito centralizirana v Ljubljani.

Slika 6: Prvih 20 slovenskih mest po številu nastanitvenih enot in ležišč



Slika 7: Prikaz porazdelitve nastanitvenih enot v Sloveniji po mestih (kraj, število nastanitvenih enot, delež od vseh nastanitvenih enot v Sloveniji)



Na podlagi pregleda ponudbe Airbnb nastanitve v Sloveniji podajam odgovor na raziskovalno vprašanje 2, da so po ponudbi največja mesta v Sloveniji (v padajočem vrstnem redu): Ljubljana, Bled, Piran, Portorož, Maribor in Bovec, ki imajo skupaj 49,78 % vseh nastanitvenih enot in 44,13 % vseh Airbnb ležišč v Sloveniji.

3.6 Delež gostiteljev, ki imajo po dve ali več nastanitveni enoti in njihov delež v celotni ponudbi

Kot prikazuje Tabela 1 gostitelji z dvema in več nastanitvenimi enotami predstavljajo manjšino gostiteljev tako v Sloveniji (29,97 %) kakor tudi v Ljubljani (25,14 %), obenem pa njihove nastanitvene enote predstavljajo večino ponudbe tako v Sloveniji (58,76 %) kakor tudi v Ljubljani (51,03 %).

Tabela 1: Gostitelji z eno nastanitveno enoto ter gostitelji z dvema in več nastanitvenimi enotami v Sloveniji in Ljubljani

	Gostitelji z eno ali več nastanitvenimi enotami		Gostitelji z dvema ali več nastanitvenimi enotami			
	Gostitelji	Nastanitvene enote	Gostitelji		Nastanitvene enote	
Lokacija	N	N	N	%	N	%
Slovenija	1.972	3.349	591	29,97	1.968	58,76
Ljubljana	696	1.064	175	25,14	543	51,03

Na podlagi pregleda ponudbe Airbnb nastanitve v Sloveniji podajam odgovor na raziskovalno vprašanje 3, da ima v Sloveniji 29,97 % vseh gostiteljev 58,76 % vse slovenske Airbnb ponudbe, v Ljubljani pa ima 25,14 % vseh ljubljanskih gostiteljev 51,03% vse ljubljanske ponudbe.

3.7 Cikličnost vstopa ponudnikov in njihove ponudbe na tržišče

Airbnb ne prikazuje podatkov o tem, kdaj je bila posamezna nastanitvena enota prvič objavljena, obenem pa niti ni razpoložljivih periodičnih meritev o Airbnb ponudbi po posameznih mesecih. Zato ni mogoče neposredno izmeriti, koliko ponudbe je bilo dejansko na Airbnb tržnici po posameznih mesecih v preteklih letih. Kljub temu pa je gibanje ponudbe možno okvirno in z nekaterimi predpostavkami, oceniti s pomočjo podatkov, ki so na voljo.

Na Airbnb je vsaka nastanitvena enota povezana z njenim gostiteljem. Za vsakega gostitelja pa je na voljo podatek o tem, od kdaj je član Airbnb (leto in mesec). Na osnovi tega lahko sklepamo, da so bile vse njegove nastanitvene enote plasirane na tržišče v obdobju od registracije gostitelja, do dneva izvedbe zajema podatkov (vse naenkrat ali z neko dinamiko).

Za potrebe iskanje odgovora o vstopu ponudbe na tržišče sem kot datum vstopa vseh nastanitvenih enot posameznega gostitelja vzela mesec, v katerem se je gostitelj registriral na Airbnb.

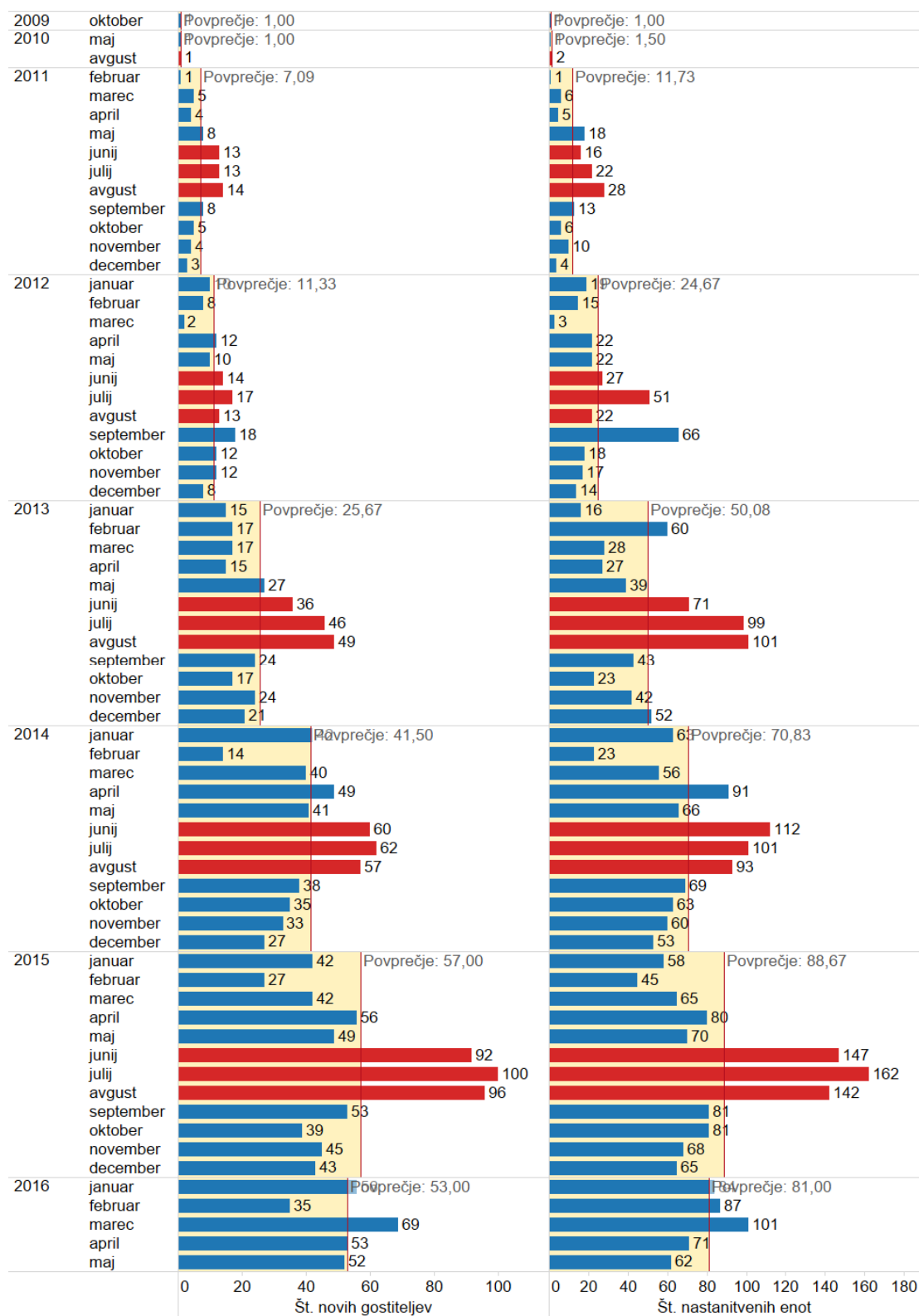
Kadarkoli se bo naredil ponovni zajem podatkov, se bodo po vsej verjetnosti v zajemu spremenili podatki tako o številu registracij v posameznih mesecih kakor tudi količina plasiranih nastanitvenih kapacitet. Razlog za to je, da na dan zajema podatkov določen del stare ponudbe začasno ali trajno ni več na voljo (odstranjena ali blokirana). Če je gostitelj take nastanitvene enote imel samo to enoto, potem tudi njega ne bo več v zajemu. In obratno, če je s časom gostitelj dodal eno ali več nastanitvenih enot, pa to pomeni, da se bo na novo pojavil (v primeru, da prej ni imel nobene objave) oz. da se bo spremenilo število registriranih nastanitvenih enot v mesecu, ko se je registriral. Posledično se s časom spreminja tako količina gostiteljev po posameznih mesecih kakor tudi število njihovih nastanitvenih enot.

Podatki, ki jih prikazujem se nanašajo na ponudbo, ki je obstajala oz. bila dostopna na dan zajema podatkov. Iz te ponudbe pa nato izhaja število registriranih gostiteljev po posameznih mesecih ter količina plasirane ponudbe na mesec registracije gostitelja – ob predpostavki, da je gostitelj plasiral ponudbo na isti mesec, kot se je registriral.

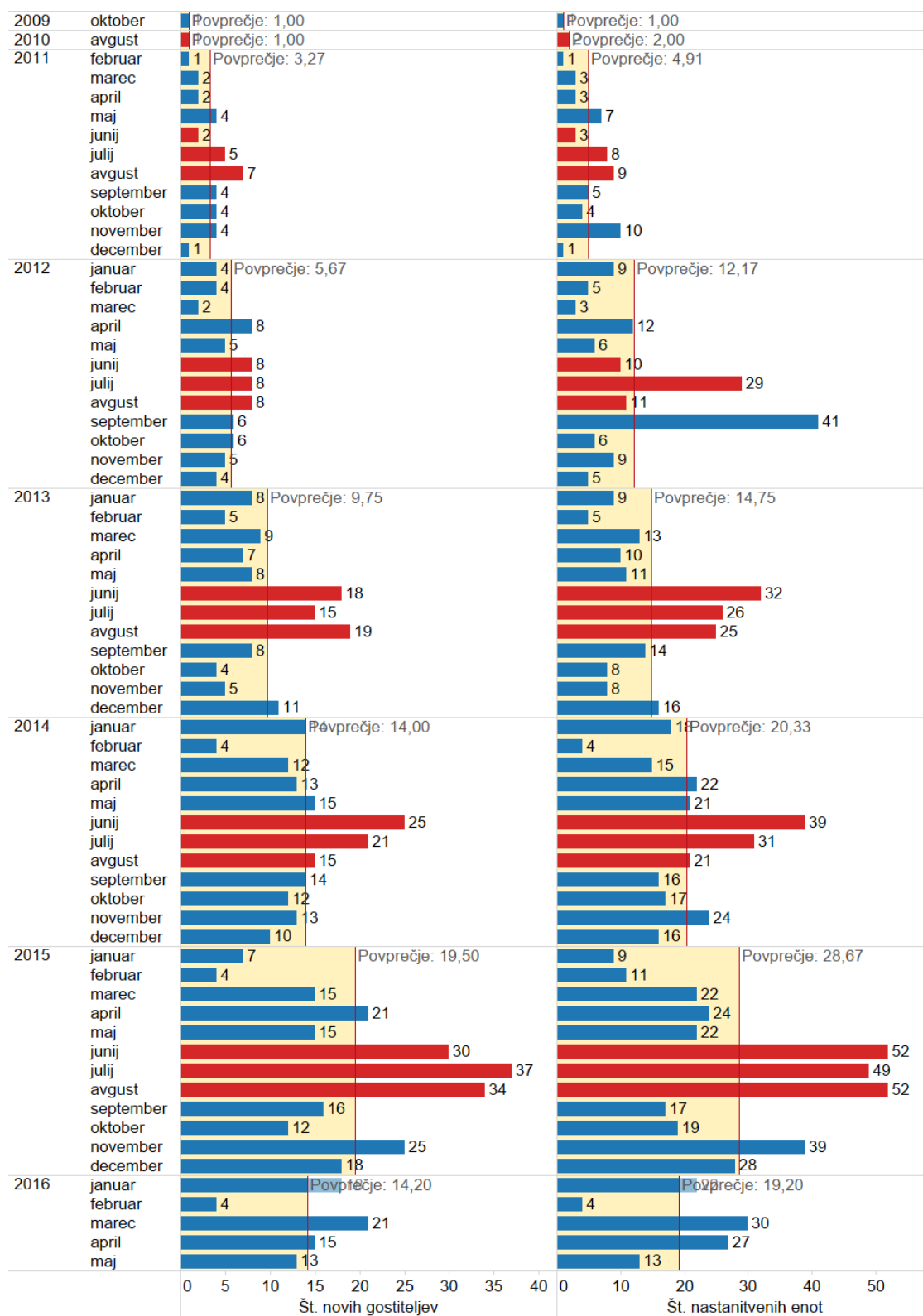
V zajetih podatkih, ki jih za Slovenijo prikazuje Slika 8 in za Ljubljano Slika 9, je v poletnih mesecih (junij, julij, avgust) opaziti vsakoletni trend povečanja tako števila gostiteljev kakor tudi števila nastanitvenih enot, ki so jih ti plasirali na tržišče do dneva zajema podatkov. Ob navedenih podatkih lahko odgovorim na raziskovalno vprašanje 4, da je vstop ponudnikov in

njihove ponudbe na tržišče ciklično s prepoznavnimi konicami v poletnih mesecih (junij, julij, avgust).

