

Gala ROGELJ  
Bojan GRUM

# Vpliv turizma na vrednost nepremičnin v središčih turističnih mest

Spletne platforme, ki omogočajo oddajanje nepremičnin turistom, so postale pomemben dejavnik v turizmu, hkrati pa gre za izjemno močno globalno silo, ki spreminja podobo in utrip mest. V članku smo se osredinili na platformo Airbnb, zaradi omejitve analize in močnega vpliva te platforme, ki že od ustanovitve leta 2008 in neverjetne rasti v preteklih letih sproža polemike. Osrednja tema članka je vpliv hitro razvijajočega se modela oddajanja in najemanja stanovanj prek platforme Airbnb in s tem turizma na vrednost nepremičnin v turističnih mestih. V Sloveniji smo kot turistična mesta opredelili Ljubljano, alpsko turistično območje (Bohinj, Bled z okolico, Kranjska gora z okolico) in Obalo, saj prednjačijo po številu nočitev in registriranih nastanitvenih obratov. V članku izhajamo iz predpostavke, da sta platforma Airbnb in s tem možnost kratkoročnih oddaj povišali vrednost nepremičnin v središčih turističnih mest v Sloveniji ter spremenili percepcijo investiranja v nepremičnine, s tem ko se je bistveno povečala privlačnost naložb v turistično atraktivnih krajih. Prav tako predvidevamo, da je razglasitev pandemije covid-19 z upadom turizma

povzročila znaten padec interesa za nakup tovrstnih nepremičnin. Analiza je – z izjemo turistično šibkih let 2020 in 2021 – pokazala splošno rast razpoložljivih ležišč, prihodov gostov in nočitev v prav vseh opazovanih regijah. Anketa med prebivalstvom je potrdila, da se (naložbene) nepremičnine še vedno dojemajo kot privlačne naložbe, v nasprotju z našimi pričakovanji tega ni spremenila niti pandemija covid-19. Prav tako so rezultati potrdili, da je v vseh opazovanih regijah mogoče opaziti splošno rast cen nepremičnin v letih 2015–2021, nekeje celo tudi za kumulativno 60 %. Na koncu pa seveda ostaja vprašanje uravnavanja negativnih vplivov, ki jih prineseta omenjena rast turizma in premik od dolgoročnega oddajanja k kratkoročnemu, kar obravnavamo v sklepu.

**Ključne besede:** delitvena ekonomija, kratkoročni najem, Airbnb, turistična središča, vrednost nepremičnine, pandemija covid-19

## 1 Uvod

Platforma Airbnb velja za začetni pojav delitvene ekonomije, pri čemer je bil prvotni namen ustanoviteljev platforme gostiti gosta v lastnem stanovanju in s tem zmanjšati stroške najemnine, obenem pa naj bi gostitelj gostu nudil pristen stik z lokalnim okoljem. Danes je izraz ekonomija delitve ostal, čeprav večinoma ne označuje brezplačne delitve in souporabe, ampak trgovanje med ljudmi prek spletnih strani, katerih upravljalci vzamejo delež zaslужka. Poznavalci menijo, da se je delitvena ekonomija spremenila v zelo dobičkonosen posel, v okviru katerega podjetja, kot so Uber in Airbnb, uporabnikom ponujajo preprost dostop do cenovno ugodnih storitev, poslujejo pa brez lastnih sredstev.

Prav zadnja sta bila največkrat kritizirana s strani javnosti, saj naj bi se s svojim poslovnim modelom izogibala plačilu lokalnih dajatev in davkov, imela poenostavljene ureditve v primerjavi s tradicionalnimi ponudniki kratkoročnih nastanitvev, platformo Airbnb pa med drugim obtožujejo tudi vpliva

na spremembo vrednosti stanovanjskih nepremičnin v turističnih središčih. Številna mesta po svetu imajo v zvezi z novim pojavom delitvene ekonomije številne zadržke – ali gre pri nastanitvah Airbnb za sivo ekonomijo in nevarne nastanitve? Ali povzročajo, da je potovanje v ta mesta zato ugodnejše? Ali konstanten dotok turistov povzroča hrup in nemir v sicer spalnih naseljih? Vsi ti pomisleki bi tako morali povzročiti številne zunanje učinke, za katere je mogoče pričakovati, da so ali bodo zmanjšali vrednost nepremičnin. Hkrati pa se predvideva, da bo koncentracija nepremičnin na platformi Airbnb povzročila skok cen nepremičnin, saj se povečuje privlačnost naložb v take nepremičnine. V članku se bomo podrobneje opredelili do dejavnosti oddajanja stanovanja v najem in predstavili, ali je možnost takega oddajanja povzročila ali pripomogla k rasti vrednosti nepremičnin v turističnih središčih v Sloveniji. Zanimali nas bodo percepcija splošnega prebivalstva, ki so spremljali nepremičninski trg v preteklih letih, vplivi delitvenih platform na cene nepremičnin in tudi spremembe subjektivne

percepcije privlačnosti naložb v nepremičnine v zadnjih nekaj letih. Vpliv smo nadaljnje ugotavljali tudi z analizo obstoječe zakonodaje, statistično analizo uradnih podatkov in podatkov, pridobljenih prek tujih spletnih baz.<sup>[1, 2]</sup>

Članek predstavlja teme ne obravnava le z ekonomskega vidika, temveč ponuja celovito analizo morebitnih vplivov na turistična mesta, s čimer postavlja dvig vrednosti nepremičnin v širši, delno teoretični kontekst. Dosedanja raziskovanja velikokrat zanemarijo preostale vplive delitvene ekonomije, pri čemer se osredinjajo le na nedostopnost stanovanj ter dvig cen in najemnin, s tem ko uspejo dokazati, da gre večinoma za enak fond lastniških stanovanj, ki se oddajajo dolgoročno ali kratkoročno.

## 2 Platforma Airbnb

Airbnb je globalno podjetje v zasebni lasti s sedežem v San Franciscu, ki deluje kot spletna tržnica storitev, dostopnih prek spletnih strani in mobilnih aplikacij. Člani lahko uporabljajo ali ponujajo storitve ter podajajo in prejema informacije, predvsem turistične narave. Družba nima v lasti nobenih nepremičnin. Je posrednik, ki prejema provizijo od vsake rezervacije. Podjetje je bilo ustanovljeno oktobra leta 2007, ko si takratna ustanovitelja nista več mogla privoščiti plačila najemnine ter sta našla rešitev v oddajanju dodatnega napihljivega ležišča (od tod ime *air*) v svoji dnevni sobi in vključenega zajtrka (od tod ime *bed & breakfast – bnb* oziroma *B&B*). Povzeto po Peperku (2017) je njihov poslovni model razmeroma preprost. Tako ponudniki kot najemniki morajo biti registrirani na spletni strani Airbnb, in sicer tako, da si ustvarijo račun Airbnb. Ponudniki objavijo prostore, ki jih želijo oddati, in določijo ceno, najemniki lahko vidijo, kaj je na voljo in po kakšni ceni. Ponudniki in najemniki se lahko prek platforme tudi sporazumevajo in se medsebojno ocenjujejo, kar je vidno vsem prihodnjim strankam, s čimer se zagotavlja večja varnost in kakovost storitev.

Airbnb danes dosega neverjetne številke. Do zdaj je v nastanitvah Airbnb prenočilo skupaj že več kot pol milijarde gostov, gostitelji pa so s tem skupno zaslužili več kot 65 milijard dolarjev. Airbnb je trenutno aktiven v več kot 200 državah po svetu in več kot 81.000 mestih, pri čemer so najbolj priljubljena mesta za rezervacijo nastanitve Tokio, Pariz, Osaka, New York City in London. Leta 2021 naj bi ustvaril 5,9 milijarde dolarjev prihodkov in štel več kot 150 milijonov uporabnikov, opravljenih pa je bilo 300 milijonov rezervacij, kar je 55-odstotna rast glede na leto prej. Trenutno naj bi bilo na voljo več kot 6 milijonov nastanitvenih obratov, ki jih upravlja okoli štiri milijone gostiteljev, rekordnega leta 2019 pa so beležili že več kot 7 milijonov nastanitvenih obratov. Njihov največji konkurent ostaja nastanitvena platforma Booking, ki ima v tem segmentu

34-odstotni tržni delež, Airbnb mu sledi s skoraj 26-odstotnim deležem. Manjša konkurenčna podjetja v hotelski/nastanitveni branži z od 1- do 7-odstotnim deležem so še Vrbo, Hotels.com, Skyscanner, Expedia, Hopper in drugi (Curry, 2023).

Airbnb je bila tudi med platformami, ki jih je razglasitev pandemije covid-19 najmočneje prizadela, saj je število novih rezervacij upadlo za kar 85 % (in se ponovno popravilo z odpiranjem mej in sproščanjem omejitvenih ukrepov). Številni gostitelji so bili zaradi zagotavljanja prihodka svoje nastanitve namesto kratkoročno primorani oddati dolgoročno, kar se je poznalo tudi v upadu razpoložljiv stanovanj in drugih obratov ob koncu pandemije (Curry, 2023).

Njegove storitve največkrat uporablja generacija milenijcev, saj je teh več kot 60 % med vsemi registriranimi uporabniki. Prek platforme Airbnb je poleg nastanitve danes mogoče rezervirati tudi več kot 50.000 različnih doživetij (ang. *experiences*), s katerimi lahko uporabniki še močneje začutijo utrip mest in spoznajo lokalno prebivalstvo, med drugim tečaje kuhanja, čajanke v starinskem slogu ali celo tečaj požiranja ognja (Curry, 2023).

### 2.1 Delitvena ekonomija

Po Belk (2014) je delitev pojav, star kot človeštvo, medtem ko je ekonomija delitve rojena v času spleta. Stara miselnost »smo, kar posedujemo,« izgublja pomen, oblikuje se nova stvarnost, ki ne vključuje lastništva. Pojav ekonomije delitve tako že nekaj let ne privlači več izključno nišnih strank in ne poteka na obrobju tradicionalnega gospodarstva, temveč nasprotno privlači številne investitorje z različnih področij, od avtomobilizma, bančništva, tehnologije do gostoljubnosti, ki ji v tem članku namenjamo največ pozornosti.

Glede na raziskovanja strokovnjakov, kot sta Henten in Windekilde (2015), lahko sklepamo, da razvoj delitvene ekonomije brez današnjih digitalnih platform ne bi bil mogoč, saj bi bili transakcijski stroški brez uporabe elektronskih platform previsoki, da bi področje doseglo današnji razvoj. Gre za novodoben pojav, ki omogoča potrošnikom dodatno ustvarjanje vrednosti, ob tem pa se z vpeljavo direktne komunikacije in izmenjave med kupcem in prodajalcem izloči vmesni posredovalni člen, zaradi česar se za potrošnika znižajo transakcijski stroški (Sundararajan, 2016). Poleg navedenega se zaradi medsebojnega sistema ocenjevanja vpletenu stranema zagotavlja večja transparentnost, povečuje pa se tudi zaupanje med uporabniki (Schor in Attwood-Charles, 2017). Airbnb in Uber sta med najuspešnejšimi platformi, ki so bile ustanovljene v zadnjih desetih letih. Sta odlična primera poslovne prakse in začetkov delitvene ekonomije, saj ne posedujeta osnovnih sredstev, ki jih tržita prek svojih platform. Z novim osmišljanjem sredstev,

ki so se v preteklosti uporabljala izključno v osebne namene, storitve na zahtevo zmanjšujejo tudi potrebo po novih poslovnih investicijah v osnovna sredstva (Hamari, idr., 2016).

