

Zdieľaná ekonomika a cestovný ruch

Bakalárska práca

Vedúci práce:

Ing. Bc. Martin Machay, Ph.D.

Tatiana Žabková

Brno 2017

Na tomto mieste by som sa chcela poďakovať vedúcemu mojej bakalárskej práce Ing. Bc. Martinovi Machayovi, Ph.D. za jeho ochotu, pripomienky a cenné rady, ktorými prispel k vypracovaniu tejto práce. Ďalej by som chcela poďakovať mojim rodičom, starým rodičom a sesternici Natálii, ktorí ma podporovali pri písaní bakalárskej práce.

Čestné prehlásenie

Prehlasujem, že som prácu: **Zdiel'aná ekonomika a cestovný ruch** vypracovala samostatne a všetky použité zdroje a informácie sú uvedené v zozname použitej literatúry. Súhlasím, aby moja práca bola zverejnená v súlade § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách v znení neskorších predpisov a v súlade s platnou *Směrnici o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Som si vedomá, že sa na moju prácu vzťahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzatvorenie licenčnej zmluvy a použitie tejto práce ako školského diela podľa § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Ďalej sa zaväzujem, že pred spísaním licenčnej zmluvy o použití diela inou osobou (subjektom) si vyžiadam písomné stanovisko univerzity, že predmetná licenčná zmluva nie je v rozpore s oprávnenými záujmami univerzity a zaväzujem sa uhradiť prípadný príspevok na úhradu nákladov spojených so vznikom diela, a to až do ich skutočnej výšky.

V Brne dňa 18. mája 2017

Abstract

Žabková, T. Sharing economy and the tourism industry. Bachelor thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2017.

Sharing economy is a relatively new, dynamically developing sector. Over the ten years of its operation, it has obtained the favour of millions of people around the world. The Airbnb Internet portal, which offers the sharing of living spaces and denotes its rapid expansion, is one of the main "representatives" of the sharing economy. The aim of the work is therefore to find out if Airbnb has an impact on the hotel industry, specifically in the Slovak Republic. The first part which relates to theoretical backgrounds familiarizes the reader about the sharing economy and Airbnb. In the second, analytical part is carried out a descriptive analysis of Airbnb and the hotel industry in Slovakia. Subsequently, individual hypotheses related to the influence of Airbnb on the Slovak hotel industry are analyzed by panel data analysis. In the discussion, the obtained results are further commented on and the potential future development of Airbnb in the state is sketched at the end.

Keywords

Sharing economy, Airbnb, Airbnb supply, hotel industry, hotel revenue, average price, panel data analysis.

Abstrakt

Žabková, T. Zdieľaná ekonomika a cestovný ruch. Bakalárska práca. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2017.

Zdieľaná ekonomika je pomerne novým, dynamicky sa rozvíjajúcim odvetvím. Za obdobia približne desiatich rokov svojho pôsobenia si získala obľubu miliónov ľudí po celom svete. Internetový portál Airbnb ponúkajúci zdieľanie obývacích priestorov a zaznamenávajúci svoje rapídne rozširovanie, patrí medzi hlavných „predstaviteľov“ zdieľanej ekonomiky. Cieľom práce je preto zistiť, či má Airbnb dopad na hotelový priemysel, konkrétne v Slovenskej republike. Prvá časť, ktorá sa týka teoretických východísk, bližšie oboznamuje čitateľa so zdieľanou ekonomikou a Airbnb. V druhej, analytickej časti je prevedená deskriptívna analýza Airbnb a hotelového priemyslu na Slovensku. Následne sú pomocou analýzy panelových dát zodpovedané jednotlivé hypotézy súvisiace s vplyvom Airbnb na slovenský hotelový priemysel. V diskusii sú získané výsledky bližšie okomentované a v závere je naznačený potenciálny budúci rozvoj Airbnb v štáte.

Kľúčové slová

Zdieľaná ekonomika, Airbnb, Airbnb ponuky, hotelový priemysel, hotelové tržby, priemerná cena, analýza panelových dát.

Obsah

1	Úvod a cieľ práce	15
1.1	Úvod.....	15
1.2	Cieľ práce.....	15
2	Zdieľaná ekonomika	16
2.1	Spoluspotrebiteľstvo ako nový fenomén.....	16
2.2	Ako systém zdieľania funguje?	18
3	Airbnb a hotelový priemysel	20
3.1	Charakteristika Airbnb.....	20
3.2	Komparatívna analýza Airbnb a hotelov.....	21
3.2.1	Služby.....	21
3.2.2	Cena	22
3.2.3	Jedinečnosť a lokálna autenticnosť.....	24
3.2.4	Novinka	25
3.3	História Airbnb v číslach	25
3.4	Čo ukazujú nedávne výskumy?	27
4	Metodika práce	31
4.1	Použité dáta.....	31
4.2	Deskriptívna analýza	31
4.3	Analýza panelových dát.....	32
4.3.1	Model s fixnými efektmi (Fixed Effect model, FE).....	32
5	Vlastná práca	34
5.1	Deskriptívna analýza	34
5.1.1	Analýza Airbnb.....	34
5.1.2	Analýza hotelového priemyslu.....	37
5.2	Analýza panelových dát.....	42
5.2.1	Vplyv Airbnb na tržby hotelov vyšších kategórií.....	43
5.2.2	Vplyv Airbnb na tržby hotelov stredných kategórií	45

5.2.3	Vplyv Airbnb na tržby hotelov nižšej kategórie	47
5.2.4	Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch vyšších kategórií.....	48
5.2.5	Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch stredných kategórií.....	49
5.2.6	Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch nižších kategórií.....	50
5.2.7	Vplyv Airbnb na návštevnosť v ubytovacích zariadení	50
5.3	Diskusia	53
6	Záver	55
7	Literatúra	56

Zoznam obrázkov

Obr. 1	Počet Airbnb užívateľov	26
Obr. 2	Počet vypísaných Airbnb ponúk	27
Obr. 3	Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante A	29
Obr. 4	Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante B	30
Obr. 5	Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante C	30
Obr. 6	Vývoj počtu Airbnb ponúk na Slovensku	34
Obr. 7	Vývoj počtu Airbnb ponúk v Bratislave Excel	35
Obr. 8	Počet aktívnych Airbnb prenájmov na Slovensku	35
Obr. 9	Hostitelia podľa počtu Airbnb výpisov na Slovensku	36
Obr. 10	Priemerná cena Airbnb ubytovania na Slovensku	36
Obr. 11	Hodnota zisku pre jednu dostupnú Airbnb izbu na Slovensku	37
Obr. 12	Tržby 1 až 2-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch	39
Obr. 13	Tržby 3-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch	39
Obr. 14	Tržby 4 až 5-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch	40
Obr. 15	Priemerná cena za ubytovanie v hoteloch podľa ich kategórie za rok 2016	41
Obr. 16	Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Slovenska v jednotlivých krajoch	42
Obr. 17	Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)	44

- Obr. 18** Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu tržieb hotelov vyššej kategórie za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami – 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobytrický kraj). 44
- Obr. 19** Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje) 46
- Obr. 20** Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu tržieb hotelov strednej kategórie za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami – 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobytrický kraj). 46
- Obr. 21** Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje) 48
- Obr. 22** Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje) 49
- Obr. 23** Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje) 51
- Obr. 24** Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu návštevnosti v ubytovacích zariadeniach za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami – 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobytrický kraj). 52

Zoznam tabuliek

Tab. 1	Ceny rôznych typov ubytovania v amerických dolároch	23
Tab. 2	Odhad modelu s pevnými efektmi pre prvú stanovenú hypotézu	43
Tab. 3	Odhad modelu s pevnými efektmi pre druhú stanovenú hypotézu	45
Tab. 4	Odhad modelu s pevnými efektmi pre tretiu stanovenú hypotézu	47
Tab. 5	Odhad modelu s pevnými efektmi pre štvrtú stanovenú hypotézu	48
Tab. 6	Odhad modelu s pevnými efektmi pre piatu stanovenú hypotézu	49
Tab. 7	Odhad modelu s pevnými efektmi pre šiestu stanovenú hypotézu	50
Tab. 8	Odhad modelu s pevnými efektmi pre siedmu stanovenú hypotézu	51

1 Úvod a cieľ práce

1.1 Úvod

Pre mnohých ľudí je zdieľaná ekonomika ešte stále neznámym pojmom. Hoci ľudia prakticky medzi sebou zdieľali svoje zdroje už v dávnej minulosti, rozmach modernej zdieľanej ekonomiky ako nového odvetvia začal len počas posledných rokov. Za prelomový rok možno považovať rok 2006, kedy nastal rozvoj internetových technológií. Práve s rozvojom internetu úzko súvisí rozširovanie fenoménu zdieľanej ekonomiky, ktorá sa každým rokom dostáva do povedomia väčšej skupiny ľudí a získava si rapídny tempom čoraz viac priaznivcov. Pomocou rôznych aplikácií v mobilných zariadeniach či tabletoch priaznivci zdieľanej ekonomiky zdieľajú svoje nevyužívané zdroje či majetky, voľný čas, znalosti či zručnosti za obvykle finančnú náhradu.

Medzi najväčších lídrov zdieľanej ekonomiky patrí nepochybne Airbnb, ktorá je hlavnou témou tejto bakalárskej práce. Od svojho vzniku v roku 2008 si získava obľubu množstva ľudí po celom svete a jej rozširovanie je neúnosne rýchle. Jedná sa o internetový portál, ktorý slúži na zdieľanie obývacích priestorov medzi bežnými ľuďmi. Celosvetové rozrastanie Airbnb prináša množstvo otázok ohľadne jej možného negatívneho dopadu na tradičný ubytovací sektor, respektíve na hotelový priemysel. Doposiaľ existuje len veľmi obmedzený počet výskumov či štúdií týkajúcich sa tejto témy. Jedným z nich je empirický výskum G. Zervasa a kol. (2016) z Bostonskej univerzity, ktorí skúmali dopad Airbnb v Texase. Výskum potvrdil negatívny dopad Airbnb na hotelový priemysel v tomto štáte. Práve otázka potenciálneho vplyvu Airbnb na hotelový sektor je jedným z dôvodov, ktoré stoja za vznikom tejto bakalárskej práce.

1.2 Cieľ práce

Hlavným cieľom bakalárskej práce je odpovedať na výskumnú otázku „Ako ovplyvnilo preniknutie Airbnb na slovenský trh hotelový priemysel na Slovensku?“

Pre naplnenie cieľa je práca rozdelená na dve časti. V teoretických východiskách je čitateľ najprv oboznámený so zdieľanou ekonomikou a faktormi, ktoré podnietili jej rozvoj. Následne je práca zameraná samostatne na Airbnb, jej doterajší vývoj, komparáciu s hotelovým priemyslom a sú predstavené doterajšie najzaujímavejšie výskumy, ktoré sa problematikou Airbnb zaoberali. Vlastná práca analyzuje vývoj a súčasný stav Airbnb a hotelového priemyslu na Slovensku. Informuje čitateľa o dátach, ktoré sú zahrnuté do následnej panelovej analýzy. Pomocou analýzy panelových dát budú otestované hypotézy súvisiace s výskumnou otázkou a na základe tejto analýzy bude vyslovená odpoveď na jednotlivé hypotézy. V závere bude naznačený možný budúci rozvoj Airbnb na Slovensku.

2 Zdieľaná ekonomika

Zdieľanú ekonomiku, podnikanie postavené hlavne na prenájme majetku a služieb medzi bežnými ľuďmi, by sme mohli synonymne definovať aj ako aj kolaboratívnu, „peer-to-peer“ (rovnocennú) ekonomiku¹ či prístupovú ekonomiku.

Téma zdieľanej ekonomiky sa za posledné roky stala diskutovanou témou medzi ekonómami, filozofmi, obchodníkmi, podnikateľmi, ale aj širokou verejnosťou. Od jej existencie sa doposiaľ objavilo niekoľko definícií, ktoré sa zameriavajú na jej rôzne aspekty (napr. uzavretie zmluvy, dôvera medzi zmluvnými stranami alebo spôsoby úhrady za služby). Aby bol tento pojem exaktnejšie vysvetlený, budú uvedené definície niekoľkých odborníkov z tejto oblasti.

Rachel Botsmanová vyučuje na Univerzite v Oxforde, je autorkou viacerých kníh zaoberajúcich sa zdieľanou ekonomikou, ako aj príspevkov vo významných ekonomických publikáciách akými sú *Harvard Business Review*, *Economist*, *The New York Times* alebo *Wall Street*. Je si vedomá rýchleho tempa a pokroku v ekonomickej oblasti a snaží sa ho využiť v prospech ľudí. Zdieľanú ekonomiku definuje ako „ekonomický model založený na zdieľaní nevyužívaného vlastníctva od priestorov po schopnosti, za účelom peňažných alebo nepeňažných benefitov“ (Botsman, 2013).

Ďalším spôsobom, ako analyzovať zdieľanú ekonomiku, je v porovnaní s tradičnou ekonomikou. Dr. Kristina Dervojeda v publikácii vydanou Európskou komisiou (2013) vysvetľuje, že v tradičných trhoch spotrebiteľia kupujú výrobky a služby, a nadobúdajú ich vlastníctvo, zatiaľ čo v zdieľanej ekonomike dodávatelia zdieľajú svoje zdroje dočasne so svojimi spotrebiteľmi, a to buď zadarmo alebo za finančný či nefinančný návrat.

Všeobecne povedané, zdieľaná ekonomika zahŕňa všetky ekonomické aktivity súvisiace so zdieľaním výrobkov, nehnuteľného majetku, služieb či znalostí.

2.1 Spoluspotrebiteľstvo ako nový fenomén

Pri pohľade do minulosti sa dá konštatovať, že ľudia medzi sebou zdieľali svoje zdroje už po tisíce rokov, no napriek tomu je dnes zdieľaná ekonomika novým konceptom. Jej vývoj bol stimulovaný množstvom dôležitých faktorov. Za jeden z nich možno označiť nedávny hospodársky pokles, ktorý viedol ľudí k hľadaniu lacnejších tovarov a služieb. Rovnako dôležitými sú aj otázky životného prostredia či potreba ľudí stať sa súčasťou „vzdialeného sveta“ a naväzovať nové kontakty. V neposlednom rade je to technologický pokrok, ktorý umožnil jednoduché spojenie ľudí na celom svete (Gansky, 2010).

Táto kapitola sa zaoberá najvýznamnejšími faktormi, ktoré podnietili rozvoj zdieľanej ekonomiky. Možno ich rozdeliť do štyroch kategórií: *technologický, ekonomický, sociálny a ekologický faktor*.

¹ Vl. preklad: „peer -to -peer“ – rovnocenná ekonomika

Technologický faktor. Vývoj technológie, hlavne vzostup využívania Internetu, úplne zmenil trh. Štruktúra obchodu prešla značnou zmenou týkajúcou sa prispôsobeniu zákazníkom, ktorí majú nové záujmy a požiadavky. Zákazníci následne prijali novú formu sprostredkovania obchodu šíriacu sa vďaka rozmachu sociálnych sietí ako Facebook, LinkedIn či Youtube. Zdieľanie na sociálnych sieťach sa stalo bežným zvykom každodenného života. Podstatná zmena nastala v roku 2006, kedy sa pôvodný Web 1.0 inovoval na Web 2.0 (Krishnanmurthy, 2008). Internet 2.0 vytvoril obchodný vzťah vo forme *rovnocennej (peer-to-peer)* siete. Na rozdiel od predošlej generácie Internetu, ktorá slúžila ako platforma² jedine pre poskytovanie informácií, prostredníctvom Internetu 2.0 majú používatelia možnosť ponúkať svoje spotrebné statky a konzumovať cudzie statky. Následkom toho dostáva predajca možnosť spraviť zo svojho pasívneho kapitálu hodnotné aktívum. Pre spotrebiteľa sa tak ponuka stáva inovatívnejšia, špecializovanejšia a bohatšia. „Výsledkom je rozšírenie trhu o novú úroveň i vyššia konkurencia, a to na strane ponuky aj dopytu“ (Chovanculiak, 2015). Technologický pokrok umožňuje uľahčiť ekonomické aktivity, ktoré sú aj vďaka online platbám, navigačnému systému GPS, mobilným zariadeniam či tabletom lacnejšie, nakoľko znižujú transakčné náklady (Zvolska, 2015). Napríklad, užívatelia môžu používať GPS systémy na nájdenie najbližšieho auta a neskôr vrátiť vozidlo tam, kde nájdu najvhodnejšie miesto vďaka používaniu špeciálnej aplikácie na mobilnom zariadení.

