

A CRITICAL APPROACH TO THE SHARING ECONOMY THEORY - AN INNOVATIVE MODEL AT THE CROSSROAD OF THOUGHT AND PRACTICE

Anita Radman Peša¹⁷, Zdenko Prohaska¹⁸ & Ana Maria Smokrović¹⁹

UDC / UDK: 330.132:004:33(494.5:4-67EU)

JEL classification / JEL klasifikacija: O1, O3, O52

DOI: <https://doi.org/10.22598/pi-be/2020.14.2.121>

Scientific review / Pregledni znanstveni rad

Received / Priljeno: April 3, 2020 / 3. travnja 2020.

Accepted for publishing / Prihvaćeno za tisak: June 10, 2020 / 10. lipnja 2020.

Summary

The subject of this research is sharing economy, which is a socio-economic phenomenon based on modern technology. The purpose of this paper is based on the terminological demarcation of the sharing economy that some authors classify as hybrid modalities starting from an analytic approach to creating and sharing value based on a participatory engagement and spending approach, the principles from which this concept derives advantages, ease of application and ease of entry, almost barrier-free. The analytic approach of case studies of the largest collaborative companies like Uber and Airbnb and the pragmatic conclusions are drawn from the correction, refinement and specialization of platforms for compatible transfer of product value to technology and in line with demand contribute to the work in reviewing scientific views on sharing economy, its relatively short histories but radical changes that have brought to commerce new products and principles that in some areas of trade have completely replaced the previous existing modalities of traditional trade. The critical approach that defines the new conditions is manifested in greater flexibility and efficiency in the market as a whole, as well as insufficient regulatory legal frameworks for entities in these markets across the EU and the Republic of Croatia, as well as the positive effects and socially acceptable statuses gathered by stakeholders and users, driven by responsible behaviour and sustainability development policies.

¹⁷ Anita Radman Peša, PhD, Associate Professor, University of Zadar, Department of Economics, E-mail: apesa@unizd.hr

¹⁸ Zdenko Prohaska, PhD, Full Professor, University of Rijeka, Faculty of Economics and Business, E-mail: zdenko.prohaska@ri.t-com.hr

¹⁹ Ana Maria Smokrović, M.Sc., Insignis Cont d.o.o. Zadar, E-mail: ammatak3@gmail.com

Key words: *technology, sharing economy, peer-to-peer, Uber, Airbnb.*

1. UVOD

Digitalne platforme koje djeluju kao dvostrana tržišta usklađujući različite skupine korisnika i pružatelja usluga i omogućujući povećanje razmjera i brzine tradicionalnih transakcija obuhvaćene su kroz termin "ekonomija dijeljenja" (Codagnone, Biagi & Abadie, 2016). Dijeljenje i suradnja ukorijenjene su evolucijske i kulturne osobine čovječanstva. Zajednice su dijelile međusobna dobra i usluge i surađivale tisućljećima, no ono što je inovativno u vezi suvremenog dijeljenja je tržišni oblik u kojem nepoznati ljudi, a ne neposredni poznanici, razmjenjuju robu i usluge. Nove prakse razmjene počele su se ponovno pojavljivati zahvaljujući novim tehnologijama koje su omogućile međusobno povezivanje ljudi na različitim dijelovima svijeta. Osim toga, s obzirom na istraživanja o utjecaju industrijalizirane tehnologije na okoliš, pomak prema zaštiti okoliša također je služio kao poticaj za dijeljenje suvišnih sredstava. Konačno, ekonomske poteškoće prisilile su mnoge da traže alternativne izvore prihoda. Izgradnja održive ekonomije koja se fokusira na izgradnji zajednice ljudi koji se međusobno ne poznaju (Murphy, 2016), kreiranje novih načina pružanja usluga koji počivaju na „peer-to-peer“ odnosima (Schor and Fitzmaurice, 2014) i pripadajućim načinima preraspodjele vrijednosti kroz lance vrijednosti predstavljenim kolaborativnom potrošnjom kojoj pripada sve veći tržišni udjel s obzirom na zastupljenost u odnosu na tradicionalnu ekonomiju predmet je proučavanja ovog rada. Pritom se u obzir uzimaju različite perspektive uključujući tehnološku, društvenu i ekonomsku.

Godine 2011. časopis "The Time" predstavio je kolaborativnu potrošnju kao jednu od deset ideja koje će promijeniti svijet (Schor & Fitzmaurice, 2014). Otad je prošlo gotovo desetljeće, a pokazalo se da su bili u pravu jer kolaborativna potrošnja zauzima sve veći udio na tržištu u cjelini.

Ciljevi ovog rada su ispitati poticajne elemente za pojave fenomena - dovesti ih u vezu s razlozima nastanka ekonomije dijeljenja, definirati koncept ekonomije dijeljenja, kolaborativne potrošnje, provesti kroz pozitivne primjere iz prakse, te u konačnici ukazati na nedostatke ekonomije dijeljenja. Analitičkim pristupom ovome fenomenu, ukazivanjem na smisao i poticaje nastanka ovoga koncepta sadržanih u okvirima specifičnosti obilježja njezine naravi sa svim pozitivnim i negativnim aspektima koji se infiltriraju u prostor pobliže se definira ovaj koncept ekonomije dijeljenja, definiraju se njegove granice, karakteristike koje polučuju pozitivne ili negativne posljedice.

2. TEORIJSKI PREGLED

U posljednjih petnaest godina, sve veći broj kako poslovnih inovatora tako i korisnika usluga, pokušavaju transformirati sferu potrošnje. Oni zagovaraju stvaranje zajedničke imovine iznajmljivanjem ili pozajmljivanjem trajnih dobara, usluga i prostora.

Pokret ili fenomen koji predstavljaju izvorno je nazvan ekonomijom dijeljenja, a kasnije je postao poznat kao kolaborativna potrošnja. Naziv kolaborativna potrošnja naglašava društvenu, ekonomsku i digitalnu dimenziju ovog fenomena, po kriteriju isplative razmjene i namjene, a s obzirom da se odnosi na potrošnju, nova praksa uključuje u ovaj fenomen dimenzije: a) preusmjeravanje dobara, b) razmjene usluga, c) optimiziranje i korištenje imovine i izgradnju društvenih mreža (Bostman and Rogers, 2010).

Korištenjem alata infiltriraju se izvanjske promjene poput zakonitosti, širi se prostor u znanstvenoj literaturi koji proučava nove modele, pri čemu se okviri definicije ekonomije dijeljenja nastavljaju klasifikaciju uključujući brojne aspekte analize, pozicionirane daleko od jedinstvene i službeno prihvatljive definicije. Svesti na zajednički nazivnik neku od definicija nemoguće je zbog dominacije i prisutnosti nekih od posljedičnih utjecaja aktivnosti poput kolaborativne potrošnje, suradničke ekonomije, ekonomije na zahtjev, peer-to-peer ekonomije, ekonomije nultog zajedničkog troška. Bostama i Rogers (2010), nadalje u svojoj knjizi "What's mine is yours" objašnjavaju različite pojmove unutar sveobuhvatnog koncepta ekonomije dijeljenja. Kolaborativnu potrošnju različiti autori opisuju kao ekonomski model koji je zasnovan na dijeljenju, razmjeni ili iznajmljivanju proizvoda i usluga, omogućujući pristup ali ne i vlasništvo. Poput razgranate mreže, ekonomija dijeljenja počiva na širokim mrežama koje povezuju pojedince i zajednicu u centraliziranim institucijama transformirajući pri tome način proizvodnje, način potrošnje, način financiranja i način učenja.