Tako na primer Botsman in Rogers (2011) opažata veliko spremembo v potrošnji med 20. in 21. stoletjem, pri čemer je prvo veljalo za obdobje široke potrošnje, medtem ko se v 21. stoletju usmerjamo v tako imenovano ekonomijo sodelovanja. Ključno razlika je v lastništvu storitev oz. izdelkov. V prejšnjem stoletju je tako prevladovala težnja po lastništvu, s pojavom platform pa se teži k delitvi dobrin.

Po Arunu Sundararajanu (2016) lahko delitveno ekonomijo (ang. *sharing economy*) opredelimo s temi petimi značilnostmi:

- pretežna tržna usmeritev: delitvena ekonomija ustvarja trg, ki omogoča začasno menjavo izdelkov na trgu in omogoča novo obliko storitev, kar se kaže tudi v dvigu ekonomske dejavnosti na višjo raven;
- visokokakovostni kapital: delitvena ekonomija odpira nove ekonomske priložnosti na pravzaprav vseh področjih življenja, ob tem pa omogoča večji približek polni zmogljivosti ali izrabi sredstev;
- množično povezovanje, ki je značilno za delitveno ekonomijo, se oblikuje decentralizirano in poveže širše možnosti, medtem ko tradicionalni sistemi ustanov uporabljajo centralizirane in hierarhične sisteme;
- zabrisana je meja med poslovnim in profesionalnim odnosom: storitve in delovna sila, ki so bile še do pred kratkim »osebne« narave, so danes postale profesionalne – kadar na primer nekomu omogočimo prevoz ali bivanje v lastnem stanovanju;
- zabrisana je meja med zaposlitvijo za polni delovni čas in občasnim delom, med individualnim in odvisnim zaposlenim ter med delom in prostim časom. Delitvena ekonomija je povzročila razmah prekarnege dela in zabrisala zgoraj naštete ločnice, saj si zdaj vsak posameznik prosto ureja delo.

### 2.1.1 Pozitivni učinki delitvene ekonomije

Po kratki predstavitvi delitvene ekonomije bomo v tem poglavju najprej namenili pozornost pozitivnim učinkom, ki jih lahko povežemo s pojavom. V literaturi je največji poudarek prav na morebitnih ekonomskih in ekoloških vidikih, po Petri Velkoverh (2020) pa povzemamo še nekaj drugih pozitivnih vidikov sodelovalnega gospodarstva, kot so socialni učinki, med katere štejemo recipročnost, pripadanje, zaupanje in teorijo družbene izmenjave.

Na področju ekologije pomeni delitvena ekonomija odmik od tradicionalnih oblik lastništva, kar jo naredi privlačno in okolju prijazno ter lahko prepreči ali vsaj ustavi pričakovano

okoljsko krizo, kot navaja Sundararajan (2016). Najem storitev in izdelkov, kadar jih potrebujemo, nam omogoča, da te uporabljamo učinkoviteje in da jih uporablja širša množica ljudi, kar zmanjšuje ekološko škodo, ki jo povzročajo proizvodnja na zalogo, pakiranje in prevoz novega blaga, podaljša pa se tudi življenjski cikel izdelkov. Bettencourt idr. v Frenken (2007) menijo, da potencialna okoljska korist sega dlje od zmanjšanja količine dobrin, da so učinkoviteje izkoriščena tudi zemljišča oz. stavbe, kar se kaže v večji gostoti mestnega bivanja in večji energetski učinkovitost na prebivalca. Poleg tega lahko nastanitvena delitvena ekonomija zmanjšuje višino (enkratnih) javnih investicij v infrastrukturo, s tem ko omogoča redka povpraševanja, na primer ob dogodkih, med naravnimi nesrečami ali humanitarnimi krizami.

Cherry in Pidgeon (2018) pripisujeta delitveni ekonomiji največje in najdaljnosežnejše spremembe prav na področju ekonomskih učinkov, pri čemer je delitvena ekonomija dobila del svoje definicije predvsem po gospodarski krizi leta 2008, saj naj bi bila »protiutež nedavnemu finančnemu nazadovanju in varčevanju ter naj bi »posameznikom omogočala, da delujejo kot mikropodjetniki in dosejajo donose iz svojih sedanjih sredstev.

Alex Stephany (2015) navaja podobno, da naj bi se ekonomski učinki pokazali ob recesiji, ko so bili potrošniki odprti za sveže, učinkovitejše in cenejše alternative, tudi na področju platform za rezervacijo. (Pre)številni so tako v oddaji preseženih sredstev (odvečnih avtomobilov, oddaji nezasedenih sob v hiši po odselitvi odraslih otrok itd.) našli način za obvladovanje izpadlega dohodka, ki ga je prinesla finančna kriza. Hkrati smo bili priča množičnim odpuščanjem delovne sile in zmanjšanemu obsegu dela v številnih industrijah, kar so številni »prebrodili« z delom prek delitvenih platform v prostem času, to pa jim je prineslo dodaten zaslužek in zmanjšalo padec življenjskega standarda ali tega celo povečalo.

Kot drugo veliko skupino učinkov velja omeniti družbene učinke. Hawlitschek idr. (2016) so družbene izkušnje opredelili kot »motivacijski dejavnik za sodelovanje strank in ponudnikov v delitveni ekonomiji«. S pomočjo delitve lahko posamezniki lažje vzpostavljajo ali ohranjajo obstoječe odnose, pripadnost skupini ali iščejo novo skupnost. Prav za platformo Airbnb velja, da oblikuje pozitivne družbene učinke, s tem ko omogoča spoznavanje nepovezanih oseb in tkanje šibkih ali celo pristnejših odnosov z lokalnimi prebivalci.

Med družbene učinke štejejo v literaturi tudi zaupanje, ki je tudi v delitveni ekonomiji eden bistvenih dejavnikov, ki so potrebni za učinkovito delovanje. James Coleman je leta 1990 zaupanje opredelil kot zavezo k skupnemu prizadevanju, preden vemo, kako se bo vedla druga stran. Današnje platforme gradijo na zaupanju, saj je to ključ do uspešne izmenjave med

popolnimi neznanci, ki velikokrat vstopajo v osebne izmenjave – izmenjujejo si dom, delo v domovih tujcev, čuvanje ljubljencev ali otrok in nazadnje tudi denar (Kim idr., 2011).

Nadaljnji pozitiven družbeni učinek je recipročnost, ki jo lahko navežemo na prejšnji učinek, tj. zaupanje, saj izhaja iz tega in ga nadgrajuje. Sundararajan (2016) trdi, da je koncept recipročnosti razširjen tudi v profitnih delitvenih platformah, kot je Airbnb, saj tako gostje kot gostitelji občutijo hvaležnost, ker jih je nekdo sprejel v svoj dom in, obratno, ker se je nekdo odločil za prenočitev v njihovem domu.

Nazadnje velja omeniti občutek pripadnosti. Nove, tehnološko podprte vrste povezanosti nam omogočajo, da smo hkrati prisotni v virtualni in fizični resničnosti. Če to povežemo s povezanostjo, ugotavlja Petra Velkovich (2020), lahko s pomočjo delitvene ekonomije pripadamo več kot eni skupnosti, pripadanje pa je ena od osnovnih človekovih potreb, saj nam sodelovanje z znanci in neznanci lahko da občutek varnosti in domačnosti in pomaga ustvariti občutek družbenega okolja. Blagovna znamka Airbnb izkorišča željo ljudi po pripadnosti, saj naj bi stik z lokalnimi gostitelji gostu ponujal edinstveno izkušnjo, hkrati pa nudi občutek domačnosti in pripadnosti po vsem svetu. Tako je slogan platforme Airbnb prav znameniti »belong anywhere«, ki se lahko v slovenščino prevede kot »pripadaj, kjer koli (na svetu) si« (Marion, 2021).

### 2.1.2 Negativni učinki delitvene ekonomije

Protiutež novodobnemu pojavu delitvene ekonomije so negativni učinki, kot so teorija družbe tveganja, platformski kapitalizem in problem regulacije platforme Airbnb, ki jih predstavljamo v nadaljevanju.

Prvi tak negativni učinek oriše teorije družbe tveganja, ki jo je leta 1992 podrobneje opredelil Beck in govori o premiku zahodnjaskih družb od ekonomije in načina življenja, ki je oblikovan z industrijskimi procesi – obdobje zgodnje moderne –, do obdobja pozne moderne, v kateri so nove, povečane nevarnosti zaradi vpliva globalizacije, urbanizacije in industrializacije. Če so bile te nevarnosti tveganja v preteklosti zamejene na eno državo, Jarvis (2008) trdi, da je danes ta vpliv globalen in prodira v vse družbene razrede. Tehnologija prinaša s seboj nove oblike tveganj, ki zahtevajo nenehen odziv in prilagoditve. V današnji družbi se tako spreminjajo vzorci zaposlovanja, povečuje se negotovost zaposlitve, upadajo tradicije in običaji ter prihaja do erozije tradicionalne družine in demokratizacije osebnih odnosov.

Petra Velkovich (2020) je prepričana, da se država danes umika iz svoje tradicionalne odgovornosti in to prenaša na svoje državljane, ki imajo s tem povečano individualno odgovornost,

da si uredijo zasebna invalidska in življenjska zavarovanja, zavarovanja za primer brezposelnosti in povečajo osebne prihranke. Individualizacija prek delitvenih platform svojo uspešnost kaže v tem, da ima ogromno število uporabnikov, ki tvegajo družbeno in fizično varnost v zameno za ekonomsko varnost. Neodvisni pogodbeniki, kot jih imenujejo platforme, nimajo običajnih pravic, ki jih imajo redno zaposleni, in so večinoma prekarni delavci.

Če nadaljujemo pregledovanje sprememb, ki sta jih povzročila digitalna povezljivost in model platform, je treba omeniti »platformski kapitalizem«, ki ga Acquier (2018) opredeli kot »nabor organizacij, ki izvajajo produktivne in profitne dejavnosti prek digitalnih platform, ki urejajo transakcije med ponudniki in kupci«. Dilema, ki se pojavlja v povezavi s takim delovanjem je, ali gre res za blagor družbe ali gre le za nov produkt kapitalizma. Danes se tako vzpostavlja nova vrsta delovnih razmerij, v okviru katerih so delavci »navidezno« prilagodljivejši, delajo lahko krajše delovnike, v resnici pa so kapitalisti brez moči v svetu platformskega kapitalizma, ki jih izkoriščajo virtualni menedžerji podjetij brez zaposlenih. Razmerje moči je tako v korist globalnih podjetij, ki se do delovne sile opredeljujejo kot do pogodbenikov, zato zavračajo prevzemanje kakršnihkoli tveganj. Drugo, kar pogosto povežujemo s platformskim kapitalizmom, je povečevanje konkurence s tem, ko naredijo dejavnost dostopno pravzaprav vsem. Tak primer je tudi platforma Airbnb, kjer so uspeli prej zelo regulirano nastanitveno dejavnost odpreti širši populaciji – oblikovanje oglasa traja le nekaj minut, gostitelji v sklopu oddajanja potrdijo, da so sami odgovorni za upoštevanje morebitnih zakonov v svoji državi, in že lahko sprejmejo prve goste. Kot meni Petra Velkovich (2020), gre za popolno preoblikovanje tradicionalnih podjetij, ki so nalagala odgovornost za organizacijo in razporejanje dela poslovodstvu, zdaj pa je ta posrednik platforma, ki da delo zunanjim virom, vzame provizijo in vse nadzoruje le na daljavo.