Ekonomický faktor. Ľudia si s príchodom zdieľanej ekonomiky a internetových portálov uvedomili, že môžu zarábať na svojom „mŕtvom kapitále“. Auto, bicykel, nevyužívaná izba, náradie, CD či DVD, skladovacie priestory, nespotrebované jedlo a mnoho ďalších môžu byť pre individualistov cestou k zárobku finančných prostriedkov. Následkom toho dostáva predajca možnosť spraviť zo svojich nevyužívaných zdrojov hodnotné aktívum, ktoré ponúka za podstatne nižšiu cenu ako od profesionálnych predávajúcich. Pre spotrebiteľa sa tak ponuka stáva inovatívnejšia, špecializovanejšia, bohatšia a najmä lacnejšia. „Výsledkom je rozšírenie trhu o novú úroveň i vyššia konkurencia, a to na strane ponuky aj dopytu“ (Chovanculiak, 2015). Zdieľaná ekonomika sa stáva novým zdrojom príjmov, a preto stále viac priťahuje užívateľov pripojiť sa a stať sa poskytovateľmi produktov a služieb. R. Chovanculiak (2015) vo svojom článku spomína dopady zdieľanej ekonomiky i v pracovnej oblasti. Jednotlivci, ktorí ponúkajú na zdieľanie svoj tovar a služby, nie sú klasickými zamestnancami, ale príležitostnými a „nezávislými kontraktormi“, ktorí si podľa svojich potrieb flexibilne stanovujú pracovný čas.

Sociálny faktor. Ďalším zo základných „poháňačov“ zdieľanej ekonomiky je sociálna sila, nakoľko zdieľanie sa stáva prirodzenou súčasťou ľudského bytia (Smolka & Hienerth, 2014). Podstatným dôvodom šírenia zdieľanej ekonomiky je dôvera. Platformy zdieľanej ekonomiky využívajú na budovanie dôvery medzi ľuďmi najčastejšie hodnotiaci systém, prostredníctvom ktorého sa môžu

² Pod platformou sa v texte rozumie internetový portál

spotrebiteľia a poskytovatelia produktov a služieb v zdieľanej ekonomike hodnotiť navzájom po každej uskutočnenej operácii (Poulpiquet, 2016).

Ekologický faktor. Obľubu si zdieľaná ekonomika získala aj vďaka ekologickým hodnotám. Požiadavky a potreby zákazníkov sú rozmanité a nestabilné, v dôsledku čoho sa výrobky produkujú, využijú a stanú sa nepotrebnými omnoho rýchlejšie. Životný cyklus produktu sa preto kráti a množstvo odpadu rastie (Botsman & Rogers, 2010). Tým, že zdieľaná ekonomika podporuje zdieľanie a spoluprácu, je menšia spotreba materiálov a väčšia dostupnosť výrobkov. Vďaka tomu sa životnosť produktu predlžuje, čo má priaznivý dopad na životné prostredie. Tento pozitívny dopad na životné prostredie potvrdila Airbnb aj na svojej domovskej stránke, kde správou z Montrealu potvrdila, že počas obdobia jedného roka sa vďaka ubytovaniu cez túto spoločnosť ušetrilo množstvo energie zodpovedajúcej spotrebe 620 domov a úspora vody bola prirovnateľná k deviatim bazénom olympijských rozmerov (Airbnb, 2014a).

2.2 Ako systém zdieľania funguje?

Obchodné modely zdieľanej ekonomiky sú zvyčajne založené na stretnutí ponuky s dopytom. Produkt alebo služba môže byť zdieľaná na regionálnej, ako aj na medzinárodnej úrovni (napr. Airbnb).

Medzi zdieľaním a vlastníctvom je zásadný rozdiel. Následkom toho „spoločnosti zdieľanej ekonomiky transformujú produkty do plnenia služieb. Platformy zdieľanej ekonomiky umožňujú vytvárať spojenie medzi spotrebiteľmi a dodávateľmi prakticky všetkých druhov produktov“ (Demary, 2014). Podľa Demary (2014) sú tieto produkty rozdelené na:

- *Trvanlivý spotrebiteľský tovar*, ako sú automobily, bicykle či apartmány,
- *Netrvanlivý spotrebiteľský tovar*, obvykle všeobecne jedlo,
- *Kapitálový tovar*, napríklad stroje alebo priemyselné budovy,
- *Nehmotné aktíva*, ako napríklad výnimočné vedomosti (počítačové, jazykové a pod.),
- *Služby*, ako stráženie detí, upratovanie a iné obvyklé služby.

Najznámejší z modelov zdieľanej ekonomiky je model „*rovnocenného spojenia*“, v ktorom jednotlivci ponúkajú a žiadajú tovar či služby. Platforma v danom prípade pôsobí ako sprostredkovateľ medzi nimi, za čo obdrží províziu. „*V tomto modeli sú tovary a služby zdieľané medzi jednotlivcami, čo znamená, že príslušná spoločnosť zdieľanej ekonomiky neprodukuje tento tovar ani služby, iba ich sprostredkúva. Pôsobí ako prostredník medzi ponukou a dopytom*“ (Demary, 2014). Príkladom tohto typu sú on-line platformy, ktoré spájajú turistov či iných cestujúcich so súkromnými majiteľmi domov za účelom poskytnutia ubytovania.

Rozdiel medzi „tradičným zdieľaním“ a zdieľanou ekonomikou je vo využití moderných informačných technológií. Podľa Botsmanovej a Rogersa (2010) existujú tri spôsoby, ako sa zúčastniť zdieľania: *produktové servisné systémy, redistribučné trhy a kolaboratívny životný štýl*.

Produktový servisný systém (PSS) je definovaný ako „speňažiteľná sada produktov a služieb, ktoré sú schopné spoločne splniť potreby zákazníkov“ (Zvolska, 2015). Tento systém vyzdvihuje predovšetkým ekologickú silu zdieľanej ekonomiky, pretože pracuje na princípe opätovného použitia produktu. Častými príkladmi tohto spôsobu sú vrtačky, kosačky, pracovné náradie, solárne panely a i. PSS teda funguje na princípe použitia, nie nadobudnutia vlastníctva. Dôvody, ktoré uprednostňujú prenájom pred získaním, sú obvykle nedostatočné využívanie výrobkov (automobily, nástroje pre domácnosť) alebo vysoké vstupné náklady (solárne panely).

Redistribučné trhy ponúkajú na webovej stránke výrobky, ktoré chcú poskytovatelia zdieľať s ostatnými, pretože ich v danom okamihu nepotrebujú. Výrobky na týchto stránkach môžu prechádzať na spotrebiteľa formou zámeny, poplatku, udelenia bodov, bezplatného prechodu alebo kombináciou všetkých možností. Príkladmi takýchto redistribučných platforiem sú eBay, Craigslist alebo Swishing (Zvolska, 2015). Na Slovensku zastupujú tieto platformy napríklad Bazoš, Bazár či Modrý koník.

Kolaboratívny životný štýl umožňuje prostredníctvom internetu zdieľať hmotné, nehmotné produkty či služby. Užívatelia so spoločnými záujmami sa zaregistrujú a zdieľajú spoločne svoj čas, priestor, vedomosti, nápady či peniaze. Botsmanová a Rogers (2010) zastávajú názor, že spoločné pracovné prostredie by mohlo zlepšiť pracovnú atmosféru a podnecovať aktívnejšiu spoluprácu medzi ľuďmi. Typickými príkladmi kolaboratívnych platforiem sú Airbnb, Couchsurfing, Lending Club alebo Peerby. Táto práca sa bude bližšie venovať Airbnb.

3 Airbnb a hotelový priemysel

Pred skúmaním otázky vplyvu Airbnb, jednej z najvýznamnejších platforiem zdieľanej ekonomiky, na hotelový priemysel, je veľmi dôležité venovať pozornosť teoretickým skutočnostiam a doposiaľ prevedeným štatistikám týkajúcich sa tejto rapídne rozširujúcej sa spoločnosti.

3.1 Charakteristika Airbnb

Tento najväčší sprostredkovateľ súkromného ubytovania na svete je internetový portál, ktorý primárne slúži na zdieľanie izieb, domov a ďalších obytných zariadení po celom svete. Airbnb je na svojej domovskej stránke opisovaný ako „*dôveryhodný spoločenský trh pre ľudí s cieľom uverejniť, objaviť a zarezervovať jedinečné ubytovania po celom svete*“ (Airbnb, 2017a). Od svojho vzniku v roku 2008 sa môže pýšiť obrovskou obľubou, neustálym extra rýchlym a rapídny celosvetovým rozširovaním. V súčasnosti má na svojom portáli vyše 3 milióny ponúk z vyše 65 000 miest a 191 zemí sveta.³ Tieto fakty potvrdzujú jeho prelomový potenciál, ktorý môže priniesť veľké následky na tradičný ubytovací turistický sektor.

Airbnb umožňuje bežným ľuďom krátkodobo prenajímať potenciálnym turistom ich voľné či nevyužívané priestory akými sú celé domy či byty, jednotlivé izby či lôžko v izbe. Prostredníctvom tejto spoločnosti si môžu turisti zarezervovať ubytovanie za výrazne nižšie ceny v porovnaní s cenami, ktoré ponúkajú hotely vo väčšine miest či lokalít (Fang a kol., 2016). Airbnb tým prináša obojstrannú výhodu ako majiteľom nehnuteľností, tak i nájomcom: majitelia získajú príjem navyše, zatiaľ čo nájomcovia zaplatia za takéto ubytovanie podstatne nižšie čiastky. Potenciálni hostitelia zapíšu svoje hosťovské izby či apartmány na platformu Airbnb, uvedú svoju vlastne stanovenú cenu za noc, týždeň či mesiac a ponúkajú ubytovanie svojim potenciálnym návštevníkom. Airbnb za túto službu získava príjem od turistov aj hostiteľov: turisti zaplatia 6-12% servisný poplatok za každú rezerváciu v závislosti od dĺžky ich pobytu a hostitelia zaplatia servisný poplatok za každú dokončenú rezerváciu, aby Airbnb pokrylo výdaje za spracovanie platieb turistov. Tento servisný poplatok je vypočítaný z medzisúčtu (pred pridaním poplatkov a daní) a jeho výška je obvykle stanovená na 3% (Airbnb, 2017b). Poplatok vo výške 6-12%, ktorý musia Airbnb zaplatiť turisti, je dostatočne konkurencieschopný a zhruba o polovicu nižší v porovnaní s poplatkom cez on-line cestovné kancelárie, ktoré spravidla účtujú pre menšie nezávislé hotely poplatok dosahujúci 15-30% (Guttentag, 2015). Napriek nízkemu servisnému poplatku príjmy Airbnb veľmi rýchlo rastú, a to vďaka vysokému a stále narastajúcemu počtu rezervácií.

³ Tento údaj bol získaný dňa 11.04.2017 z <https://cs.airbnb.com/about/about-us>

Airbnb webová stránka je podobná tradičným webovým stránkam, ktoré ponúkajú rezerváciu ubytovania. Vyhľadávanie závisí od destinácie, termínu pobytu, typu ubytovania a počtu hostí. Webová stránka podľa týchto kritérií vyhladá zoznam dostupných priestorov, ktoré môžu byť bližšie určené doplňujúcimi zvolenými atribútmi ako je cena, blízke okolie či ďalšia špecifická vybavenosť. Individuálne ponuky môžu byť zobrazené detailnejšie, kde potenciálny záujemca nájde popis, fotografie a recenzie predošlých turistov. Aby rezervácia prebehla úspešne, je nutné, aby mal záujemca (turista) vytvorený Airbnb profil. *„Po tom, ako si turista vyberie konkrétny objekt, pošle hostiteľovi žiadosť alebo správu v súvislosti s vyjadrením záujmu či prípadných doplňujúcich otázok. Následne môže hostiteľ túto žiadosť potvrdiť“* (Guttentag, 2015).

Keďže Airbnb v súčasnosti pôsobí s minimálnymi regulačnými kontrolami vo väčšine lokalít, je viac ako potrebné nájsť spôsob, ktorý bude slúžiť na budovanie dôveryhodnosti medzi hostiteľmi a turistami. Preto Airbnb vyvinula on-line hodnotiaci systém dostupný na svojej domovskej stránke, ktorý stimuluje turistov ohodnotiť každý pobyt u daného hostiteľa a v danej lokalite. Hodnotenie prebieha na základe hviezdikového systému a to z niekoľkých hľadísk, ktorými sú napríklad ochota hostiteľa, čistota, vybavenosť a pod. Možnosť využitia hodnotiaceho systému majú aj hostelia. Tým sa obe strany môžu ohodnotiť navzájom a vytvárajú tak spätnú väzbu umožňujúcu poskytovať informácie ďalším potenciálnym turistom, ktorí sa rozhodnú využiť ubytovanie u daného hostiteľa. Cieľom tohto mechanizmu je predovšetkým:

- zakladať dôveru medzi hostiteľmi a turistami,
- slúžiť ako prostriedok motivácie, *„aby sa turisti správali v súlade s normami Airbnb a s pravidlami slušného správania“* (Poulpiquet, 2016).

Guttentag (2015) tvrdí, že *„cieľom online recenzií je ovplyvniť počet hotelových rezervácií, hlavne v menej známych oblastiach“*, čo je prípadom pre všetky produkty Airbnb.

3.2 Komparatívna analýza Airbnb a hotelov

Existuje niekoľko príkladov, ktorými sa pobyt v hoteli líši od pobytu sprostredkovaného cez Airbnb. Z týchto príkladov sú v práci vybrané tie, ktoré patria medzi najdôležitejšie, a budú podrobnejšie opísané v jednotlivých podkapitolách. Podkladom pre komparatívnu analýzu boli predovšetkým práce D. Guttentaga (2015, 2016).

3.2.1 Služby

Prvým z kritérií, ktorým sa pobyt v hoteli odlišuje od pobytu cez Airbnb, je v poskytovaní služieb. Hotelové izby sú denne čistené hotelovým personálom, zatiaľ čo v Airbnb prenajímaných priestoroch je za tieto služby zodpovedný hostiteľ podľa jeho vlastných návykov. Hotely sú oficiálne klasifikované do

viacerých kategórií (1 až 5 hviezdikové hotely), na základe ktorých si turisti vyberú jeden podľa požadovaného štandardu kvality a ceny. Airbnb ubytovanie nie je rozčlenené do týchto kategórií a hostia si vyberajú len na základe hodnotiaceho systému, ktorý je subjektívny. V hoteloch si turista môže vybrať aj z doplnkových služieb, medzi ktoré patrí fitness centrum, wellness, reštaurácia, izbová služba, využitie konferenčnej miestnosti a pod. Tieto služby v ubytovaní cez Airbnb spravidla absentujú, avšak títo turisti môžu využívať iné výhody vybavenia domácnosti (práčka, sušička, chladnička a pod.) Navyše, hoteloví hostia majú nonstop prístup k hotelovému personálu v prípade akýchkoľvek nečakaných situácií a poskytujú 24-hodinovú službu na recepcii pripravenú ubytovať a odubytovať hostí v ktorejkoľvek hodine. Turisti cez Airbnb sú v prípade problémov odkázaní na pomoc hostiteľa, ktorý nemusí byť vždy prítomný a prevzatie a odovzdanie kľúčov musí byť vopred dohodnuté oboma stranami. Hotelové rezervácie prebiehajú rýchlo a jednoducho, pričom turisti cez Airbnb sú odkázaní na čas a rýchlosť hostiteľa. Ďalší rozdiel spočíva v regulácii stornovacích poplatkov. Hotely poskytujú turistom možnosť bezplatného zrušenia rezervácie, pokiaľ je oznámené v dostatočnom časovom predstihu, zatiaľ čo stornovacie poplatky turistov cez Airbnb stanovuje hostiteľ a často sú pomerne vysoké.

Posledné dve kritériá môžu byť pre turistov tak výhody ako aj nevýhody, v závislosti od ich vlastných preferencií. Prvý rozdiel sa vzťahuje na súkromie turistov. V hoteloch majú zabezpečené vlastné súkromie, kým cez Airbnb v mnohých prípadoch prichádzajú k hostiteľom a ich rodinným príslušníkom, ktorých osobne nepoznajú. Druhý a zároveň posledný rozdiel tejto podkapitoly sa týka lokality ubytovacích jednotiek. Hotely majú tendenciu byť umiestňované v centrálnych a turistických oblastiach, kdežto Airbnb objekty sú mnohokrát rozptýlené v obytných štvrtiach.

3.2.2 Cena

Pri výbere hotelového ubytovania sú pre turistov dôležité nasledujúce atribúty: kvalita služieb, ochota zamestnancov, povest' hotelovej značky, bezpečnosť a v neposlednom rade je významným faktorom práve cena (Chu & Choi, 2000). Ako bolo povedané, ponúkané ubytovanie cez Airbnb je v mnohých prípadoch podstatne lacnejšie ako tradičné ubytovanie v hoteloch a preto nie je prekvapujúce, že relatívne nízke ceny, ktoré Airbnb ponúka, sa javia ako hlavné „lákadlo“. Hostitelia si za svoje priestory ponúkané cez Airbnb stanovujú výšku ceny konkurenčne a podľa vlastného uváženia, pričom na rozdiel od hotelových majiteľov majú veľmi nízke alebo nulové mzdové náklady a primárne fixné náklady (nájomné, elektrina a pod.) sú už pokryté. To je tiež podstatným dôvodom, prečo je Airbnb ubytovanie ponúka spravidla ekonomickú cenu. Pre ilustráciu cenového rozdielu poslúži Tabuľka 14.