Bostman i Rogers (2010) ekonomiju dijeljenja predstavljaju kao ekonomski model temeljen na dijeljenju nedovoljno iskorištenih resursa (prostora, vještina i informacija) gdje prostorno vremenska konvergencija potpomognuta učincima ekonomije dijeljenja i tehnološkim transferom se različito očituje s obzirom na brzinu rasta gospodarstva, razinu blagostanja definiranu životnim standardom, posljedično razinom dohotka per capita, te shodno, pokazujući veću ili manju homogenizaciju ovisno o definiranom prostornom segmentu, sociološkim, gospodarskim i kulturološkim okvirima. Kako bi se istražili različiti pojmovi koji kreiraju sveobuhvatni koncept ekonomije dijeljenja potrebno je prvo postaviti definiciju samog koncepta.

Kao što ne postoji općeprihvaćen termin, nema ni jednostavne definicije koja sustavno opisuje fenomen ekonomije dijeljenja. Naglasak je na ulozi participativnog doprinosa pojedinačnih vrijednosti ekonomskih učinaka koji konstituiraju sustavni pristup ekonomiji dijeljenja na što se i oslanja definicija Europske Komisije prema kojoj ekonomija dijeljenja *"označava široki raspon digitalnih komercijalnih ili neprofitnih platformi koje olakšavaju razmjenu među različitim igračima kroz različite modalitete interakcije (P2P, P2B, B2P, B2B, G2G)²⁰ zamjenjujući (novac, nekretnine, opremu,*

²⁰ P2P (eng. *Peer-to-Peer*) ili C2C (eng. *Customer-to-Customer*) - transakcije između potrošača (pojedinaca) putem digitalnih platformi (npr. Couchsurfing); P2B (eng. *Peer-to-Business*) - transakcije u kojima pojedinci nude usluge, dobra ili novac tvrtkama; B2P (eng. *Business-to-Peer*) - transakcije na relaciji organizacija-pojedinac (npr. Amazon, eBay); B2B (eng. *Business-to-Business*) - elektroničko poslovanje između organizacija (npr. Link Coworking); G2G (eng. *Government-to-Government*) -

automobile, itd.) robu ili vještine" (Selloni, 2017). Hamari i sur. (2016) ekonomiju dijeljenja definiraju kao "*skup aktivnosti davanja ili dijeljenja pristupa robi i uslugama temeljenu na peer-to-peer osnovi i omogućene internet tehnologijom*".

Prema Gorenflu (2010) oslanjajući se na projekciju učinaka futurista, četiri su ključna činitelja koja su utjecala na pojavu ekonomije dijeljenja:

- *Tehnologija*: internetske i mobilne tehnologije igraju ključnu ulogu u izgradnji zajednica velikih razmjera jer nude brz kontakt i stalni ciklus ponude i potražnje.
- *Ugroženost okoliša*: dijeljenje i održivost povezani su koncepti. U vremenima oskudice dijeljenje resursa i sredstava predstavlja jedini održiv način življenja.
- *Globalna recesija*: najpopularnija prednost ovog fenomena je ušteda novca. To je osobito važno u vremenima nakon ekonomske krize kada ljudi gube kupovnu moć i istodobno stječu veću svijest o odlukama o kupnji.
- *Zajednica*: On-line povezivost olakšava dijeljenje i društvene aktivnosti, omogućujući izravan kontakt s ljudima koji žive u različitim dijelovima svijeta i onima koji žive na istom području, ali međusobno ne kontaktiraju.

Prva inovacija povezana s preusmjeravanjem robe odvila se putem Interneta, točnije na eBayu i Craigslistu. Ove web stranice osnovane su 1995. godine, a predstavljaju mrežne trgovine, koje se koriste za razmjenu proizvoda. Intenziviranje kupovine, koje se dogodilo krajem 1990-ih i 2000-ih bilo je ključ uspjeha jer je dovelo do spremne ponude artikala za ponovnu prodaju.

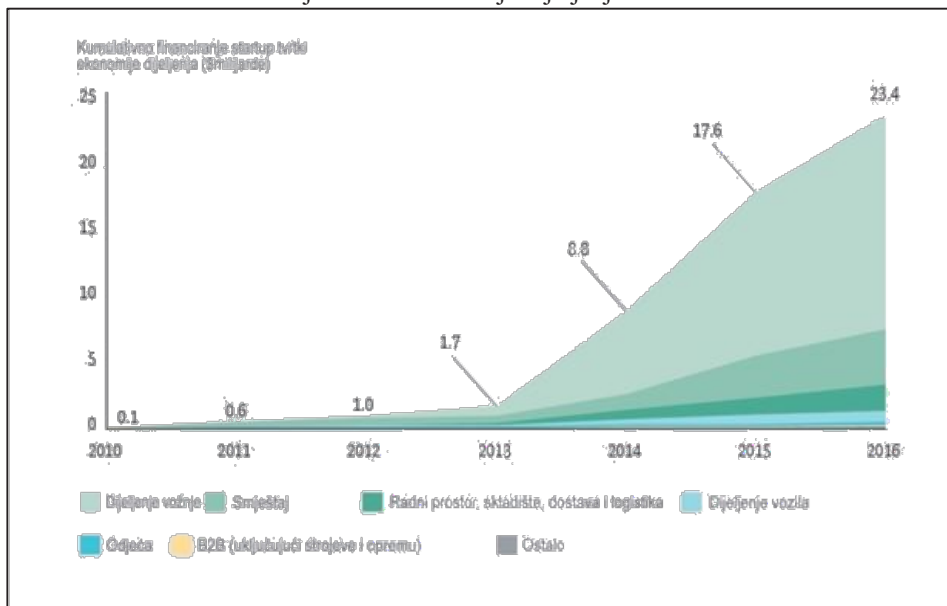
Ubrzano stjecanje novih kupaca, ali i gubitak starih bio je poticaj za agilniji utjecaj kolaborativne potrošnje, a društvena prezasićenost robom je inicirala potrebu sukreiranja sekundarnih tržišta (tj. tržišta na kojima se roba razmjenjuje drugi put). Osim toga, digitalna tehnologija i sofisticirani online softveri smanjili su tradicionalne transakcijske troškove na sekundarnim tržištima (u tradicionalnoj ekonomiji rast transakcijskih troškova činili su upitnim isplativost istih proizvoda na sekundarnim tržištima). Dakle, kombinacija tehnoloških i društveno-ekonomskih promjena inicirala je rast kolaborativne potrošnje i sukreiranja vrijednosti kupcu. Pojava ekonomije dijeljenja posljedica je povezivanja različitih subjekata u kojima je tehnologija odigrala glavnu ulogu (Schor & Fitzmaurice, 2014). Zapravo, Internetom je omogućeno povećanje razmjera i opsega praksi koje nisu nove, ali koje su dobile novi poticaj putem web tehnologija. Ipak, tehnološki napredak, osobito Web 2.0. povećao je suradnju među pojedincima, a time i nastanak novih vrsta razmjene (Ertz, Durif & Arcand, 2016).

Ekonomija dijeljenja stoga predstavlja stvarnu, relevantnu i opipljivu priliku, a ne privremenu distrakciju ili prolaznu modu. Ona stvara nove tijekove prihoda i tržišne mogućnosti. Boston Consulting Group objavio je istraživanje prema kojem je od 2010. godine na ovom tržištu uloženo 23 milijarde dolara. Ukupnu veličinu ekonomije dijeljenja mnogo je teže procijeniti jer je većina pružatelja platformi privatna. No, u krugu financiranja u 2017. godini, Airbnb je procijenjen na oko 31 milijardu dolara, što ga

elektronička razmjena podataka ili informacijskog sustava između vladinih agencija, odjela ili organizacija (npr. Northeast Gang Information System).

izjednačuje s Marriott International Hotels (multinacionalna hotelijerska tvrtka). Uber na ukupnom tržištu zauzima tri četvrtine. Dominacija u odnosu na klasična tržišta taksi prijevoza postignuta je cjenovnom konkurentnosti temeljenoj na vrijednostima i uvjetima kreiranim iz participacije i suradničke potrošnje (BCG, 2017).