Največji izziv delitvenih platform je zakonodajne narave ter se je pojavil s hitrim širjenjem novih tehnologij in konceptov ekonomije, ki jim zakonodajalci ne uspejo dovolj hitro slediti in zapirati »lukenj« v zakonu. Tako je začenjal obstajati nov »samouravnlalni« trg. Problem takega trga delitvene ekonomije nastane, ko se podjetja odločijo biti del tega, le zato, da bi se izognila stroškom in povečala dobiček. Kot piše Rogers (2015), so taka podjetja velikokrat obtožena tudi nelegalne konkurence, izogibanja določenim davkom, varnostnim predpisom in prelaganja bremena tveganja s trgovca na potrošnika.

## 2.2 Delitvena ekonomija v turizmu

Turizem in gostinstvo, t. i. sektor gostoljubnosti, kamor spadata namestitvev in transport, se od prvih omemb ekonomije

delitve smatra za enega od pionirskih sektorjev njenega razvoja. Turizem je svetovni koncept in vključuje pomemben prispevek posrednikov, kot so znamenitosti, nastanitve, prevoz, infrastruktura, okolje, človeški viri, izobraževanje, trgovina in gospodarstvo (Tourism Beast, 2021). Ekonomski pomen turizma se vidi tudi v narodnogospodarskih učinkih, in sicer v povečanju proračunskih prihodkov, razvoju regij in gospodarstva ali povečanju deviznega vpliva. Da gre za enega najpomembnejših sektorjev svetovnega gospodarstva, potrjujejo tudi podatki, iz katerih je razvidno, da turizem v globalni bruto družbeni proizvod prispeva več kot naftna, avtomobilska ali farmacevtska industrija. Po podatkih Svetovne turistične organizacije (ang. *World Tourism Organization*, v nadaljevanju: UNWTO, 2020) je potovalni in turistični sektor leta 2019 dosegel 3,5-odstotno rast in s tem rasel že deveto leto zapored. V zadnjih petih letih je bilo vsako četrto delovno mesto na novo ustvarjeno prav v tem sektorju, kar pomeni, da je potovalni in turistični sektor najboljši partner vlad za ustvarjanje zaposlitve. Leta 2019 je tako turistični in potovalni sektor, neposredno ali posredno, prispeval 8,9 milijarde dolarjev k BDP sveta, to je kar 10,3 % svetovnega BDP. Razvil je 330 milijonov delovnih mest, kar pomeni, da vsak deseti zaposleni na svetu dela v turističnem sektorju.

Po Marii Juul (2017) se delitvena ekonomija v turizmu nanaša na štiri ključna področja: transport, nastanitve, gostinstvo, vodnike in izlete. Na področju transporta gre tako za nabor avtomobilov, izposoja avtomobilov in parkirišča pri zasebnih domovih, na področju nastanitve gre lahko za najem v zasebnih domovih in »couchsurfing«<sup>[3]</sup>, pri gostinstvu smo priča delitvi obrokov in oceni restavracij, pri vodnikih in izletih pa poznamo domačine kot turistične vodnike in spletne vodnike, poznamo pa tudi »honorarne delavce«, kadar delo v turizmu zahtevačasne sodelavce.

Obseg delitvene ekonomije na splošno in v turizmu je mogoče le okvirno oceniti. V novejši raziskavi delitvene ekonomije je podjetje PwC uspelo prikazati razliko v obsegu in storitvah delitvene ekonomije med letom 2013 in napovedmi za leto 2025 (Osztoivits idr., 2015). Leta 2013 so bila podjetja delitvene ekonomije v prevladujočih petih sektorjih (posojila denarja in financiranje, delo na daljavo, delitev nastanitve, delitev avtomobilov, spletna glasba in strimanje posnetkov) vredna 15 milijard dolarjev, leta 2025 pa bo ta številka po napovedih znašala 335 milijard, s čimer bo izenačila pet tradicionalnih sektorjev (najem delovne opreme, B&B in hostli, najem avtomobilov, izposoja DVD-jev in izposoja knjig). Najzanimivejši je podatek o rasti delitvene ekonomije, ki je bila v določenih letih celo 50-odstotna glede na preteklo leto, kar nakazuje, da gre za izjemno hitro rastoče in pionirsko področje, na katerem se preizkušajo novi trendi.

Posebno pozornost je treba nameniti okoliščinam, ki so sektor prizadele ob razglasitvi pandemije covid-19. Kljub optimističnim napovedim – UNWTO (2020) je navedel, da je 47 % udeležencev v anketi UNWTO menilo, da bo turizem leta 2020 dosegal boljše rezultate kot leta 2019 oz. vsaj enake kot leto prej – je bila resničnost popolnoma drugačna. Leto 2020 naj bi bilo najhujše v zgodovini turizma, saj se je končalo z milijardo manj mednarodnih prihodov. Globalni turizem je doživel statistično najslabše leto, saj so mednarodni prihodki padli kar za 74 %, kar je treba pripisati pandemiji in z njo povezanemu upadu povpraševanja po mednarodnih potovanjih (UNWTO, 2021). Kolaps v mednarodnem potovalnem sektorju znaša (po ocenah) kar 1,3 milijarde dolarjev izvoza, kar je več kot 11-kratnik izgube v letu 2009. Turistična kriza je tako ogrozila med 100 in 120 milijonov delovnih mest, ki so neposredno povezana s turizmom, večinoma majhna in srednje velika podjetja.

Prav tako vprašanje v anketi UNWTO, izvedeni v letu 2021, v kateri so udeležence povprašali po njihovem mnenju o tem, kdaj bo prišlo do ponovne oživitve turizma, kaže, da večina udeležencev meni, bo trajalo vse do leta 2023 (41% anketiranih meni, da celo do leta 2024), da se bo turizem vrnil na raven iz leta 2019. Razširjen scenarij UNWTO za 2021–2024 to teorijo podpira, saj meni, da potrebuje turizem 2,5–4 leta, da se vrne na raven iz leta 2019 (UNWTO, 2021).

### 2.3 Vpliv kratkoročnih oddaj na mestna središča

Novejša turistična obnova zgodovinskih mestnih četrti več evropskih mest se ni zgodila brez družbenih, prostorskih in gospodarskih učinkov.

V literaturi se kot vpliv kratkoročnih oddaj na mestna središča največkrat omenja turistifikacija, ki po Zgrinskiću (2019) zajema vse vplive, ki jih ima turizem na neko okolje, in s tem tudi vse spremembe, ki jih prinaša, v najširšem pomenu definicije pa pod pojmom razumemo tudi sociokulturne spremembe danega kraja, spremembe navad in običajev domačinov. Po Juddu (2003) se tradicionalni prostor v mestih tako preoblikuje v t. i. »turistične mehurčke« ali »enklave«, ki prekinajo povezave s preostalim mestom in prinašajo visoko standardizacijo takih prostorov, hkrati pa zelo nizko stopnjo povezanosti v skupnosti, v katero posegajo (Ioannides in Petridou, 2016).

Lahko bi trdili, da je platforma Airbnb večnacionalna sila, ki krepi širitev središčnih mestnih turističnih mehurčkov na okoliška območja prav zato, ker sčasoma vodi do komercialnih območij z le nekaj stanovalci. Poleg mestnih središč se turistificirajo tudi okoliška območja, kar povzroča gentrifikacijo, saj se prostor, namenjen stalnim prebivalcem, oži, prebivalci pa se umikajo iz novonastalih turističnih središč. Iz primerov

lahko seveda razberemo, da se namestitve Airbnb po mestu ne širijo enakomerno, temveč je dejavnost mogoče opaziti le na določenih območjih, ki so blizu obstoječim središčem turistične dejavnosti ali v okrožjih, ki že imajo veliko dejavnosti, povezanih z obiskovalci (na primer območja z nočnim življenjem) (Ioannides idr., 2018).

Kot drug vpliv platforme Airbnb na mestna središča se velikokrat navaja gentrifikacija, ki je po navadi tesno povezana s turistifikacijo, predvsem v sodobnem času se pojavlja definicija petega vala gentrifikacije, ki mu nekateri avtorji zaradi ključne vloge, ki jo imajo turizem in namestitvene digitalne platforme pri spremembah v urbani krajini določenih mest, rečejo raje kar »turistična gentrifikacija«. Gentrifikacijo lahko glede na širino definicije po Nataši Pelko (2013) razumemo kot del rekonstrukcije stanovanjskega prostora, t. i. urbano revitalizacijo, ki izhaja iz spremembe ekonomsko marginalnih in delavskih območij mestnih središč v stanovanja višjega in novega srednjega razreda, ali pa se stanovanjski komponenti dodaja še komercialna/nekomercialna komponenta.

Ker se povpraševanje po namestitvah Airbnb povečuje, se torej tudi ponudba teh povečuje. Če se vse več lastnikov odloči za oddajanje stanovanj prek delitvene platforme Airbnb namesto oddajanja stanovanj v dolgoročni najem, je posledica tega manjšanje števila najemniških stanovanj, s čimer se stalne prebivalce izriva iz mest, te pa zamenjujejo turisti. Stalni prebivalci so se prisiljeni preseliti iz mest v mestna obrobja ali drugam, saj se ne morejo spoprijeti z višjimi cenami nepremičnin, te pa se večajo zaradi dobrega položaja soseške za turistične dejavnosti. Kot posledica gentrifikacije se tako vzpostavlja nov način življenja, nosilec katerega je novooblikovani urbani srednji razred. Iz teh »novooblikovanih« prostorov so ali izseljeni ali getoizirani prvotni prebivalci, večinoma pripadniki delavskega razreda. Gentrifikacija je tako lahko videna kot dvojni proces: ponovna oživetev in razvoj mesta ter oblikovanje novega srednjega razreda na eni strani in na drugi periferizacija delavskega razreda ali revnejšega prebivalstva. Na presečišču teh dveh prostorov se odpira nov prostor, prostor razrednega konflikta (Pelko, 2013).

Čedalje več raziskav v tujini se ukvarja tudi z vprašanjem, ali je mogoče dokazati vpliv kratkoročnih najemov Airbnb na vrednost nepremičnin, še posebej v turističnih središčih, kar je tudi osrednja tema naše raziskave. Številni avtorji so razpravljali o t. i. »efektu Airbnb« na trg nepremičnin in v večini debat kaže, da Airbnb vpliva na višino cen nepremičnin. Tako so Barron idr. (2017) za Združene države Amerike (v nadaljevanju: ZDA) na ravni poštne številke (med letoma 2012 in 2016) ugotovili, da je 10-odstotno povečanje nastanitvev Airbnb v soseskah povzročilo 0,42-odstotno povišanje najemnin in 0,76-odstotno povišanje cen nepremičnin.