⁴ Dáta boli zozbierané 26. januára 2013 a sú stanovené ako cena jednej noci pobytu pre dospelého človeka. Univerzálny 12% poplatok bol zahrnutý do cien Airbnb ubytovania

Tab. 1 Ceny rôznych typov ubytovania v amerických dolároch

	Airbnb			Hotel			Hostel
	Zdieľaná izba	Súkromná izba	Celý dom/byt	1-2 *	3 *	4-5 *	
Priemerná cena							
Chicago	60	105	213	85	136	220	30
Montreal	62	74	139	84	131	196	25
Rio de Janeiro	59	136	265	101	159	256	23
San Francisco	79	126	270	110	168	297	29
Sydney	64	117	311	101	148	218	31
Venice	57	129	196	125	158	247	49
Priemer 10 najnižších cien							
Chicago	25	31	56	48	77	114	-
Montreal	28	23	40	51	73	139	21
Rio de Janeiro	21	29	46	77	78	150	17
San Francisco	27	36	69	54	89	197	27
Sydney	46	42	105	87	101	115	23
Venice	-	30	61	54	53	65	43

Zdroj: Guttentag, 2015

Tabuľka zobrazuje priemerné ceny Airbnb ubytovania, hotelov a hostelov v niekoľkých svetových mestách. Je viditeľné, že priemerné ceny zdieľaných izieb cez Airbnb sú podstatne nižšie ako priemerné ceny 1-2 hviezdčkových hotelov. Cenový rozdiel je najlepšie ilustrovaný zvažovaním priemerov 10 najnižších cien. Priemery 10 najnižších Airbnb cien za zdieľanú izbu sú zhruba o polovicu nižšie ako pre 1-2 hviezdčkové hotely a takmer tak nízke ako tieto ceny v hosteloch. Priemerné ceny súkromných izieb sú zhruba tak vysoké ako tieto ceny v 1-2 hviezdčkových hoteloch a priemerné ceny za celý objekt (dom/apartmán) cez Airbnb sú zrovnateľné s priemernými cenami 4-5 hviezdčkových hotelov.

Avšak Guttentag (2016) upriamuje pozornosť aj na niektoré nedávne výskumy, ktoré prekvapivo popierajú názor, že Airbnb ponúka výhodnejšie ceny ubytovania. Jedným z nich je štúdia CBRE⁵, ktorá porovnávala priemerné ceny rôznych typov Airbnb ubytovania s priemernými hotelovými cenami v Spojených štátoch. Výsledky štúdie potvrdili, že cena za prenájom celého domu, ako aj samotnej izby cez Airbnb bola v priemere drahšia ako hotelová cena. Výskumy týkajúce sa jednotlivých miest v Spojených štátoch ukázali, že v niektorých veľkomestách sú hotely v priemere drahšie ako Airbnb ubytovanie. Medzi tieto mestá patrí New York, San Francisco, Boston či Miami (v týchto mestách je Airbnb veľmi rozšírené). V mestách Austin, Nashville, Jacksonville či Savannah boli zistené priemerné ceny hotelov naopak nižšie ako ceny Airbnb ubytovania.

3.2.3 Jedinečnosť a lokálna autentickosť

Skupina turistov, ktorá uprednostňuje nezabudnuteľné zážitky a to aj prostredníctvom rozvíjajúcej sa „zážitkovej ekonomiky“, sa stále zväčšuje. Túžba turistov po autentickosti a originalite často zahŕňa chuť uniknúť z hotelového zariadenia a namiesto toho byť súčasťou každodenného života miestnych obyvateľov. Vyjadrenia mnohých cestujúcich ukazujú, že prežiť autentickosť miesta je omnoho vzácnejším a pamätihodnejším zážitkom než prežiť štandardný pobyt s hotelovými službami. Preto uprednostňujú návštevu menej známych destinácií a snažia sa zapojiť práve do života miestnych obyvateľov (Week, 2012). Okrem toho poskytuje pobyt v súkromnej rezidencii viac „domácej atmosféry“, čo dodáva pobytu emocionálny nádych. Navyše, Airbnb podčiarkuje svoju jedinečnosť tým, že okrem klasických krátkodobých prenájmov v domoch či bytoch ponúka aj originálnejšie ubytovanie na ostrovoch, hradoch, chatách, v stanoch, vo vagónoch či v karavanoch. Túto ideu podporuje aj samotný spoluzakladateľ Airbnb, ktorý v jednom zo svojich vyhlásení povedal: „*Nie sme len poskytovatelia ubytovania, ale poskytovatelia zážitkov*“⁶ (Fung, 2013).

Na druhej strane tejto polemiky stoja hotely, ktorých argumenty výstižne vyjadruje motto svetoznámej hotelovej siete Holiday Inn: „*Najlepšie prekvapenie je žiadne prekvapenie.*“⁷ Tým hotely neprinášajú taký stupeň originality ako Airbnb, ale zaručujú očakávaný komfort a kvalitu služieb.

⁵ CBRE Hotels je špecializovaná poradenská spoločnosť poskytujúca sprostredkovateľské, hodnotiace, poradenské, výskumné a trhové služby pre spoločnosti v hotelovom priemysle

⁶ Vl. preklad z originálu: „We're not just a provider of accommodation, we're a provider of experiences.“ Stiahnuté dňa 12.04.2017 z https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2013/11/15/heres-why-airbnb-isnt-worried-about-new-york-citys-crackdown/?utm_term=.c11daf5cfc14

⁷ Vl. preklad z originálu: „The best surprise is no surprise.“ Stiahnuté dňa 12.04.2017 z <http://www.newsweek.com/2014/01/10/end-mass-production-245028.html>

3.2.4 Novinka

Tendencia prijať inovácie rýchlejšie ako ostatní je úzko spätá aj s cestovným ruchom. V rámci literatúry cestovného ruchu, sa hľadanie inovácií chápe ako túžba pre nové a doposiaľ neznáme podnety, ktoré Airbnb do sveta cestovného ruchu jednoznačne prinieslo. Vďaka novej forme turistického ubytovania, ktorú Airbnb poskytuje, možno považovať novinku za výrazný faktor pri procese výberu ubytovania. Obľúbenci inovácií sa zaujímajú o Airbnb jednoducho preto, že je to nová forma ubytovania na trhu.

Hotely argumentujú tým, že obľúbenci inovácií predstavujú len malé percento všetkých turistov, pod ktoré spadajú najmä mladí dobrodružní ľudia s nižším finančným rozpočtom. Podľa Andersona (2012) vstup Airbnb na trh bude mať pre hotelový priemysel len minimálny dopad, pretože nebude schopná prilákať lukratívnejší cestovateľský trh, nakoľko Airbnb ponúka podstatne odlišný balíček produktov.

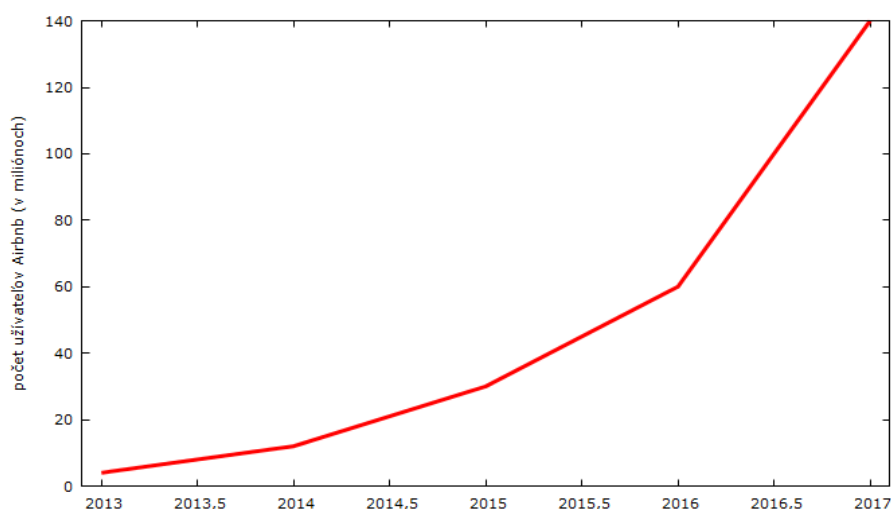
3.3 História Airbnb v číslach

Spoločnosť bola založená v polovici roku 2008 a sídli v San Franciscu. V prvých rokoch svojej existencie zaznamenávala len okrajovú popularitu, no za posledné roky zažíva veľmi prudký rast.

Prvý milión nocľahov mala Airbnb na svojom konte do februára 2011. O rok neskôr, v januári 2012 už mala od svojho založenia na konte v súčte 5 miliónov nocľahov. O päť mesiacov neskôr pribudlo na konto ďalších 5 miliónov nocľahov. Na konci júna 2012, kedy sa čísla začali neúnosne zvyšovať, spoločnosť prestala hlásiť počet celkových rezervovaných nocí a začala podávať správy o celkovom počte ľudí, ktorí službu používajú.

Guttentag (2015) uvádza: „Do konca júna 2012 zhruba 38 000 ľudí používalo Airbnb každú noc a o 6 mesiacov neskôr používalo Airbnb celkom 4 milióny ľudí.“ Do júla 2014 sa toto číslo dokázalo zvýšiť na viac ako 17 miliónov. Do januára 2015 stúpil celkový počet užívateľov až na prekvapivých 30 miliónov. Od tohto momentu dokázalo pribudnúť len za jediný rok ďalších 30 miliónov užívateľov a v lete 2016 bolo zaznamenaných až ohromujúcich 100 miliónov Airbnb užívateľov (Guttentag, 2016). V súčasnosti je celkový počet užívateľov v súčte 150 miliónov⁸ (Obr. 1).

⁸ Tento údaj bol získaný dňa 03.04. 2017 z <https://cs.airbnb.com/about/about-us>

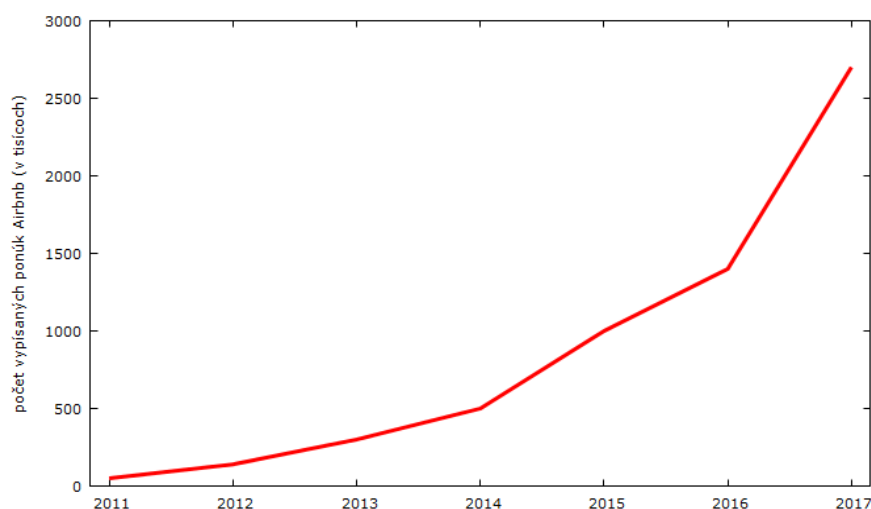


Obr. 1 Počet Airbnb užívateľov
Zdroj: Vlastné spracovanie v programe Gretl

Počty zaznamenaných ponúk Airbnb ubytovania sa ruka v ruke s počtom užívateľov násobia tiež rapídne. Do konca roka 2010 mala spoločnosť vypísaných 50 000 ponúk, o šesť mesiacov neskôr vzrástol počet ponúk o viac ako 50 % a to na 110 000 ponúk, do polovice roka 2012 mala Airbnb 200 000 výpisov, do začiatku 2013 300 000 a do konca 2013 až pol milióna výpisov. Do konca roka 2014 mala Airbnb viac ako jeden milión ponúk a do konca roka 2016 počet vypísaných ponúk stúpil na viac ako dva milióny. Airbnb má svoju vysokú popularitu v Spojených štátoch, najmä v mestách ako San Francisco či New York, kde bola vytvorená väčšina Airbnb rezervácií v prvých troch rokoch pôsobenia spoločnosti (Guttentag, 2016). V súčasnosti má Airbnb vypísaných vyše tri milióny ponúk z celého sveta⁹ (Obr. 2). Najnovšie financujúce kolo ohodnotilo majetok spoločnosti na 31 miliárd dolárov.¹⁰

⁹ Tento údaj bol získaný dňa 03.04. 2017 z <https://cs.airbnb.com/about/about-us>

¹⁰ Tento údaj bol získaný dňa 03.04. 2017 z <https://phys.org/news/2017-03-airbnb-valued-billion-funding.html>



Obr. 2 Počet vypísaných Airbnb ponúk
Zdroj: Vlastné spracovanie v programe Gretl

3.4 Čo ukazujú nedávne výskumy?

Narastajúca popularita Airbnb je čoraz viac vnímaná ako potenciálna hrozba pre hotelový priemysel, ktorá podnietila vznik mnohých debát. V súčasnosti ponúka Airbnb viac ubytovacích jednotiek ako najväčšie hotelové siete InterContinental Hotel Group či Marriott International. Pre lepšiu predstavu, Airbnb zaznamenáva viac ako 3 milióny ponúk z celého sveta, kým InterContinental Hotel Group ponúka 767 135 izieb¹¹. Treba brať však v úvahu, že ponuky Airbnb a hotelové izby sú kvalitatívne rozdielne, no práca má v úmysle poukázať na výrazný kvantitatívny rozdiel. Doposiaľ existujú len veľmi obmedzené výskumy odhadujúce dopad Airbnb na ubytovací sektor. Táto podkapitola bude analyzovať výskum G. Zervasa a kol. (2016) z Bostonskej univerzity a výskum spoločnosti Morgan Stanley (2015).

Empirický výskum G. Zervasa a kol. (2016) je zameraný na vzťah medzi počtom Airbnb ponúk a hotelových príjmov v štáte Texas, kde je pôsobenie Airbnb veľmi vysoké. Výskum zahrňuje údaje o zhruba 3000 hoteloch a ich mesačných príjmoch za obdobie od roku 2003 do augusta 2014 a 13 935 Airbnb ponukách od roku 2008 do augusta 2014. Myšlienkou výskumu bola hypotéza, že Airbnb pobyty predstavujú náhradu za určité hotelové pobyty. Tým môže nastať nižšia obsadenosť hotelov, nižšie sadzby za hotelovú izbu alebo kombinácia oboch faktorov, čím môžu nastať negatívne dopady na hotelové príjmy. Výskum ukázal, že každý 10 % nárast vo veľkosti Airbnb trhu má za následok približne 0,35 % pokles v mesačných hotelových príjmoch za izbu. Potenciálne dopady boli bližšie skúmané v závislosti od zemepisnej oblasti, segmentov hotelového trhu a sezóny. Výsledky výskumu ukázali, že hotely, ktoré sú umiestnené na miestach s vysokou

¹¹ Tento údaj bol získaný dňa 15. 04.2017 z <https://www.ihgplc.com/>

intenzitou výskytu Airbnb sú najviac „zraniteľné“. Zistením bolo taktiež značné sezónne kolísanie v počte Airbnb ponúk. Najviac ponúk bolo zaznamenaných počas sezón vysokého dopytu ako je napr. South by Southwest festival v Austine¹². „Airbnb tým výrazne ovplyvnila silu cenotvorby hotelov v obdobiach vysokého dopytu“ (Zervas a kol., 2016). V závislosti od vplyvu Airbnb na hotely delí Zervas a kol. hotely tromi spôsobmi:

- *podľa cenovej vrstvy do piatich skupín (1*-5* hotely)*, pričom hotely nižšej kategórie sú viac negatívne ovplyvnené Airbnb. V prípade, ak by sa počet ponúk Airbnb zdvojnásobil, príjmy 1-hviezdičkových hotelov by klesli o 2,1 %; príjmy 2-hviezdičkových hotelov o 2,6 %; avšak príjmy 3-hviezdičkových hotelov by klesli len o 0,9 %. Hotely vyšších kategórií by zaznamenali zanedbateľný dopad. „*Naše dôkazy naznačujú, že spotrebiteľia v Texase stále viac nahrádzajú pobyt v lacných hoteloch za Airbnb pobyt, pravdepodobne uvedomujúc si ponuku lepšej hodnoty za podobnú cenu. Kým zvýšenie konkurencie umožňuje spotrebiteľom väčší výber, zároveň vystavuje hotely nižších cenových vrstiev v regiónoch s vysokou penetráciou Airbnb väčšiemu riziku*“ (Zervas a kol., 2016),
- *podľa typu zákazníka* na hotely, ktoré navštevujú prevažne obchodní cestujúci a hotely, ktoré sa na obchodných cestujúcich nezameriavajú. Hotely prvého typu disponujú konferenčnými a zasadacími priestormi, a okrem toho je pobyt týchto cestujúcich spravidla hradený zamestnávateľom, teda tieto hotely nie sú tak ohrozené Airbnb ponukami ako hotely, ktoré sa zameriavajú na rekreačných cestujúcich,
- *hotelové reťazce a nezávislé hotely*, kde na rozdiel od nezávislých hotelov, hotelové reťazce investujú vyššie finančné prostriedky do reklamy, budovania značky, vernostných programov a iných taktík, ktoré by ich mali urobiť menej zraniteľnými voči konkurencii. Navyiac, mnoho reťazcov poskytuje očakávaný štandard služieb, ktorý ich ďalej diferencuje od Airbnb a nezávislých hotelov. Výskum potvrdil, že obe kategórie (reťazce vrátane nezávislých hotelov) sú ovplyvnené, avšak Airbnb má o niečo väčší dopad na nezávislé hotely (Zervas, Proserpio & Byers, 2016).