Grafikon 1. Rast financiranja unutar ekonomije dijeljenja

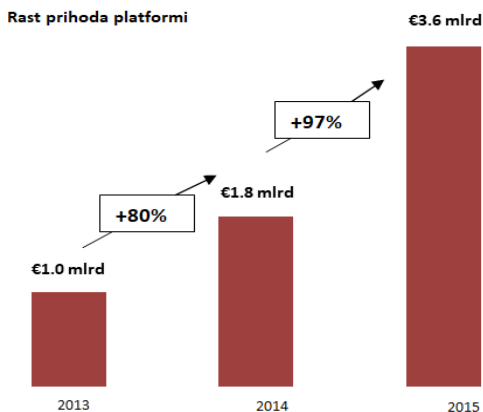


Izvor: BCG, 2017.

Grafikon 1. prikazuje dinamiku financiranja u području ekonomije dijeljenja za razdoblje od 2010. do 2016. Na grafikonu je vidljivo kako je najveću stopu financiranja imao ugostiteljski i prijevoznički sektor. Airbnb i Uber s prikupljenih više od 23 milijarde dolara od 2007. godine zauzimaju većinu tržišta ekonomije dijeljenja, ali i mnoge druge tvrtke, kao što su Lyft u SAD-u, Didi Chuxing (bivši Didi Kuaidi) u Kini i Ola u Indiji sve brže stječu tržišni udio i vodstvo (BCG, 2017).

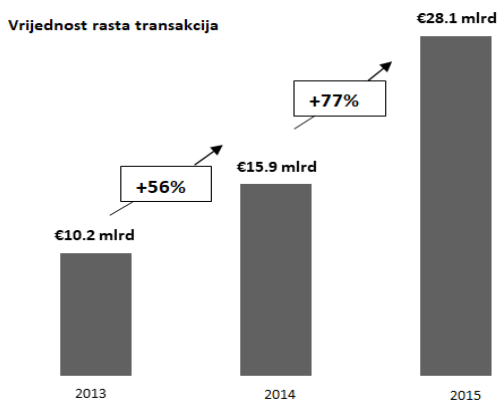
Grafikoni 2. i 3. prikazuju stopu rasta ekonomije dijeljenja u Europskoj uniji u razdoblju od 2013. do 2015. godine. Rast prihoda platformi i vrijednosti transakcija naglo se povećava u 2013. godini, te u brzao 2015. iz razloga što velike platforme počinju ulagati u svoje širenje. S obzirom na podatke na grafikonu vidljivo je da su se prihodi ostvareni digitalnim platformama udvostručili između 2014. i 2015. godine.

Grafikon 2. Rast prihoda platformi ekonomije dijeljenja



Izvor: PWC, 2016.

Grafikon 3. Rast vrijednosti transakcija u ekonomiji dijeljenja



Izvor: PWC, 2016.

3. SUSTAVI EKONOMIJE DIJELJENJA I KRITIČKI PRISTUP UVJETIMA KOJI DEFINIRAJU PROSTOR KOLABORATIVNE POTROŠNJE

Aikman (2013) navodi kako unutar ekonomije dijeljenja i kolaborativne potrošnje, postoje tri glavna sustava:

1. Tržište preraspodjele gdje se stvari koje nisu potrebne preraspodjeljuju tamo gdje su potrebne. Primjeri uključuju eBay (online aukcijska kupnja), Craigslist (lokalni klasificirani oglasi), Swap.com i 99dresses (odjeća), i dr.

2. Sustavi za servisiranje proizvoda (eng. *Product Servis Systems*) omogućuju članovima da plaćaju korištenje proizvoda bez potrebe za izravnim posjedovanjem. Primjeri uključuju Zipcar (tvrtka za dijeljenje automobila), Getable (najam građevinske opreme), Snapgoods (najam raznovrsne opreme), RelayRides (dijeljenje privatnih automobila), Velib (dijeljenje bicikla) i dr.
3. Platforme za suradnički (kolaborativni) stil života dopuštaju dijeljenje i razmjenu manje opipljivih sredstava kao što su vrijeme, vještine, novac, iskustva ili prostor. Primjeri uključuju Skillshare (platforma za dijeljenje znanja i vještina), TaskRabbit (dijeljenje usluga čišćenja, majstorskih radova, dostave i sl.), Lending Club (platforma za pozajmljivanje novca), LiquidSpace (dijeljenje ureda i radnog prostora), Vayable (aplikacija za rezerviranje izleta i iskustava s lokalnim stanovnicima), i dr.

Pored ova tri sustava, postoji niz srodnih modela zajedničke proizvodnje, transakcije, ulaganja i stvaranja tržišta (Aikman, 2013).

Većina autora glavne uvjete ekonomije dijeljenja svrstava u tri osnovne skupine: ekonomske, socijalne i ekološke. Schiel (2015) navodi kako su najprisutniji i najočigledniji razlozi za uključivanje u gospodarstvo dijeljena ekonomske i individualističke prirode. Ušteda novca navodi se kao glavna prednost u istraživanju ponašanja potrošača iz 2012. godine. To je zato što se troškovi smanjuju kupnjom rabljene robe i ponovnim korištenjem proizvoda. Nadalje, i sam razmijenjeni proizvod ili usluga je element koji treba promatrati: kvaliteta i jedinstvenost određene robe, tj. činjenica da se ne može naći negdje drugdje, odražava drugi ekonomski razlog (Schiel, 2015).

Za razliku od tradicionalnog tržišta, sustav izravno povezuje pružatelje s korisnicima. Ovaj element čini cijenu konkurentnijom nad tradicionalnim tržištem zbog manje uloge posrednika (Nguyen, 2016). Zagovornici ekonomije dijeljenja navode i brojne pogodnosti za potrošače: prilagođavanje potrebama pojedinaca, nudeći jedinstvena iskustva koja klasični pružatelji usluga ne mogu osigurati i niže cijene u usporedbi s komercijalnim pružateljima usluga. Sundararajan (2013) vjeruje da će poslovanje temeljeno na peer-to-peer osnovi ujediniti digitalne platforme, te sljedećih godina predstavljati značajan segment gospodarstva. Vjerojatno će taj prijelaz imati pozitivan utjecaj na gospodarski rast i blagostanje poticanjem nove potrošnje, povećanjem produktivnosti i individualne inovacije i poduzetništva te uvažavajući racionalni pristup ponovnim korištenjem proizvoda (Grybaite & Stankevičienė, 2016).

Također, prihvatljivost ovoga koncepta sadržana je i u širini primjenjivosti istoga zbog minimalno invazivnog utjecaja na okoliš uslijed modaliteta korištenja postojećih resursa, racionalizacije koja proizlazi iz načina korištenja istih te posljedično uštede energije. Većina web stranica oglašava svoje zelene akreditivne i utjecaje, a mnogi korisnici brinu o okolišu. U nekim slučajevima učinak je očigledan. Ponovno kruženje robe, umjesto kupnje nove. Boravak u postojećim kućama smanjuje potražnju za novim hotelima. Dijeljenje viška prostora predstavlja izvrstan način iskorištavanja resursa (Schor, 2014). Također, vjeruje se da je ekonomija dijeljenja u globalu korisna za okoliš jer povećava iskoristivost postojećih resursa i potencijalne uštede energije koje bi

proizašle primjerice iz dijeljenja automobila i dijeljenja bicikla. Grybaite i Stankevičienė (2016) upozoravaju na ekološku krizu s kojom se suočava čovječanstvo i sugeriraju radikalnu promjenu u vrijednostima ljudi, načinu razmišljanja o potrošačkim dobrima i općenito, načinu života. Smatraju da društvene inovacije i nove tehnologije istodobno mogu poboljšati život ljudi i zaštititi planet. Štoviše, autori navode da bi ekonomija utemeljena na dijeljenju mogla pomoći obnovi društvenih veza koje su izgubljene kroz hiper-potrošačku kulturu (Grybaite & Stankevičienė, 2016).