Enako raziskava Santosove in Franca iz leta 2021 potrjuje vpliv kratkoročnih najemov v okviru platforme Airbnb na cenovno dostopnost stanovanj na Portugalskem. Ugotovljeno je bilo, da povprečno povečanje deleža nastanitvev Airbnb za 1 odstotno točko povzroči 3,7-odstotno zvišanje cen stanovanj. Pri raziskovanju prostorske heterogenosti vpliva Airbnb znotraj dveh mest (Lizbone in Porta) so se pokazali močni učinki, lokalizirani v zgodovinskih središčih in območjih, ki so privlačna za turiste. V primerjavi s turistično manj obljudeno županijo so se cene hiš v visoko turistični županiji v letu 2015 zvišale za 24,3 % in v prvem četrtletju 2016 za 32,3 % glede na obdobje pred širitvijo nastanitvev Airbnb.

Po Wachsmuthu in Weisleju (2018) naj bi bila z dejavnostjo Airbnb tudi močno povezana »najemna vrzel«. Pri tej dejanski gospodarski donos nepremičnin po navadi upada ali stagnira, medtem ko se potencialni gospodarski donosi povečujejo. V takih soseskah, kjer je najemna vrzel visoka, se posledično začne več vlagati v nova stanovanja. Medtem ko se nekateri lastniki odločijo za prodajo stanovanja ali oddajo stanovanja v dolgoročni najem, je oddaja stanovanja v kratkoročni najem najdobitkonosnejša naložba. Dejstvo, da so kratkoročne najemnine ustvarile nov potencialni tok prihodkov na stanovanjskih trgih, kaže na možnost, da platforma Airbnb sistematično ustvarja vrzeli v najemninah v mestih po vsem svetu tudi tam, kjer je ni bilo. Lokalni prebivalci tako zdaj tekmujejo s turisti, saj najemniška trga delujeta drug ob drugem, pri čemer eden prinaša večjo akumulacijo kapitala za najemodajalca kot drugi, povpraševanje po stanovanjih pa poteka na istem območju mesta, kar povzroča disruptivne učinke na stanovanjskem trgu.

V raziskavi *The effect of Airbnb on rents in Ljubljana* je Marković (2019) naredil eno prvih empiričnih raziskav na temo delitvene ekonomije na področju nepremičnin v Evropi. Odločil se je za raziskovanje vpliva na Ljubljano, kjer uporaba platforme Airbnb v določenih četrtih presega celo 20 % vseh nastanitvenih enot. S pomočjo modela linearne regresije je poskušal ugotoviti, kakšen vpliv ima povečanje gostote nastanitvev Airbnb na dvig najemnin v Ljubljani, pri čemer se zanaša na podatke, pridobljene s strani baz AirDNA in Evidenca trga nepremičnin. Marković je regresiral najemnino 5.818 najemnih pogodb in ugotovil, da čeprav preprosta regresija odkrije visoko statistično pomembno pozitivno obremenitev gostote Airbnb, se statistična pomembnost izgubi, ko uvedemo fiksne učinke leta in soseske, in kar je najpomembneje, instrumentalno spremljivko za gostoto nastanitvev Airbnb. Avtor ugotavlja, da ko izoliramo učinek platforme Airbnb, ki ni primerljiv z neopaženimi dejavniki, ki vplivajo na najemnino, kot je privlačnost soseske, ne najdemo dokazov o statistično pomembnem učinku na dvig najemnin v Ljubljani.

Nazadnje ostaja vprašanje vpliva platforme Airbnb na območjih, ki so bila prej »rezervirana« le za določen sektor, na primer za hotele. Številne raziskave, izvedene po svetu, že namreč kažejo, da dejavnost platforme Airbnb že vpliva na hotelske trge, kako velik je ta vpliv, pa je odvisno od ureditve poslovnega in političnega okolja in značilnosti trga nastanitvenih obratov na destinacijah, ki so bile predmet raziskav (Lehr, 2015; Gutierrez idr., 2016; Zervas idr., 2016). Ugotovitve raziskav iz ZDA namreč kažejo, da se s pojavom platforme Airbnb nižajo prihodki hotelov, saj Airbnb povečuje ponudbo cenejših nastanitvenih zmogljivosti brez prave cenovne politike, hoteli pa imajo natančno določene cenovne politike, ki jih večkrat določajo tudi tuji lastniki.

Supinova (2018) je ocenjevala vpliv platforme Airbnb na poslovanje ljubljanskih hotelov, v katerih beležijo največje število turističnih nočitev v državi, v Ljubljani pa je tudi največje število ponudnikov platforme Airbnb v Sloveniji. Ugotavlja, da se hotelirji strinjajo s trditvijo, da spletne strani pod okriljem delitvene ekonomije, kot je Airbnb, že negativno vplivajo na poslovne rezultate tradicionalnih nastanitvenih ponudnikov po svetu in tudi v Sloveniji. Prav tako so se strinjali s trditvijo, da Airbnb zmanjšuje njihovo zasedenost vse leto, ter s tem, da se bo ponudba platforme v prihodnjih petih letih še povečevala in da bo spremljanje te v prihodnosti še pomembnejše, kot je danes. V času raziskave hotelirji v Sloveniji pri svoji cenovni politiki še niso upoštevali cenovne politike nastanitve Airbnb ali te platforme obravnavali v morebitnih raziskavah za širjenje ali izvedljivost projekta, v prihodnje pa večina to namerava. Prav tako vprašani niso aktivno spremljali zakonodaje in dogajanja v zvezi z napovedanimi spremembami na področju uravnavanja dejavnosti Airbnb.

### 3 Metode dela

Da bi odgovorili na zastavljena raziskovalna vprašanja, smo v raziskavi uporabili več različnih metod. Podatke o tem, koliko je sobodajalcev, ki v Ljubljani oddajajo sobe v turistični najem prek platforme Airbnb, smo pridobili s pomočjo baze spletne strani AirDNA (2022), ki analizira podatke o gostiteljih, ki oddajajo v kratkoročni najem. Ker smo želeli pridobiti čim natančnejše podatke, smo zakupili plačljiv mesečni dostop za Ljubljano, saj za druge izbrane regije oz. mesta podatki niso bili na voljo. S pomočjo baze AirDNA (2022) smo poskusili analizirati morebitno povečanje/padec števila nastanitvev v Ljubljani, torej gostoto nastanitvev Airbnb, in pogledati sezonskost oddajanja nastanitvenih obratov.

S pomočjo letnih poročil, ki jih izdaja Geodetska uprava Republike Slovenije (v nadaljevanju: GURS), smo uspeli analizirati fond nepremičnin in obseg prodaj po izbranih turističnih

regijah ter tudi gibanje cen stanovanj in hiš. Osredinili smo se na zadnjih šest let (od leta 2015 do leta 2021), za katere so podatki že dostopni in ki so se nam zdeli tudi najpomembnejši za našo analizo. Število turističnih nočitev smo analizirali s pomočjo podatkov o prenočitvenih zmogljivostih, prihodih in prenočitvah, ki smo jih pridobili pri Statističnem uradu Republike Slovenije (v nadaljevanju: SURS).

Nazadnje smo z anketiranjem splošnega prebivalstva ugotavljali, kako vprašani gledajo na nakup naložbenih nepremičnin ter vpliv delitvene ekonomije in pandemije covid-19 na spremembo percepcije glede nakupa teh. Obsežen anketni vprašalnik je sestavljalo 21 vprašanj, razdeljenih na pet sklopov, in sicer demografska vprašanja, stanovanjski status, poznavanje platforme Airbnb, investiranje v nepremičnine in percepcija vpliva pandemije na interes za nakup naložbenih nepremičnin.

## 4 Rezultati

### 4.1 Analiza vpliva kratkoročnih oddaj v izbranih turističnih mestih v Sloveniji

V tem poglavju se posvečamo predvsem analizi rasti cen nepremičnin v izbranih turističnih mestih oz. regijah v Sloveniji. Kot je bilo že omenjeno, smo se odločili kar najbolj slediti letnim poročilom GURS-a, saj ta omogočajo najlažjo primerjavo med leti. Kot turistično najzanimivejše kraje v Sloveniji smo opredelili Ljubljano, kot turistično najbolj obiskana gorenjska mesta Bled, Bohinj in Kranjsko Goro, Obalo pa smo obravnavali kot celoto. Osredinili smo se na zadnjih šest let, za katera so podatki že dostopni in ki so se nam za povečanje kratkoročnega oddajanja v Sloveniji zdeli najpomembnejši. Treba je omeniti, da je kljub splošni rasti cen izbrano obdobje zelo specifično, saj sta bili leti 2020 in 2021 delno zaznamovani s posledicami omejevalnih ukrepov za zaježitev pandemije. Tako lahko iz Poročila o slovenskem trgu nepremičnin za leto 2020 (GURS, 2021) razberemo, da se je med pandemijo manj trgovalo, cene pa so kljub temu rastle.

Najprej smo se osredinili na Ljubljano, ki je kot glavno mesto, gospodarsko, upravno in univerzitetno središče države tudi daleč največji in najbolj razvit trg stanovanjskih nepremičnin v državi in narekuje trende na slovenskem nepremičninskem trgu, ki jim sledijo tudi druga večja mesta. Glede fonda nepremičnin in obsega prodaj je bilo v Ljubljani je konec leta 2021 evidentiranih skoraj 130.000 stanovanjskih enot v večstanovanjskih stavbah in stanovanjskih hišah, kar pomeni skoraj 15 % slovenskega stanovanjskega fonda (GURS, 2022). V letu 2021 je bilo v Ljubljani prodanih 2.699 stanovanj in 331 hiš. Od leta 2015, ko je po gospodarski krizi prišlo do obrata cen stanovanjskih nepremičnin, je za Ljubljano značilna stalna rast

**Preglednica 1:** Gibanje cen stanovanj in hiš za tržno analitično območje Ljubljana med letoma 2015 in 2021 (kumulativno glede na cene v letu 2015) (v odstotnih deležih)

Vrsta nepremičnine	2015–2016	2015–2017	2015–2018	2015–2019	2015–2020	2015–2021
stanovanja	+10	+26	+40	+43	+48	+73
hiše	+7	+16	+26	+32	+37	+59

Vir: GURS (2022)

povpraševanja po stanovanjih in hišah. Naraščajoče povpraševanje po nepremičninah za bivalni in kapitalski namen na eni strani in pomanjkanje ponudbe novogradenj na drugi sta hitro povzročila presežno povpraševanje in izredno rast cen stanovanjskih nepremičnin. Leta 2021 so bile tako cene stanovanj v večstanovanjskih stavbah v primerjavi z letom 2015 višje za skoraj tri četrtine, cene stanovanjskih hiš pa za skoraj 60 odstotkov. V preglednici 1 je prikazano gibanje cen stanovanj in hiš v Ljubljani med letoma 2015 in 2021 (kumulativno glede na cene v letu 2015).

Leta 2021 je bila srednja cena rabljenega stanovanja v Ljubljani spet rekordna in se je že približala meji 3.500 evrov/m<sup>2</sup>, najvišja cena na kvadratni meter uporabne površine pa je znašala celo 7.400 evrov/m<sup>2</sup> (GURS, 2022). Če to primerjamo s podatki iz leta 2015, je bila takrat povprečna cena kvadratnega metra 2.030 evrov/m<sup>2</sup> (GURS, 2016).