Slika 8: Število registracij uporabniških računov gostiteljev Airbnb in njihovih nastanitvenih enot za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016 z rdeče označenimi poletnimi meseci (junij, julij, avgust)



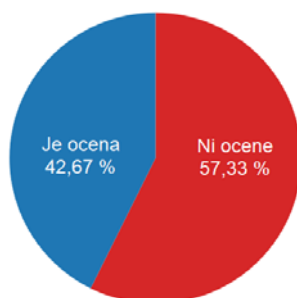
Slika 9: Število registracij uporabniških računov gostiteljev Airbnb in njihovih nastanitvenih enot za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016 z rdeče označenimi poletnimi meseci (junij, julij, avgust)



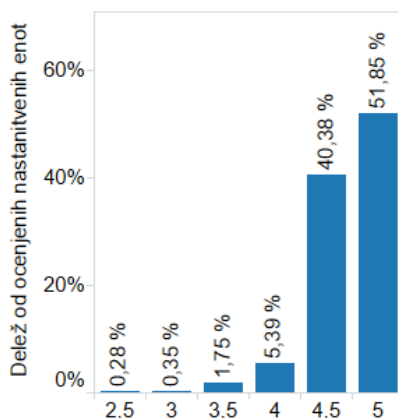
3.8 Ocene zadovoljstva nad gostitelji in njihovimi namestitvenimi enotami

Kot prikazujeta Slika 10 in Slika 11, ima na dan zajema podatkov 42,67 % vseh nastanitvenih enot Airbnb v **Sloveniji** podano oceno s strani gostov. Od teh jih ima 51,85 % oceno 5 zvezdic (maksimalna vrednost) 40,38 % pa oceno 4,5 zvezdice. V Sloveniji ima torej 92,23 % vseh ocenjenih nastanitvenih enot oceno 4,5 zvezdice ali več. Ocen, nižjih od 2,5 zvezdice, ni. Povprečna ocena namestitvene kapacitete za Slovenijo je 4,7 zvezdice.

Slika 10: Delež podanih ocen za nastanitvene enote Airbnb za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016

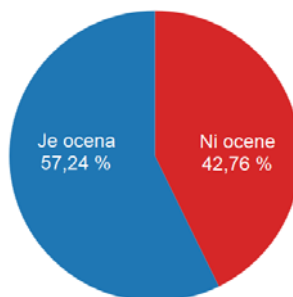


Slika 11: Porazdelitev splošne ocene (zvezdice) za nastanitvene enote Airbnb za Slovenijo v obdobju od januarja 2009 do maja 2016

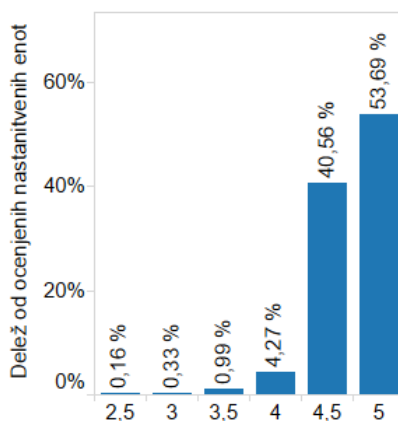


Kot prikazujeta Slika 12 in Slika 13, ima na dan zajema podatkov 57,24 % vseh nastanitvenih enot Airbnb v **Ljubljani** podano oceno s strani gostov. Od teh jih ima 53,69 % oceno 5 zvezdic (maksimalna vrednost) 40,56 % pa oceno 4,5 zvezdice. V Ljubljani ima torej 94,25 % vseh ocenjenih nastanitvenih enot oceno 4,5 zvezdice ali več. Ocen, nižjih od 2,5 zvezdice, ni. Povprečna ocena namestitvene kapacitete za Ljubljano je 4,73 zvezdice.

Slika 12: Delež podanih ocen za nastanitvene enote Airbnb za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016



Slika 13: Porazdelitev splošne ocene (zvezdice) za nastanitvene enote Airbnb za Ljubljano v obdobju od januarja 2009 do maja 2016



Skoraj identične rezultate je dala tudi raziskava bostonske univerze (Zervas, Proserpio, & Byers, 2015), v kateri so zajeli in primerjali ocene istih namestitvenih enot na drugih portalih in ugotovili, da so rezultati znatno slabši na portalih kjer ni ključni element za odločitev oz. izvedbo nakupa spletni ugled in zaupanje, ki se gradi na osnovi medsebojnih ocen med gostom in gostiteljem, slednjemu pritrjuje tudi raziskava (Mayzlin, Dover, & Chevalier, 2014). V omenjeni raziskavi je tako povprečna ocena na Airbnb 4,7 zvezdice (identično kot prikazujejo podatki ki sem jih zajela iz Airbnb za Slovenijo), na TripAdvisor Hotels je povprečna ocena 3,8 zvezdice in na TripAdvisor B&B 4,2 zvezdice. Razlog za tako visoke ocene na Airbnb tako ni da bi bile nastanitvene kapacitete toliko boljše oz. da bi bil gost toliko bolj zadovoljen, gre namreč za identične namestitvene kapacitete ter gostitelje, pri čemer pa so le ti na drugih portalih znatno nižje ocenjeni. Razlog tako ne gre iskati v realnem večjem zadovoljstvu temveč v razlogih kot npr.:

- namensko izogibanje podaji negativnih ocen (posledično ni podane ocene ali pa je ta višja) – zato da npr. ne bi bili sami negativno ocenjeni na platformah, ki spodbujajo obojestranske ocene,
- samoselekcija – gosti, ki so bili že prej zadovoljni s platformo, bolj verjetno ponovno izvedejo nakup oz. rezervacijo in podajajo ocene,

- strateško manipulacija ocen uporabnikov, običajno izvajana s strani podjetij, ki želijo umetno napihnniti svoj spletni ugled,
- pristransko ocenjevanje na podlagi prejšnjih ocen.

Tudi pri zajetih ocenah za Airbnb namestitvene kapacitete za Slovenijo je opaziti značilno J-obliko porazdelitve ocen (asimetrična naraščajoča k najvišji oceni), značilno manjkajoče nizke ocene in izrazito malo število srednjih ocen. To da je povprečna ocena za Slovenijo identična kot za globalni trg v raziskavi bostonske univerze, kaže, da tako visoke ocene verjetno niso odraz dejanskega zadovoljstva.

S tem lahko odgovorim na raziskovalno vprašanje 5, da so ocene Airbnb gostov za Slovenijo in Ljubljano zelo podobne in nenavadno visoke (povprečje Slovenija 4,7 in Ljubljana 4,73 zvezdice) ter imajo porazdelitev v J-obliki, kar je skladno z drugimi svetovnimi raziskavami zadovoljstva Airbnb gostov.

3.9 Povzetek ključnih ugotovitev:

Tabela 2: V spodnji tabeli povzemam pregled ključnih ugotovitev, do katerih sem prišla na podlagi neposrednega zajema in analize podatkov iz Airbnb.

Raziskovalna vprašanja	Povzetek ključnih ugotovitev
RV1: Ali so do sedaj znane ocene o obsegu Airbnb ponudbe realne?	Javno dostopni sekundarni podatki in pridobljeni podatki s spletne strani Airbnb se ne ujemajo (ponudbe je precej več, kot je zaznano preko sekundarnih virov), na podlagi česar lahko sklepamo, da so ocene o stanju Airbnb ponudbe v Sloveniji znatno podcenjene.
RV2: Katera so največja mesta po obsegu Airbnb ponudbe?	Največja mesta v Sloveniji (v padajočem vrstnem redu) so: Ljubljana, Bled, Piran, Portorož, Maribor in Bovec, ki imajo skupaj 49,78 % vseh nastanitvenih enot in 44,13 % vseh Airbnb ležišč v Sloveniji.
RV3: Kolikšen delež gostiteljev ima dve ali več nastanitvenih enot in kolikšen delež celotne ponudbe predstavljajo te enote?	V Sloveniji ima 29,97 % vseh gostiteljev 58,76 % vse slovenske Airbnb ponudbe, v Ljubljani pa ima 25,14 % vseh ljubljanskih gostiteljev 51,03% vse ljubljanske ponudbe.
RV4: Ali je vstop ponudnikov in njihove ponudbe na tržišče cikličnen?	Vstop ponudnikov in njihove ponudbe na tržišče je cikličnen s prepoznavnimi konicami v poletnih mesecih (junij, julij, avgust).
RV5: Kakšne so ocene zadovoljstva nad gostitelji in njihovimi namestitvenimi enotami?	Ocene Airbnb gostov so za Slovenijo in Ljubljano zelo podobne in nenavadno visoke (povprečje Slovenija 4,7 in Ljubljana 4,73 zvezdice) ter imajo porazdelitev v J-obliki, kar je skladno z drugimi svetovnimi raziskavami zadovoljstva Airbnb gostov.

SKLEP

Ekonomija souporabe se je v zadnjega pol desetletja razvila iz neobstoječega pojma v globalni fenomen, ki spreminja obstoječa pogosto močno regulirana tržišča in poslovne modele s hitrostjo, načinom in obsegom, ki ni bil viden še nikoli prej. Fizične osebe, ki »imajo« postajajo neposredni ponudniki fizičnim osebam, ki »potrebujejo« na način, ki obhaja dosedanje klasične poslovne modele s posredniki. Ponudniki se tako fragmentirajo a se obenem s pomočjo tehnologije povezujejo v izredno optimizirane in učinkovite mreže, odjemalci pa prehajajo iz pasivnih potrošnikov v aktivne soudeležence poslovanja. Moč se tako prerazporeja iz velikih centraliziranih institucij in podjetij v distribuirane mreže posameznikov in skupnosti. V centru teh premikov se nahaja Airbnb ter njegova skupnost.

Airbnb skupnost in mreže med njenimi člani so se že vzpostavile in delujejo v polnem razmahu tudi v Sloveniji. Glede na turistične danosti in potencial Slovenije, ter glede na za Slovenijo značilen visok delež lastniških stanovanj in hiš, je ekonomski potencial kratkoročnega oddajanja teh nastanitvenih kapacitet velik - tako za gostitelje posameznike kakor tudi za ekonomijo, turizem in širšo družbo. Zato bi bilo smiselno to področje urediti na način, da je tovrstno oddajanje omogočeno vsakomur, ga želi izvajati, na enostaven, hiter in pošten način (tudi za obstoječe profesionalne ponudnike »klasičnih« nastanitvenih kapacitet kot so npr. hoteli) ter da ima obenem od tega korist tudi družba kot celota. Moj predlog izhodiščnih smernic za ureditev tega področja je podan v Prilogi 1.

Ker je ekonomija souporabe pravno formalno in s stališča ekonomske stroke pri nas še v povojih, obenem pa sta turizem in kratkoročno oddajanje nastanitvenih kapacitet tudi pri nas močno regulirano poslovno okolje, to predstavlja svojevrstno preizkušnjo za vse udeležene. Ker pomanjkanje konkretnih informacij s terena, na osnovi katerih bi bilo mogoče sprejemati informirane odločitve predstavlja samo še dodaten nivo nejasnosti in negotovosti, sem si za cilj svoje zaključne strokovne naloge zastavila, da strokovni in širši javnosti priskrbim kvalitetne podatke, ter pripravim izhodiščno analizo Airbnb ponudbe, na osnovi katere se nato lahko razvije širša ekonomska in družbeno politično razprava, v kateri bodo vsi udeleženi imeli enake kvalitetne izhodiščne informacije. Ker je obseg in podrobnost zbranih podatkov precej večja od mojih začetnih pričakovanj, njihova polna predstavitev pa bi znatno presegla obseg, ki je na voljo v tej nalogi, sem kljub večjemu obsegu pridobljenih podatkov, bila prisiljena v okviru zaključne strokovne naloge ostati osredotočena na iskanje odgovorov na moja izhodiščno postavljena raziskovalna vprašanja. Za dodaten in do sedaj neobstoječ vpogled v obstoječo stanje Airbnb za Slovenijo pa sem kljub temu nekatere informacije do katerih sem prišla s pomočjo analiziranja zajetih podatkov priložila v Prilogi 2. Cilj moje zaključne strokovne naloge je tako dosežen.

Vem pa, da je to šele začetek poti in le en kamen v mozaiku prepotrebnih sprememb. Verjamem, da je sedaj čas in priložnost, da ponovno pokažemo, da smo kot družba napredni in sposobni stopiti skupaj, ter narediti spremembe od katerih bomo vsi imeli koristi in nove prepotrebne priložnosti za izboljšanje socio-ekonomskega položaja.