Motivi za sudjelovanje u kolaborativnoj ekonomiji ponekad su potaknuti personaliziranom vrijednošću i određenim uvjerenjima više nego prethodno anticipiranim ekonomskim motivima. Provedeno je istraživanje na primjeru biblioteke za dijeljenje igračkaka u Novom Zelandu. Biblioteka igračkaka omogućuje članovima volonterima da posuđuju igračke na određeno razdoblje u zamjenu za godišnju članarinu i pomoć pri aktivnostima knjižnice. Istraživanje je pronašlo još jedan motiv za dijeljenje, a to je "poticajno društveno okruženje", tj. zajednica sa sličnim vrijednostima gdje se sudionici međusobno povezuju što je razlog da se nužno uzima u obzir smisao anticipiranja participacije i suodnos te posljedice kroz ovaj modalitet. Djelatnosti kolaborativne potrošnje jačaju socijalnu koheziju i podržavaju društveno ponašanje. Dijeljenje je dodatno olakšano određenom altruističkom sklonošću i pomaganju drugim pojedincima: motiv "velikodušnost prema sebi i drugima" (eng. *sharing is caring*) rangiran je kao vrhunska emocionalna korist ekonomije dijeljenja u prije spomenutom istraživanju (Phipps et al., 2013). Owyang, Tran i Silva (2013) navode i još jedan razlog, a to je praktičnost. U jednoj studiji pod nazivom "Dijeljenje je nova kupovina", 75% ispitanika navelo je praktičnost kao razlog. Nadalje, ustupanje ili zamjena robe štede vrijeme i napor koji se troši na njih što širi radijus aktivnosti dajući mogućnost akceleraciji inovativnih prostora i shodnih alternativnih platformi. U vezi s tim, upotreba nečeg što se samo jednom koristi obično ne zahtijeva kupnju i posjedovanje. Za mnoge, pozajmljivanje ili zamjena stavke predstavlja razumno, racionalno rješenje. Štoviše, kroz dijeljenje, potrošač postaje neovisniji o konvencionalnim uslugama i njihovim uvjetima (Phipps et al., 2013).

Kao jedan od glavnih nedostataka ekonomije dijeljenja navodi se nepovjerenje općenito, odnosno nepovjerenje u tehnologiju kao podršku gospodarstvu dijeljenja. Povjerenje u tehnologiju predstavlja sigurnosni problem koji se odnosi na zaštitu podataka i uključuje sposobnost korištenja tehnologije koja omogućuje sigurnu financijsku transakciju. U svojoj studiji Dillahunt i Malone (2015) dokazuju kako je većina sudionika ekonomije dijeljenja nepovjerljiva u odnosu na aspekte ekonomije dijeljenja vezanih uz monetarne transakcije i na dijeljenje njihovih osobnih podataka.

Regulacija u ekonomiji dijeljenja je posebno složena jer nije jasno ulazi li ova praksa u postojeće pravne okvire koji se primjenjuju na ekvivalentne komercijalne prakse koji bi trebali igrati po istim pravilima, treba li ova praksa ostati u velikoj mjeri neregulirana i bi li ove prakse imale koristi od manje zahtjevnih propisa. Brojne prakse razmjene bliže su oblicima društvene inovacije motivirane uglavnom duhom davanja. No, s druge strane postoje prakse kao što su Uber, koje su uglavnom profitne. Profitne kao i neprofitne platforme otvaraju prostor za negativnosti i riskiraju da postanu nesigurne i nedovoljno osigurane prakse (Ranchordas, 2015).

Propisi su nužni kada tržište ima potencijal iskorištavanja potrošača i nanošenja štete čitavome društvu. U takvim slučajevima, propisi su namijenjeni zaštiti korisnika i zdravijem poslovno okruženju. Platforme za razmjenu potiču mogućnost prijetvornog ponašanja, nesigurnih praksi i nedovoljno osiguranih stranaka. Budući da je javna sigurnost glavni razlog za regulaciju, većina zakonskih propisa služi kao osiguranje. Ostali propisi uključuju provjeru izvora, programe osposobljavanja, politike o drogama i alkoholu te inspekcije vozila. Novost ekonomije dijeljenja neki stručnjaci objašnjavaju "sustavom u kojem tvrtke imaju potpuno nepredviđeni poslovni model" te tvrde kako postoji jasna potreba oslanjanja na alternativno zakonodavstvo (McDonald, 2016).

Osim toga, korisnici također nemaju pristup ispravljanju neistinitih ili lažnih recenzija svojih izvedbi. Drugo područje zabrinutosti leži u visokoj razini autonomije sudionika. Sav se posao odvija putem digitalne platforme, što znači da zaposlenici samostalno obavljaju svoje zadatke bez izravne pomoći mentora ili menadžera. Ova, visoka razina slobode može predstavljati izvor nesigurnosti, pogotovo kod novih zaposlenika. Nedostaci gospodarstva dijeljenja, s gledišta zaposlenika, uključuju nepravedne plaće, manje ovlasti za pregovaranje i manje podrške za izvođenje posla (Nguyen, 2016). Gotovo sve platforme označavaju pružatelje kao samostalne poduzetnike, koji nemaju prava ni zaštitu zajamčenu standardnim zaposlenicima (Schor & Attwood, 2017). Zaposlenici u ekonomiji dijeljenja mogu izgubiti brojne osnovne pogodnosti za zapošljavanje, kao što su zdravstveno ili mirovinsko osiguranje. Stoga bi ekonomija dijeljenja mogla stvoriti nepravedne radne uvjete za zaposlenike (Malhotra & Van Alstyne, 2014).

Stavljanje fenomena ekonomije dijeljenja u pravni okvir je težak proces zbog raznolikosti, heterogenosti i sklonosti promjenama. Ovo otvara brojna regulatorna pitanja na nacionalnoj i europskoj razini. Normativno reguliranje ekonomije dijeljenja čini se očiglednim područjem koje to može dati učinka. Deregulacija može dovesti do ozbiljnih problema za tvrtke koje rastu i posluju preko europskih granica. Da bi se riješili ovi problemi i razvila normativna regulacija ekonomije dijeljenja na europskoj razini, potrebno je riješiti nekoliko glavnih pitanja: smatraju li se pružatelji ekonomije dijeljenja zaposlenima ili neovisnim izvođačima (jer zaposlenici imaju određena prava u pogledu radnih uvjeta koji se ne smatraju neovisnim ugovornim suradnicima), je li davatelj poslovni subjekt ili privatna osoba (ako je davatelj poslovni subjekt, on može ispuniti brojne administrativne i regulatorne zahtjeve), pitanje osiguranja (između stranaca se može uspostaviti određeni stupanj povjerenja), oporezivanje (dohodak od usluga dijeljenja mora biti prijavljen i oporezovan) i dr. (Grifoni, D'Andrea, Ferri et al., 2018).