Výskum spoločnosti Morgan Stanley¹³ (2015) skúmal dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť v Spojených štátoch a Európe prostredníctvom ankety, ktorej sa zúčastnilo celkom 4116 respondentov zo Spojených štátov, Británie, Nemecka a Francúzska. Vybraní respondenti boli dospelí ľudia, ktorí cestujú a vykonávajú rezervácie prostredníctvom internetu. Výsledok štúdie ukázal, že 12 % respondentov využilo za rok 2015 Airbnb ubytovanie a priemerný ročný počet prenocovaní cez Airbnb ubytovanie bol 4 noci. Z celkovej populácie v daných

¹² South by Southwest festival (SXSW) je populárny filmový a hudobný festival, ktorý je organizovaný každoročne v meste Austin, hlavnom meste štátu Texas

¹³ Morgan Stanley je svetová spoločnosť so sídlom v New Yorku zaoberajúca sa poskytovaním finančných služieb

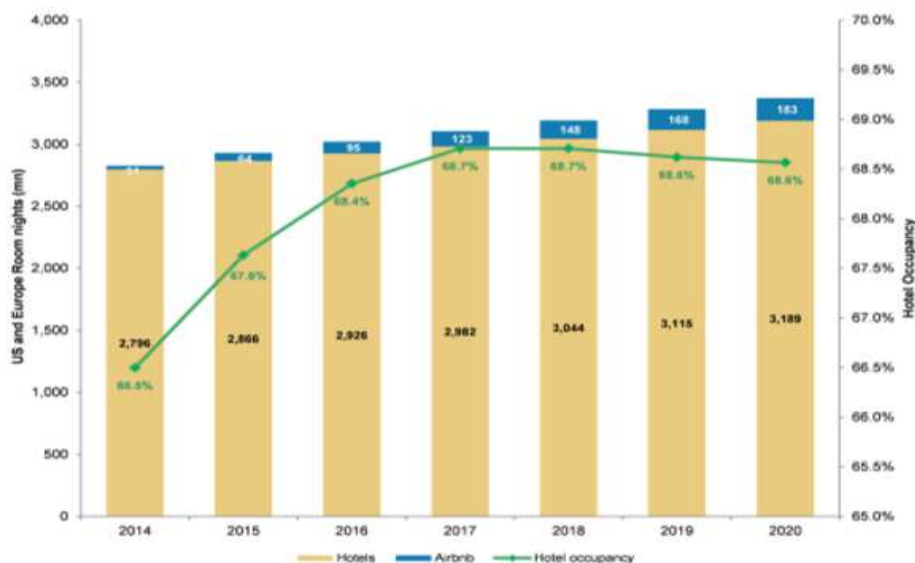
štátoch výskum vyčlenil podiel dospelých ľudí, ktorí spadajú do kategórie osôb v anketе (cestujúci, vykonávajúci rezervácie online), ktorý činil 133 miliónov ľudí. Z tejto hodnoty výskum vyčíslil 12 % podiel (na základe výsledku anketу), t.j. 16 miliónov ľudí, ktorí využili Airbnb ubytovanie za rok 2015. Následne toto číslo vynásobili číslom 4 (priemerný počet ročných prenocovaní prostredníctvom Airbnb). Priemerný počet Airbnb nocľahov v roku 2015 na základe výsledkov anketу odhadoval výskum na 64 miliónov. Spoločnosť Morgan Stanley sa snažila na základe výsledkov výskumu predpovedať vývoj rozširovania Airbnb a navrhla tri varianty (A,B,C), ktoré symbolizujú vývoj Airbnb spolu s hotelovou obsadenosťou do roku 2020.

Varianta A predstavuje „lepšiu“ variantu dopadu Airbnb na hotelovú obsadenosť. Predpokladá, že v roku 2020 dosiahne Airbnb 115 miliónov nocľahov. Na obrázkoch 3, 4 a 5 je na ľavej zvislej osi znázornený dopyt po nocľahoch v hoteloch aj Airbnb a na pravej zvislej osi je znázornená hotelová obsadenosť. Pri 115 miliónoch Airbnb nocľahoch v roku 2020 predpokladá Morgan Stanley hotelovú obsadenosť na úrovni 69 %, pričom cyklického vrcholu dosahuje na prelome rokov 2017/2018 (Obr. 3).



Obr. 3 Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante A
Zdroj: Morgan Stanley Global Insight, 2015

Varianta B predstavuje „optimálnu“ variantu, ktorá predpokladá, že Airbnb v roku 2020 dosiahne 183 miliónov nocľahov. Pri tomto počte nocľahov očakáva Morgan Stanley v roku 2020 hotelovú obsadenosť na úrovni 68,5 % (Obr. 4).



Obr. 4 Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante B
Zdroj: Morgan Stanley Global Insight, 2015

Varianta C predpovedá „horšiu“ variantu dopadu Airbnb na hotelovú obsadenosť. Predpokladá, že v roku 2020 bude mať Airbnb 251 miliónov nocľahov, čomu by zodpovedala 68,2 % úroveň obsadenosti hotelov (Obr. 5).



Obr. 5 Potenciálny dopad Airbnb na hotelovú obsadenosť pri variante C
Zdroj: Morgan Stanley Global Insight, 2015

Zohľadňujúc všetky varianty *A, B* a *C*, výskum spoločnosti Morgan Stanley odhaduje, že „Airbnb bude mať len veľmi obmedzený dopad na priemernú úroveň hotelovej obsadenosti“ (Morgan Stanley Global Insight, 2015).

4 Metodika práce

V tejto kapitole budú vysvetlené metódy, ktoré použijem v praktickej časti práce a dáta, na ktorých budú jednotlivé metódy prevedené. Táto práca využíva najprv deskriptívnu analýzu vývoja a súčasného stavu Airbnb a hotelového priemyslu na Slovensku. Následne sú pomocou ekonometrickej analýzy panelových dát v programe *Gretl* otestované jednotlivé hypotézy o vplyve Airbnb na slovenský hotelový priemysel.

4.1 Použité dáta

Výskum práce závisel od dostupných Airbnb dát čerpaných z Airdna, ktorý je oficiálnym portálom zaznamenávajúcim údaje o Airbnb. Vzhľadom na veľmi obmedzenú dostupnosť voľných údajov z Airdna nie sú v práci zaznamenané údaje v rámci celého Slovenska, ale zo 14 slovenských miest, pretože údaje o iných mestách neboli dostupné. Jedná sa o tieto mestá: Bratislava, Piešťany, Prievidza, Trenčín, Martin, Žilina, Čadca, Prešov, Poprad, Bardejov, Levoča, Nitra, Banská Bystrica a Zvolen. Mestá boli rozdelené do siedmich skupín podľa kraja, do ktorého spadajú. Košický kraj sa v tejto práci nevyskytuje, pretože Airdna neposkytoval žiadne voľne dostupné údaje týkajúce sa mesta v tomto kraji a preto je v práci Košický kraj v analytickej časti vynechaný.

Hotelové dáta boli čerpané zo stránok Štatistického úradu Slovenskej republiky. Jedná sa o údaje ročných tržieb (v eurách), návštevnosti (počet návštevníkov) a priemerných cien za ubytovanie v hoteloch (v eurách), a sú zozbierané v jednotlivých krajoch. Košický kraj z dôvodu nedostatočných Airbnb dát nie je zaznamenaný. Ročné údaje sa týkajú rokov 2012-2016. Do panelovej analýzy bolo vhodné zapojiť i údaje o medziročnom tempe rastu hrubého domáceho produktu (ďalej len HDP), ktoré sa v čase mení, je dôležitým makroekonomickým ukazovateľom a môže byť korelované s tržbami hotelov i ponukou Airbnb. Dáta o medziročnom tempe rastu HDP v stálych cenách sú získané zo Štatistického úradu SR a sú vyjadrené percentuálne.

4.2 Deskriptívna analýza

Deskriptívna analýza skúma priebeh vývoja Airbnb na Slovensku od jeho preniknutia na slovenský trh, t.j. od roku 2012. Analýza podáva ročné informácie v počte Airbnb ponúk po rok 2017 a následne ich stav v mesiaci apríl 2017, kedy boli dáta k práci zozbierané. Taktiež zobrazuje priebeh vývoja jednotlivých aspektov slovenského hotelového priemyslu opísaných v predošlej podkapitole za obdobie rokov 2012-2016. Deskriptívna analýza využíva najmä grafické zobrazenia dostupných dát a ich vzájomné porovnania. Túto analýzu som zvolila kvôli tomu, pretože podáva informácie individuálne pre Slovensko a o dátach, ktoré budú „vstupom“ do následnej ekonometrickej analýzy.

4.3 Analýza panelových dát

Panelové dáta predstavujú špecifický typ pozorovania, ktorý je kombináciou prierezových a časových údajov. Prierezová zložka sa obvykle značí indexom i , $i = 1, 2, \dots, N$ a časová zložka indexom t , $t = 1, 2, \dots, T$. Panelové dáta teda zachycujú hodnoty pozorovaní niekoľkých subjektov (spravidla z rovnakého sektora, trhu či geografického celku) vo viacerých po sebe idúcich časových obdobiach. Medzi výhody panelových dát patrí skutočnosť, že umožňujú zväčšiť dátový súbor, čím súbor získa väčšiu vypovedajúcu schopnosť a poskytuje tak širšie spektrum informácií, čo analýzou prierezových dát alebo časovej rady samostatne nie je možné poskytnúť. Hlavne pre tento dôvod bola zvolená práve táto metóda overovania stanovených hypotéz, nakoľko boli obmedzené dostupné Airbnb dáta a táto metóda umožní zväčšiť dátový súbor a zároveň skvalitniť vypovedajúcu schopnosť jednotlivých výsledkov.

Základný regresný model panelových dát má tvar:

$$y_{it} = \beta_1 x_{1i,t} + \beta_2 x_{2i,t} + \dots + \beta_k x_{ki,t} + \alpha_1 z_{1i} + \dots + \alpha_q z_{qi} + u_{i,t}, \text{ kde}$$

index i označuje prierezovú zložku $i = 1, 2, \dots, N$, index t časovú zložku $t = 1, 2, \dots, T$, premenné x_1 až x_k sú vysvetľujúce premenné a premenné z_1 až z_q zohľadňujú prípadný vektor jednotiek a predstavujú individuálne efekty nemenné s časom – rôznorodosť, ktorou sa môže odlišovať subjekt od ostatných entít.

4.3.1 Model s fixnými efektmi (Fixed Effect model, FE)

V tejto práci bude prevedená analýza panelových dát prostredníctvom modelu s fixnými efektmi. Tento model predpokladá, že sa individuálne efekty premenných z_1 až z_q nedajú odhadovať. Nepozorovateľné individuálne efekty korelované s vysvetľujúcimi premennými sú zahrnuté do konštanty. Model FE má tvar:

$$y_{i,t} = \alpha_i + \beta_1 x_{1i,t} + \beta_2 x_{2i,t} + \dots + \beta_k x_{ki,t} + u_{i,t}, \text{ kde}$$

α_i znamená fixný efekt a je špecifickou konštantou pre každú prierezovú jednotku (Lukáčik a kol., 2011).

Panelové dáta v práci obsahujú 7 prierezových zložiek ($i = 7$), kde jednotlivými prierezovými zložkami sú kraje (Bratislavský, Trnavský, Trenčiansky, Nitriansky, Banskobystrický, Prešovský a Žilinský) a 5 časových zložiek ($t = 5$), pretože analyzovaným obdobím je obdobie piatich rokov 2012-2016. Analýza bude skúmať pomocou konštantnej elasticity vplyv Airbnb na hotelové tržby, priemerné hotelové ceny a návštevnosť v ubytovacích zariadeniach Slovenska. Modely budú mať tvar:

$$\ln Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_1 \ln X_{i,t} + \beta_2 \Delta HDP_t + u_{i,t}, \text{ kde}$$

- $\ln Y_{i,t}$ je logaritmus jednotlivých závislých veličín – hotelových tržieb, priemerných cien za ubytovanie v hoteloch a návštevnosti v ubytovacích zariadeniach v kraji i a roku t ,
- α_i je špecifická konštanta pre prierezo­vé jednotky,
- β_1 je koeficientom vyjadrujú­cim konštantnú elasticitu a vyjadruje percentickú zmenu závislej veličiny (v tomto prípade tržieb, priemerných cien a návštevnosti) odpovedajúcej percentuálnej zmene nezávislej veličiny (počte Airbnb ponúk),
- $\ln X_{i,t}$ je logaritmus nezávislej veličiny – počtu Airbnb ponúk v kraji i a roku t ,
- ΔHDP je zmena tempa rastu HDP Slovenska v roku t ,
- $u_{i,t}$ je chybový člen.

Stanovené hypotézy:

- *Prvá hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania má vplyv na zmenu v tržbách hotelov vyšších kategórií.
- *Druhá hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania má vplyv na zmenu v tržbách hotelov stredných kategórií.
- *Tretia hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania má vplyv na zmenu v tržbách hotelov nižších kategórií.
- *Štvrtá hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania ovplyvňuje tvorbu priemernej ceny ubytovania v hoteloch vyšších kategórií.
- *Piata hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania ovplyvňuje tvorbu priemernej ceny ubytovania v hoteloch stredných kategórií.
- *Šiesta hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania ovplyvňuje tvorbu priemernej ceny ubytovania v hoteloch nižších kategórií.
- *Siedma hypotéza:* Zvyšujúci sa počet Airbnb ponúk ubytovania má vplyv na zmenu v počte návštevníkov v ubytovacích zariadeniach.

Jednotlivé hypotézy budú testované na ekonometrických výsledkoch modelov panelových dát. Vypovedajúcu hodnotu bude mať najmä koeficient logaritmovanej nezávislej veličiny β_1 (logaritmované Airbnb ponuky) v jednotlivých modeloch a jeho významnosť podľa výsledkov p-hodnôt. Hladina významnosti je stanovená na 5 % úrovni. Ak bude p-hodnota parametru β_1 menšia ako 0,05, parameter bude štatisticky významný a tým nezamietnem príslušnú zo stanovených hypotéz o vplyve Airbnb na hotelový priemysel. Ak bude parameter β_1 štatisticky nevýznamný, zamietnem príslušnú zo stanovených hypotéz. Ďalej budem sledovať a testovať, či sa v jednotlivých modeloch objavuje heteroskedasticita chybového člena medzi jednotlivými prierezo­vými jednotkami. Na jej testovanie využijem Waldov test heteroskedasticity a taktiež doplním okienkovými grafmi reziduí.

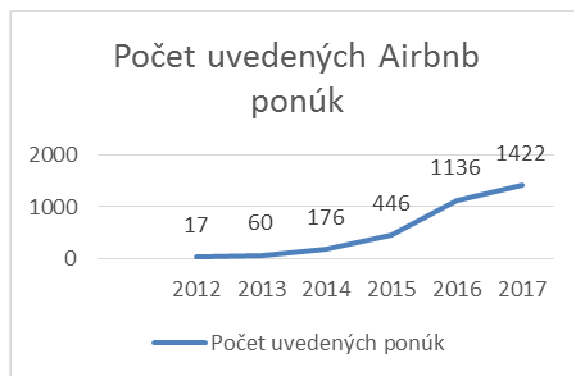
5 Vlastná práca

5.1 Deskriptívna analýza

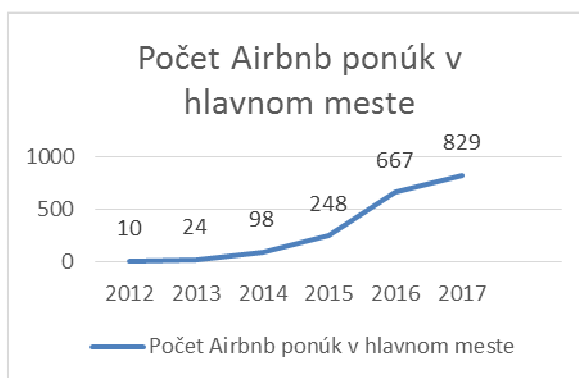
Táto kapitola sa bude zaoberať analýzou vývoja Airbnb a hotelového priemyslu v štáte. Analýza sa bude týkať obdobia piatich rokov, a to od roka 2012, kedy sa začali objavovať na Slovensku prvé Airbnb ponuky, do roku 2017. Následne budú v tejto kapitole uvedené výsledky odhadov modelov panelových dát za obdobie rokov 2012-2016, ktoré budú zisťovať vplyv rastúcich počtov ponúk Airbnb prenájmov na tržby hotelov rôznych kategórií, návštevnosť hotelov a tvorbu priemerných cien hotelov v Slovenskej republike.

5.1.1 Analýza Airbnb

Spoločnosť bola oficiálne založená v roku 2008 v San Franciscu a počiatočné roky od svojho vzniku zaznamenávala vysokú penetráciu práve v Spojených štátoch, odkiaľ až postupom času začala prenikať do štátov Európy. Na Slovensku sa začali objavovať prvé ponuky Airbnb prenájmov v roku 2012, no ani v súčasnosti nie je obyvateľstvo Slovenskej republiky s týmto „fenoménom“ veľmi oboznámené. Na rozdiel od štátov ako je Anglicko, Francúzsko, Nemecko a i., v ktorých hlavné mestá zaznamenávajú v súčasnosti desaťtisíce ponúk Airbnb prenájmov, Bratislava ich nezaznamenáva ani tisíc (Airdna, 2017).