LITERATURA IN VIRI

1. *About Us*. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/about/about-us>
2. *Airbnb - Competitors*. Najdeno 14. junij 2016 na spletnem naslovu <https://www.crunchbase.com/organization/airbnb/competitors>
3. *The Airbnb Community Compact*. (2015, november). Najdeno 21. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnbaction.com/wp-content/uploads/2015/11/Airbnb-Community-Compact.pdf>
4. *Airbnb seminar Ljubljana*. Najdeno 5. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.planetgv.si/dogodki/2016/04/airbnb-seminar-ljubljana>
5. Airbnb's Nate Blecharczyk Confirms It Raised A \$200M Round Led By Founders Fund [video dokument]. *Disrupt Europe 2013*. Najdeno 20. marca 2016 na spletnem naslovu <https://techcrunch.com/2013/10/28/airbnb-200m/>
6. Belk, R. (2013). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* 67 (2014), 1595–1600.
7. Botsman, R. (2013, 21. november). The Sharing economy lacks a shared definition: Giving meaning to the terms. *Fastcoexist*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
8. Botsman, R. (2015, 27. maj). Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption—And What Isn't? *Fastcoexist*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt/7>
9. *Business Travel Ready*. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/business-travel-ready>
10. Gebbia, J. (2015, februar). Joe Gebbia: How Airbnb designs for trust [video dokument]. Najdeno 16. marca 2016 na spletnem naslovu https://www.ted.com/talks/joe_gebbia_how_airbnb_designs_for_trust#t-164387
11. Griswold, A. (2016, 22. januar). Airbnb is cutting deeper into the heart of the hotel business. *Quartz*. Najdeno 26. maja 2016 na spletnem naslovu <http://qz.com/600847/airbnb-is-going-after-the-heart-of-the-hotel-business/>
12. *How are search results determined?* Najdeno 14. junij 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/help/article/39/how-are-search-results-determined>
13. *How to Travel*. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/help/getting-started/how-to-travel>
14. *Lani v Sloveniji 67.000 gostov prek Airbnb*. Najdeno 5. junij 2016 na spletnem naslovu <http://www.24ur.com/novice/slovenija/lani-v-sloveniji-67-000-gostov-prek-airbnb.html>
15. Mayzlin, D., Dover Y., & Chevalier J. (2014). Promotional reviews: An empirical investigation of online review manipulation. *The American Economic Review* 104(8) 2421-55.
16. Newcomer, E. (2016, 13. maj). The Sharing Economy. *Bloomberg*. Najdeno 26. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.bloomberg.com/quicktake/sharing-economy>

17. O'Neill, S. (2016, 11. april). Airbnb is forecast to have \$12.3 billion in bookings in 2016. *Tnooz*. Najdeno 25. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.tnooz.com/article/airbnb-is-forecast-to-have-12-3-billion-in-bookings-in-2016/>
18. *Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is...* Najdeno 7. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/>
19. *Prepovedali najemanje zasebnih stanovanj prek Airbnb*. (2016, 13. junij). Najdeno 13. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.rtvsl.si/posebnaponudba/prepovedali-najemanje-zasebnih-stanovanj-prek-airbnb/395580>
20. Sangeet, P. (2013, 10. marec). The AirBnB Advantage: How to avoid competition and become a multi-billion dollar startup. *The Next Web*. Najdeno 26. maja 2016 na spletnem naslovu <http://thenextweb.com/insider/2013/03/10/the-airbnb-advantage-how-to-avoid-competition-and-become-a-multi-billion-dollar-startup/>
21. Sharing economy. (b.l.a) V *Investopedia*. Najdeno 10. aprila 2016 na spletni strani <http://www.investopedia.com/terms/s/sharing-economy.asp>
22. Sharing economy. (b.l.b) V *Oxford Dictionaries*. Najdeno 4. aprila 2016 na spletni strani <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/sharing-economy>
23. Sundararajan, A. (2014, 14. januar). Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues. Najdeno 29. maja 2016 na spletnem naslovu http://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf
24. *Superhost*. Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/superhost>
25. *Terms*. Najdeno 14. junija 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/terms>
26. Vinton, K. (2016, 6. marec). Meet The 14 Unicorn Startups That Have Created 25 Billionaires. *Forbes*. Najdeno 25. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.forbes.com/sites/katevinton/2016/03/06/meet-the-14-unicorn-startups-that-have-created-25-billionaires/#58a22b8923c0>
27. *What are guest service fees?* Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/help/article/104/what-are-guest-service-fees>
28. *What are host service fees?* Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/help/article/63/what-are-host-service-fees>
29. *What are hosting standards?* Najdeno 20. aprila 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/hospitality>
30. *In what areas is Occupancy Tax Collection and Remittance by Airbnb available?* Najdeno 14. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.airbnb.com/help/article/653/in-what-areas-is-occupancy-tax-collection-and-remittance-by-airbnb-available>
31. Winkler, R. (2015, 20. november). Airbnb nearing \$1 billion in annual revenue. *The Wall Street Journal*. Najdeno 25. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.marketwatch.com/story/airbnb-nearing-1-billion-in-annual-revenue-2015-11-20>

32. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2014). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Social Science Research Network*.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2366898
33. Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2015). A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average. *Social Science Research Network*.
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2554500

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Predlog smernic za ureditev področja oddajanje svojih lastnih domov ter drugih zasebnih nastanitvenih kapacitet za namene kratkoročnega oddajanja po načelih ekonomije souporabe	1
Priloga 2: Nadaljevanje analize stanja Airbnb ponudbe nastanitvenih kapacitet v Sloveniji	3

Priloga 1: Predlog smernic za ureditev področja oddajanje svojih lastnih domov ter drugih zasebnih nastanitvenih kapacitet za namene kratkoročnega oddajanja po načelih ekonomije souporabe

Moje videnje ureditve področja oddajanja svojih lastnih domov (torej domov v katerih gostitelj stalno prebiva) ter drugih zasebnih nastanitvenih kapacitet za namene kratkoročnega oddajanja, po načelih ekonomije souporabe, lahko v grobem strnem v sledeče točke:

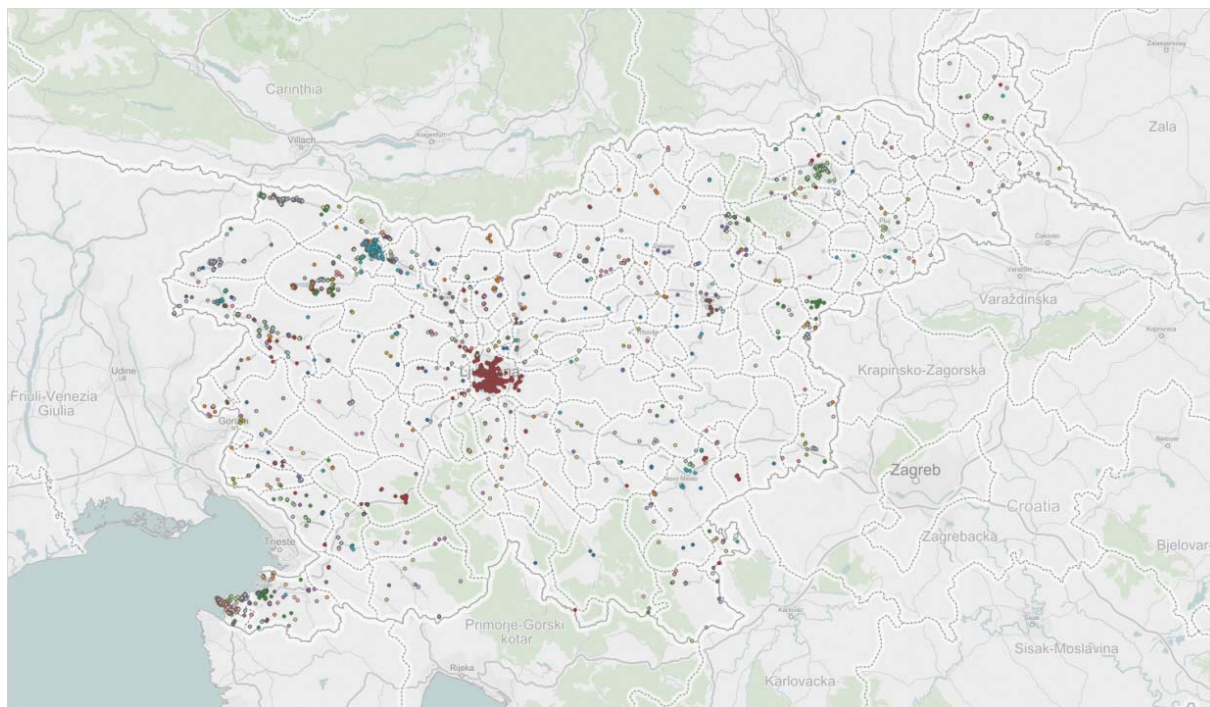
- za kratkoročna oddajanja ni potrebno soglasje sosedov oz. ostalih etažnih lastnikov objekta;
- v primeru, da je gostitelj fizična oseba, se s stališča formalnosti izenači kratkoročno oddajanje z dolgoročnim oddajanjem;
- poenostavitev vseh upravnih postopkov na način, da je možno vse opraviti na enem mestu (po možnosti na spletu) v roku enega dneva;
- obvezno zavarovanje nastanitvene kapacitete ter gostov;
- ustrežanjem enostavnim minimalnim standardom, kot jih navaja npr. Airbnb;
- legalno oddajanje kratkoročnih namestitvenih kapacitet je mogoče le ob vpisu gostitelja in namestitvene kapacitete v centralni slovenski »Register kratkoročnih namestitvenih kapacitet«. Registracijo je možno v celoti izvesti preko spleta v nekaj minutah. Za potrditev istovetnosti osebe predlagam, da se ponudi več možnosti med katerimi se lahko poljubno izbira npr. digitalno potrdilo, kreditna kartica, poslani SMS na telefon z naročniškim razmerjem in javno objavljeno telefonsko številko. Registrirani gostitelj in namestitvena kapaciteta dobita svojo lastno identifikacijsko številko;
- pogoj za legalno kratkoročno oddajanje je tudi, da gostitelj v centralnem registru evidentira svojo ponudbo na portalih, kot je npr. Airbnb ali da v opisu svoje namestitvene kapacitete vnese svojo identifikacijsko številko, s čimer se dobi povezljivost podatkov, transparentnost in možnost analiziranja stanja;
- gostitelj mora preko spleta prijavljati vse svoje goste po enakih načelih kot turistični ponudniki nastanitvenih kapacitet ter za njih plačevati zakonsko predpisane dajatve (npr. turistična taksa);
- oddajanje kratkoročnih namestitvenih kapacitet se obdavči. Z višino obdavčitve se med drugim nadzira obseg ponudbe in se poskrbi za lojalno konkurenco napram hotelom;
- oddajanje svojih lastnih domov (torej domov, v katerih gostitelj stalno prebiva), po načelih ekonomije souporabe ima enako ali nižjo stopnjo obdavčitve, kot če se oddaja namestitvena kapaciteta v kateri ne živi gostitelj. V primeru da je tovrstni gostitelj oz. njegova družina finančno ogrožena je za čas ogroženosti oproščen obdavčitve iz naslova oddajanja tovrstne nastanitvene kapacitete (oblika samopomoči);
- z Airbnb in ostalimi portali, ki to tudi omogočajo, se na ravni države dogovori za samodejen obračun in prenakazilo turističnih taks ter ostalih relevantnih dajatev;
- dnevno avtomatizirano in osebno preverjanje ponudbe in držanja pravil. Ker poslovanje do prihoda gosta praviloma poteka izključno preko spleta, sta detekcija ponudbe in navzkrižna primerjava podatkov znatno poenostavljena in ju je možno avtomatizirati. To

še posebej velja, če je treba v oglasih objavljati identifikacijsko številko gostitelja in namestitvene kapacitete;