4. AIRBNB I UBER - SLUČAJ IZ PRAKSE

Tržišta za dijeljenje prijevoza (lokalnog prijevoza) lokalnog su dosega s obzirom na troškove koji su uključeni u dijeljenje s drugima, dok je situacija ipak drugačija kada je riječ o tržištima dijeljenja prostora smještaja. Krična masa nužna za pokretanje nove platforme manja je na lokalnim tržištima nego na globalnim tržištima što stvara mogućnost prodora alternativne platforme. Sveprisutnost platforme može voditi padu

njezine vrijednosti poslova pri čemu se upravljanje rizikom integrira u standardne police osiguranja. Korisnici su svjesniji ograničene vrijednosti informacija određenih ocjena platforme i iskusniji su. Privlačenje kritične mase korisnika na alternativne platforme je olakšano. Također ocjene postaju zakonski lako prenosive (kao kod brojeva mobilnih telefona) ili tehnološki (centraliziranjem nečijeg ocjenjivanja na platformi na jednoj web lokaciji). S obzirom na nisku razinu napora potrebnog za aktivaciju na bilo kojoj platformi, korisnici mogu istovremeno postati aktivni na konkurentskim platformama. Izazov za alternativne platforme usklađivat će se s interesima i ideologijama njezinih osnivača, volontera i korisnika. Otežano kolektivno djelovanje, slabu interakciju i profesionalizacija platforme potaknuti su nedostatkom ekonomske motiviranosti i alternativno iznaženje rješenja u socijalnom statusu na uštrb drugih.

Airbnb je privatna tvrtka, druga po veličini platforma za digitalno povezivanje i najveći pružatelj usluga smještaja temeljenim na digitalnim platformama. Wall Street Journal procijenio je Airbnb na više od 25 milijardi dolar vrijednosti (Tellers, 2016). Tijekom svog kratkog postojanja, Airbnb je iskusio eksponencijalni rast. Danas je domaćin više od milijun unosa (oglasa) u više od 190 zemalja i teritorija širom svijeta. Osim što nudi gostima individualne smještajne kapacitete koji se kreću od stabala do dvoraca, Airbnb ulaže napore kako bi postao partner i organizatorima velikih događaja kao što su Olimpijade i Svjetski kup. Također doprinosi lokalnim zajednicama na bezbroj načina. Jedna je studija utvrdila da je 400.000 Airbnb gostiju koji su posjetili New York između 2012. i 2013. potrošilo 632 milijuna dolara, podržavajući na taj način 4.580 radnih mjesta. U usporedbi s turistima koji borave u hotelima, gosti Airbnb u New Yorku obično ostaju duže i troše gotovo 200 dolara više u lokalnim tvrtkama tijekom posjeta. Jedan od glavnih razloga toga je, naravno činjenica da Airbnb pomaže gostima da pronađu različite smještajne jedinice po nižoj cijeni od hotela. Nadalje, porast gospodarske aktivnosti široko je raspršen: većina hotela u New Yorku grupirana je u središnjem Manhattanu, a od 2013. godine 82 posto Airbnb smještaja bilo je prošireno na ostatak grada. Naravno, Airbnbov utjecaj nije samo financijski. Jedna od primarnih prednosti koje pruža jest omogućavanje gostima da "žive kao domaći" i istražuju susjedstvo koje obično ne služi turistima, pružajući smještaj na raznim lokacijama i povezujući posjetitelje s lokalnim stanovništvom. Također Airbnb je pokazao filantropski karakter pomaganjem koja uključuju sudjelovanje u projektima usluga u zajednici i pomaganje u naporima diljem svijeta pružanjem besplatnog smještaja žrtvama prirodnih katastrofa (Kaplan & Nadler, 2017).

Prahalad i Ramaswamy (2004) u svom radu navode kako korisnici Airbnb platforme najviše cijene mogućnost stvaranja iskustava, budući da Airbnb uslugom nudi i iskustvo. Prema njihovim riječima Airbnb uz uslugu pruža i osobno iskustvo te na taj način daje veliki doprinos ekonomiji iskustva. U ekonomiji iskustva tvrtke se usredotočuju na prodaju iskustva kako bi privukle što veći broj kupaca. Kao što autor navodi: roba je opipljiva i zamjenjiva, a usluge su nematerijalne i pružaju nezaboravna iskustva. Iskustvo je inherentna osobina i postoji samo u umu pojedinca.

S druge strane, Finley (2013) u svom istraživanju otkriva kako korisnici kao nedostatke Airbnb platforme ističu najviše nedostatak standarda gostoprimitstva. Kao neke od tih zabrinutosti ispitanici navode rizike u tome da domaćini imaju različite poglede na

čistoću i razinu buke, a neprofesionalnost domaćina, upitna dosljednost informaciji oglasa, zabrinutost o osobnoj sigurnosti dodatno čini diskutabilnim pitanje sigurnosti i mogućnosti događaja kriminalnih radnji. Uvođenje obostranog sustava ocjenjivanja, provjere identiteta sofisticiranijim pristupima rezultirali su pozitivnim i korisnim učincima koji su dodatno pospješeni lakšim transferom informacija među sudionicima potaknuvši jaču koheziju, pouzdanost, sigurnost. Osim toga, jedna studija, provedena na tržištu u Teksasu, projicirala je kako povećanje Airbnb oglasa od 1 posto rezultira smanjenjem prihoda u hotelima za 0,05 posto. Slično tome, postoje pritužbe da je rast Airbnb povećao troškove stanovanja za lokalno stanovništvo (Kaplan & Nadler, 2017).

Uber je tvrtka koja posjeduje i upravlja aplikacijom za "dijeljenje vožnje", povezujući vozače privatnih vozila s korisnicima koji plaćaju za uslugu. Tvrtka je osnovana 2009. godine u San Franciscu. Uber aplikacija dostupna je u 195 gradova u Sjevernoj Americi i 68 zemalja diljem svijeta (Rosenblat & Stark, 2016). Jedna od najvećih prednosti Ubera je u velikoj mjeri posljedica njegove fleksibilnosti i niskih zapreka pri ulasku. Uber od vozača zahtijeva samo: održavanje valjane vozačke dozvole i osobnog osiguranja automobila, automobil koji ima manje od određenog broja godina, položen ispit o poznavanju grada (razlikuje se od zemlje do zemlje) (Stafford, 2017). U Slučaju Republike Hrvatske vozačima Ubera potrebna je: važeća osobna iskaznica, važeća vozačka dozvola, izvod iz kaznene evidencije i početna kvalifikacija za vozače taksi vozila (Uber, 2019).

Uber ne nameće ograničenja ili uvjete svojim vozačima u pogledu radnog vremena. Na taj način vozači imaju visoku razinu slobode i fleksibilnosti. Uber predstavlja idealnu priliku za uporabu nedovoljno korištenih resursa, i sposobnost korištenja suvremene tehnologije. Dakle, putem aplikacije Uber, osoba koja radi na određenom radnom mjestu može profitirati od svog inače neiskorištenog vozila i slobodnog vremena pružajući usluge vožnje za vrijeme pauze ili popodnevnog slobodnog vremena. Jedan od glavnih nedostataka u vožnji tradicionalnim taksijem je anonimnost između vozača i putnika. S Uberom, rizik je uvelike smanjen jer putnici imaju profile koji se mogu provjeriti prije razmjene usluge. Plaćanje karticom kao konačna značajka aplikacije dodatno povećava sigurnost (Bales & Woo, 2015).

Uber osigurava veće prihode za vozače u odnosu na tradicionalne taksije. Unatoč Uber-ovoj proviziji od 20%, vozači i dalje zarađuju više nego li da rade samostalno. Uber se usredotočio izravno na potrebe kupaca i riješio mnoge izvore frustracija koje su postojale unutar tradicionalnog taksi modela. Primjerice, Uber iskorištava pametne telefone, koristi GPS navigacijski sustav, ugovara vožnje automatski putem aplikacije umanjujući potrebu kupaca da rezerviraju vožnju unaprijed putem telefonskog poziva. Uber rješava poteškoće kod pronalaženja taksija na ulici. On putuje izravno prema kupcu i pruža detaljne informacije o vozaču. Uber je također smanjio i složenost povezanu s plaćanjem osiguravajući sigurnu financijsku transakciju za obje strane. Njihova primjena pruža procjenu cijene unaprijed na temelju udaljenosti, tipa automobila i vremena potražnje. Nadalje, Uber osigurava kvalitetu koja je se ogleda putem njihovog sustava ocjenjivanja, omogućujući vozačima i kupcima da pružaju anonimne povratne informacije, odnosno recenzije u vezi njihova iskustva. Kao rezultat, značajno je

poboljšana vjernost kupaca, posebno među mlađom populacijom (Hales & McLaren, 2017).