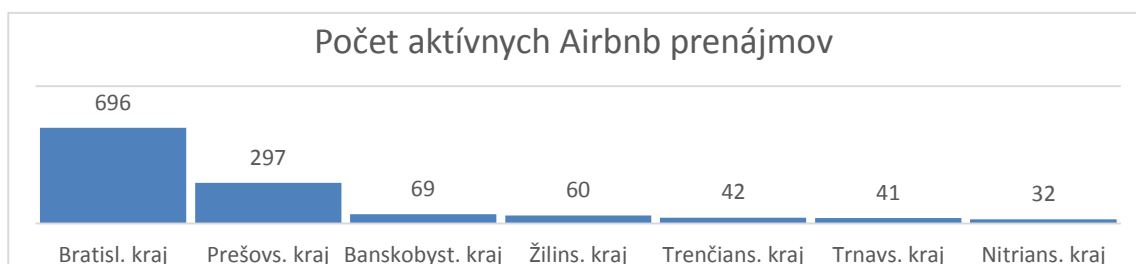
Obr. 6 Vývoj počtu Airbnb ponúk na Slovensku
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel



Obr. 7 Vývoj počtu Airbnb ponúk v Bratislave
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel

Obrázky 6 a 7 zobrazujú krivky počtov ponúk Airbnb prenájmov na Slovensku (Obr. 6) a z toho individuálne v Bratislave (Obr. 7), ktoré boli do mesiaca apríl 2017 na stránke zaznamenané. Z grafov vidieť, že krivky sú patrne rastúce, a prudký rast sa objavil v roku 2015. V tomto období sa postupne začala Airbnb dostávať do povedomia obyvateľov Slovenska a čoraz viac obyvateľov začalo na platforme Airbnb zaznamenávať a ponúkať na prenájom svoje obývacie priestory. Je viditeľné, že Airbnb má najvyššiu penetráciu v Bratislave, kde počty ponúk výrazne preyšujú ponuky v iných mestách, v ktorých má Airbnb zatiaľ len veľmi okrajovú popularitu.

V mesiaci apríl 2017, kedy sú dáta zozbierané, bolo v daných mestách Slovenska vypísaných v súčte 1237 aktívnych ponúk Airbnb prenájmov (Obr. 8). Ponuky zahrňujú zdieľané izby, súkromné izby a celé domy či byty. V súčasnosti je z aktívnych ponúk uvedených 26 ponúk prenájmov zdieľaných izieb, 380 ponúk súkromných izieb a 831 ponúk prenájmov celých domov/bytov. Za aktívnu ponuku Airbnb prenájmu sa považuje ponuka, ktorá bola k dispozícii na rezerváciu počas uvedeného mesiaca, bola uvedená na webovej stránke Airbnb, mala potvrdenú aspoň jednu rezerváciu v danom mesiaci a hostiteľ aktívne odpovedal na prípadné otázky týkajúce sa ponúkaného prenájmu (Airdna, 2017).



Obr. 8 Počet aktívnych Airbnb prenájmov na Slovensku
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel

Bratislavský kraj, do ktorého spadá v tejto práci v analýze Airbnb údajov len mesto Bratislava¹⁴, tvorí vyše 55 % ponúk z celkového počtu Airbnb ponúk na Slovensku, čo potvrdzuje, že v hlavnom meste je Airbnb najviac rozšírené. Vysoký podiel na počte ponúk má aj Prešovský kraj, do ktorého v tejto práci spadajú mestá Prešov, Poprad, Bardejov a Levoča¹⁵. Najvyšší podiel ponúk v tomto kraji má práve mesto Poprad (251 Airbnb ponúk), ktoré sa nachádza v tesnej blízkosti obľúbeného turistického regiónu Vysoké Tatry a návštevnosť v tomto meste vďaka svojej lokalite nadobúda oproti väčšine miest evidovaných v tejto práci vyššie čísla; a dá sa povedať, že Airbnb sa v tomto meste začína pomerne dosť rozširovať. Zvyšné kraje majú výrazne nižší podiel ponúk Airbnb prenájmov.

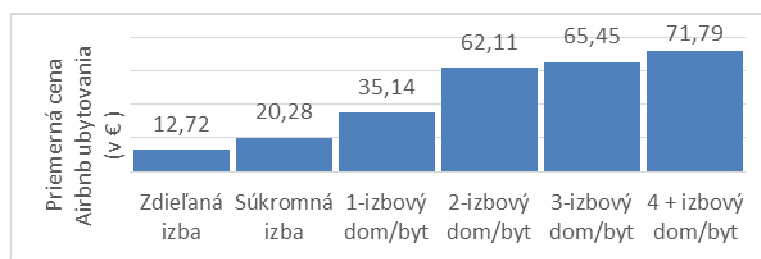
Webová stránka Airdna.co uvádza, že v mesiaci apríl 2017 ponúka na portáli ubytovanie celkom 831 hostiteľov. Väčšina z nich má vypísanú jednu ponuku, pričom niektorí ponúkajú i viacero ubytovaní (Obr. 9).



Obr. 9 Hostitelia podľa počtu Airbnb výpisov na Slovensku

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel

V nasledujúcom obrázku 10 sú zobrazené priemerné ceny rôznych typov Airbnb ubytovania. Uvedené ceny sú priemerné ceny za noc¹⁶ v pozorovaných slovenských mestách, za ktoré je nehnuteľnosť prenajímaná.



Obr. 10 Priemerná cena Airbnb ubytovania na Slovensku

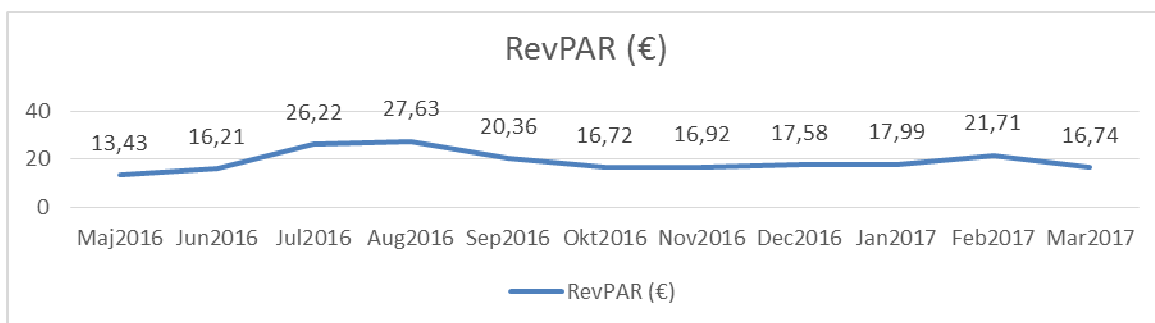
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel

¹⁴ Vid' kapitolu Metodika práce

¹⁵ Vid' kapitolu Metodika práce

¹⁶ Ceny sú uvedené v mene euro. Prepočítané z amerických dolárov kurzom Národnej banky Slovenska z dňa 24. 4. 2017: 1 EUR = 1,0848 USD

Počet uvedených Airbnb ponúk a dopyt po ubytovaní cez Airbnb je v jednotlivých mesiacoch rozdielny a obsahuje sezónne výkyvy. Vydelením celkového zisku (*total revenue*) počtom dostupných Airbnb ponúk za daný mesiac sa získa hodnota zisku pre jednu dostupnú izbu (*revenue per available room RevPAR*), ktorá je vhodným ukazovateľom sezónnych zmien v dopyte (Airdna, 2017).



Obr. 11 Hodnota zisku pre jednu dostupnú Airbnb izbu na Slovensku
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna v programe Excel

Obrázok 11 uvádza, že najvyšší dopyt po Airbnb ubytovaní je v skúmaných mestách Slovenska v letných mesiacoch júl a august, kedy je obdobie prázdnin a dovoleniek, čo je významným dôvodom pre cestovanie a uskutočňovanie rôznych druhov pobytov, ktoré umožňuje i Airbnb.

5.1.2 Analýza hotelového priemyslu

V tejto podkapitole budú hotely rozdelené do troch skupín podľa ich hviezdčkového ohodnotenia. Na základe tohto rozdelenia bude zobrazený vývoj tržieb jednotlivých hotelov a taktiež celkový vývoj počtu návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Slovensku. Taktiež bude porovnaná priemerná cena ubytovania v jednotlivých typoch hotelov.

Pod pojmom *hotel* sa všeobecne rozumie zariadenie, ktoré má účel krátkodobého ubytovania hostí a má viac ako desať izieb. Okrem ubytovacích služieb ponúka i doplnkové služby, pod ktoré spadajú najmä stravovacie, zábavné, rekreačno-športové služby, služby obchodne cestujúcim či iné spoločenské služby (Ministerstvo hospodárstva SR, 2008). Klasifikácia hotelov delí hotely do piatich tried, ktoré sa znázorňujú počtom hviezdíčiek. Hotel s jednou hviezdíčkou informuje o kvalite vybavenosti hotela. Je to najnižšia trieda, kde je vybavenie hotela jednoduché, pričom musí byť účelné, čisté a neustále udržiavané. Každá ďalšia hviezdíčka znamená vyššiu triedu, čomu zodpovedá väčší rozsah vybavenia a väčšiu kvalitu poskytovaných služieb. Najvyššiu triedu predstavuje päť hviezdíčiek.

*Hotel ** musí disponovať recepciou s dennou prevádzkou aspoň 16 hodín. Izba má jedno až dve lôžka s posteľnou bielizňou a jednoduché vybavenie, ktorého

súčasťou je minimálne nočný stolík s lampou, stolík, odpadkový kôš, skriňa, pohár na vodu a telefón v objekte. Hygienické zariadenie je spoločné.

*Hotel *** navyše musí mať na recepcii centrálny trezor a minimálne 50 % izieb vybavených vlastným sociálnym zariadením so základným vybavením ako je toaletný papier, toaletné mydlo či vrecko na hygienické vložky. Na každé lôžko sú k dispozícii aspoň dva uteráky, ktoré sa menia každé tri dni, pričom posteľná bielizeň sa mení každé štyri dni.

*Hotel **** musí mať recepciu s nepretržitou službou a každá izba musí mať vlastné sociálne zariadenie, ktorého súčasťou je aj sušič vlasov a hygienické doplnky. Hotel tejto triedy musí mať aj salóny.

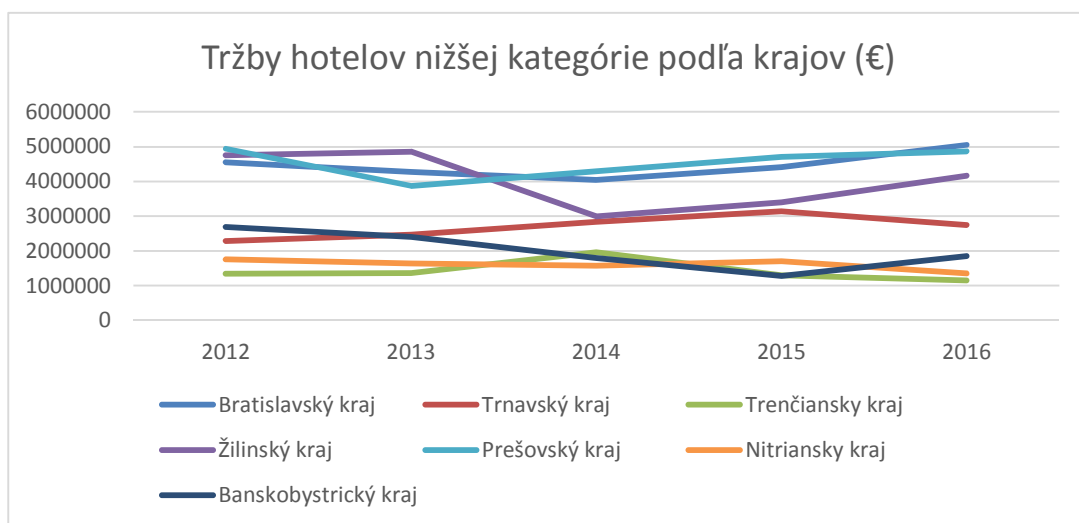
*Hotel ***** musí disponovať hotelovou halou, reštauráciou a odbytovým strediskom s dennou prevádzkou. V izbe sa okrem základného vybavenia nachádza i písací stôl, trezor, či minibar. Hygienické zariadenie je vybavené vreckom na špinavú bielizeň a hygienickými vreckovkami. Uteráky sa menia každý deň a posteľná bielizeň každé dva dni. Okrem salónov sa tu musia nachádzať aj klubové priestory.

*Hotel ****** musí mať navyše v každej izbe klimatizáciu a škála vybavenia v sociálnom zariadení je opäť na vyššej úrovni. Každý hosť má k dispozícii jednorazové papuče a uteráky s posteľnou bielizňou sa menia každý deň (Šedivá, 2010).

V tejto práci sú rozdelené hotely podľa vyššie predstavených tried do troch skupín:

- *hotely * až hotely ** (hotely nižšej kategórie),*
- *hotely *** (hotely strednej kategórie) a*
- *hotely **** až hotely ***** (hotely vyššej kategórie).*

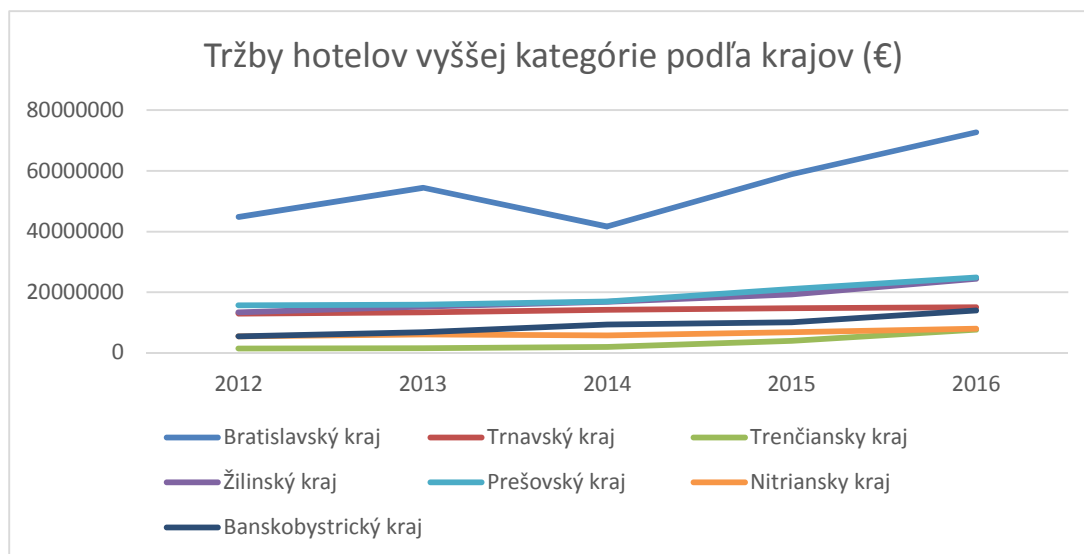
V nasledujúcich grafoch č. 10, 11 a 12 sú znázornené tržby hotelov jednotlivých skupín v siedmich krajoch Slovenska, ktoré sú podkladom pre vstupné dáta do modelov panelových dát, na ktorých bude prevedená analýza vplyvu Airbnb na tržby hotelov jednotlivých kategórií. Košický kraj je vynechaný, nakoľko pre tento kraj neboli dostupné dáta Airbnb ponúk a táto práca sa odvádza od dostupných dát Airbnb.