Rast cen v glavnem mestu lahko torej gotovo pripišemo več dejavnikom, kot so izrazito pomanjkanju strateškega premisleka na stanovanjskem področju v preteklih letih, pomanjkanje neprofitnih stanovanj, netrajnostna razpršena suburbana gradnja enodružinskih hiš in postaran stanovanjski fond, privatizacija večine nekdanjih družbenih stanovanj, popolnoma neurejen nepremičninski trg in pomanjkanje ustrezne davčne politike na tem področju. S pomočjo anketnega vprašalnika smo želeli dokazati, kolikšen del te splošne rasti cen vprašani pripisujejo pojavu platformnega oddajanja nepremičnin in kolikšen del drugim, zgoraj omenjenim razlogom.

V Ljubljani so je glede na podatke SURS-a (2022) povečalo tudi število ležišč, in sicer je to med letoma 2016 in 2018 naraslo z 21.867 na 25.904, v primerjavi z letom 2011, ko je bilo ležišč 15.713, pa gre za 64,9-odstotno povečanje nastanitvenih zmogljivosti. Enako velja za prihode in prenočitve turistov, katerih število se je od leta 2016 do vrhunca v letu 2019 močno povečalo, med letoma 2020 in 2021 pa upadlo na račun pandemije covid-19.

S pomočjo statistične baze AirDNA (2022) smo poskusili analizirati morebitno povečanje/padec števila nastanitvev v Ljubljani. Glede na podatke baze AirDNA (2022) je bilo leta 2019 v Ljubljani na voljo za kratkoročni najem kar rekordnih

1.589 stanovanj, po podatkih Kučić (2016) pa so se leta 2016 te številke gibale med 300 in 600 nastanitvenimi enotami. Zajem spletne strani Airbnb iz tistega časa, ki ga je pripravila Tina Hojs Novak (2016), pa kaže, da je bilo takrat v Ljubljani na voljo 1.064 nastanitvenih enot, kar je pomenilo 31,8 % slovenske ponudbe. Ugotovljeno stanje je za od 77,3 do 254,7 % višje od ocen, kar pomeni, da so bile že takrat uradne ocene števila nastanitvenih enot za Ljubljano znatno podcenjene. Vseeno lahko vidimo, da je bilo med letoma 2016 in 2019 na ljubljanskem trgu kratkoročnih oddaj več kot 500 dodatnih nastanitvenih enot, kar potrjuje pozitiven trend.

Kot drugo regijo za proučevanje smo izbrali Gorenjsko, ki je dom številnih turističnih biserov Slovenije. Osredinili smo se na Alpsko turistično območje (Bohinj, Bled z okolico in Kranjsko Goro z okolico), kjer so že v preteklosti cene nepremičnin dosegale ali presegle rast cen v prestolnici. Iz poročila GURS-a (2022) lahko razberemo, da je v celotnem fondu 4.755 stanovanj in 8.263 hiš. Na celotnem območju so samo v letu 2021 evidentirali prodajo 174 stanovanj in 105 hiš. Še zgovornejši podatek je povprečna cena prodanih stanovanj na sekundarnem trgu, ki je v povprečju znašala kar 3.250 evrov/m<sup>2</sup>, najdražjih 25 % stanovanj pa se je prodalo kar po 4.110 evrov/m<sup>2</sup>, kar presega ceno v Ljubljani (kot celotnem analitičnem območju) in se lahko primerja z najdražjimi deli prestolnice.

Iz razpredelnice gibanja cen stanovanj in hiš v Alpskem območju med letoma 2015 in 2021, kumulativno glede na preteklo leto, lahko v šestletnem obdobju razberemo kar 87-odstotno rast cen stanovanj in 68-odstotno rast cen hiš. V nepremičninskih agencijah v regiji pojasnjujejo, da je izjemna rast posledica tega, da povpraševanje trenutno presega ponudbo. Drugi razlogi za tako rast cen in tudi njihovo vztrajanje pri vrhu so po njihovem mnenju rekordno nizke obrestne mere posojil in znatno povečanje prihrankov določenih prebivalcev med pandemijo. Nenazadnje je svoj delež prispevala uvedba ležarin na vloge občanov. Kupci največ povprašujejo po eno- ali dvostanovanjskih apartmajih oziroma stanovanjih, zanimanje pa je tudi za stanovanjske hiše. Rast cen nepremičnin tako beležijo za rabljene nepremičnine in novogradnje. Po njihovih navedbah večina domačih kupcev nepremičnine kupuje v počitniške namene, pri čemer apartmaje takrat, ko jih sami ne uporabljajo, tudi oddajajo (Senožetnik, 2022).



Analizirali smo tudi število ležišč, prihode in prenočitve turistov v gorskih občinah med letoma 2016 in 2021. Število ležišč v gorskih občinah se je v tem času s 53.350 povečalo na 70.851, kar pomeni 32,2-odstotno povečanje nastanitvenih zmogljivosti. Tudi na strani prihodov in prenočitev turistov so gorske občine beležile strmo rast in v rekordnem letu 2019 zabeležile vsega skupaj 4,6 milijona nočitev (SURs, 2022).

Kot zadnje obravnavano turistično območje smo izbrali območje slovenske obale, ki je glede na značilnosti trga in razlike v vrednosti nepremičnin v poročilih GURS-a razdeljena na sedem lokalnih analitičnih območij, vključno s Koprom, v raziskavi pa smo jo obravnavali kot enotno območje. Vrednost stanovanjskih nepremičnin in zazidljivih zemljišč po območjih praviloma pada z oddaljenostjo od morja. Na območju Obale je bilo konec leta 2021 evidentiranih prek 40.000 stanovanjskih enot, od tega 56 % stanovanj v večstanovanjskih stavbah in 44 % stanovanjskih hiš. Za Obalo kot najrazvitejšo turistično območje v državi so značilne visoke cene stanovanjskih nepremičnin, dolgo je celo veljala za območje z najvišjimi cenami nepremičnin v državi – vse do leta 2017, ko je primat prevzela Ljubljana. Cene nepremičnin na Obali so namreč po obratu cen leta 2015 presenetljivo rastle počasneje kot v glavnem mestu in na večini drugih območij Slovenije. Tako so cenovni vrh iz leta 2008 presegle šele leta 2019 (GURS, 2022).

Glede obsega prodaj je bilo v letu 2021 na Obali prodanih 451 stanovanj in 130 hiš. Povpraševanje po vseh tipih nepremičnin ostaja veliko, ponudba pa majhna, kar se kaže v razmeroma majhnem številu izvedenih prodaj. Nekoliko presenetljivo so bili med letoma 2015 in 2021 tukaj priča podpovprečni rasti cen stanovanj v večstanovanjskih stavbah. Cene stanovanj so zrastle »le« za 44 %, kar je precej pod slovenskim povprečjem. Za hiše je rast v izbranem obdobju kumulativno znašala 43 % (GURS, 2022).

Statistika prenočitvenih zmogljivosti, prihodov in prenočitev na Obali prav tako kaže povečanje ležišč med letoma 2016 in 2021, in sicer z 29.975 na 32.635. Opazimo lahko tudi povečanje prihodov in nočitev gostov, ki je v rekordnem letu 2019 znašalo vsega skupaj več kot 3 milijone nočitev, v letih 2020 in 2021 pa je enako kot drugod prišlo do zmanjšanja zaradi posledic pandemije (SURs, 2022).

Iz analize vpliva kratkoročnih oddaj v izbranih turističnih mestih v Sloveniji lahko vidimo, da so med letoma 2015 in 2021 cene vseh vrst nepremičnin močno naraščale in dosegle kumulativno tudi do 74-odstotno rast (Alpsko turistično območje). Enako velja tudi za rast števila registriranih nastanitvenih enot, prenočitev in prihodov turistov, pri čemer je glede na zanesljivost evidentiranih tržnih poslov in Register nastanitvenih

obratov mogoče trditi, da je bila realna rast verjetno še večja. Vse skupaj kaže, da so cene v izbranih turističnih krajih rastle, v končni anketi pa smo želeli preveriti še, kako na to rast gleda prebivalstvo in kako je morebitna razglasitev pandemije covid-19 spremenila percepcijo glede investiranja v turistično zanimive kraje.

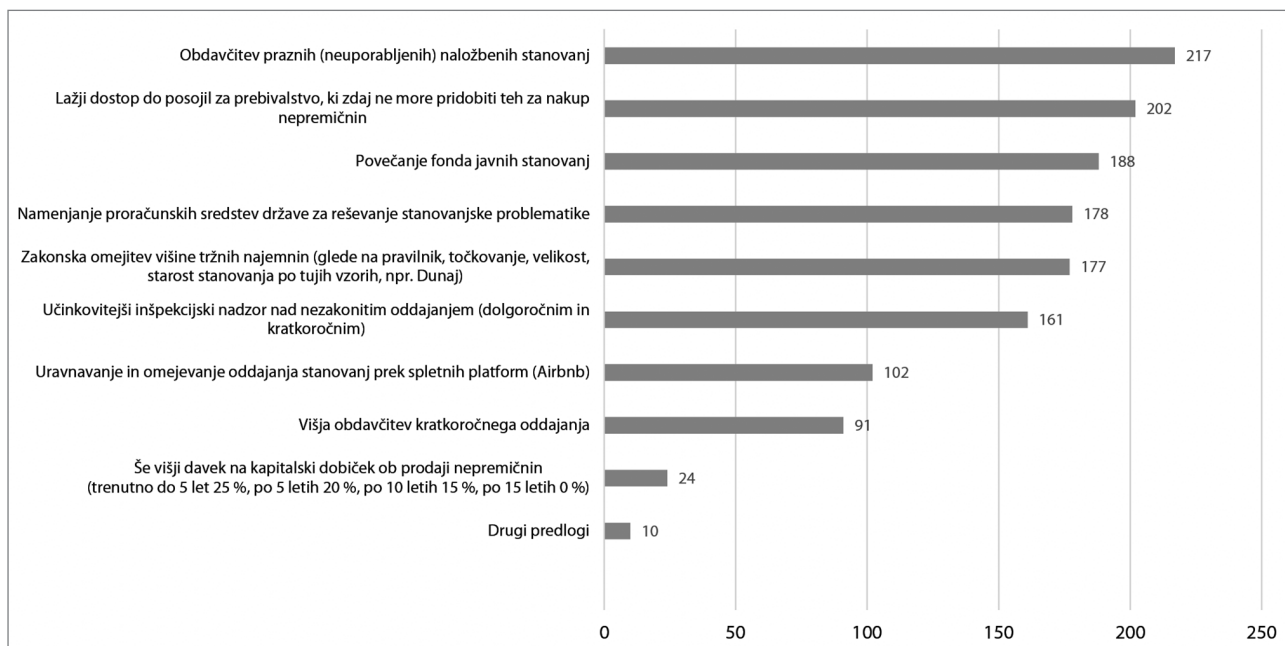
## 4.2 Anketa o vplivu kratkoročnih oddaj na vrednost nepremičnin v Sloveniji

Raziskavo smo opravljali s pomočjo spletnega vprašalnika Google Forms julija 2022, v njej pa je sodelovalo 356 oseb. Starostnega razpona nismo omejili, saj nas je zanimalo splošno prebivalstvo, prav tako smo zaradi velikosti vzorca in nekaterih splošnih vprašanj omogočili reševanje vsem, ne le tistim, ki so za kraj bivanja označili eno od opazovanih turističnih regij.