S druge strane, Uber se smatra jednim od najkontroverznijih modela ekonomije dijeljenja. Jedan od nedostataka Ubera je njegova promjenjiva stopa naplate. Uber povećava cijenu u različitim prilikama. On koristi automatizirani pametni sustav naplate za povećanje cijena na temelju ponude i potražnje. Primjerice, cijena vožnje novogodišnjom ili nekom drugom prigodom se udvostručuje ili ponekad čak utrostručuje u odnosu na uobičajenu cijenu. Blystone (2018) u svom članku "The Story of Uber" spominje kad je u New Yorku 2014. godine bilo nekoliko snježnih oluja, Uber je povećao cijenu sedam puta u odnosu na standardnu stopu. Ova je strategija ogorčila kupce i dala negativne povratne informacije. Osim toga, za razliku od ostalih vozača taksija, građani koji pružaju usluge vožnje putem Ubera ne moraju imati licencu za vožnju taksija. Licencirani vozači snose više troškova od vozača Ubera što sprječava njihovu sposobnost natjecanja na tržištu. Dijeljenje vožnje putem Ubera povećava se zbog nižih razina troškova i propisa kojima se dosadašnje tvrtke za prijevoz putnika moraju podvrgavati. Dijeljenje vožnje na taj način može izbjeći pravila i poreze i time stvoriti nepoštenu konkurenciju (Malhotra & Van Alstyne, 2014).

Kako bi Uber i druge tvrtke u ekonomiji dijeljenja bile uspješne, brojni pružatelji usluga ili vozači moraju zadovoljiti zahtjeve milijuna potrošača ili putnika kojima je svaki dan potrebna vožnja. Kako bi se osigurao dovoljan broj pružatelja usluga koji će zadovoljiti sve ove zahtjeve, tvrtke poput Ubera minimaliziraju uvjete ulaska na tržište. Kao što je gore spomenuto, budući da Uberovi minimalni zahtjevi dopuštaju da gotovo svatko vozi za tvrtku, Uber zamagljuje uspostavljene regulatorne granice i time ulazi u sivo područje poslovanja. Budući da nacionalni zakoni i propisi nisu držali korak s rastom ekonomije dijeljenja, to je dovelo do pitanja trebaju li se zakoni prilagoditi novim oblicima poslovanja ili se tvrtke poput Ubera trebaju pridržavati dosadašnjih pravila (Bales & Woo, 2015).

5. RASPRAVA

Uber i Airbnb kao najveće tvrtke ekonomije dijeljenja u posljednje vrijeme zauzimaju središnju ulogu u većini rasprava, znanstvenih radova i medijskih analiza o ekonomiji dijeljenja. Ove platforme predstavljaju veliki izazov kako za poduzetništvo tako i za zakonodavstvo. Uber je često kritiziran radi pitanja javne sigurnosti jer obavlja usluge prijevoza bez odgovarajućih licenci i potvrda. Pritužbe se uglavnom odnose na Uberovu "nepoštenu konkurenciju". Primjer toga je i slučaj u Portugalu gdje su se pobunili kada je Uber došao na tržište u srpnju 2014. Ubrzo nakon nacionalno udruženja taksista podnijelo je optužnicu za protiv Ubera, te je 25. lipnja 2015. Uber zabranjen u cijeloj zemlji. Većina pritužbi nisu dobile adekvatan odgovor tadašnje politike o tržišnoj konkurenciji, što je dovelo do potrebe za revizijom postojećeg regulatornog okvira (Gata, 2015).

Kasnije, 1. studenog 2018. godine donesen je takozvani "Uber zakon" koji uspostavlja pravni okvir za prijevoz putnika u "običnim" vozilima temeljen na

elektroničkoj platformi. Prema tom zakonu, vozači Ubera i ostalih digitalnih platformi za dijeljenje prijevoza moraju posjedovati licencu Instituta za mobilnost i promet, koja će važiti 10 godina. Kako bi mogli voziti za Uber i Taxify (španjolska platforma za dijeljenje vožnje), operateri moraju osnovati tvrtku, jer zakon dopušta samo "poslovnim subjektima" da rade u tom sektoru. Vozačima Ubera zabranjeno je uzimati putnike na ulici bez dogovora putem svoje platforme, ne mogu se voziti u preferencijalnim prometnim trakama. Prema novom zakonu, operateri platformi dužni su plaćati doprinos u iznosu od 5% svoga posredničkog prihoda, što je namijenjeno nadoknađivanju administrativnih troškova regulacije i praćenja njihovih aktivnosti i poticanja u skladu s nacionalnim ciljevima urbane mobilnosti (The Portugal News, 2018).

Kao i u drugim europskim zemljama, i u Hrvatskoj su iskazivali nezadovoljstvo subjekti tradicionalnih poslovnih modela radi neloyalne konkurencije kolaborativnih platformi. Također, Hrvatska Obrtnička komora podnijela je tužbu protiv Ubera zbog navodnih nezakonitih poslovnih praksi. Dok su neki zagrebački taksisti prosvjedovali protiv Ubera nudeći besplatne vožnje cijeli dan, neki su koristili fizičko nasilje nad vozačima Ubera. Na početku svog poslovanja u Hrvatskoj Uber se oslanjao na postojeće zakonodavstvo koje izjednačuje najam automobila s uslugom prijevoza. U Hrvatskoj nisu postojali posebni zakoni koji reguliraju kolaborativnu ekonomiju. Stoga su se za kolaborativnu ekonomiju primjenjivali isti propisi kao i za tradicionalne poslovne modele. U Hrvatskoj je stav Ubera bio da njihovi poslovni partneri nude usluge definirane u članku Zakona o cestovnom prometu kao najam automobila zajedno sa vozačem, zbog čega propisi o Taksi službama nisu vrijedili za njih. Uber je stoga služio samo kao platforma za povezivanje vozača i potrošača. Hrvatska obrtnička komora podnijela je tužbu protiv Ubera, tvrdeći da Uber pruža taksi usluge bez odgovarajućih licenci ili drugih regulatornih zahtjeva (Mikolić et al., 2017).

Međutim, Ministarstvo mora, prometa i Infrastruktura 2018. godine donijelo je Zakon o prijevozu u cestovnom prometu koji donekle regulira kolaborativnu ekonomiju u prometnom sektoru. Doneseni zakon podržava liberalizaciju prometnih usluga i stvara jednake uvjete za kolaborativne platforme (npr. Uber) i licencirane taksiste. Zakon o prijevozu u cestovnom prometu propisuje da svi vozači koji obavljaju usluge prijevoza putnika moraju imati "licencu za obavljanje autotaksi prijevoza", no ta licenca je danas značajno jeftinija i dostupnija nego prije. Ovaj zakon izjednačava status prijevoznika Ubera i ostalih taksija (Bug, 2018). Ovaj zakon donekle rješava pitanje Ubera no i dalje trenutni regulatorni okvir Republike Hrvatske nije prikladan svrsi ekonomije dijeljenja.