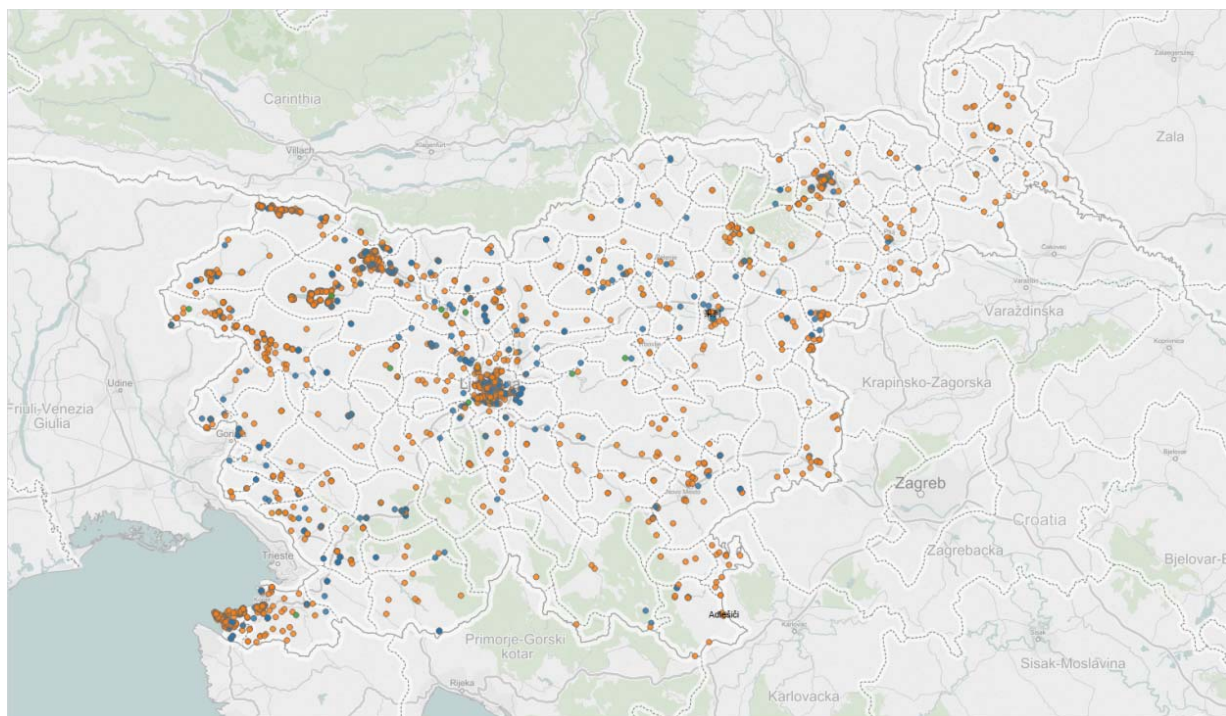
- sprotno in dosledno kaznovanje v primeru kršenja predpisov, npr. neregistracija, neprijavljanje gostov, delo na črno oz. neplačevanje davščin.

Priloga 2: Nadaljevanje analize stanja Airbnb ponudbe nastanitvenih kapacitet v Sloveniji

Slika 1: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot

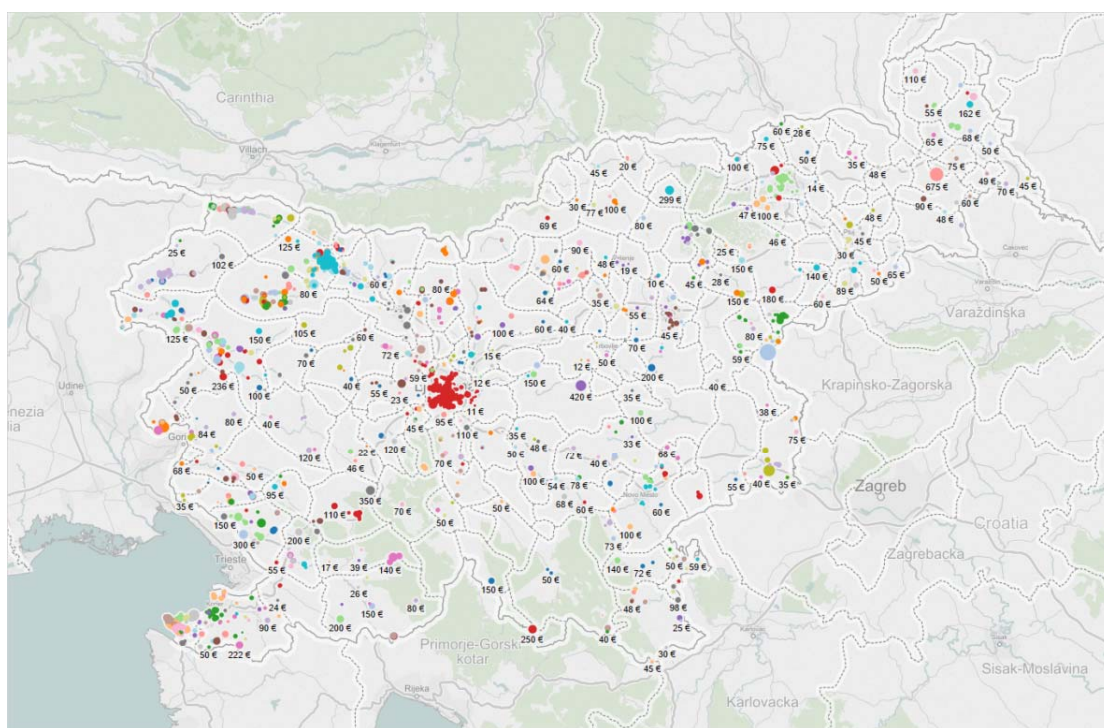


Slika 2: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot po tipu sobe



Tip sobe
■ Cel dom/stanovanje
■ Privatna soba
■ Souporaba sobe

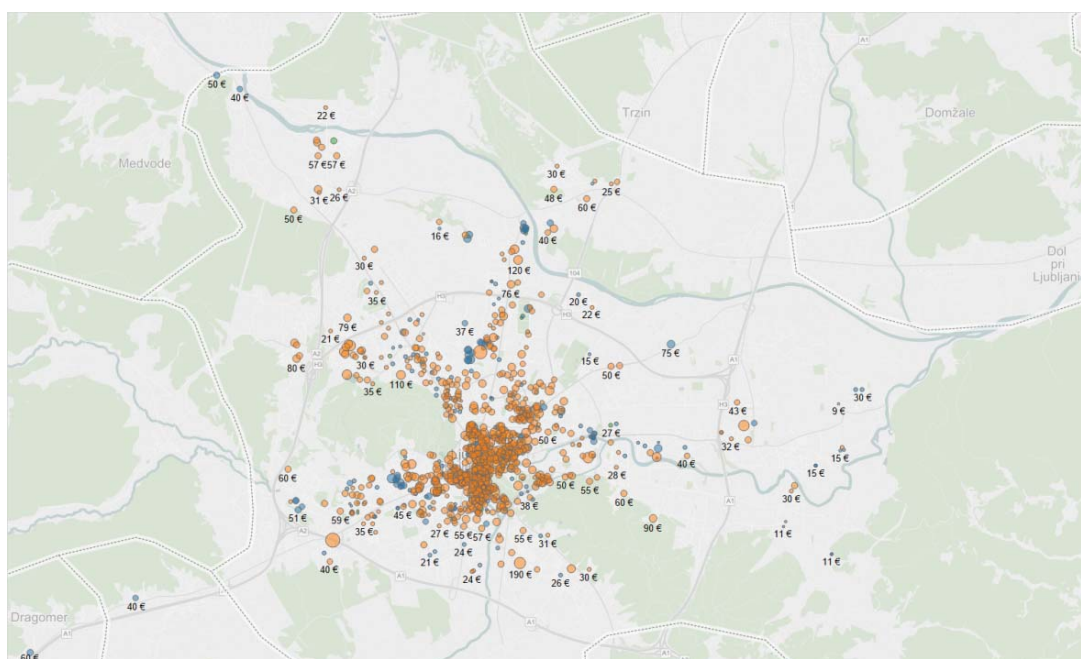
Slika 3: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot s cenami



Cena

- 9 €
- 200 €
- 400 €
- 600 €
- 800 €
- 980 €

Slika 4: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot v Ljubljani po tipu sobe in s cenami