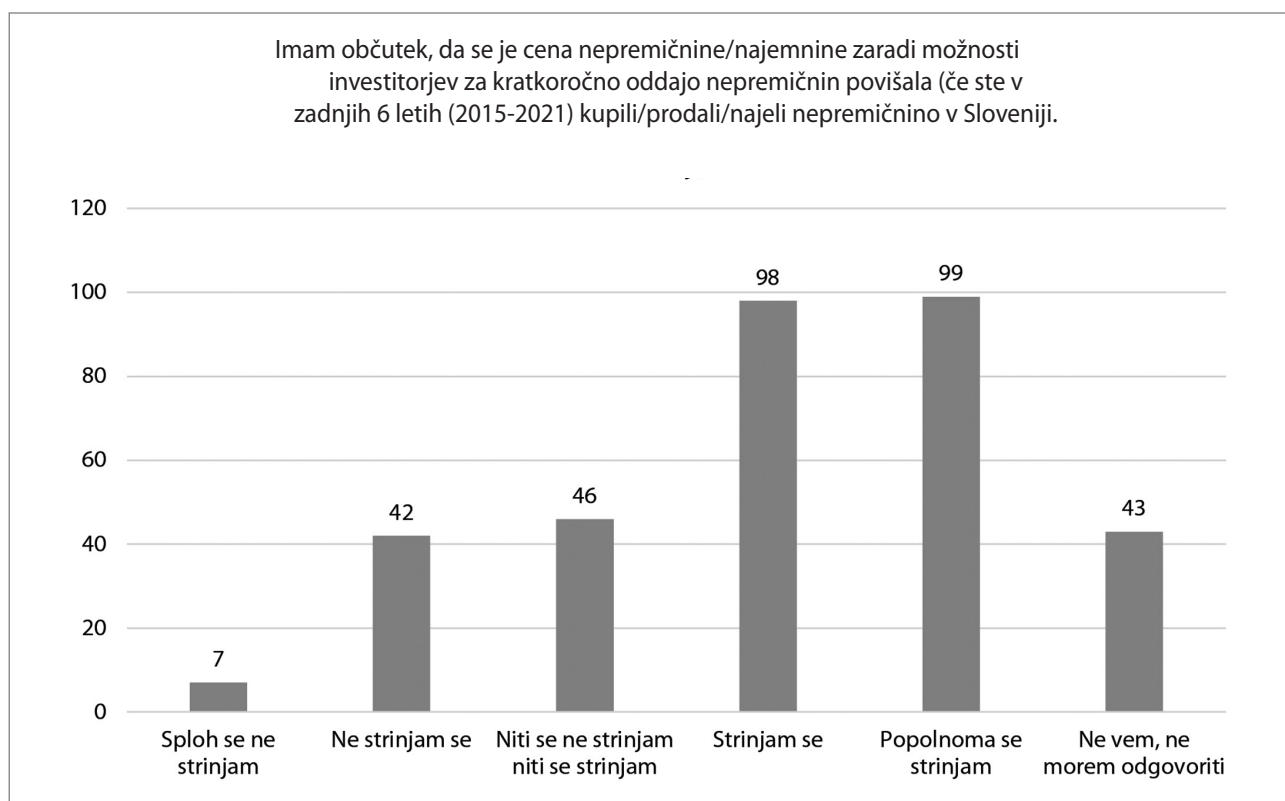
Iz demografskih vprašanj v prvem delu smo ugotovili, da skoraj 60 % vprašanih pripada starostni skupini od 26 do 35 let. Malo več kot polovica anketiranih prebiva v Ljubljani, kar pomeni, da so gotovo občutili spremembe na nepremičninskem trgu v preteklih letih, saj je Ljubljana »paradni konj« slovenskega turizma in vplivov kratkoročnega oddajanja ob življenju v mestu ni mogoče prezreti.

V splošnem sklopu vprašanj, ki je bil namenjeno najširšemu delu anketirancev, nas je zanimalo tudi, kaj anketiranci na splošno vidijo kot morebitno rešitev pri omejitvi rasti cen nepremičnin in najemnin. Najpogosteje je bila izbrana rešitev obdavčitve praznih naložbenih stanovanj ( $n = 217$ ), sledil je lažji dostop do posojil za skupine prebivalstva, ki zdaj ne morejo prejeti posojil in povečanje fonda javnih stanovanj. Zanimivo je, da omejitev delovanja platforme Airbnb oz. kratkoročnega oddajanja kot rešitev vidi le dobra tretjina respondentov ( $n = 102$ ).

V drugem delu vprašalnika nas je zanimalo poznavanje platforme Airbnb. Ugotovili smo, da večina anketiranih (92 %) pozna platformo, več kot 60 % vprašanih pa je prek nje že kdaj rezerviralo nočitev, kar kaže, da gre za izjemno priljubljen način rezervacije nočitev. Zanimalo nas je tudi, kolikšen del vprašanih je platformo že uporabljal za oddajanje lastnih ali tujih nepremičnin, pri čemer je bilo takih le 11 % vprašanih. Zanimala nas je pogostnost tega oddajanja, pri čemer anketiranci nepremičnine prek platforme Airbnb najpogosteje oddajajo vse leto (32,5 %) ali sezonsko (30 %), presenetljivo velik delež (25 %) pa je svojo nepremičnino oddal samo enkrat. Osrednje vprašanje je bilo v zvezi s percepcijo anketirancev glede povišanja cen nepremičnin/najemnin, ki jih je prinesla možnost kratkoročnih oddaj nepremičnin.



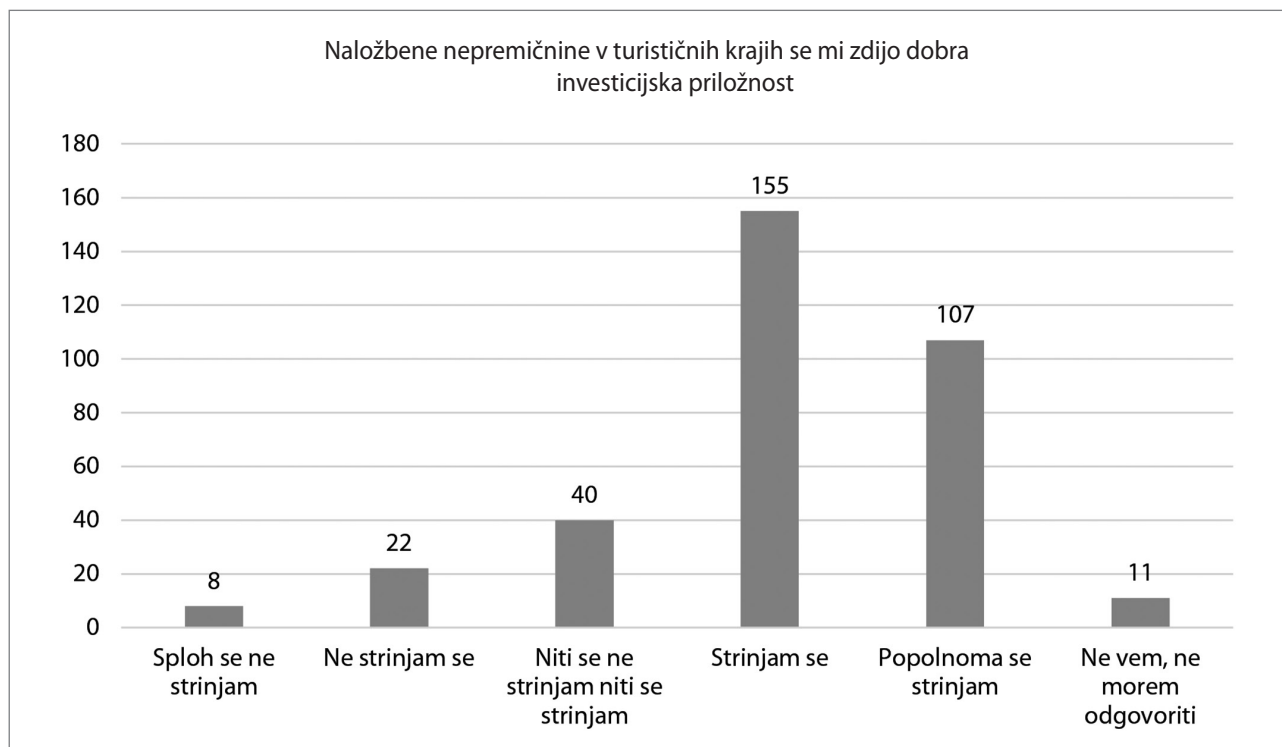
Slika 1: Rešitve pri omejitvi rasti cen nepremičnin/cen najema (število odgovorov)



Slika 2: Občutek anketirancev glede povišanja cen nepremičnin/najemnin zaradi možnosti kratkoročnih oddaj nepremičnin (število odgovorov)

S slike 2 lahko razberemo, da se večina strinja (n = 98) ali popolnoma strinja (n = 99), da so se cene nepremičnin in najemnin povišale zaradi možnosti kratkoročne oddaje. Uporabili smo Likertovo lestvico, ki nam je kot zelo priljubljen tip

anketnega vprašanja omogočila zanesljivost merjenja strinjanja, mnenj in dojemanj, hkrati pa onemogočala pristranost pri merjenju »občutljivih« stališč in večjo veljavnost merjenja.



**Slika 3:** Mnenje anketirancev glede privlačnosti naložbenih nepremičnin v turističnih krajih (število odgovorov)

Na sliki 3 prikazujemo še mnenje anketirancev glede privlačnosti naložbenih nepremičnin v turističnih krajih. Zanimalo nas je namreč, ali se jim naložbene nepremičnine v turističnih krajih zdijo dobra investicijska priložnost, pri čemer se je izkazalo, da se s to trditvijo strinja 155 vprašanih, 107 pa se celo popolnoma strinja. To potrjuje še vedno dobro percepcijo naložbenih nepremičnin med Slovenci, sploh v turistično zanimivih mestih.

Vprašanje smo nadgradili s tem, da smo udeležence ankete spraševali po vrstah naložb oz. hranjenja denarja, ki so jih izvedli od leta 2015 naprej. Najpogosteje so kot obliko hranjenja denarja navajali bančne depozite, sledijo mu alternativne vrste naložb, kot so kriptovalute in NFT-ji<sup>[4]</sup> (ang. *non-fungible token*), ki jih je kot vrsto naložbe označila kar tretjina vprašanih. Investiranje v nepremičnine je bilo s 106 izbirami na tretjem mestu.