Javnost se općenito zalaže za platforme ekonomije dijeljenja što pokazuje istraživanje provedeno od strane Europske Komisije. Istraživanje pokazuje kako je u Europi 2017. godine identificirano 651 platforma za dijeljenje. Rezultati istraživanja pokazuju visoku razinu aktivnosti kolaborativnih platformi u Francuskoj, Velikoj Britaniji, Njemačkoj, Španjolskoj i Italiji, a s manjom razinom na Malti, Cipru, Sloveniji i Luksemburgu. Općenito, tržišna veličina ekonomije dijeljenja u EU procijenjena je na 26,5 milijardi eura. Najveći udio prihoda u iznosu od 9,6 milijardi eura ostvaren je u sektoru financija, zatim smještajni sektor sa 7,3 milijarde eura i transportni sektor s 4 milijarde eura. Istraživanje Eurobarometra iz ožujka 2016. također pokazuje kako je više

od 70% ispitanika u Hrvatskoj čulo za jednu ili više takvih platformi, a oko 24% ispitanika su koristili platforme. Kao i na većini nacionalnih tržišta, popularnost ovih platformi uglavnom se temelji na njihovim konkurentnim cijenama. U Republici Hrvatskoj u 2016. godini zabilježeno je ukupno osam platformi ekonomije dijeljenja u sektoru prijevoza, smještaja, financija i vještina. Ukupna tržišna vrijednost ovih platformi iznosila je procijenjeni tržišni prihod od oko 106 milijuna eura. U usporedbi s drugim državama članicama EU-a, vidi se da Hrvatska spada u skupinu zemalja s ispodprosječnim učinkom s obzirom na broj platformi na 1 milijuna stanovnika (1,20) kao i u razini prihoda u odnosu na nacionalni BDP (0.1%) (European Commission, 2018).

Od svog osnutka EU se zalaže za kolaborativnu ekonomiju. U lipnju 2016. godine Europska komisija objavila je "Europski program za ekonomiju suradnje".²¹ Ovaj dokument pruža široku pravnu definiciju poslovnih modela kolaborativnog gospodarstva i uključuje smjernice za države članice o primjeni zakona za platforme ekonomije dijeljenja. U Europskoj agendi za kolaborativnu ekonomiju, Komisija se poziva na prednosti koje digitalne platforme mogu donijeti Europi, ističući važnost osiguravanja da platforme jamče "poštene uvjete rada" te da podliježu "fiskalnim propisima". Stoga se postavlja pitanje kako i u kojoj mjeri se pravila EU-a primjenjuju na ekonomiju dijeljenja i hoće li utjecaj EU zakona povećati ili, naprotiv, umanjiti pravnu sigurnost u ovom polju. Sigurno je da bi EU homogenizacijom ili na neki drugi način mogao nadvladati nacionalne nejednakosti i pomoći u stvaranju unutarnjeg tržišta kolaborativne ekonomije. U toj perspektivi, Europska komisija je predstavila smjernice za potporu potrošačima, tvrtkama i javnim vlastima u kolaborativnom gospodarstvu. Dokument "Europski program za ekonomiju suradnje" sadrži smjernice o tome kako se postojeći zakon EU-a treba primijeniti na ovu dinamiku i evoluirajući sektor. Glavne točke ovog dokumenta su: Usklađivanje zakona zemalja EU; Smanjenje zapreka uslugama poput Airbnb-a (primjerice Bruxelles je kritizirao neke mjere, poput onih koje je donio Berlin zabranjujući građanima da nude najam cijele kuće putem Airbnb-a); Vozači Ubera kao zaposlenici (prema Europskoj komisiji, Uber nije obavezan utvrđivati tarife za svoje zaposlenike, jer bi u protivnom postali stvarni zaposlenici i stoga bi morao s njima potpisati ugovor o radu što iziskuje dodatne troškove za tvrtku i sustav recenzija (Bruxelles se zalaže za bolji mehanizam ocjenjivanja). Države članice EU trebale bi pregledati i revidirati postojeće zakonodavstvo prema ovim uputama. Kao odgovor na rastuću važnost ekonomije dijeljenja, nekoliko europskih država članica tražilo je normativno reguliranje ekonomije dijeljenja (Grifoni, D'Andrea, Ferri et al., 2018).

6. ZAKLJUČAK

Fenomen ekonomije dijeljenja nije samo rezultat trenda budući se temelji na osnovi peer-to-peer ujedinjenja digitalne platforme te će u budućnosti predstavljati

²¹ Europska komisija (2016). Europski program za ekonomiju suradnje. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/hr/rendition/s/pdf> (pristupljeno: 19.08.2019.)

značajan segment gospodarstva pozitivnog utjecaja na gospodarski rast. Iz tog razloga bilo je potrebno definirati sam pojam, istražiti povijest nastanka, analizirati principe na kojima se temelji i modele u kojima se predstavlja. Pregledom dosadašnje literature dolazi se do zaključka da je neophodno adekvatno pravno i društveno odgovoriti na zahtjeve koje ekonomija dijeljenja donosi zbog pozitivnog utjecaja na gospodarski rast. O tome svjedoče i aktivnosti kojima bi se na prostoru EU pomoglo članicama oko donošenja dokumenata za regulaciju pitanja oko zaposlenja, osiguranja, oporezivanja. Također, EU se zalaže za homogenizaciju nacionalnih zakona zbog tvrtki koje su uključene u ekonomiju dijeljenja i sve više posluju preko europskih granica.

S obzirom na značajan rast i globalne razmjere ekonomije dijeljenja autori ovoga rada započeli su komparativno istraživanje o uključenosti Španjolske, Grčke i Hrvatske u ekonomiju dijeljenja. Istraživanje će se provesti na analizi platformi za dijeljenje kućanstava. Očekujemo da će istraživanje pružiti odgovore na pitanja jesu li ove zemlje podjednako uključene u ekonomiju dijeljenja, te ukoliko nisu koji su mogući činitelji koji utječu na razlike između zemalja.

LITERATURA:

1. Aikman, D. (2013) Young Global Leaders Circular Economy Innovation & New Business Models Dialogue. *World Economic Forum*, str. 6-8. http://www3.weforum.org/docs/WEF_YGL_CircularEconomyInnovation_PositionPaper_2013.pdf
2. Bales, R. & Woo, C. (2015) The Uber Million Dollar Question: Are Uber Drivers Employees or Independent Contractors? *Mercer law review*, 68. str. 472-487.
3. Blystone, D. (2018) The Story of Uber. *Investopedia*, <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/111015/story-uber.asp>
4. Bostman, R. & Rogers, R. (2010) What's mine is yours, London: Harper Collins.
5. Boston consulting Grop, BCG Center for Innovation Analytics, (2017) Hopping aboard the sharing economy. *The Boston consulting group*, <https://www.bcg.com/publications/2017/strategy-accelerating-growth-consumer-products-hopping-aboard-sharing-economy.aspx>
6. Bug (2018) <https://www.bug.hr/propisi/sabor-potvrdio-zakon-o-prijevozu-u-cestovnom-prometu-koji-uberu-omogucava-3999> [20.08.2019.]
7. Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F. (2016) The Passions and the interests: unpacking the "sharing economy". *Science for Policy Report*, str. 4-5. <http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101279/jrc101279.pdf>
8. Dillahunt, T. & Malone, A. (2015) The Promise of the Sharing Economy among Disadvantaged Communities. *ACM*, str. 1-8. <http://socialinnovations.us/assets/project-sociotechnical/pn0389-dillahuntv2.pdf>

9. Ertz, M., Durif, F. & Arcand, M. (2016) Collaborative consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19 (2), str. 2-4.
10. European Commission (2018) Study to Monitor the Economic Development of the Collaborative Economy in the EU- First, Interim Report. http://www.technopolis-group.com/wp-content/uploads/2018/08/CE_Final-report_PartA_Final_230218.pdf
11. Europska komisija (2016) Europski program za ekonomiju suradnje. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16881/attachments/2/translations/hr/renditions/pdf>
12. Finley, K. (2013) Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study. *MA Global Media and Communication*, str. 43 https://warwick.ac.uk/fac/arts/theatre_s/cp/research/publications/madiss/ccps_a4_ma_gmc_kf3.pdf
13. Gata, João E. (2015) The Sharing Economy. *Competition and Regulation. Competition Policy Internacional*, str. 5-6. <https://www.competitionpolicyinternational.com/the-sharing-economy-competition-and-regulation/>
14. Gorenflo, N. (2010) The New Sharing Economy Dostupno na: <https://www.shareable.net/the-new-sharing-economy/> [20.08.2019.]
15. Grifoni, D'Andrea, Ferri et al. (2018) Sharing Economy: Business Models and Regulatory Landscape in the Mediterranean Areas. *International Bussines Research*, 11(5), str. 72-75. <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/73518>
16. Grybaite, V. & Stankevičienė, J. (2016) Motives for participation in the sharing economy – evidence from Lithuania. *Economics and Management*, 3, str. 12-14. <http://pbc.biaman.pl/Content/47593/Ekonomia%20i%20Zarz%C4%85dzanie%20vol%208%20iss%204.pdf>
17. Hales, G. & McLarney, C. (2017) Uber's Competitive Advantage vis-à-vis Porter's Generic Strategies. *The IUP Journal of Management Research*, 16 (4), str. 9-13.
18. Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen A. (2016) The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the association for informations science and technology*, 67 (9), str. 2047-2051.
19. Kaplan, R. & Nadler, M. (2017) Airbnb: A Case Study in Occupancy Regulation and Taxation. *University of Chicago Law Review Online*. 82 (7), str. 104-114.
20. Malhotra, A. & Van Alstyne, M. (2014) Business Dimensions The Dark Side of the Sharing Economy and How to Lighten It. *Communications of the ACM*, 57 (11), str. 25-27. <https://dl.acm.org/citation.cfm?id=2668893>
21. McDonald, D. (2016) Reputation Will Teach the Sharing Economy to Share. *University of Florida Journal of a Law and Publicly*, 27, str. 222-226.
22. Mikolič, P., Grlica, I., Peterka, P. & Chovanculiak, R. (2018) The Regulatory Framework of the Collaborative Economy in Central and Eastern Europe.

- 4Liberty.eu*, str. 13-17. <http://4liberty.eu/the-regulatory-framework-of-the-collaborative-economy-in-central-and-eastern-europe/>
23. Murphy, M. (2016) Cities as the Original Sharing Platform: Regulation of the New Sharing Economy. *Journal of Business & Technology Law*, 12(1), str. 128-130.
<http://digitalcommons.law.umaryland.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1270&context=jbtl>
 24. Nguyen, H. (2016) Customer Value in Sharing Economy the case of Airbnb. Master thesis. *School of Management, University of Tampere*, str. 70-87.
<https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/100387/GRADU-1482240821.pdf?sequence=1>
 25. Owyang, J., Tran, C. & Silva C. (2013) The Collaborative Economy. *Altimeter Group*, str. 4-9. <http://www.collaboriamo.org/media/2014/04/collabecon-draft16-130531132802-phpapp02-2.pdf>
 26. Phipps et al. (2013) Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: A social cognitive framework. *Journal of Business Research*, 66, str. 1228-1232.
 27. Prahalad, C., & Ramaswamy, V. (2004) Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18 (3), str. 5-14.
 28. PriceWaterhouseCoopers UK (PWC) (2016) Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe, str. 7.
 29. Ranchordas, S. (2015) Does Sharing Mean Caring? Regulating Innovation in the Sharing Economy. *The Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 16 (9), str. 422-427.
<https://scholarship.law.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1356&context=mjlst>
 30. Rosenblat, A. & Stark, L. (2016) Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. *Internat Journal of Communication*, 10, str. 3758-3759.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2686227
 31. Schiel, F. (2015) The Phenomenon of the Sharing Economy in Germany. *Master Thesis, University of Twente*, str. 11.
http://essay.utwente.nl/68106/1/Schiel_MA_MB.pdf
 32. Schor, J. & Attwood, W. (2017) The Sharing Economy: labour, inequality and sociability on for-profit platforms. *Sociology Compass*, https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SocCompass%20Sharing%20Economy%20v3.pdf
 33. Schor, J. & Fitzmaurice, C. (2014) Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy, str. 4-9.
https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SocCompass%20Sharing%20Economy%20v3.pdf
 34. Schor, J. & Fitzmaurice, C. (2014) Collaborating and Connecting: The emergence of the sharing economy, str. 4-9.

- https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SchorElgarHandbook.pdf
35. Schor, J. (2014) Debating the Sharing Economy. *A Great Transition Initiative essay*, <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>
 36. Selloni, D. (2017) New Forms of Economies: Sharing Economy, Collaborative Consumption, Peer-to-Peer Economy. *Springer International Publishing*, str. 15-20.
<https://pdfs.semanticscholar.org/4b84/20b45dbd6c157fb07ffea745d17fa1eb321a.pdf?ga=2.133221642.508583068.1526401790-161876799.1526401790>
 37. Stafford, B. (2017) Riding the line between "employee" and "independent contractor" in the modern sharing economy. *Wake Forest Law Review*, 51, str. 1236-1239.
 38. Sundararajan, A. (2013) From Zipcar to the Sharing Economy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2013/01/from-zipcar-to-the-sharing-eco>
 39. Tellers, R. (2016) Digital Matching Firms: A New Definition in the "Sharing Economy" Space, U.S. Department of Commerce. *Office of the Chief Economist*, str. 8-9. <https://intuittaxandfinancialcenter.com/wp-content/uploads/2017/02/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>
 40. The Portugal News (2018) Dostupno na: <https://www.theportugalnews.com/news/uber-law-comes-into-force/47374> [19.08.2019.]
 41. Uber (2019) <https://www.uber.com/hr/hr/drive/requirements/> [19.08.2019.]

KRITIČKI PRISTUP TEORIJI EKONOMIJE DIJELJENJA – INOVATIVNI MODEL NA RASKRIŽJU MISLI I PRAKSE

Anita Radman Peša, Zdenko Prohaska & Ana Maria Smokrović

Sažetak

Predmet ovog istraživanja je ekonomija dijeljenja koja predstavlja socio-ekonomski fenomen temeljen na suvremenoj tehnologiji. Svrha ovog rada temelji se na terminološkom razgraničenju ekonomije dijeljenja koju neki autori svrstavaju u hibridne modalitete koji polaze od analitičkog pristupa kreiranja i dijeljenja vrijednosti temeljene na participativnom pristupu angažmana i potrošnje, kao principa iz kojih ovaj koncept crpi prednosti, lakoću primjene i lakoću ulaska na isto gotovo bez barijera. Analitičkim pristupom studija slučaja najvećih kolaborativnih tvrtki poput Ubera i Airbnb-a i pragmatičkim zaključcima proizašlim iz korigiranja, usavršavanja i specijalizacije platformi za kompatibilan transfer vrijednosti proizvoda u odnosu na tehnologije a sukladno potražnji, doprinos u radu sadržan je u pregledu znanstvenih stavova vezano uz ekonomiju dijeljenja, njezine relativno kratke povijesti ali radikalnih promjena koje su uvele u trgovinu nove proizvode i principe koji su u nekim područjima razmjene u potpunosti supstituirali prethodne postojeće modalitete tradicionalne trgovine. Kritički pristup koji definira nove uvjete očituje u izraženijoj fleksibilnosti i efikasnosti na tržištu u cjelini ali i nedostatne regulatorne pravne okvire za subjekte na ovim tržištima na prostoru EU i RH, ali isto tako pozitivne učinke i društveno prihvatljive statuse koje prikupljaju akteri-subjekti i korisnici, usmjereni politici odgovornog ponašanja i razvojnoj politici održivosti.

Ključne riječi: tehnologija, ekonomija dijeljenja, peer-to-peer, Uber, Airbnb.