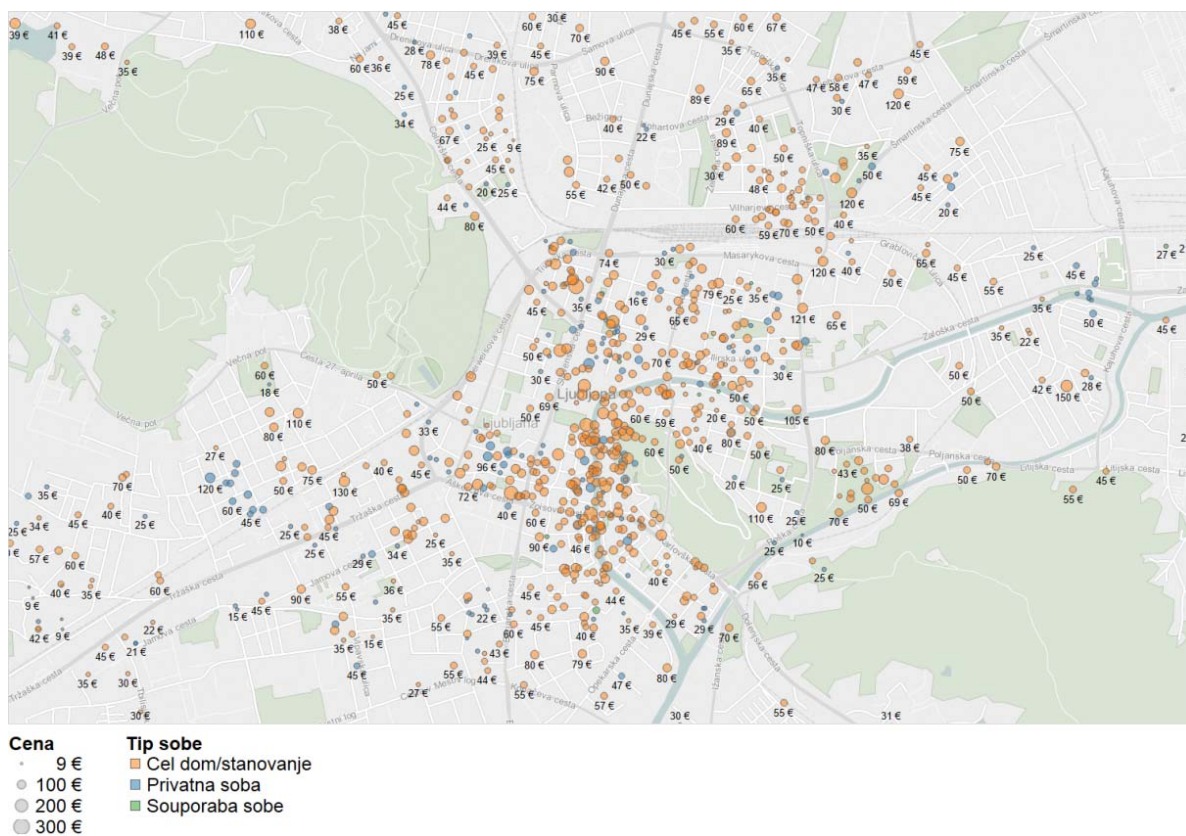
Cena

- 9 €
- 100 €
- 200 €
- 300 €

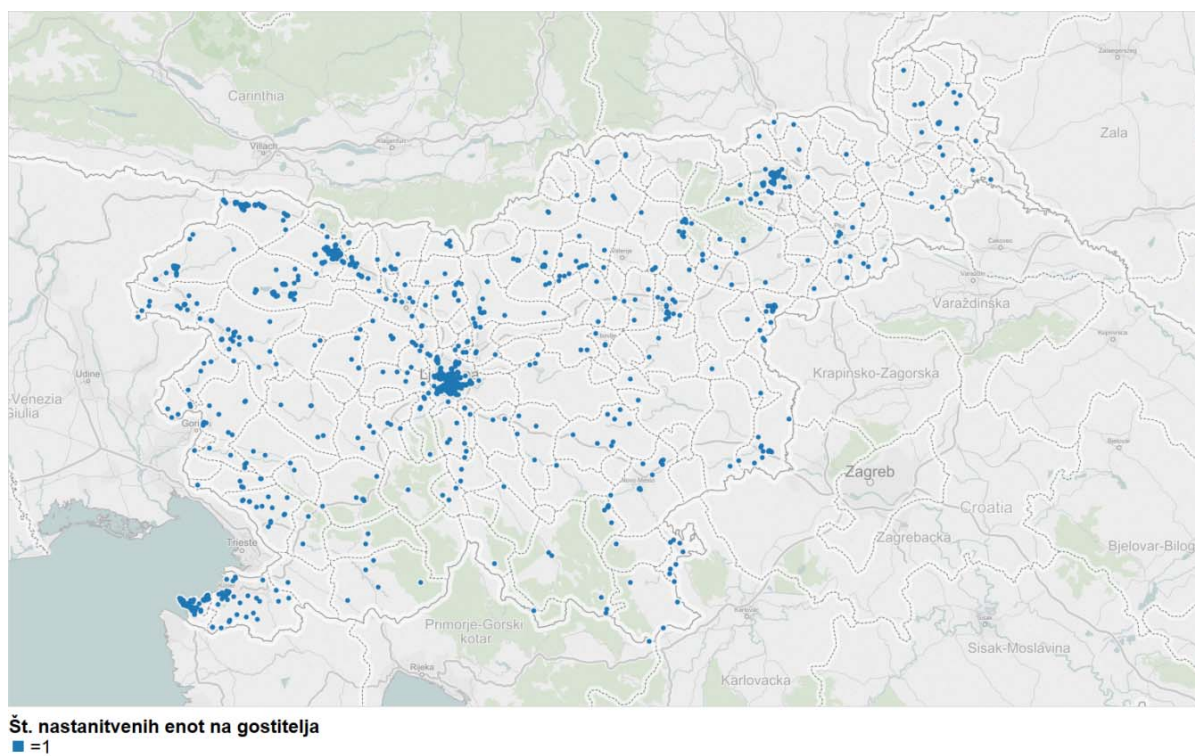
Tip sobe

- Cel dom/stanovanje
- Privatna soba
- Souporaba sobe

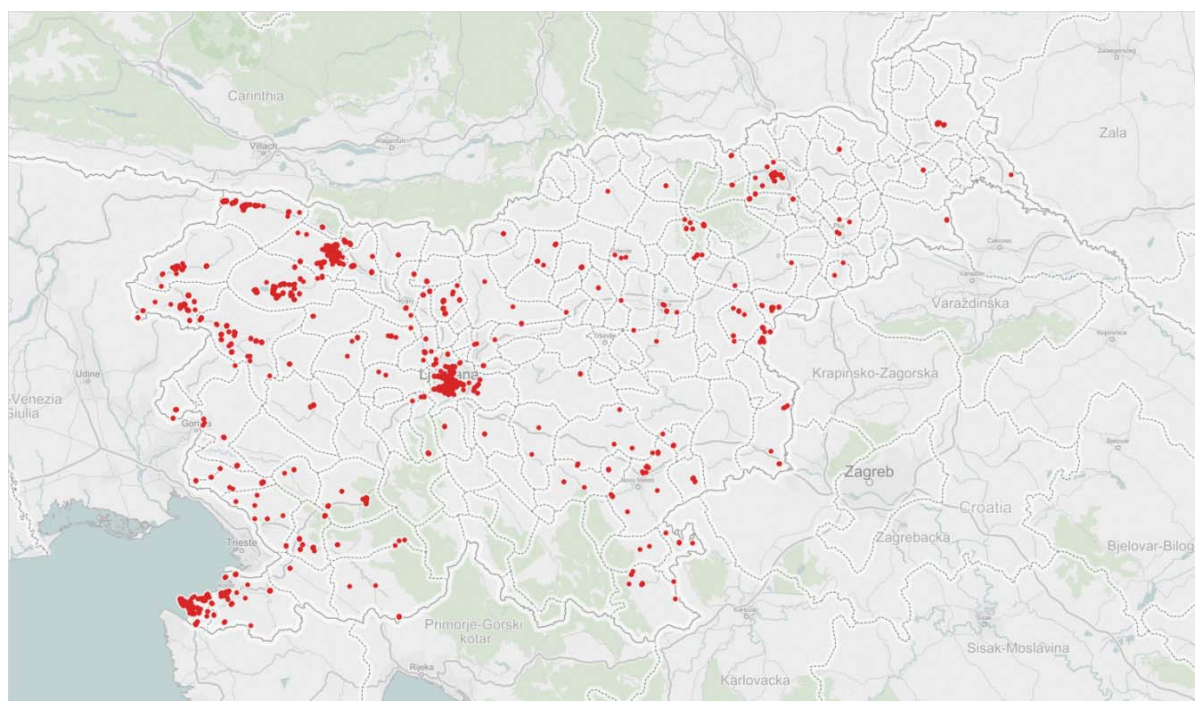
Slika 5: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot v Ljubljani - mestno jedro po tipu sobe s cenami



Slika 6: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot gostiteljev z 1 nastanitveno enoto



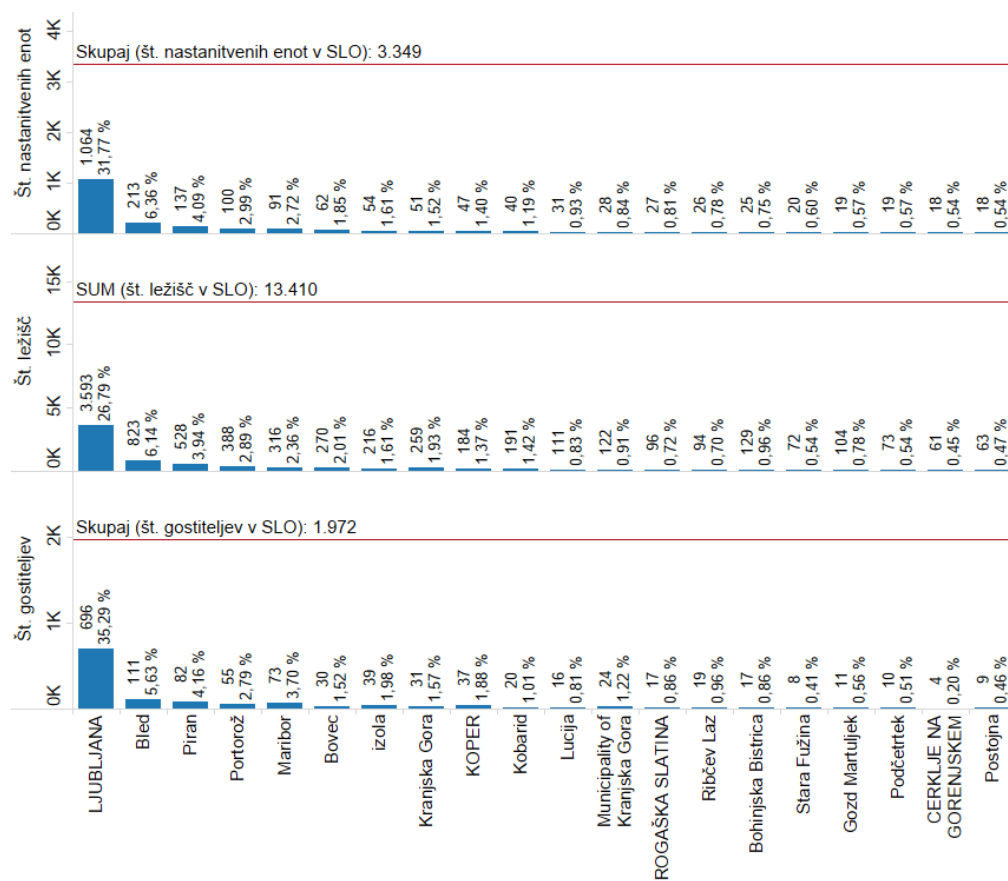
*Slika 7: Geografska porazdelitev nastanitvenih enot gostiteljev
z 2 ali več nastanitvenimi enotami*



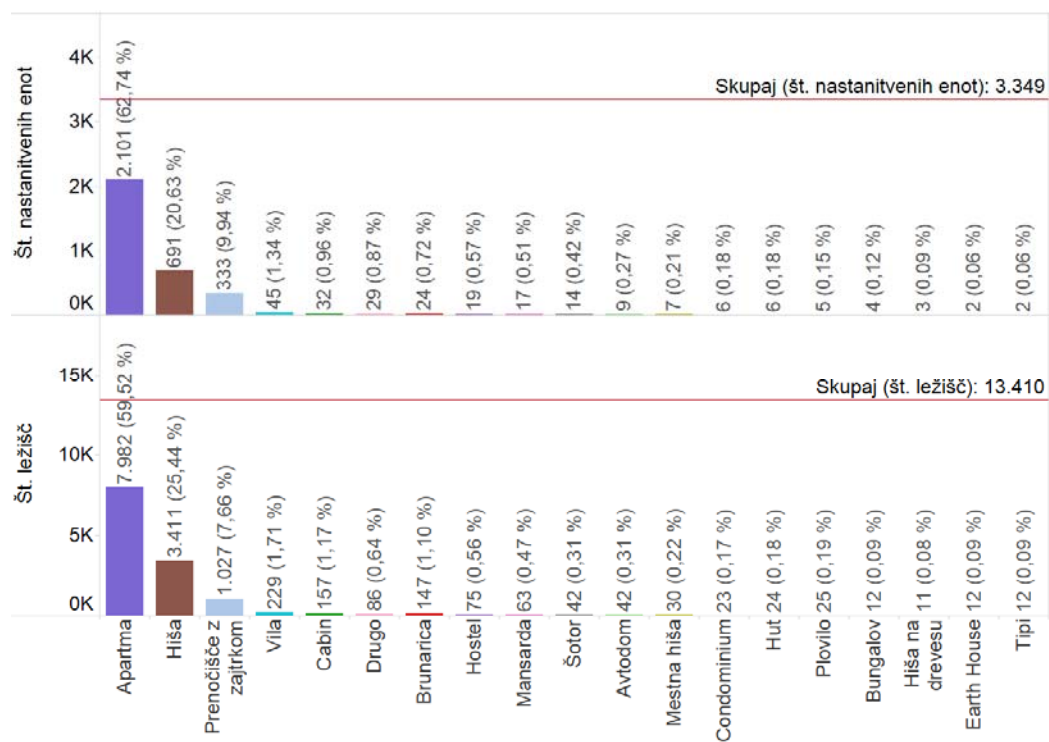
Št. nastanitvenih enot na gostitelja

■ >=2

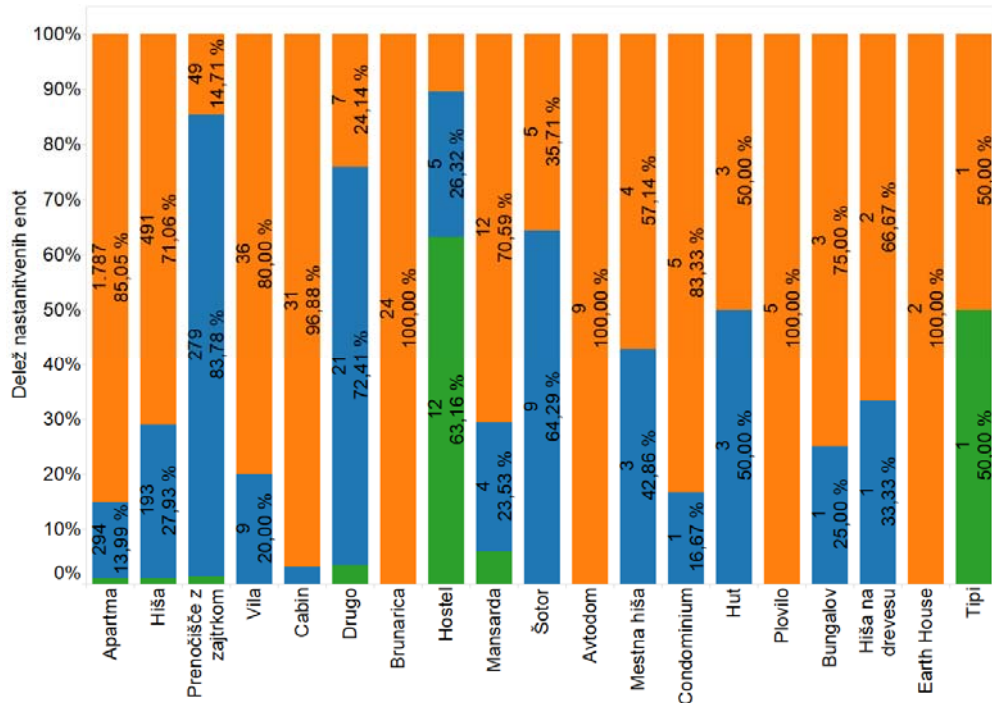
Slika 8: Prvih 20 slovenskih mest po številu nastanitvenih enot, ležišč in gostiteljev