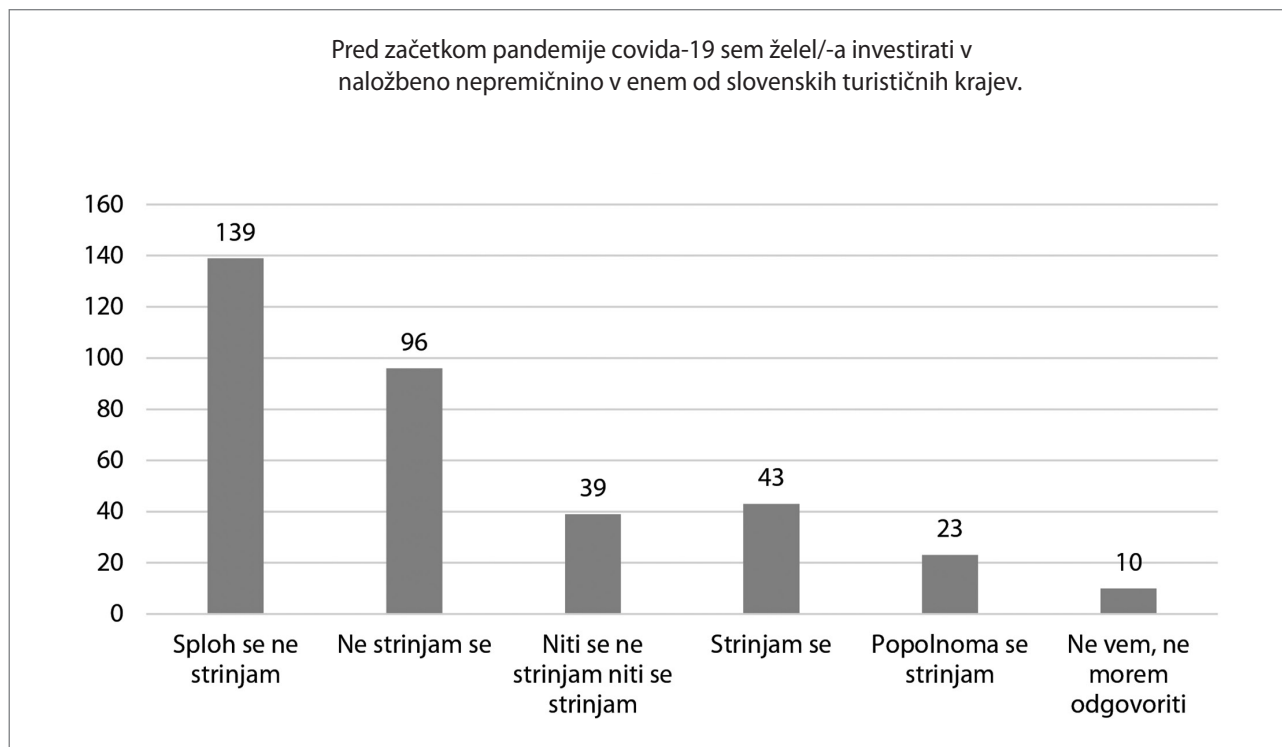
Zanimalo nas je tudi, koliko naložbenih nepremičnin imajo v lasti anketiranci, pri čemer odgovori kažejo, da jih ima 60 % v lasti eno, 20 % dve, 13 % tri in 7 % celo štiri ali več. Vprašani najpogosteje nepremičnine oddajajo dolgoročno, veliko pa jih je trenutno neodddanih (27), kar preseneča. Kratkoročno, prek spletnih platform, se oddaja 19 od 78 nepremičnin, kar je približno 25 %.

V zadnjem delu vprašalnika nas je zanimal vpliv razglasitve pandemije covid-19 na rast cen nepremičnin in percepcijo prebivalstva glede naložbe v nepremičnino v enem izmed turističnih krajev v Sloveniji. Skoraj vsi vprašani so označili, da so od začetka razglasitve pandemije do danes opazili povišanje cen nepremičnin (97,4 %).

Glede privlačnosti naložbenih nepremičnin smo to preverjali z vprašanjem prej in potem. Pred pandemijo je o tej možnosti razmišljalo 65 oseb, ki so izbrale strinjam se ali ne strinjam se, trenutno je takih celo 67, kar kaže, da se percepcija ni bistveno spremenila in po koncu pandemije obstaja še kvečjemu večji interes za investiranje v nepremičnine.

## 5 Razprava

V teoretičnem pregledu smo videli, da je težko osamiti vpliv, ki ga ima možnost kratkoročnih oddaj in širitve digitalnih platform na splošno rast nepremičnin. V vseh treh opazovanih turističnih središčih so v letih 2015–2021 zaznali večjo rast cen stanovanj in hiš. Hkrati smo lahko opazili rast platforme Airbnb oz. števila nastanitvenih enot, ki so bile na voljo. Prav tako se je v vseh opazovanih krajih v zadnjih letih povečalo število ležišč, prenočitev in prihodov turistov, razen v koronskih letih 2020 in 2021. Vseeno lahko sklepamo, da čeprav gre za



Slika 4: Mnenje anketirancev glede privlačnosti naložbenih nepremičnin pred začetkom pandemije covid-19 (število odgovorov)

splošno gospodarsko rast in splošno rast vrednosti nepremičnin, lahko določen del teh »pripisemo« platformi Airbnb in kratkoročnim oddajam, kar se je potrdilo v vseh turističnih mestih. Kolikšen del te rasti je posledica kratkoročnega oddajanja, bi bilo (po vzoru raziskav v tujini) s pomočjo modela linearne regresije treba preveriti na dovolj velikem vzorcu. S pomočjo anketnega vprašalnika smo preverjali še subjektivno percepcijo prebivalstva glede dviga cen nepremičnin. Iz odgovorov vprašanih lahko razberemo, da se večina strinja ali popolnoma strinja, da se je cena nepremičnin in najemnin povišala zaradi možnosti kratkoročne oddaje.

Čeprav je Slovenija dežela superlastništva nepremičnin, nas je zanimalo, ali je investiranje v (naložbene) nepremičnine še dodatno povečala možnost oddajanja prek digitalnih platform. Tako smo v anketnem vprašalniku povprašali po vrstah »naložb« oz. hrambe prihrankov in dobili odgovore, da bančnim depozitom po privlačnosti sledijo investicije v kriptovalute in nepremičnine. Zanimalo nas je tudi, ali se vprašanim naložbene nepremičnine v turističnih krajih zdijo dobra investicijska priložnost, in ugotovili, da se s to trditvijo strinja ali celo popolnoma strinjata več kot dve tretjini vprašanih. To potrjuje še vedno dobro percepcijo naložbenih nepremičnin med Slovenci, sploh v turistično zanimivih mestih. Tudi teoretični del je pokazal močan vpliv, ki ga imajo omenjene platforme na dožemanje stanovanja kot investicije oz. pooblagovljenja

stanovanj, ki smo ji priča. Tako so danes stanovanja razumljena kot sredstvo dvigovanja potrošnje, saj prinašajo naložbene dobičke že med življenjsko dobo, hkrati pa jim dolgoročno raste vrednost.

Vpliv pandemije covid-19 na trg nepremičnin smo opazili na več straneh: po eni strani lahko nezmožnost izvajanja fizičnih ogledov med pandemijo covid-19 krivimo za upad izvedenih poslov, na drugi pa je bilo prepovedano obratovanje hotelov in nastanitvenih obratov. Kljub precejšnjemu padcu turizma, ki je očiten iz svetovnih in domačih statistik prihodov turistov ter tudi iz ponujenih nastanitvev v Ljubljani med letoma 2020 in 2021, se percepcija ljudi glede investiranja v naložbene nepremičnine ni bistveno spremenila glede na čas pred pandemijo, kot je pokazal naš vprašalnik. Prav tako je bilo glede na poročilo GURS-a (2022) številčno manj transakcij z nepremičninami, cene pa so se povečale, zato lahko sklepamo, da je interes po nakupu (naložbenih) nepremičnin še vedno zelo močan.

## 6 Sklep

Obsežen pregled učinkov delitvene ekonomije, natančneje platforme za rezervacijo nastanitvev Airbnb, nam kaže, da gre za izjemno močno, globalno silo, ki na številne načine spreminja mesta. Kot smo povzeli v teoretičnem delu, štejemo med

pozitivne učinke delitvene ekonomije ekonomske in ekološke učinke, uporaba delitvenih platform pa uporabnikom nudi tudi občutek pripadnosti in recipročnosti. V smislu turističnih mest je najpomembnejše, da platforma Airbnb omogoča hitro dodajanje nastanitvev in diferenciacijo že obstoječim turističnim nastanitvam, sploh v času večjega povpraševanja in naravnih katastrof, hkrati prinaša v mesta dodatno kupno moč.

Ostaja vprašanje uravnavanja negativnih vplivov, ki jih prinese ta omenjena rast turizma in premik od dolgoročnega h kratkoročnemu oddajanju. Turistifikacija in gentrifkacija mest; vpliv, ki ga imajo omenjene platforme na kakovost življenja prebivalcev v mestih, varnostni vidiki in vidiki platformskega kapitalizma, predvsem pa vpliv na dostopnost stanovanj in višanje cen najemnin in nepremičnin se ne smejo spregledati. Mesta povsod po svetu so ubrala različne pristope k reševanju te pereče problematike, od moratorijev na podeljevanje novih licenc za obratovanje nastanitvenih obratov do omejitve oddajanja na določeno število dni v letu ali celo popolne prepovedi oddajanja. Glede na predlog reševanja problematike s strani Visit Ljubljana (2015) lahko sklepamo, da urejanje ekonomije delitve zahteva uravnoteženje interesov: državnih interesov (davčni prihodki, širjenje turistične ponudbe), interesov udeležencev v delitveni ekonomiji (poenostavljeni birokratski postopki, možnost dodatnega zaslužka, zaščita lastnih interesov) in interesov tretjih oseb (varovanje lastnine in integritete, omejitev hrupa v središčih mest itn.). Danes še vedno obstaja zakonodajna vrzel, ki je zakonodajalci s hitrim pojavom in spreminjanjem digitalnih platform ne uspejo dovolj hitro zapolniti, zato bi zakonodajalci morali premisliti tudi o trendih turizma za prihodnost (ruralni turizem, bleisure, digitalni nomadi, povratak v mesta itd.), ki bodo narekovali potrebe po ureditvi v prihodnosti (Hostaway, 2022).

Nazadnje je treba omeniti še vprašanje, kako učinkovito omejiti rast cen nepremičnin in cen najema v slovenskih turističnih mestih, ki smo jo opazili in s pomočjo teoretičnega dela tudi uspeli dokazati v raziskavi. S pomočjo anketnega vprašalnika smo o morebitnih rešitvah povprašali anketirance. Najpogosteje so izbrali rešitev obdavčitve praznih stanovanj, kar je tudi največkrat predlagan mehanizem s strani držav in občin. Sledil je lažji dostop do posojil za skupine prebivalstva, ki teh zdaj ne morejo prejeti, povečanje fonda javnih stanovanj, namenjanje proračunskih sredstev za reševanje stanovanjske problematike in zakonska omejitev višine tržnih najemnin. Zanimivo je, da omejitev kratkoročnega oddajanja prek platforme Airbnb kot rešitev vidi le dobra tretjina vprašanih. Z odprtim tipom vprašanja smo dobili tudi predloge, kot so omejitev luksuznih nepremičnin pri načrtovanju mest, ustvarjanje zdravega gospodarskega okolja in uvajanje močnejših davčnih spodbud za

gradnje stanovanj za takojšnjo rabo. Zakonodajalcem se torej predlaga, naj temeljito proučijo zgoraj omenjene možnosti, saj lahko le skupek več mehanizmov prinese dolgoročno rešitev, ki bo rast cen nepremičnin in najemnin obdržala na ravni, ki bo sprejemljiva tudi za prebivalce slovenskih turističnih mest.