Obr. 12 Tržby 1 až 2-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Slovenského štatistického úradu v programe Excel

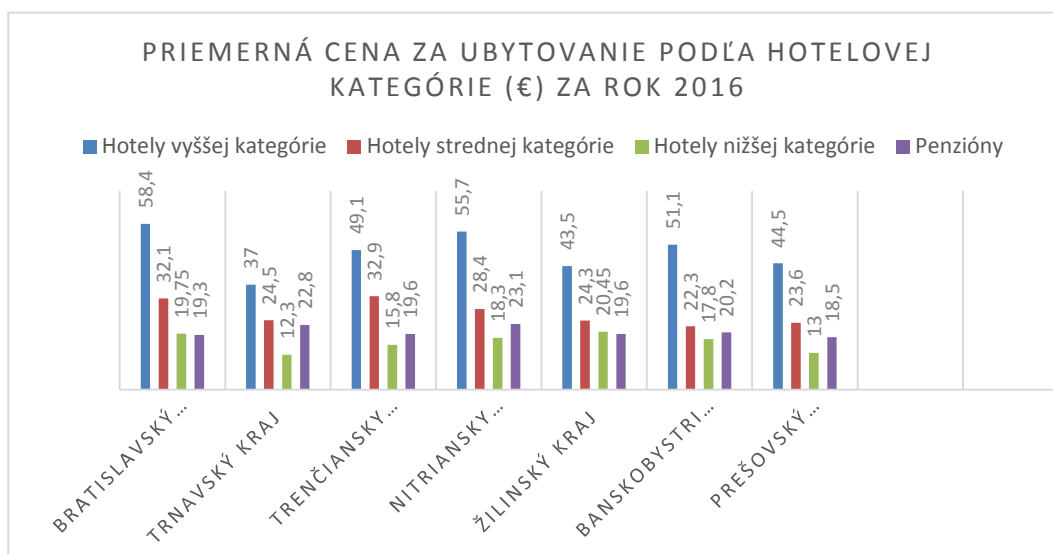


Obr. 13 Tržby 3-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Slovenského štatistického úradu v programe Excel



Obr. 14 Tržby 4 až 5-hviezdičkových hotelov na Slovensku v jednotlivých krajoch
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Slovenského štatistického úradu v programe Excel

Grafy na obrázkoch 12, 13 a 14 naznačujú, že očakávané najvyšších tržieb dosahujú hotely vyššej kategórie a najnižších tržieb hotely nižšej kategórie. Je patrné, že tržby Bratislavského kraja spolu s Košickým a Prešovským krajom v tržbách hotelov nižšej a strednej kategórie prevyšujú ostatné kraje. V najvyšších tržbách strednej kategórie hotelov figuruje Prešovský kraj (Obr. 13), ktorého tržby hotelov tejto kategórie vo výške 18115033 len za rok 2016 prevýšili tržby ostatných krajov. Tržby hotelov nižšej kategórie (Obr. 12) dosahujú najnižších hodnôt v Nitrianskom a Trenčianskom kraji, ku ktorým sa v roku 2015 v nižších tržbách priblížil Banskobystrický kraj. V prípade tržieb hotelov strednej kategórie dosahuje viditeľne najnižších hodnôt Nitriansky kraj, za ktorým nasleduje postupne Trnavský, Trenčiansky a Banskobystrický kraj. Pri pohľade na graf tržieb hotelov vyššej kategórie (Obr. 14) dosahuje Bratislavský kraj výrazne vyšších hodnôt ako ostatné kraje. V roku 2016 dosiahli hotely vyššej kategórie v tomto kraji tržby dokopy až 72965619 eur. Naopak najnižších tržieb v tejto kategórii dosahuje Trenčiansky kraj, v ktorom sú za rok 2016 príslušné tržby vo výške 7597391 eur.

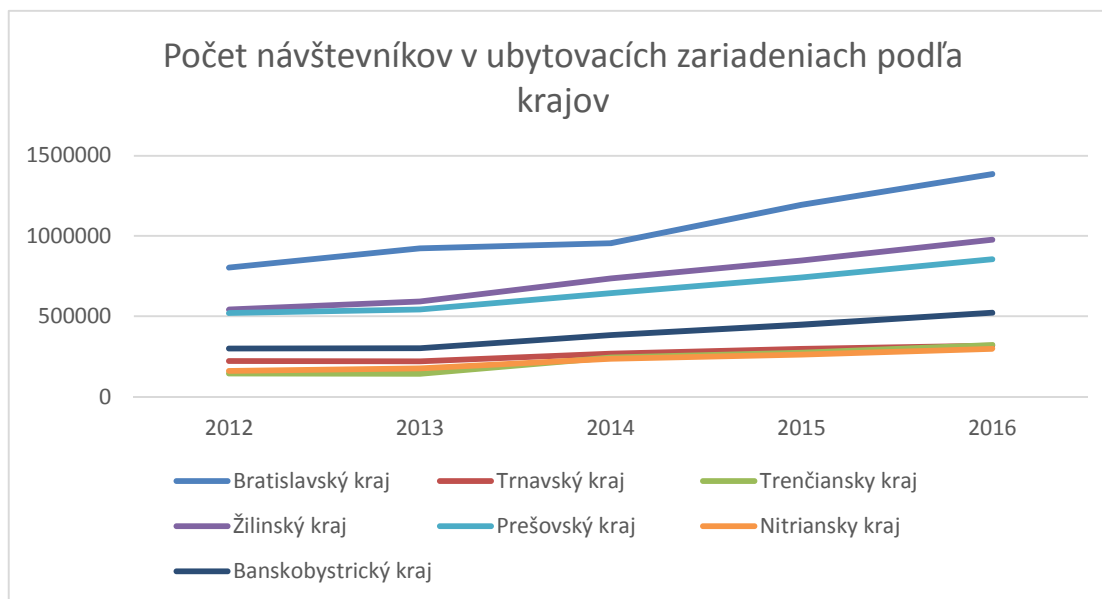


Obr. 15 Priemerná cena za ubytovanie v hoteloch podľa ich kategórie za rok 2016

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Slovenského štatistického úradu v programe Excel

Ďalším skúmaným javom v tejto práci bude potenciálny vplyv zvyšujúceho sa počtu Airbnb ponúk na tvorbu priemerných cien za ubytovanie jednotlivých hotelov. Je vhodné pripomenúť, že hotelový príjem za izbu je produktom dvoch veličín: priemernou obsadenosťou v určitom časovom úseku a priemernou cenou za izbu v tom istom danom časovom úseku. Hotel, ktorý neodpovedá na zmenu v dopyte, by sa mohol vystaviť redukcii v obsadenosti na rozdiel od hotela, ktorý by si mohol efektívne udržať úroveň obsadenosti stanovením nižšej ceny za ubytovanie. Empirický výskum v texaskom meste Austin preukázal, že každý 10 % nárast v počte Airbnb ponúk dokáže spôsobiť zníženie cien hotelov o 0,19 % (Zervas a kol., 2016).

Pri pohľade na priemerné ceny za ubytovanie za noc v hoteloch a priemerné ceny Airbnb ubytovania na Slovensku (Obr. 15) je patrné, že priemerné ceny za ubytovanie v hoteloch vyššej kategórie sú zrovnateľné s priemernými cenami Airbnb ubytovania za (i viac-izbový) celý dom/byt. Navyše, i priemerné ceny ubytovania v hoteloch strednej kategórie sú zrovnateľné s priemernými cenami Airbnb za celý 1-izbový dom/byt a sú zároveň vyššie ako ceny, ktoré má Airbnb stanovené za súkromnú či zdieľanú izbu. Priemerné ceny hotelov nižšej kategórie sú zrovnateľné s priemernými cenami Airbnb ponúk ubytovania za súkromnú izbu.



Obr. 16 Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Slovenska v jednotlivých krajoch
Zdroj: Vlastné spracovanie dát Slovenského štatistického úradu v programe Excel

Posledným skúmaným javom v tejto práci bude možný vplyv Airbnb na návštevnosť v tradičných ubytovacích zariadeniach na Slovensku. Graf počtu návštevníkov od roku 2012 (Obr. 16) však značí rastúci trend, z čoho môže vyplývať, že narastajúci počet Airbnb ponúk na Slovensku zrejme nebude mať negatívny dopad na návštevnosť v ubytovacích zariadeniach. Najvyššiu návštevnosť za sledované obdobie dosahuje Bratislavský kraj, kde v roku 2016 využilo ubytovanie 1386283 návštevníkov. Najnižšiu návštevnosť dosahuje Nitriansky a Trenčiansky kraj, v ktorých počet návštevníkov v roku 2016 dosiahol len približne 300-tisíc.

5.2 Analýza panelových dát

V tejto kapitole otestujem stanovené hypotézy uvedené v Metodike práce. Pri jednotlivých ekonometrických výsledkoch z výstupov panelovej analýzy v programe *Gretl* sú závislé premenné (tržby, návštevnosť a priemerná cena) i regresor (počet Airbnb ponúk) prítomné v logaritmickej forme, nakoľko je skúmaná konštantná elasticita medzi týmito veličinami. Zmena tempa rastu HDP je ako regresor uvedená v percentách a nie je logaritmovaná. Jednotlivé premenné obsahujú ročné dáta daných veličín z krajov Slovenska (okrem Košického) za roky 2012-2016. Všetky odhady sú pre modely s pevnými efektmi a sú zahrnuté robustné smerodajné chyby.

Interpretácia získaných odhadov koeficientov na základe panelovej metódy fixných efektov sa bude zameriavať hlavne na vzťah medzi závislými premennými počtom Airbnb ponúk a je nasledovná: Zmena v ponuke Airbnb ubytovania (ovplyvňujúcej premennej) o 1 % prinesie zmenu v hotelových tržbách, priemernej

hotelovej ceny ubytovania či návštevnosti ubytovacích zariadení (ovplyvňovaných premenných) o odhadnutú percentuálnu hodnotu koeficientu β_1 . Počet hviezdíčiek pri získaných p-hodnotách poukazuje na významnosť získaného výsledku. Jedna hviezdica znamená, že získaný odhad je preukázaný na hladine významnosti 10 %, dve hviezdčky znamenajú 5 % hladinu významnosti získaného odhadu a tri hviezdčky 1% hladinu významnosti.

5.2.1 Vplyv Airbnb na tržby hotelov vyšších kategórií

Pri analýze vplyvu Airbnb na tržby hotelov vyšších kategórií bol získaný výstup pre model s pevnými efektmi s robustnými smerodajnými chybami zahrňujúci vysvetľované premenné *logaritmovaného počtu Airbnb ponúk a medziročnú zmenu tempa rastu HDP*. Závislou premennou sú *logaritmované tržby 4 až 5-hviezdíčkových hotelov* (Tab. 2).

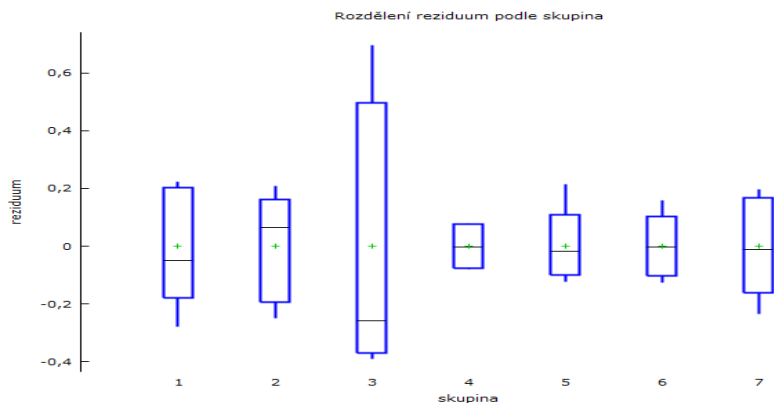
Tab. 2 Odhad modelu s pevnými efektmi pre prvú stanovenú hypotézu

Závislá premenná: \ln _tržby hotelov vyšších kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	15,9060	114,4	3,01*10 ⁻¹¹ ***	0,951635
ΔHDP	-0,0129609	-0,3939	0,7073	
\ln _Airbnb_ponuky	0,176308	2,968	0,0250 **	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airbnb a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

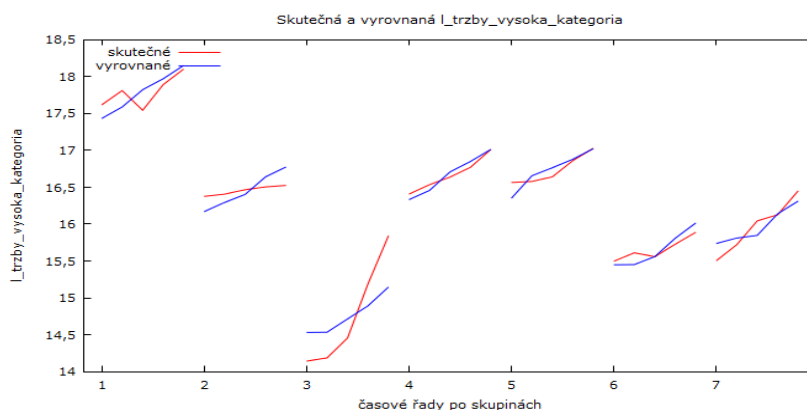
P-hodnota t-testu pre vysvetľovanú premennú Airbnb ponuky je menšia ako 0,05 a je štatisticky významná na 5% hladine významnosti. Odhad významného parametru $\beta_1 = 0,176308$ potvrdzuje vzájomný vzťah Airbnb a tržieb hotelov danej kategórie. Tým nezamietam prvú stanovenú hypotézu. Kladné znamienko premennej β_1 vyjadruje, že ak sa počet Airbnb ponúk na Slovensku zvýši o 1 %, tržby hotelov vyšších kategórií sa zvýšia približne o 0,176 %. Vhodnosť použitia modelu s pevnými efektmi je možné overiť testom pre rôzne intercepty medzi skupinami, ktorého p-hodnota vyšla 0,000349643. Nulová hypotéza hovorí o spoločnom intercepte medzi skupinami. Na základe p-hodnoty, ktorá je menšia ako 0,05, nulovú hypotézu zamietam a použitie modelu s pevnými efektmi je opodstatnené. Koeficient determinácie $R^2 = 0,951635$ vyjadruje, že daný model za pomoci vyššie uvedených vysvetľovaných premenných popísal až 95 % variability tržieb hotelov vyšších kategórií. K otestovaniu heteroskedasticity medzi skupinami je možné využiť Waldov test heteroskedasticity. Nulová hypotéza testu hovorí, že sa vyskytuje homoskedasticita medzi jednotlivými skupinami a náhodné zložky majú konštantný rozptyl. Výsledná p-hodnota Waldovho testu heteroskedasticity medzi skupinami $9,07646 \cdot 10^{-234}$ zamietá nulovú hypotézu, teda zamietá homoskedasticitu chybového členu medzi jednotlivými prierezovými jednotkami. Okienkový graf (Obr. 17) naznačuje, že reziduá pre jednotlivé prierezové jednotky nemajú konštantný rozptyl. Z grafu je vidieť, že najväčší

rozptyl náhodnej zložky sa dá sledovať v prípade jednotky 3 (Trenčiansky kraj). Veľký rozptyl tejto jednotky môže byť spôsobený podstatne nižšími hodnotami tržieb ako v iných krajoch.



Obr. 17 Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)
Zdroj: Výstup z programu Gretl

Z grafu skutočných a vyrovnaných hodnôt (Obr. 18) sa dajú pozorovať veľké odchýlky odhadnutých hodnôt od skutočných tiež v prípade Trenčianskeho kraja (časová rada 3), čo môže znamenať, že model nedokázal dostatočne popísať tržby 4 až 5-hviezdičkových hotelov v tomto kraji súčasne s tržbami ostatných krajov, pretože Trenčiansky kraj ich mal podstatne nižšie a tým sa odchyľoval od ostatných krajov. Naopak najvyšších tržieb dosahoval Bratislavský kraj (časová rada 1), ktorého odhadnuté hodnoty sa taktiež odchyľujú od skutočných, avšak nie až tak patrne ako v Trenčianskom kraji.



Obr. 18 Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu tržieb hotelov vyššej kategórie za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami – 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobystrický kraj).
Zdroj: Výstup z programu Gretl

5.2.2 Vplyv Airbnb na tržby hotelov stredných kategórií

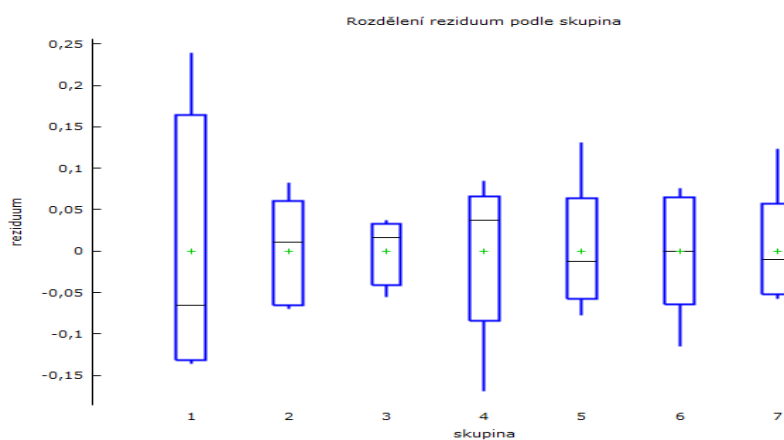
Získaný výstup pre model s pevnými efektmi na zistenie vplyvu Airbnb na tržby hotelov stredných kategórií opäť potvrdzuje ich silnú vzájomnú závislosť. Závislou premennou sú *logaritmované tržby 3-hviezdičkových hotelov* (Tab. 3).

Tab. 3 Odhad modelu s pevnými efektmi pre druhú stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_tržby hotelov stredných kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	15,9075	385,4	2,06*10 ⁻¹⁴ ***	0,976018
ΔHDP	-0,0600961	-3,017	0,0235 **	
ln_Airbnb_ponuky	0,0854256	3,568	0,0118 **	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

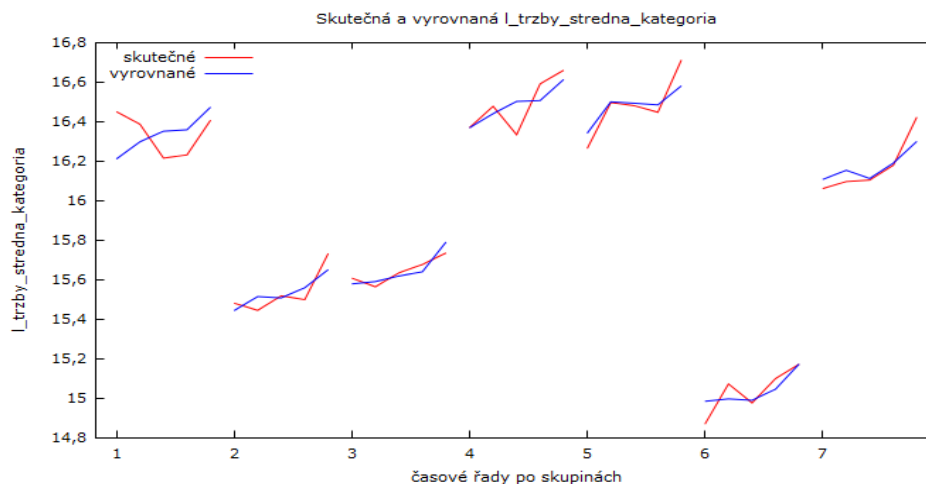
Podľa koeficientu determinácie model vysvetlil až takmer 98 % závislej premennej. Parameter β_1 vyjadrujúci konštantnú elasticitu vyšiel 0,0854256 a je na základe výslednej p-hodnoty menšej ako 0,05 štatisticky významný na 5% hladine významnosti. Na základe významnosti tohto parametru nezamietam druhú stanovenú hypotézu o vplyve Airbnb na tržby hotelov strednej kategórie. Koeficient tempa rastu HDP je tiež významný na 5% hladine významnosti, keďže jeho p-hodnota je menšia ako 0,05. Model hovorí o tom, že ak sa ponuka Airbnb na Slovensku zvýši o 1%, tržby hotelov strednej kategórie na Slovensku sa zvýšia o približne 0,085 %. Na základe významnosti koeficientu tempa rastu HDP model súčasne hovorí, že ak vzrastie tempo rastu HDP o 1 percentný bod, tržby hotelov strednej kategórie poklesnú o približne 6 %. P-hodnota Waldovho testu je $4,32581 \cdot 10^{-26}$, čím je zamietnutá nulová hypotéza (p-hodnota je menšia ako 0,05) o výskyte homoskedasticity medzi skupinami. O heteroskedasticite chybového členu svedčí aj okienkový graf reziduí (Obr. 19) medzi prierezovými jednotkami (krajmi). V tomto prípade vykazuje najväčší rozptyl náhodnej zložky jednotka 1 (Bratislavský kraj).



Obr. 19 Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)

Zdroj: Výstup z programu Gretl

Podobne ako v okienkovom grafe reziduí, v grafe skutočných a vyrovnaných hodnôt (Obr. 20) sa dajú pozorovať najväčšie odchýlky skutočných a odhadnutých hodnôt v Bratislavskom (časová rada 1) a Nitrianskom kraji (časová rada 4). Je to spôsobené pravdepodobne preto, že hodnoty tržieb 3-hviezdičkových hotelov v týchto krajoch sa najviac odchyľujú od hodnôt v ostatných krajoch.



Obr. 20 Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu tržieb hotelov strednej kategórie za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami – 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobystrický kraj).

Zdroj: Výstup z programu Gretl

5.2.3 Vplyv Airbnb na tržby hotelov nižšej kategórie

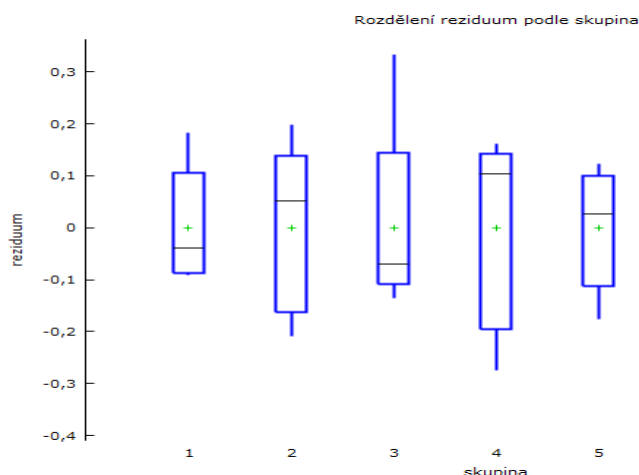
O vplyve Airbnb ponúk na tržby hotelov nižšej kategórie som vytvorila ďalší model panelových dát s pevnými efektmi. Závislou premennou sú *logaritmované tržby 1 až 2-hviezdičkových hotelov* (Tab. 4).

Tab. 4 Odhad modelu s pevnými efektmi pre tretiu stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_tržby hotelov nižších kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	14,8735	96,98	8,10*10 ⁻¹¹ ***	0,904212
ΔHDP	-0,00929250	-0,1080	0,9175	
ln_Airbnb_ponuky	-0,0243503	-0,6770	0,5236	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

Model poukazuje výslednou hodnotou koeficientu determinácie $R^2 = 0,904212$ na silnú pozitívnu závislosť medzi hotelovými tržbami a Airbnb ponukami, avšak koeficient β_1 je pri výslednej p-hodnote 0,5236 nevýznamný a nezamietam nulovú hypotézu o štatistickej nevýznamnosti parametru. V prípade jeho významnosti (ak by jeho výsledná p-hodnota bola nižšia ako 0,05) by jeho záporná hodnota signalizovala pri 1 % náraste Airbnb ponúk zníženie tržieb hotelov nižšej kategórie o približne 0,02 %. Na základe nevýznamnosti tohto koeficientu ale zamietam tretiu stanovenú hypotézu. Airbnb nemá vplyv na tržby hotelov strednej kategórie na Slovensku. Heteroskedasticita chybového členu v modeli bola potvrdená Waldovým testom s p-hodnotou $1,38954 \cdot 10^{-11}$, čím je zamietnutá nulová hypotéza o výskytu homoskedasticity chybového členu. Pri pohľade na okienkový graf reziduí (Obr. 21) je viditeľný najväčší rozptyl jednotky 7 (Banskobystrický kraj) a rozdielne výšky okienok naznačujú, že náhodné zložky medzi jednotkami nemajú konštantný rozptyl. Je to spôsobené veľkými rozdielmi v tržbách 3-hviezdičkových hotelov v jednotlivých krajoch Slovenska.



Obr. 21 Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)

Zdroj: Výstup z programu Gretl

5.2.4 Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch vyšších kategórií

K overeniu štvrtej hypotézy, ktorá predpokladá vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch vyššej kategórie, poslúži opäť výstup modelu predstavených panelových dát s pevnými efektmi. Závislou premennou je *logaritmovaná priemerná cena ubytovania v 4 až 5-hviezdičkových hoteloch* (Tab. 5).

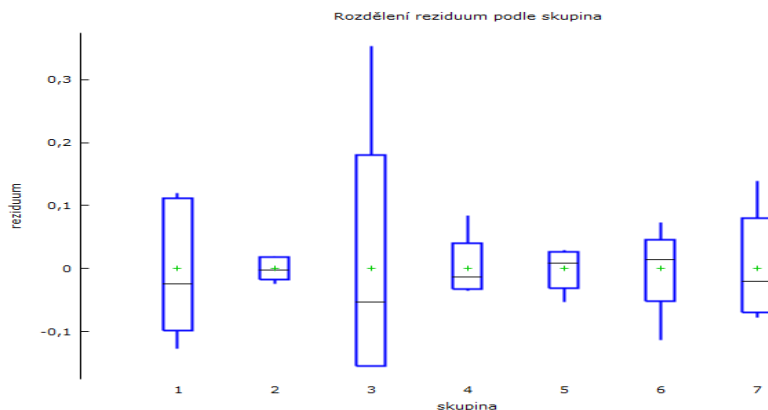
Tab. 5 Odhad modelu s pevnými efektmi pre štvrtú stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_priemerná cena za ubytovanie hotely vyšších kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	3,77861	74,55	3,92*10 ⁻¹⁰ ***	0,800333
ΔHDP	0,0202494	0,6690	0,5284	
ln_Airbnb_ponuky	0,00315634	0,1457	0,8889	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

Pozorovaný parameter konštantnej elasticity β_1 je v tomto prípade rovný 0,00315634 a s výslednou p-hodnotou, ktorá je vyššia ako hladina významnosti 0,05, je štatisticky nevýznamný. To znamená, že Airbnb nemá vplyv na tvorbu priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch vyšších kategórií a tvorba týchto cien závisí od vplyvov iných faktorov ako je Airbnb. Tým zamietam štvrtú stanovenú hypotézu uvedenú v Metodike práce. Waldov test heteroskedasticity potvrdil heteroskedasticitu chybového členu, pretože p-hodnota testu vyšla rovná nule. Spôsobujú to opäť veľké odchýlky priemerných cien za ubytovanie 4 až 5 hviezdičkových hotelov v jednotlivých krajoch, o čom svedčí aj okienkový graf reziduí jednotlivých skupín (Obr. 22), v ktorom majú najväčší rozptyl náhodnej

zložky jednotky 1 (Bratislavský kraj) a 3 (Trenčiansky kraj), ktorých priemerné ceny ubytovania v hoteloch danej kategórie sa za pozorované obdobie podľa grafu najviac líšia od ostatných krajov.



Obr. 22 Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)

Zdroj: Výstup z programu Gretl

5.2.5 Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch stredných kategórií

Ďalším uvedeným ekonometrickým modelom z panelovej kategórie dát bude model skúmajúci konštantnú elasticitu medzi počtom Airbnb ponúk a tvorbou priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch strednej kategórie. Závislou premennou je *logaritmovaná priemerná cena ubytovania v 3-hviezdičkových hoteloch* (Tab. 6).

Tab. 6 Odhad modelu s pevnými efektmi pre piatu stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_priemerná cena za ubytovanie hotely stredných kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	3,25633	98,39	7,43*10 ⁻¹¹ ***	0,951207
ΔHDP	-0,0121725	-0,6110	0,5636	
ln_Airbnb_ponuky	0,0137356	1,063	0,3286	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

Koeficient determinácie modelu $R^2 = 0,951207$ značí vysoký podiel variability závislej premennej. P-hodnota koeficientu β_1 je však väčšia ako 0,05 a to značí o štatistickej nevýznamnosti tohto parametru podľa nulovej hypotézy o štatistickej významnosti parametrov. Počty ponúk Airbnb na Slovensku teda neovplyvňujú tvorbu priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch strednej kategórie a tým zamietam piatu hypotézu o vplyve Airbnb na tvorbu priemerných cien ubytovania v hoteloch danej kategórie. P-hodnota Waldovho testu heteroskedasticity s

p-hodnotou $3,1367 \cdot 10^{-188}$ i v tomto prípade potvrdzuje výskyt heteroskedasticity medzi jednotlivými skupinami.

5.2.6 Vplyv Airbnb na priemernú cenu ubytovania v hoteloch nižších kategórií

Šiesta hypotéza bude overovať možný vplyv Airbnb na tvorbu priemernej ceny ubytovania v 1 až 2-hviezdičkových hoteloch. Závislou premennou bude *logaritmovaná priemerná cena za ubytovanie týchto hotelov* (Tab. 7).

Tab. 7 Odhad modelu s pevnými efektmi pre šiestu stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_priemerná cena za ubytovanie hotely nižších kategórií				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	2,81784	36,43	$2,85 \cdot 10^{-8}$ ***	0,867097
ΔHDP	0,0388661	0,8093	0,4493	
ln_Airbnb_ponuky	-0,0321273	-1,075	0,3237	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

Model má vysokú vypovedajúcu schopnosť premenlivosti závislej veličiny na základe koeficientu determinácie. Opäť sa však sledovaný koeficient elasticity β_1 nepreukázal ako štatisticky významný, keďže jeho p-hodnota je vyššia ako hladina významnosti 0,05 a preto nezamietam nulovú hypotézu o štatistickej nevýznamnosti parametru. Tým zamietam aj stanovenú šiestu hypotézu o vplyve Airbnb na tvorbu priemernej ceny ubytovania hotelov nižšej kategórie. Avšak, keby sa koeficient ukázal ako štatisticky významný, potom by model potvrdzoval na základe záporného znamienka parametru β_1 konštatovanie, že 1 % nárast ponuky Airbnb ubytovania na Slovensku by mal za následok zníženie priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch nižších kategórií priemerne o 0,03 %. Waldov test s p-hodnotou $1,55517 \cdot 10^{-11}$ potvrdzuje, že náhodné zložky medzi skupinami nevykazujú konštantný rozptyl a opäť sa kvôli rozdielnym priemerným cenám 1 až 2-hviezdičkových hotelov v jednotlivých krajoch vyskytuje heteroskedasticita chybového členu medzi skupinami (kraji).

5.2.7 Vplyv Airbnb na návštevnosť v ubytovacích zariadení

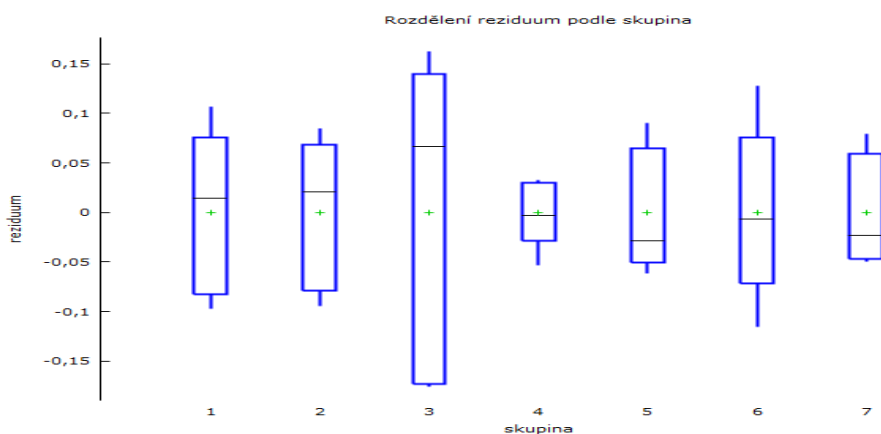
Posledným výstupným modelom zo série panelových dát v tejto práci je ekonometrický model zameraný na vplyv Airbnb na počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach na Slovensku. Závislou premennou je *logaritmovaný počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach* (Tab. 8).

Tab. 8 Odhad modelu s pevnými efektmi pre siedmu stanovenú hypotézu

Závislá premenná: ln_počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach				
Premenná	Parameter	t-štatistika	p-hodnota	R ²
Konštanta	12,4869	202,0	9,94*10 ⁻¹³ ***	0,984030
ΔHDP	0,0795884	3,477	0,0132 **	
ln_Airbnb_ponuky	0,106795	11,91	2,12*10 ⁻⁵ ***	

Zdroj: Vlastné spracovanie dát Airdna a Slovenského štatistického úradu v programe Gretl

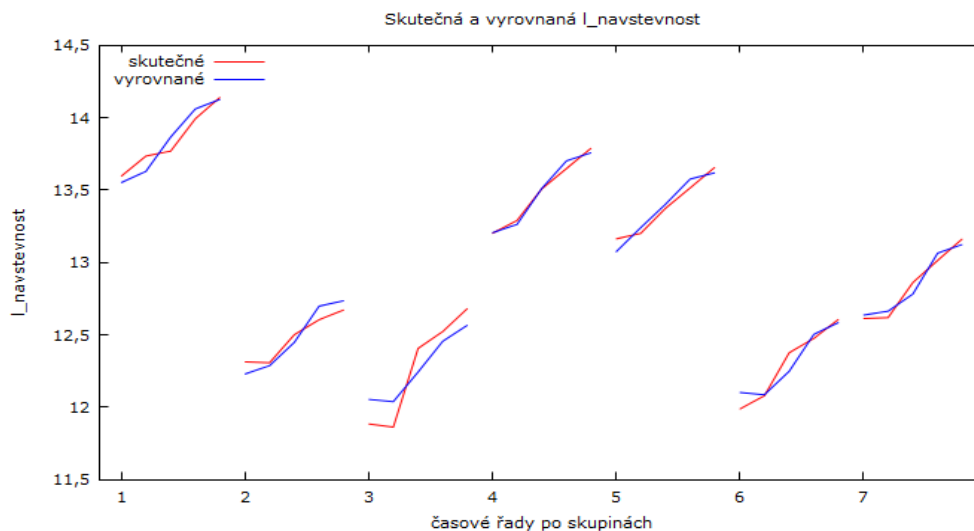
Model vysvetľuje 98 % premenlivosti závislej premennej, čo značí o veľmi silnej závislosti Airbnb a návštevnosti ubytovacích zariadení. Parameter elasticity β_1 je štatisticky významný na 1 % hladine významnosti, pretože jeho p-hodnota je menšia ako 0,01. Nezamietam siedmu hypotézu o vplyve Airbnb na návštevnosť v ubytovacích zariadeniach s tým, že zvýšenie ponuky Airbnb na Slovensku o 1 % bude mať na základe výsledkov z modelu za následok zvýšenie počtu návštevníkov ubytovacích zariadení o približne 0,106 %. Štatisticky významný na 5 % hladine významnosti je aj parameter tempa rastu HDP a model hovorí, že ak vzrastie tempo rastu HDP o 1 percentný bod, počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach sa zvýši o približne 7,96 %. P-hodnota Waldovho testu heteroskedasticity medzi skupinami $2,7585 \cdot 10^{-26}$ opäť zamietajú nulovú hypotézu o výskyte homoskedasticity chybového členu medzi prierezovými jednotkami. Rovnaký výsledok sa dá sledovať aj v okienkovom grafe reziduí (Obr. 23), kde výška okienka pre jednotku číslo 3 (Trenčiansky kraj) výrazne presahuje výšku ostatných okienok. Je to spôsobené zrejme podstatne väčšími odchýlkami v počte návštevníkov Trenčianskeho kraja od počtu návštevníkov v ostatných krajoch.



Obr. 23 Okienkový graf reziduí predstavujúci rozptyl reziduí pre jednotlivé prierezové jednotky (kraje)

Zdroj: Výstup z programu Gretl

Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt (Obr. 24) tiež naznačuje, že modelom najmenej vysvetlená návštevnosť bola v prípade Trenčianskeho kraja, kde sa skutočné a odhadnuté hodnoty najviac odchyľujú.



Obr. 24 Graf skutočných a vyrovnaných hodnôt závislej veličiny logaritmu návštevnosti v ubytovacích zariadeniach za obdobie rokov 2012-2016. Jednotlivé prierezové jednotky sú reprezentované číslami - 1 (Bratislavský kraj), 2 (Trnavský kraj), 3 (Trenčiansky kraj), 4 (Žilinský kraj), 5 (Prešovský kraj), 6 (Nitriansky kraj) a 7 (Banskobystrický kraj).

Zdroj: Výstup z programu Gretl

5.3 Diskusia

V tejto kapitole budú bližšie okomentované výsledky empirickej analýzy prevedenej v predošlej kapitole.

Prvá aj druhá hypotéza bola potvrdená a analýzou sa preukázal pozitívny vplyv narastajúceho počtu Airbnb ponúk na tržby hotelov vyššej aj strednej kategórie na Slovensku. Dalo by sa predpokladať, že výsledok dopadne práve naopak a zvyšujúci počet ponúk Airbnb ubytovania by mal za následok práve zníženie tržieb hotelov. To by sa v prípade Slovenska dalo najviac predpokladať v Bratislavskom a Prešovskom kraji, kde je zatiaľ počet ponúk Airbnb najväčší. Avšak, v prípade tržieb hotelov nižšej kategórie parameter β_1 záporný, čo by v prípade jeho štatistickej významnosti znamenalo zníženie hotelových tržieb pri narastajúcej ponuke Airbnb ubytovania. Parameter bol však štatisticky nevýznamný a tým sa tento vplyv nedá na základe výsledkov modelu konštatovať. Keďže Airbnb nie je na Slovensku v súčasnosti ešte tak populárne ako v niektorých iných krajinách a výskum sa týkal rokov 2012-2016, kedy do roku 2015 bolo na Slovensku len niekoľko desiatok Airbnb ponúk ubytovania (i to evidovaných najmä v Bratislavskom kraji, ostatné kraje majú takmer zanedbateľné čísla), môžu byť výsledky analýzy skreslené. Navyše, obmedzenosť dostupných dát o počte Airbnb ponúk ubytovania na Slovensku a absencia Košického kraja mohli znepresniť vypovedajúcu schopnosť výsledkov. Treba pripomenúť, že údaje o hoteloch sa týkali kompletne všetkých hotelov v daných krajoch, kým dáta o počte Airbnb ponúk sa týkali len 14 miest Slovenska, ktoré portál Airdna zverejňoval, čiže neboli evidované úplne všetky mestá v daných krajoch (na rozdiel od hotelových dát), kde by sa mohli vyskytovať ďalšie ponuky Airbnb ubytovania. V tom prípade by bolo zaznamenaných omnoho viac Airbnb ponúk a výsledky empirickej analýzy panelových dát by mohli vykazovať úplne iné výsledky.

To isté by sa dalo konštatovať i s tvorbou priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch. Airbnb, nakoľko ponúka lacnejšie ubytovanie ako ponúkajú hotely, by mohlo mať za následok zníženie priemernej ceny za ubytovanie v hoteloch, pokiaľ by si hotely chceli udržať svoju obsadenosť. V tejto práci sa efekt neprejavil a Airbnb nemal žiadny vplyv na tvorbu hotelovej ceny a to ani v jednej z daných kategórií hotelov. Je vhodné podotknúť, že výsledok vplyvu Airbnb na priemernú hotelovú cenu by sa mohol prejaviť, keby boli dostupné dáta o úplne všetkých Airbnb ubytovaniach na Slovensku, čo však nebolo možné.

Posledným skúmaným vplyvom bol vplyv Airbnb na počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach. Paradoxne, výsledok analýzy dokonca na 1 % hladine významnosti potvrdil pozitívny vplyv Airbnb na návštevnosť v ubytovacích zariadeniach na Slovensku a so zvyšujúcim sa počtom Airbnb ponúk ubytovania narastá podľa výsledkov i návštevnosť v tradičnom ubytovacom sektore na Slovensku. Výsledok môže byť opäť skreslený kvôli obmedzeným dátam o ponukách Airbnb.

V súvislosti s tým, že Airbnb ponuky na Slovensku rástli rýchlejšie od roku 2015 (i to najmä v Bratislave), každým ďalším rokom narastajú stále rýchlejšie v porovnaní s rokom predošlým (a to už i v iných mestách, ako Bratislave). V súčasnosti ešte nemusia mať nijaký dopad na hotelový priemysel, no je možné očakávať, že v prípade, ak ponuky Airbnb ubytovania budú na Slovensku rásť stále rýchlejším tempom ako ukázali posledné dva roky, Airbnb môže začať negatívne ovplyvňovať slovenský hotelový priemysel. Ak by táto situácia nastala, najvhodnejším odporúčaním pre hotely usudzujem pružnú reakciu cenovej ponuky ubytovania hotelov, t.j. zníženie priemernej ceny za ubytovanie, čím by hotely neboli vystavené citel'nému nebezpečenstvu zníženia obsadenosti a s tým spojenými následnými nižšími tržbami.

6 Záver

Napriek tomu, že ľudia zdieľali svoje zdroje a nevyužívaný kapitál už mnoho predošlých rokov, moderná zdieľaná ekonomika je novým konceptom. Jej rozmach je úzko spojený s rozvojom internetu a dá sa povedať, že kráča ruka v ruke s modernými informačnými technológiami. Aplikácie či internetové portály zdieľanej ekonomiky umožňujú jednoduché a efektívne vytvorenie kontaktov medzi ľuďmi po celom svete, ktorí zdieľajú svoj kapitál. Medzi tieto portály patrí Airbnb, ktorý sa zaraďuje k jedným z najúspešnejších startupov na svete.

V súvislosti s extrémne rastúcou popularitou a obľubou Airbnb najmä v posledných rokoch, bola podnietená otázka o jej možnom negatívnom dopade na hotelový priemysel. Táto bakalárska práca oboznamovala čitateľa v prvej časti na teoretické poznatky týkajúce sa zdieľanej ekonomiky a Airbnb. Hlavným cieľom práce a zároveň náplňou druhej, analytickej časti, bolo získať odpoveď na výskumnú otázku práve o potenciálnom vplyve Airbnb na slovenský hotelový priemysel. Výskumnú otázku pomáhali zodpovedať jednotlivé hypotézy o vplyve Airbnb na hotelové tržby, priemerné hotelové ceny a na návštevnosť v slovenských ubytovacích zariadeniach, ktoré boli testované pomocou analýzy panelových dát predstavených v deskriptívnej analýze druhej časti práce.

Ekonometrické výsledky z výstupov panelovej analýzy nezamietli hypotézu o vplyve Airbnb na tržby slovenských hotelov stredných a vyšších kategórií, a tiež nezamietli hypotézu o vplyve Airbnb na návštevnosť v slovenských ubytovacích zariadeniach. Prekvapivé výsledky ukázali pozitívny vplyv Airbnb ako na hotelové tržby danej kategórie, tak aj na návštevnosť ubytovacích zariadení. Ostatné stanovené hypotézy v tejto práci týkajúce sa vplyvu Airbnb na hotelové tržby nižších kategórií a vplyve na tvorbu priemernej ceny slovenských hotelov, neboli potvrdené. Odpoveďou na cieľovú výskumnú otázku je na základe niektorých potvrdených hypotéz paradoxne pozitívny vplyv Airbnb na slovenský hotelový priemysel. Avšak, výsledky tejto bakalárskej práce nemusia mať dostatočnú kvalitu vypovedajúcej schopnosti kvôli veľmi obmedzeným dostupným dátam o počte ponúk Airbnb v jednotlivých častiach Slovenska a vynechanému Košickému kraju, ktorý analýza nezaznamenávala.

V súčasnosti nie je penetrácia Airbnb na Slovensku tak vysoká ako v Spojených štátoch či niektorých iných štátoch Európy. Svoju popularitu v krajine začala zaznamenávať rýchlejšim tempom od roku 2015, od ktorého každý ďalší rok prináša svoju stále rapídnejšiu obľúbenosť a rozširovanie. Doposiaľ sa nijaký negatívny vplyv Airbnb na slovenský hotelový priemysel neprejavil, avšak tempo rozširovania Airbnb, aké zaznamenalo za posledné dva roky i Slovensko, môže v blízkej budúcnosti začať spôsobovať negatívne dopady na hotelové tržby či obsadenosť nielen hotelov, ale aj ostatných tradičných ubytovacích zariadení.

7 Literatúra

1. AIRBNB. *About us. Airbnb* [online]. 2017a [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://cs.airbnb.com/about/about-us>
2. AIRBNB. *New study: Airbnb community contributes C\$54.6 million to Montreal economy* [online]. 2014a [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://www.airbnb.ca/press/news/new-study-airbnb-community-contributes-c-54-6-million-to-montreal-economy>
3. AIRBNB. *What are guest service fees?* [online]. 2017b [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://cs.airbnb.com/help/article/104/what-are-guest-service-fees>
4. AIRDNA. *Banská Bystrica, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/banska-bystrica>
5. AIRDNA. *Bardejov, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/bardejov>
6. AIRDNA. *Bratislava, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/bratislava>
7. AIRDNA. *Čadca, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/cadca>
8. AIRDNA. *Levoča, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/levoca>
9. AIRDNA. *Martin, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/martin>
10. AIRDNA. *Nitra, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/nitra>
11. AIRDNA. *Piešťany, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/piestany>
12. AIRDNA. *Poprad, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/poprad>
13. AIRDNA. *Prešov, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/presov>
14. AIRDNA. *Prievidza, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/prievidza>
15. AIRDNA. *Trenčín, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/trencin>

16. AIRDNA. *Zvolen, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/zvolen>
17. AIRDNA. *Žilina, Slovakia. Airbnb Data and Analytics – April 2017* [online]. 2017 [cit. 2017-04-08]. Dostupné z: <https://www.airdna.co/city/sk/zilina>
18. ANDERSON, A. *West Australians offer lodgings to tourists via website*. [online]. 2012 [cit. 2017-04-11]. Dostupné z: <http://www.perthnow.com.au/news/west-australians-offer-lodgingsto-tourists-via-website/story-e6frg12c-1226528158662>
19. BOTSMAN, R. *The sharing economy lacks a shared definition* [online]. 2013 [cit. 2017-02-29]. Dostupné z: <http://www.slideshare.net/CollabLab/shared-def-pptf>
20. BOTSMAN, R., ROGERS, R. *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. London: HarperCollinsPublishers, 2010. ISBN 9780007395910.
21. CORMODE, G., KRISHNAMURTHY, B. *Key Differences between web 1.0 and web 2.0* [online]. 2008, Vol. 13, No. 6 [cit. 2017-03-07]. Dostupné z: <http://www.ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>.
22. DEMARY, V. *Competition in the Sharing Economy* [online]. 2015 [cit. 2017-02-06]. Dostupné z: <https://www.iwkoeln.de/studien/iw-policy-papers/beitrag/vera-demary-competition-in-the-sharing-economy-235445>
23. DERVOJEDA, K., VERZIJJL, D., NAGTEGAAL, F., LENGTON, M., ROUWMAAT, E., MONFARDINI, E., FRIDERES, L. *The Sharing economy: Accessibility based business models for peer-to-peer markets* [online]. 2013 [cit. 2017-04-04]. Dostupné z: http://www.12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets_en%20.pdf
24. FANG, B., YE, Q., LAW, R. *Effect of sharing economy on tourism industry employment*. *Annals of Tourism Research*, 2016, Vol. 57, p. 264-267.
25. FUNG, B. *Here's why Airbnb isn't worried about New York's crackdown* [online]. 2013 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2013/11/15/heres-why-airbnb-isnt-worried-about-new-york-citys-crackdown/?utm_term=.9db8d868de24
26. GANSKY, L. *The mesh: Why the future of business is sharing*. New York, United States: Penguin Group, 2010. ISBN 9781101464618.
27. GUTTENTAG, D. *Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector*. *Current Issues in Tourism*, 2015, Vol. 18. No. 12, p. 1192-1217.

28. GUTTENTAG, D. *Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts* [online]. 2016 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: https://uwspace.uwaterloo.ca/bitstream/handle/10012/10684/Guttentag_Daniel.pdf?sequence=1
29. CHOVANČULIAK, R. *Zdieľaná ekonomika* [online]. 2015 [cit. 2017-04-11]. Dostupné z: <http://iness.sk/stranka/10908-Zdielana-ekonomika.html>
30. CHU, R. K., CHOI, T. *An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travellers*. *Tourism Management*, 2000, Vol. 21, No. 4, p. 363–377.
31. INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP. *Our global presence* [online]. 2017 [cit. 2017-04-15]. Dostupné z: <https://www.ihgplc.com/>
32. LUKÁČIK, M., LUKÁČIKOVÁ, A., SZOMOLÁNYI K. *Panelová dáta v programe Gretl*. Fakulta hospodárskej informatiky, 2011.
33. MANEY, K. *The end of mass production* [online]. 2014 [cit. 2017-04-12]. Dostupné z: <http://www.newsweek.com/2014/01/10/end-mass-production-245028.html>
34. MORGAN STANLEY GLOBAL INSIGHT. *Internet, Lodging, Leisure and Hotels: Who will Airbnb Hurt More – Hotels or OTAs?* Global Insights - AlpaWise. New York: Morgan Stanley Research, November 15, 2015.
35. PHYS. *Airbnb valued at \$31 billion in new funding round* [online]. 2017 [cit. 2017-04-03]. Dostupné z: <https://phys.org/news/2017-03-airbnb-valued-billion-funding.html>
36. POULPIQUET, M. *The „uberization“ phenomenon and its application to Airbnb and the hotel industry: Problems and solutions for co-existence and adaptation* [online]. 2016 [cit. 2017-03-06]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/MaxencePoulpiquet/the-uberization-phenomenon-and-its-application-to-airbnb-and-the-hotel-industry-problems-and-solutions-for-coexistence-and-adaptation>
37. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Tempo rastu HDP* [online]. 2017 [cit. 2017-04-07]. Dostupné z: https://slovak.statistics.sk/wps/portal/ext/home!/ut/p/z1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfljo8ziA809LZycDB0NLPyCXA08QxwD3I08TAwNTEz1wwkpiAJKG-AAjgZA_VFgJc7ujh4m5j4GBhY-7qYGno4eoUGWgcbGBo7GUAV4zCjIjTDIdFRUBADse0bP/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/
38. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia za rok 2012* [online]. 2013 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=6fdcdbaf-fa52-42a9-98af-780e8e010d82>

39. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2013* [online]. 2014 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=9210ac4b-a589-48d0-8fdb-f1ac259d7b99>
40. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2014* [online]. 2015 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=577f953b-ea83-49e4-b806-c7db5dbef56a>
41. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2015* [online]. 2016 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=10376db0-af20-40cd-b792-7327e994148e>
42. SLOVENSKÝ ŠTATISTICKÝ ÚRAD. *Základné ukazovatele za ubytovacie zariadenia cestovného ruchu SR za rok 2016* [online]. 2017 [cit. 2017-04-14]. Dostupné z: <https://slovak.statistics.sk/PortalTraffic/fileServlet?Dokument=37cad1a8-79c2-400e-983a-ee0a39bf4bbb>
43. SMOLKA, C., HIENERTH, C. *The Best of Both Worlds: Conceptualizing Trade-offs between Openness and Closedness for Sharing Economy Models*. In: 12th International Open and User Innovation Conference, 2014.
44. ŠEDIVÁ, Z. *Kategorizácia a klasifikácia ubytovacích zariadení* [online]. 2010 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <https://www.asb.sk/architektura/stavby/hotely-a-nakupne-centra/kategorizacia-aklasifikacia-ubytovacich-zariadeni>
45. VYHLÁŠKA č. 277/2008 Z. z. [online]. 2008 [cit. 2017-05-08]. Dostupné z: <http://www.epi.sk/zz/2008-277>
46. WEEK, L. *I am not a tourist: Aims and implications of "traveling"*. *Tourist Studies*, 2012., Vol.12, No. 2, p. 186–203.
47. ZERVAS, G., DAVIDE, P., BYERS, B. *The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry* [online]. 2016 [cit. 2017-04-01]. Dostupné z: <https://cs-people.bu.edu/dproserp/papers/airbnb.pdf>
48. ZVOLSKA, L. *Sustainability Potentials of the Sharing Economy: The case of accommodation sharing platforms* [online]. 2015 [cit. 2017-03-16]. Dostupné z: <https://lup.lub.lu.se/student-papers/search/publication/8055286>