Slika 9: Število nastanitvenih enot in ležišč po tipih nastanitvenih enot



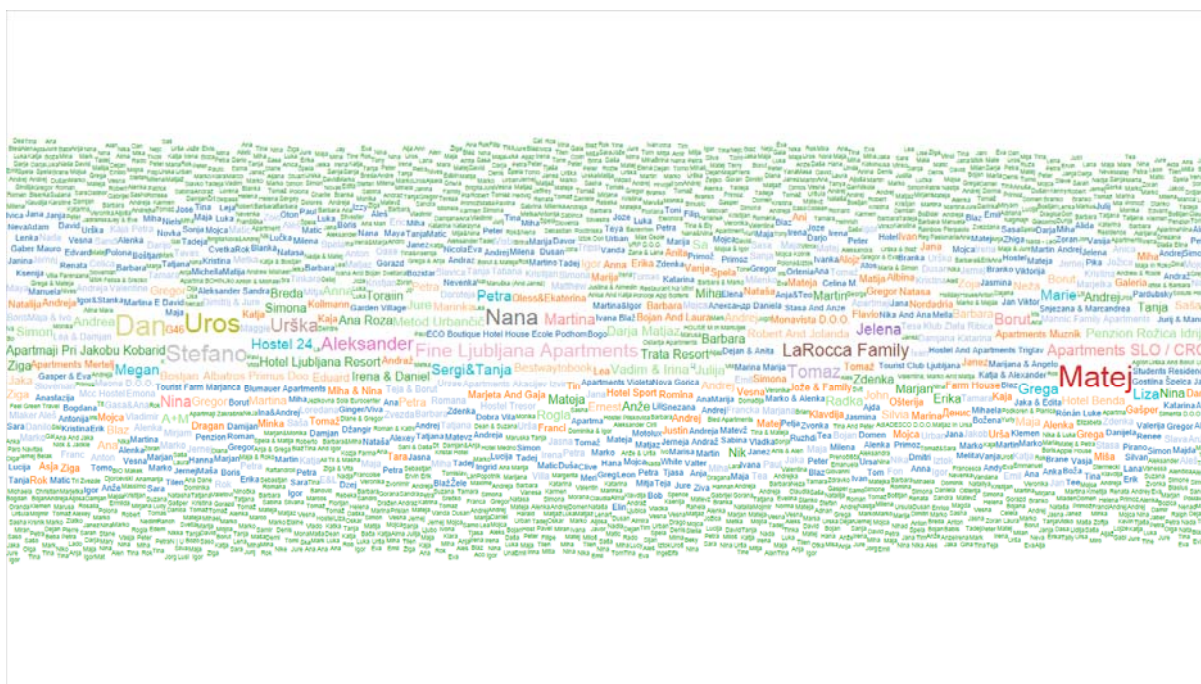
Slika 10: Delež tipov sob po posameznih tipih nastanitvenih enot



Slika 11: Število nastanitvenih enot po posameznih gostiteljih (za gostitelje z eno ali več nastanitvenimi enotami)

[illegible]

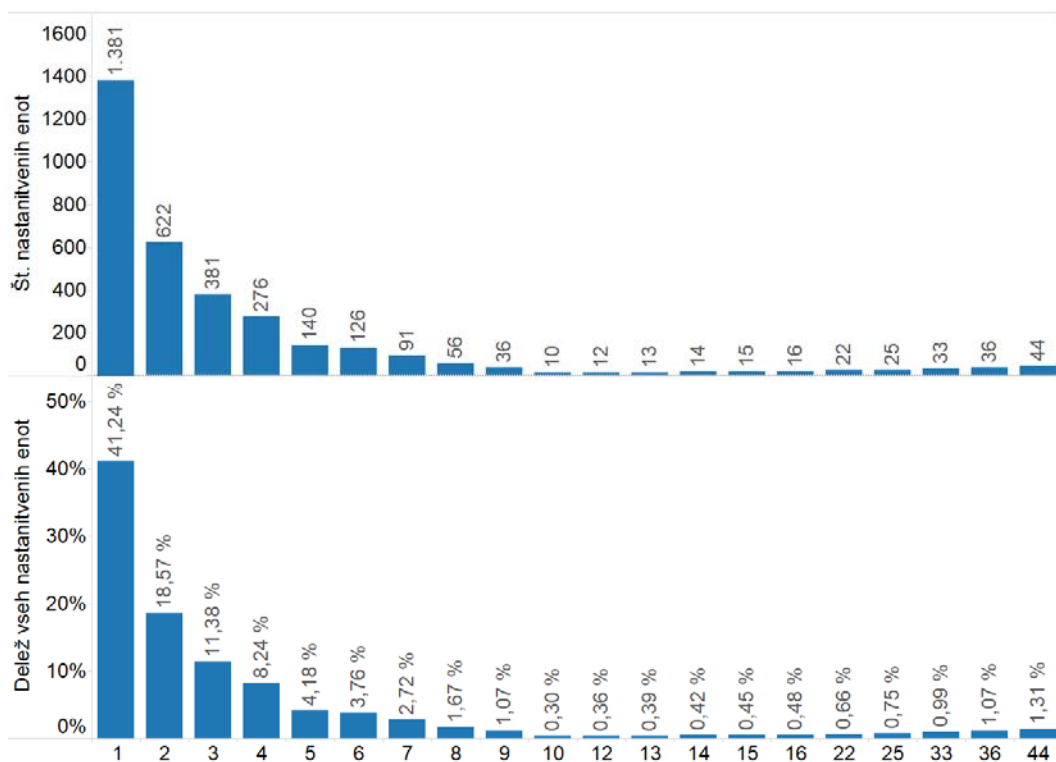
Slika 13: Vsi gostitelji po številu nastanitvenih enot, ki jih ima posamezen gostitelj



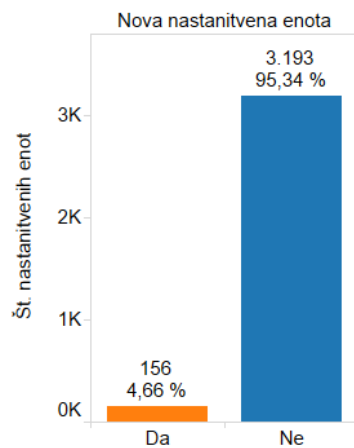
Št. nastanitvenih enot

- 1
 2
 3
 4
 5
 6
 7
 8
 9
 10
 12
 13
 14
 15
 16
 22
 25
 33
 36
 44

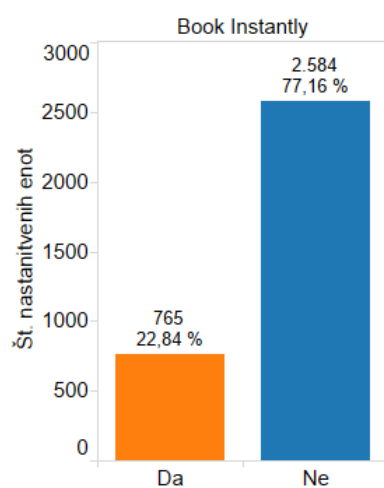
Slika 14: Porazdelitev namestitvenih enot glede na število enot, ki jih ima posamezen gostitelj po deležu in številu



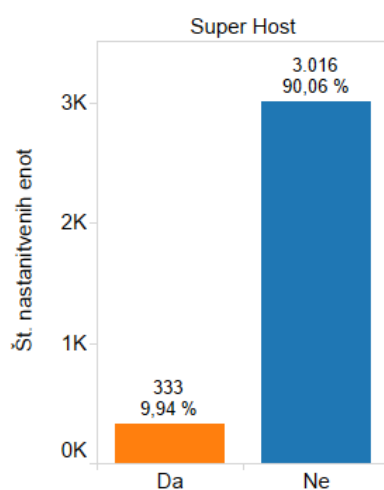
Slika 15: Nastanitvene enote po statusu Novo



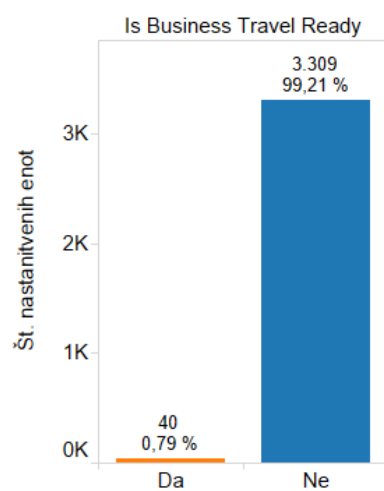
Slika 16: Nastanitvene enote po statusu Book Instantly



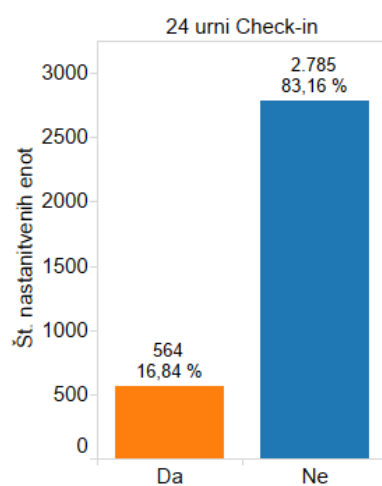
Slika 17: Nastanitvenih enote po statusu Super Host



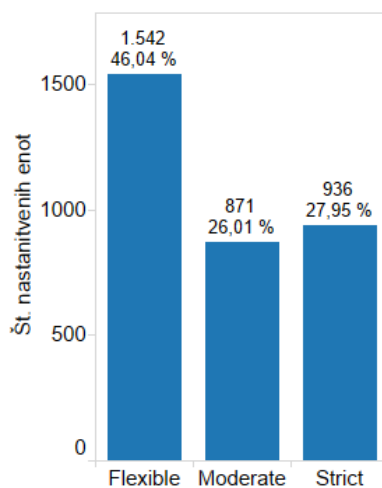
Slika 18: Nastanitvene enote po statusu Business Travel Ready



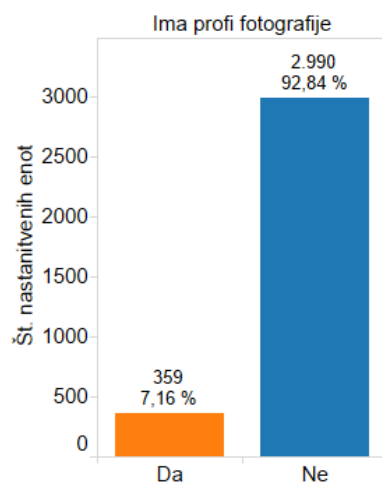
Slika 19: Nastanitvene enote po statusu 24 urni Check-in



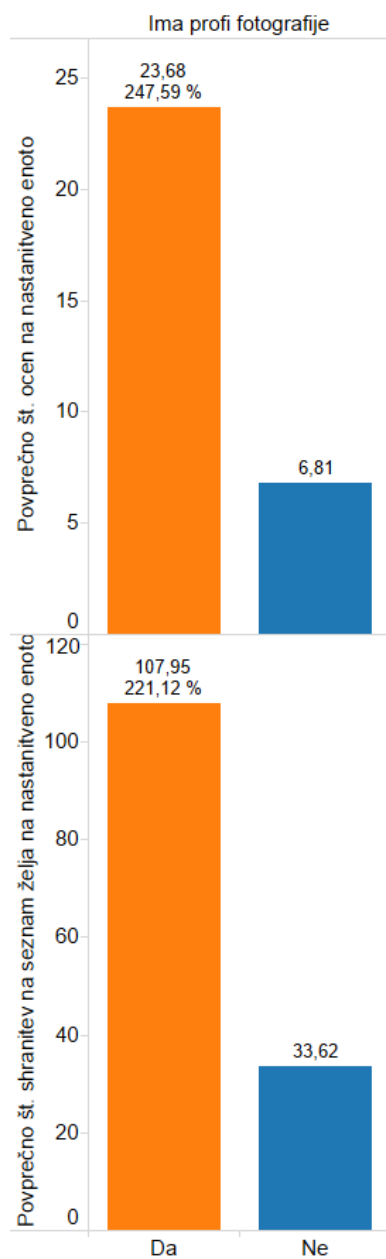
Slika 20: Nastanitvene enote po tipu odpovedi rezervacije



Slika 21: Nastanitvene enote po statusu profesionalnih fotografij



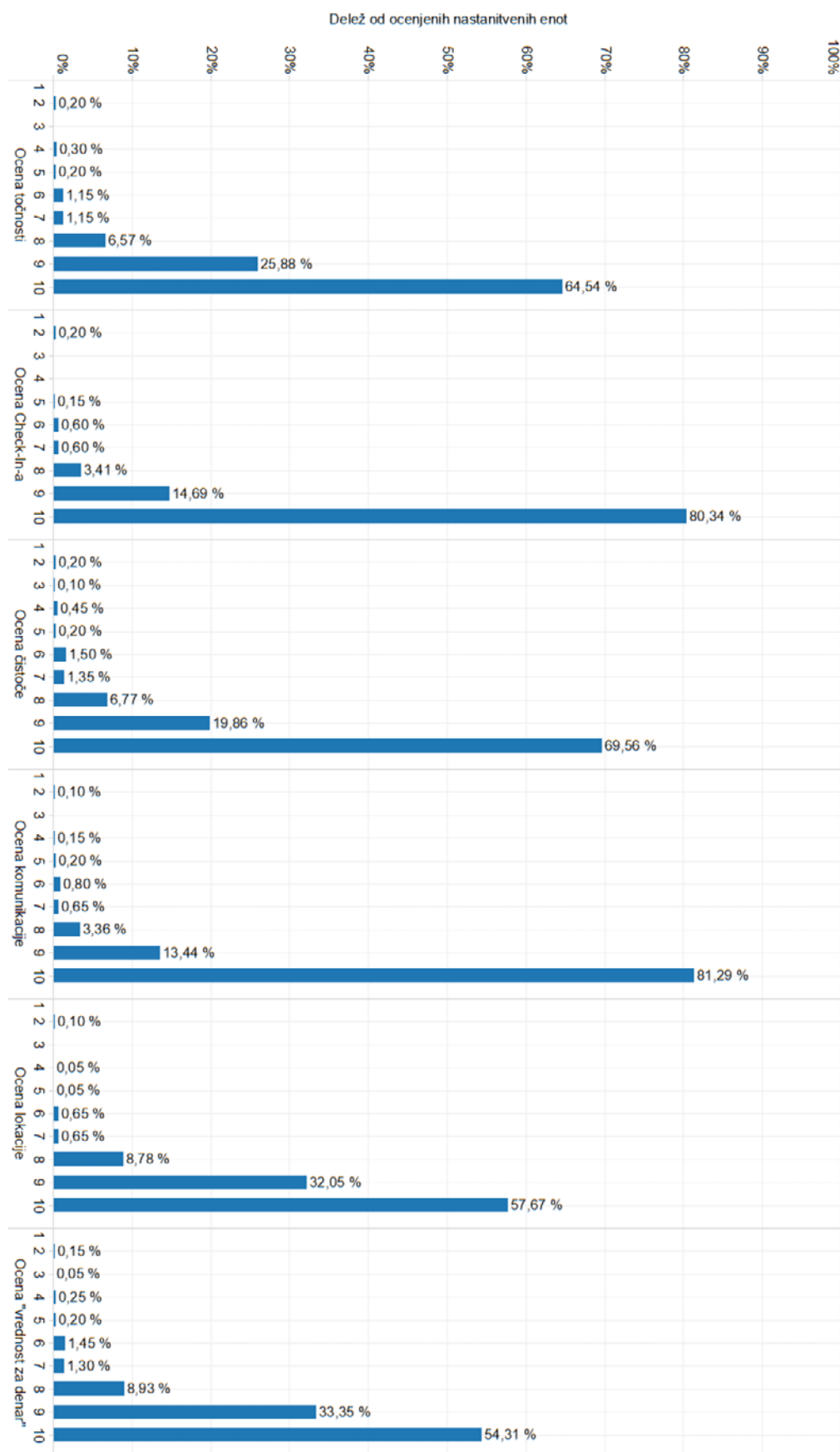
Slika 22: Povprečno število ocen in povprečno število shranitev na seznam želja na nastanitveno enoto v odvisnosti od tipa fotografije (je/ni profesionalna fotografija)



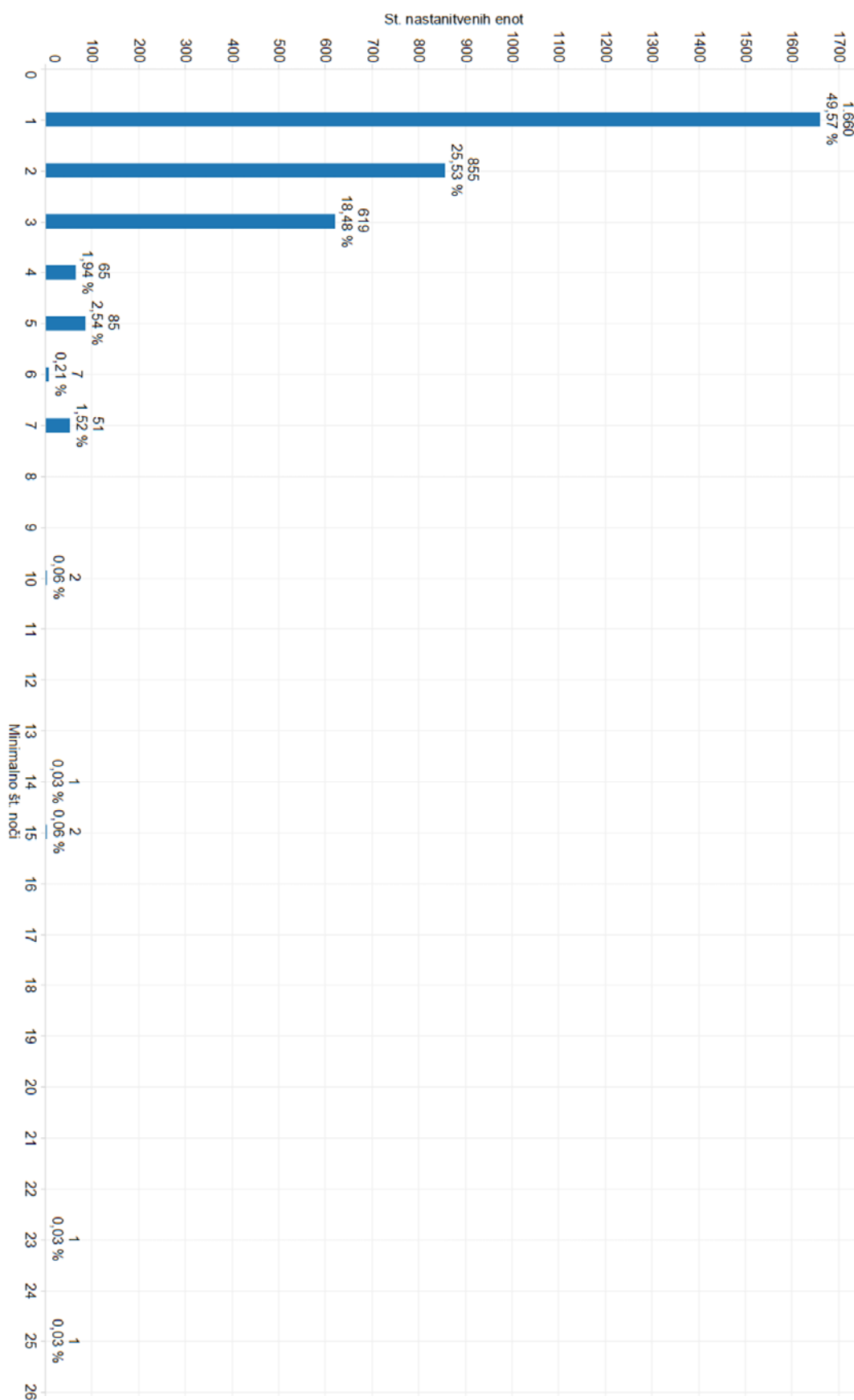
Slika 23: Prvih 32 slovenskih mest po številu prejetih ocen nastanitvenih enot



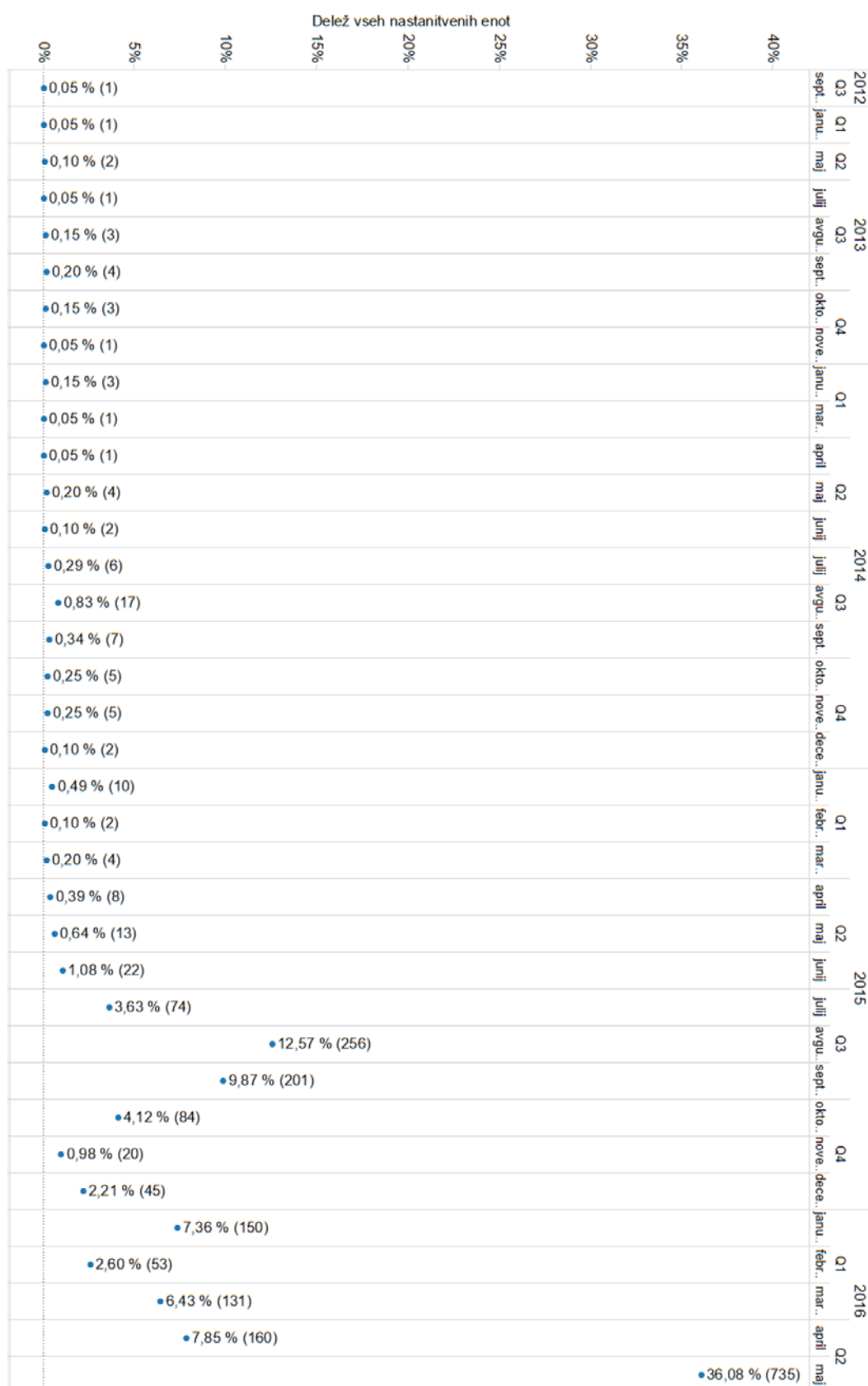
Slika 24: Porazdelitev ocen nastanitvenih enot po posameznih področjih ocenjevanja za Slovenijo



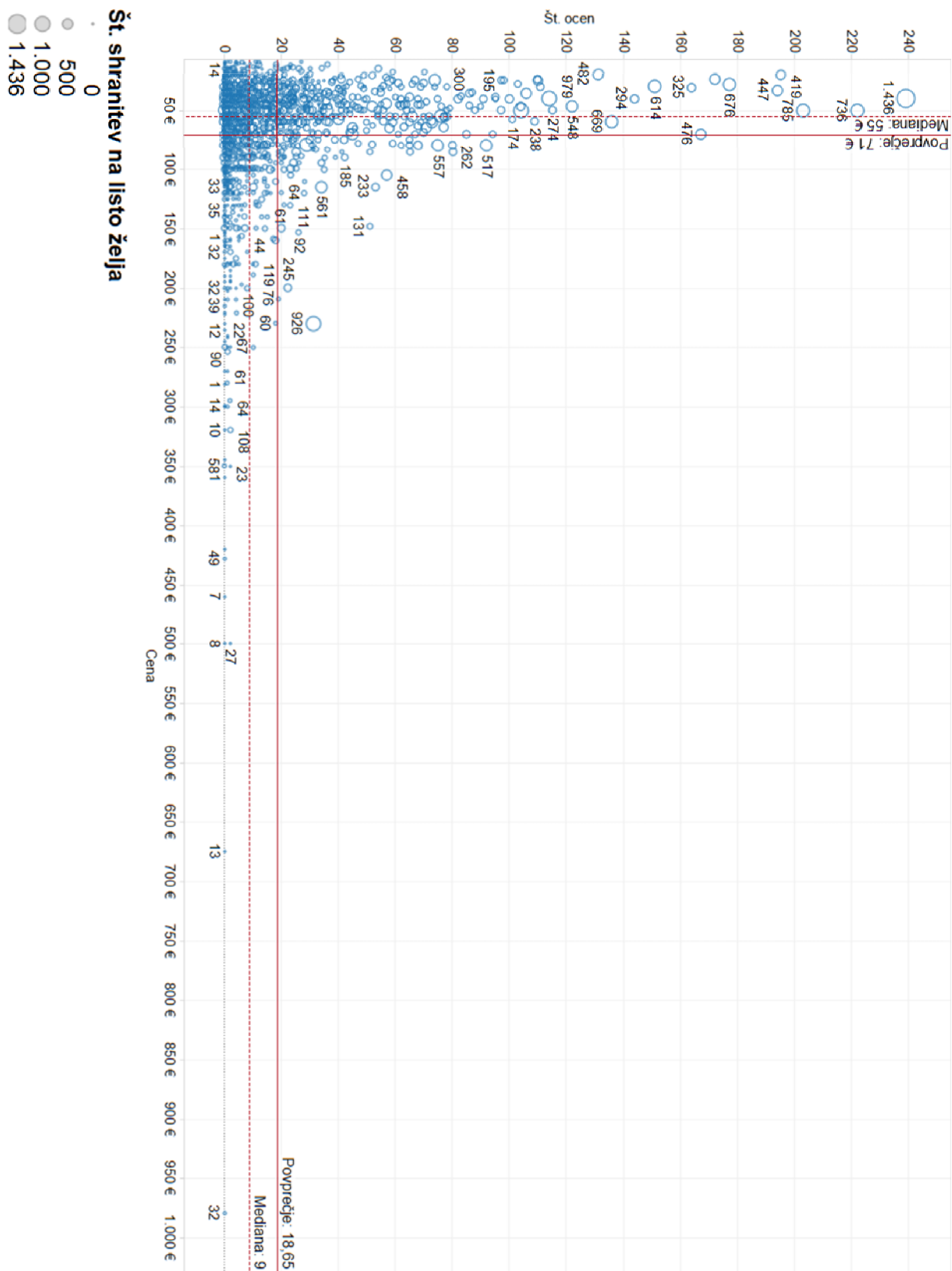
Slika 25: Porazdelitev nastanitvenih enot po minimalnem številu nočitev



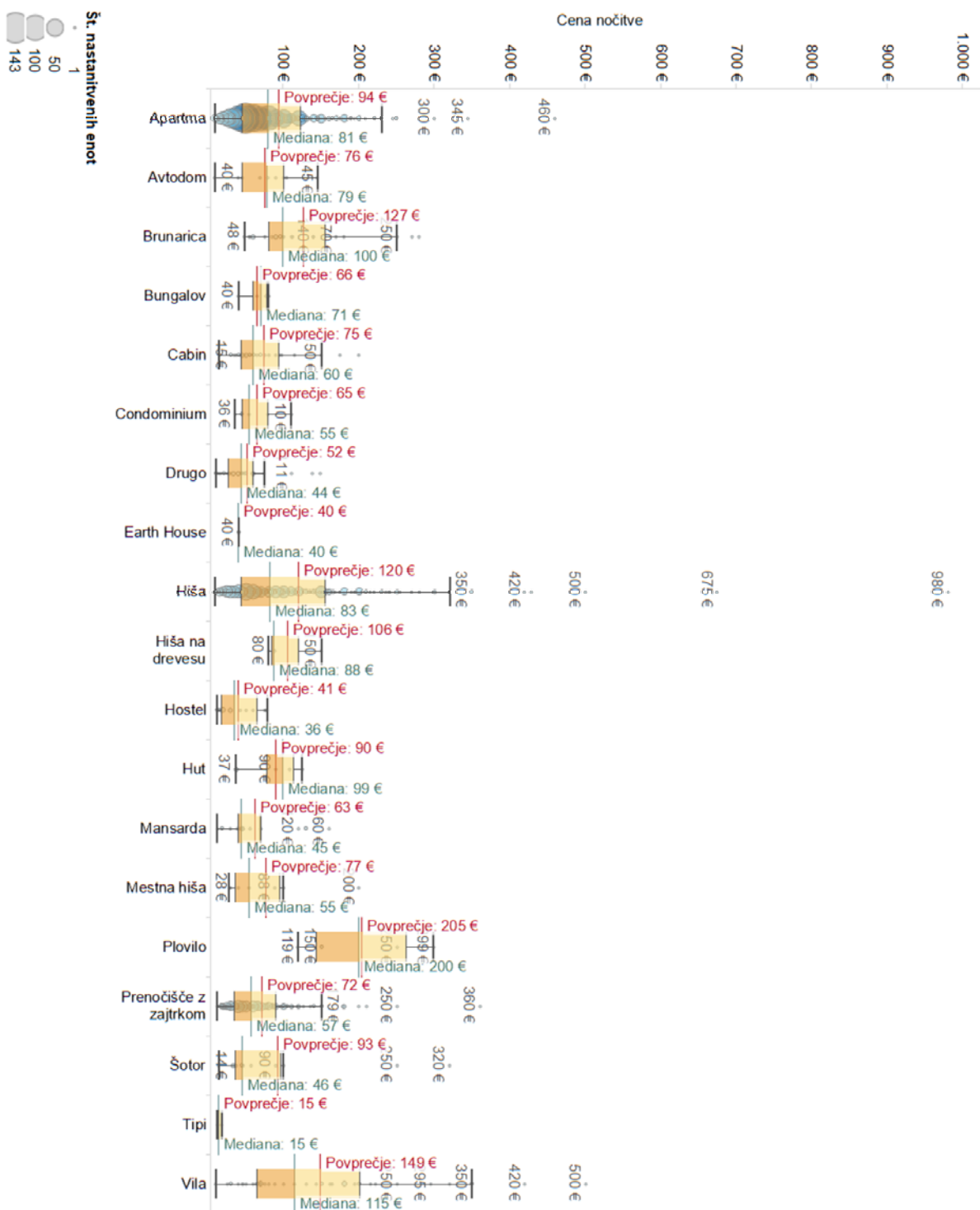
Slika 26: Nastanitvene enote po mesecu prejema zadnje ocene(delež, število)



Slika 27: Prikaz števila podanih ocen po ceni nastanitvene enote ter število shranitev na seznam želja



Slika 28: Porazdelitev cen nočitev po tipu nastanitvenih enot



Slika 29: Prvih 20 nastanitvenih enot po ocenjenem prihodku v celotnem obdobju prisotnosti na Airbnb, pri predpostavki, da je oceno podalo 50% gostov, da je cena nočitve bila enaka celotno obdobje in da je bilo povprečno število nočitev na prihod 2,14

Listing ID	Host Name	Month/year of Member Since	Št. ocen					Št. nočitev (izpeljano iz št. ocen)					Cena na noč					Ocena prihodka					Gostitelj na Airbnb (št. let)					Ocenjen prihodek na leto					Ocenjen prihodek na mesec				
826106	Polona	december 2012	167	222	891	70 €	62.396,02 €	3,42 let	18.262,25 €	1.521,85 €																											
723683	Petra	april 2012	203	1.084	50 €	59.246,86 €	4,08 let	14.509,44 €	1.209,12 €																												
1098165	Petra	april 2012	239	1.276	40 €	54.176,18 €	4,08 let	13.267,64 €	1.105,64 €																												
1227650	Maya	april 2013	136	726	60 €	51.027,03 €	3,08 let	16.549,31 €	1.379,11 €																												
1981857	Andrej	november 2013	51	272	148 €	43.554,45 €	2,50 let	17.421,78 €	1.451,81 €																												
1217259	Marija Marija	maj 2013	92	491	80 €	40.287,87 €	3,00 let	13.429,29 €	1.119,11 €																												
202851	Sisi	avgust 2011	31	165	230 €	39.284,41 €	4,75 let	8.270,40 €	689,20 €																												
2725859	VRP D.O.O.	april 2014	80	427	85 €	38.056,77 €	2,08 let	18.267,25 €	1.522,27 €																												
1533419	Taja & Borut	avgust 2013	94	502	70 €	36.295,37 €	2,75 let	13.198,32 €	1.099,86 €																												
1281898	Esma	avgust 2012	109	582	59 €	35.121,11 €	3,75 let	9.365,63 €	780,47 €																												
669566	Primoz	avgust 2012	194	1.035	33 €	34.325,82 €	3,75 let	9.153,55 €	762,80 €																												
327740	Jana	januar 2012	80	427	80 €	34.171,03 €	4,33 let	7.885,62 €	657,14 €																												
745526	Danilo	oktober 2012	53	283	115 €	34.160,35 €	3,58 let	9.533,12 €	794,43 €																												
2323626	Eva	januar 2014	75	400	80 €	32.532,40 €	2,33 let	13.942,46 €	1.161,87 €																												
3840264	Andrew Michael	februar 2013	57	304	105 €	32.025,33 €	3,25 let	9.853,95 €	821,16 €																												
1166328	Emanuela	maj 2013	85	454	70 €	31.945,27 €	3,00 let	10.648,42 €	887,37 €																												
514891	Andreja	junij 2012	101	539	58 €	31.758,45 €	3,92 let	8.108,54 €	675,71 €																												
3611281	Speia	oktober 2013	144	769	40 €	31.267,40 €	2,58 let	12.103,51 €	1.008,63 €																												
303226	Bojan And Laura	januar 2012	115	614	50 €	30.744,32 €	4,33 let	7.094,84 €	591,24 €																												
1136593	Urška	maj 2013	0	100	200	300	0 €	500 €	1.000 €	0,00 €	0	5	10	0,00 €	40.000,00 €	0,00 €	3.000,00 €																				
Skupaj Slovenija: 8.072.669,12 €																																					

število nočitev na prihod 2,14

Skupaj Slovenija: 8 072.689,12 €

Slika 31: Prvih 20 nastanitvenih enot po ocenjenem prihodku v celotnem obdobju prisotnosti na Airbnb, pri predpostavki, da je oceno podalo 100% gostov, da je cena nočitve bila enaka celotno obdobje in da je bilo povprečno število nočitev na prihod 2,14

Listing ID	Host Name	Month/year of Member Since	Št. ocen					Št. nočitev (izpeljano iz št. ocen)					Cena na noč			Ocena prihodka	Gostitelj na Airbnb (št. let)			Ocenjen prihodek na leto			Ocenjen prihodek na mesec
826106	Polona	december 2012	167	222	445,7	70 €	31 198,01 €	3,42 let	9 131,12 €	760,93 €													
723683	Petra	april 2012	592,5	50 €	29 623,43 €	4,08 let	7 254,72 €	604,56 €															
1098165	Petra	april 2012	203	541,8	50 €	27 088,09 €	4,08 let	6 633,82 €	552,82 €														
1227650	Maya	april 2013	239	637,8	40 €	25 513,51 €	3,08 let	8 274,65 €	689,55 €														
1981857	Andrej	november 2013	136	363,0	60 €	21 777,22 €	2,50 let	8 710,89 €	725,91 €														
1217259	Marija Marija	maj 2013	51	136,1	148 €	20 143,93 €	3,00 let	6 714,64 €	559,55 €														
202851	Sisi	avgust 2011	92	245,5	80 €	19 642,20 €	4,75 let	4 135,20 €	344,60 €														
2725859	VRP D.O.O.	april 2014	31	82,7	230 €	19 028,38 €	2,08 let	9 133,62 €	761,14 €														
1533419	Teja & Borut	avgust 2013	80	213,5	85 €	18 147,69 €	2,75 let	6 599,16 €	549,93 €														
1281898	Esma	avgust 2012	94	250,9	70 €	17 560,56 €	3,75 let	4 682,82 €	390,23 €														
669566	Primoz	avgust 2012	109	290,9	59 €	17 162,91 €	3,75 let	4 576,78 €	381,40 €														
327740	Jana	januar 2012	194	517,7	33 €	17 085,51 €	4,33 let	3 942,81 €	328,57 €														
745526	Danilo	oktober 2012	80	213,5	80 €	17 080,18 €	3,58 let	4 766,56 €	397,21 €														
2323626	Eva	januar 2014	53	141,4	115 €	16 266,20 €	2,33 let	6 971,23 €	580,94 €														
3840264	Andrew Michael	februar 2013	75	200,2	80 €	16 012,67 €	3,25 let	4 926,97 €	410,58 €														
1166328	Emanuela	maj 2013	57	152,1	105 €	15 972,63 €	3,00 let	5 324,21 €	443,68 €														
514891	Andreja	junij 2012	85	226,8	70 €	15 879,23 €	3,92 let	4 054,27 €	337,86 €														
3611281	Spela	oktober 2013	101	269,5	58 €	15 633,70 €	2,58 let	6 051,75 €	504,31 €														
303226	Bojan And Laura	januar 2012	144	384,3	40 €	15 372,16 €	4,33 let	3 547,42 €	295,62 €														
1136593	Urška	maj 2013	115	306,9	50 €	15 345,47 €	3,00 let	5 115,16 €	426,26 €														
			0	100	200	300	0 €	500 €	1.000 €	0,00 €	0	5	10 0,00 €	40 000,00 €	0,00 €	3.000,00 €							
			Št. ocen		Št. nočitev (izpeljano iz št. ocen)		Cena na noč			Ocena prihodka	Gostitelj na Airbnb (št. let)			Ocenjen prihodek na leto			Ocenjen prihodek na mesec						
			Skupaj Slovenija: 4 036 344,56 €																				

število nočitev na prihod 2,14

Skupaj Slovenija: 4.036.344,56 €