.....  
Gala Rogelj, LL.B. (WU), (LL.M.), mag. prava in managementa nepremičnin

Bachelor of Laws, Wirtschaftsuniversität Wien, Masters of Law, Universität Wien

Magistrantka Katedre za pravo in management nepremičnin Evropske pravne fakultete Nove univerze, Ljubljana

E-pošta: gala.rogelj@icloud.com

Prof. dr. Bojan Grum

Nova univerza, Evropska pravna fakulteta, Katedra za pravo in management nepremičnin, Ljubljana

E-pošta: constructa@siol.net

## Opombe

[1] Prispevek je nastal na podlagi magistrskega dela *Vpliv turizma na vrednost nepremičnin v središčih turističnih mest*, ki ga je pod mentorstvom prof. dr. Bojana Gruma na Evropski pravni fakulteti Nove univerze napisala in decembra 2022 uspešno zagovarjala magistrica prava Gala Rogelj, zaposlena v GEN-I.

[2] Prispevek je bil napisan in poslan v objavo 13. marca 2023.

[3] CouchSurfing je globalna skupnost, ki jo združuje izmenjava gostoljubnosti in želja po družbenem mreženju. Spletna stran zagotavlja platformo za omogočanje »surfanja« članov na kavču z bivanjem pri gostitelju doma ali pridružitve raznovrstnim dogodkom (internet 1).

[4] *Non-fungible token* ali nezamenljivi žeton je nezamenljiva enota podatkov, shranjena v blokverigi, vrsta digitalne glavne knjige, ki jo je mogoče prodajati in z njo trgovati. Vrste podatkovnih enot NFT so lahko povezane z digitalnimi datotekami, kot so fotografije, videoposnetki in zvočne datoteke (internet 2).

## Viri in literatura

Acquier, A. (2018): Uberization meets organizational theory: Platform capitalism and the rebirth of the putting-out system. V: Davison, N., Finck, D., in Infranca, J. (ur.): *Cambridge handbook on law and regulation of the sharing economy*, str. 11–25. Cambridge, Cambridge University Press.

Curry, D. (2023): Airbnb Revenue and Usage Statistics. *Business of Apps*, 19. 1. 2023. Dostopno na: <https://www.businessofapps.com/data/airbnb-statistics> (sneto 3. 3. 2023).

AirDNA (2022): *Ljubljana: Rental activity*. Dostopno na: <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/si/default/ljubljana/occupancy> (sneto 12. 7. 2022).

Barron, K., Kung, E., in Proserpio, D. (2017): *The effect of home-sharing on house prices and rents: Evidence from Airbnb*. Dostopno na: <https://ssrn.com/abstract=3006832> (sneto 12. 3. 2022).

- Beck, U. (1992): *Risk society: Towards a new modernity*. New York, Sage Publications.
- Belk, R. (2014): You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), str. 1595–1600.
- Botsman, R., in Rogers, R. (2011): *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. London, HarperCollins.
- Cherry, C., in Pidgeon, N. P. (2018): Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy. *Journal of Cleaner Production*, 195, str. 939–948.
- Coleman, J. S. (1990): *Foundations of social theory*. Cambridge, Harvard University Press.
- Erickson, K., in Sørensen, I. (2016): Regulating the sharing economy. *Internet Policy Review*, 5(2), str. 1–13.
- Franco, S. F., in Santos, C. (2021): The impact of Airbnb on residential property values and rents: evidence from Portugal. *Regional Science and Urban Economics*, 88(3), 103667.
- Frenken, K. (2017): Political economies and environmental futures for the sharing economy. *Philosophical transactions Royal Society*, 375(2095), str. 1–15.
- GURS (Geodetska uprava Republike Slovenije) (2016): *Letno poročilo o slovenskem trgu nepremičnin za leto 2015*. Ljubljana.
- GURS (Geodetska uprava Republike Slovenije) (2021): *Poročilo o slovenskem trgu nepremičnin za leto 2020*. Ljubljana.
- GURS (Geodetska uprava Republike Slovenije) (2022): *Poročilo o slovenskem trgu nepremičnin za leto 2021*. Ljubljana.
- Gutierrez, J., Carlos Garcia-Palomares, J., Romanillos, G., in Salas-Olmedo, M. H. (2016): Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation. *Tourism Management*, 62, str. 278–291.
- Hamari, J., Sjöklint, M., in Ukkonen, A. (2013): The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), str. 2047–2059.
- Hawliczek, F., Teubner, T., in Weinhardt, C. (2016): Trust in the sharing economy. *Die Unternehmung*, 70(1), str. 26–44.
- Henten, A., in Windekilde, I. (2015): Transaction cost and the sharing economy. V: *What next for European telecommunications?*, 26th European Regional Conference of the International Telecommunications Society, San Lorenzo de El Escorial, 24.–27. junij, Španija, str. 14–21. Madrid, International Telecommunications Society.
- Hojs Novak, T. (2016): *Pregled stanja Airbnb ponudbe nastanitvenih kapacitet v Sloveniji*. Zaključna strokovna naloga. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Hostaway (2022): *8 short term rental market trends of 2022*. Dostopno na: <https://www.hostaway.com/short-term-rental-market-trends-2022> (sneto 5. 3. 2022).
- Internet 1: *CouchSurfing*. Dostopno na: <https://sl.wikipedia.org/wiki/CouchSurfing> (sneto 13. 3. 2023).
- Internet 2: *Nezamenljivi žeton*. Dostopno na: [https://sl.wikipedia.org/wiki/Nezamenljivi\\_%C5%BEeton](https://sl.wikipedia.org/wiki/Nezamenljivi_%C5%BEeton) (sneto 13. 3. 2023).
- Ioannides, D., in Petridou, E. (2016): Contingent neoliberalism and urban tourism in the United States. V: Mosedale, J. (ur.): *Neoliberalism and the political economy of tourism*, str. 21–37. London, New York, Routledge.
- Ioannides, D., Röslmaier, in van der Zee, E. (2018): Airbnb as an instigator of 'tourism bubble' expansion in Utrecht's Lombok neighbourhood. *Tourism Geographies*, 21(1), str. 822–840.
- Jarvis, D. S. L. (2008): *Ulrich Beck, globalization and the rise of the risk society: A critical exegetic analysis*. Dostopno na: <https://ssrn.com/abstract=1162662> (sneto 12. 2. 2022).
- Judd, D. (2003): Visitors and the spatial ecology of the city. V: Hoffman, L. M., Fainstein, S. S., in Judd, D. R. (ur.): *Cities and visitors: Regulating people, markets, and city space*, str. 23–38. Oxford, Blackwell Publishing.
- Juul, M. (2017): *Tourism and the sharing economy*. Dostopno na: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS\\_BRI\(2017\)595897\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf) (sneto 22. 12. 2022).
- Kim, M. J., Chung, N., in Lee, C. K. (2011): The effect of perceived trust on electronic commerce: shopping online for tourism products and services in South Korea. *Tourism Management*, 32(2), str. 256–265.
- Kučič, L. J. (2022): *Airbnb v Ljubljani: od delitvene ekonomije v tržno dejavnost*. Dostopno na: <https://podcrto.si/airbnb-v-ljubljani-od-delitvene-ekonomije-v-trzno-dejavnost> (sneto 22. 4. 2022).
- Lehr, D. (2015): *An analysis of the changing competitive landscape in the hotel industry regarding Airbnb*. Magistrsko delo. San Rafael, Dominican University.
- Marion (2021): Airbnb's consistent rebrand focuses on the sense of belonging to a community. *The Branding Journal*, 15. 1. 2021. Dostopno na: <https://www.thebrandingjournal.com/2014/07/airbnbs-consistent-rebrand-focuses-sense-belonging-community> (sneto 22. 3. 2022).
- Marković, A. (2019): *The effect of Airbnb on rents in Ljubljana*. Magistrsko delo. Cambridge, University of Cambridge.
- Obrč, P. (2019): *Vpliv platforme Airbnb na dolgoročni najem v Ljubljani*. Magistrsko delo. Ljubljana, Nova univerza, Evropska pravna fakulteta.
- Osztovits, A., Kőszegi, A., Nagy, B., in Damjanovics, B. (2015): *Sharing or piring: growth of the sharing economy*. Budimpešta, PriceWaterhouseCoopers Magyarorszag Kft.
- Pelko, N. (2013): *Evidenca gentriifikacije*. Diplomsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.
- Peperko, D. (2017): *Odškodninska odgovornost upravljavcev spletnih platform: primer Airbnb*. Magistrsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Pravna fakulteta.
- Rogers, B. (2015): *The social costs of Uber*. Čikago, The University of Chicago Law Review Dialogue.
- Schor, J. B., in Attwood-Charles, W. (2017): The sharing economy: Labor, inequality and sociability on for-profit platforms. *Sociology Compass*, 11(8), e12493.
- Senožetnik, A. (2022): Cene ponekod višje kot v prestolnici. *Gorenjski glas*, 12. 1. 2022. Dostopno na: <https://www.gorenjskiglas.si/article/20220112/C/220119938/1035> (sneto 12. 2. 2022).
- Stephany, A. (2015): *The business of sharing. Making it in the New Sharing Economy*. New York, Palgrave Macmillan.
- Sundararajan, A. (2016): *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Cambridge, The MIT Press.
- Supin, M. (2018): *Ocena vplivov Airbnb-ja na poslovanje ljubljanskih hotelov*. Magistrsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- SURS (Statistični urad Republike Slovenije) (2022): *Prenočitvene zmogljivosti prihodi in prenočitve turistov po vrstah turističnih občin, Slovenija, letno*. Dostopno na: <https://pxweb.stat.si/SiStatData/pxweb/sl/Da-ta/-/21645215.px/table/tableViewLayout2> (sneto 22. 2. 2022).
- Tourism Beast (2022): *Tourism in the 21st century*. Dostopno na: <https://www.tourismbeast.com/tourism-in-the-21st-century> (sneto 22. 4. 2022).

UNWTO (World Tourism Organization) (2020): *International tourism growth continues to outpace the global economy*. Dostopno na: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (sneto 22. 3. 2022).

UNWTO (World Tourism Organization) (2021): *2020: Worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals*. Dostopno na: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> (sneto 11. 2. 2022).

Velkoverh, P. (2020): Vpliv delitvene ekonomije na stanovanjsko oskrbo v Ljubljani: primer Airbnb. Diplomsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede.

Visit Ljubljana (2015): *Predlog reševanja problematike oddajanja sob v kratkoročni najem*. Dostopno na: <https://www.visitljubljana.com/sl/obiskovalci/pisma-iz-ljubljane/marec-2015/predlog-resevanja-problematike-oddajanja-sob-v-kratkoročni-najem> (sneto 7. 2. 2021).

Wachsmuth, D., in Weisler, A. (2018): Airbnb and the rent gap: gentrification through the sharing economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 50(6), str. 1147–1170.

Zervas, G., Proserpio, D., in Byers, J. W. (2016): *The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*. Dostopno na: <https://ssrn.com/abstract=2366898> (sneto 12. 3. 2022).

Zgrinskić, R. (2019): *Turistifikacija Ljubljane ter vpliv turizma in razvojnih politik na vsakdanje življenje v Ljubljani*. Magistrsko delo. Ljubljana, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta.