

**LATVIJAS UNIVERSITĀTE**  
**BIZNESA, VADĪBAS UN EKONOMIKAS FAKULTĀTE**  
**VABĪBZINĀTNES NODAĻA**

**DALĪŠANĀS EKONOMIKAS IETEKME UZ *AIRBNB* DARBĪBU**  
**RĪGĀ**

**The effect of sharing economy of *AirBnB* operation in Riga**

**BAKALaura DARBS**

Vadības zinību bakalaura studiju programma

Organizāciju vadības apakšprogramma

Autors: **Agnija Putniņa**

Studenta apliecības Nr.: ap15047

Darba vadītājs: Dr.oec. Prof. Biruta Sloka

RĪGA 2019

## ANOTĀCIJA

Dalīšanās ekonomikas ietekme uz AirBnB darbību Rīgā. Agnija Putniņa, darba vadītāja Dr.oec. Prof. Biruta Sloka.

Darba mērķis - izpētīt, kādu ietekmi dalīšanās ekonomika atstāj uz naktsmītņu rezervācijas vietni *AirBnB*.

Dalīšanās ekonomikas attīstība modernajai pasaulei dod iespēju izmantot jau sabiedrībā esošos resursus. Ceļotāji mūsdienās dot priekšroku apmesties nevis pilsētas piedāvātajās viesnīcās, bet gan piedāvātajos tā saucamos *AirBnB* (*Airbed and Breakfast*) apartamentos.

Pētījumā secināts, ka dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem nav regulatīvu likumu, piedāvāto apartamentu skaits atšķiras pa pilsētām, cilvēki zina, kas ir *AirBnB*. *AirBnB* kalpo kā aizstājējs viesnīcām, tādējādi ietekmējot viesnīcas ieņēmumus. Ir svarīgi, lai apartamentos būtu karstais ūdens, bezvadu internets.

Darbā ir 61 lapa, 21 attēli, 1 tabula, 4 pielikumi.

Atslēgvārdi: *AirBnB*, *aptauja*, *dalīšanās ekonomika*, *piedāvājums*.

## ABSTRACT

The effect of sharing economy of *AirBnB* operation in Riga Agnija Putniņa, supervisor of bachelor's thesis Dr.oec. Prof. Biruta Sloka.

The aim of the thesis is to investigate the impact of the sharing economy on *AirBnB* in Riga.

The development of a sharing economy for the modern world makes it possible to use the resources which already is in the community. Travelers nowadays prefer to stay in the so-called *AirBnB* (*Airbed* and *Breakfast*) apartments offered by the city indigenous people rather than the hotels.

The study concludes that sharing economic companies is not a regulatory law, the number of apartments offered varies by city, people know what is *AirBnB* and *AirBnB* serves as a substitute for hotels, thus affecting hotel revenues. In apartments should be hot water and wifi. Bachelor thesis consists of 61 pages, 21 pictures, 1 table, 4 appendixes.

Keywords: *AirBnB*, *survey*, *sharing economy*, *offer*.

## SATURA RĀDĪTĀJS

Anotācija.....	2
Abstract.....	3
IEVADS.....	5
<b>1. DALĪŠANĀS EKONOMIKAS JĒDZIENA ATTĪSTĪBA.....</b>	<b>8</b>
1.1 Dalīšanās ekonomikas dimensijas .....	11
1.2 Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi .....	13
1.3 Dalīšanās ekonomikas pārvaldības problēmas .....	17
<b>2. AIRBNB PIEDĀVĀJUMS LIELĀKAJĀS EIROPAS PILSĒTĀS .....</b>	<b>20</b>
2.1 <i>AirBnB</i> ietekme uz viesnīcu darbību Londonā.....	25
2.2 <i>AirBnB</i> ietekme uz viesnīcu darbību Parīzē.....	27
2.3 <i>AirBnB</i> kā alternatīva viesnīcām .....	29
2.3.1 <i>AirBnB</i> priekšrocības salīdzinājumā ar viesnīcām.....	32
2.3.2 <i>AirBnB</i> trūkumi salīdzinājumā ar viesnīcām.....	34
<b>3. ĀRZEMNIEKU UN LATVIEŠU AIRBNB IZMANTOŠANAS PARADUMI .....</b>	<b>37</b>
3.1 <i>AirBnB</i> izmantošana Rīgā .....	47
3.2 Cilvēku personīgās pieredzes izīrējot <i>AirBnB</i> apartamentus Rīgā .....	53
SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI .....	56
IZMANTOTĀ LITERATŪRA.....	59
<b>PIELIKUMI</b>	
1. pielikums. Aptaujas anketa par <i>AirBnB</i> izmantošanu Rīgā	
2. pielikums. Survey about <i>AirBnB</i> in Riga	
3. pielikums. 1. pielikuma aptaujas rezultāti jautājumam „Lūdzu, sanumurējiet no 1 – 5, kas Jums visvairāk piesaista <i>AirBnB</i> apartamentos”.	
4. pielikums. 2. pielikuma aptaujas rezultāti jautājumsm „Please, range from one to five the following reasons”.	

## IEVADS

Pārskatāmā nākotnē dalīšanās ekonomika būs tik izplatīta un pazīstama visiem, ka tā ieņems būtisku ikdienas sastāvdaļu cilvēku dzīvēs. Ceļotāji mūsdienās dot priekšroku apmesties nevis pilsētas piedāvātajās viesnīcās, bet gan piedāvātajos tā saucamos *AirBnB* (*Airbed and Breakfast*) apartamentos. Daudziem mūsdienu cilvēkiem ir aizspriedumi par sabiedriskajiem transportiem, un lai no tiem izvairītos, izmanto citus pārvietošanās veidus, piemēram, kopīgo braukšanu, *Uber*. Dalīšanās ekonomikas attīstība modernajai pasaulei dod iespēju izmantot jau sabiedrībā esošos resursus. Velosipēdus, nekustamos īpašumus, automašīnas, prasmes – tos koplietojot un piedāvājot citiem, ir iespēja samazināt atkritumu daudzumu, auto izmešu daudzumu gaisā, izmantot neizmantotās telpas. Kā arī rada neparedzētas problēmas valsts politikā, jo bieži vien dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem nav nekādu regulējošu likumu, un tie netiek aplikti ar nodokli. *AirBnB* piedāvājums citviet ir tik liels, ka patstāvīgus apartamentus ilgtermiņa īrei nav iespējams atrast.

Darba mērķis ir izpētīt, kādu ietekmi dalīšanās ekonomika atstāj uz naktsmītņu rezervācijas vietni *AirBnB*.

Atbilstoši bakalaura darba mērķiem ir izvirzīti sekojoši pētīšanas uzdevumi:

1. Izpētīt dalīšanās ekonomikas jēdziena attīstību;
2. Izpētīt dalīšanās ekonomikas dimensijas un ekonomikas pārvaldības problēmas;
3. Izpētīt dalīšanās ekonomikas ietekmi uz *AirBnB* darbību Parīzē, Londonā;
4. Noskaidrot, kāda ir *AirBnB* darbība un izmantošana Rīgā;
5. Sniegt priekšlikumus par *AirBnB* darbības uzlabšanu Rīgā.

Pētīšanas objekts – *AirBnB* apartamenti.

Pētīšanas priekšmets – dalīšanās ekonomikas ietekme uz *AirBnB*.

Bakalaura darba izstrādē izmantotas sekojošas pētniecības metodes:

1. Teorētiskās pētīšanas metodes – zinātnisko publikāciju teorētiskā analīze un dokumentu kontentanalīze;

2. Empīriskās pētīšanas metodes – aptaujas izlases veidošana un datu ieguve, izmantojot aptauju;
3. Aptaujās iegūto datu apstrāde ar statistiskajām metodēm.(aritmētiskais vidējais, dispersija, standartnovirze)

Darba rakstīšanai autore analizēja zinātniskos rakstus, e-grāmatas un internetā pieejamo informāciju par dalīšanās ekonomikas jēdzienu, attīstību, ietekmi uz politiku, un *AirBnB* darbību, tā attīstību pasaulē un Latvijā. Dalīšanās ekonomika Latvijā un pasaulē ir jauns jēdziens, tādēļ lielākā daļa informācijas ir pieejama ne dzimtajā latviešu valodā.

Pētījuma periods ir no 2008. gada līdz 2019. gadam. Dalīšanās ekonomika ir pavisam jauns jēdziens, līdz ar to pieejamie literatūras un datu avoti lielākoties ir, sākot ar 2008. gadu, kad izveidojās pirmais dalīšanās ekonomikas uzņēmums. Visvairāk zinātnisko rakstu ir pieejami no 2015., 2016., 2017. gada.

Darbs sastāv no 3 nodaļām: Dalīšanās ekonomikas jēdziena attīstība, *AirBnB* piedāvājums lielākajās Eiropas pilsētās un ārzemnieku un latviešu *AirBnB* izmantošanas paradumi. Darbam ir 8 apakšnodaļas.

Pirmajā nodaļā darba autore analizējusi dalīšanās ekonomikas ieviestos jēdzienus, no kā ir atkarīga dalīšanās ekonomikas attīstība, kāda ir dalīšanās ekonomikas kultūra, dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem gan Latvijā, gan pasaulē. Tika izveidotas 3 apakšnodaļas: „Dalīšanās ekonomikas dimensijas”, kurā analizētas divas galvenās dimensijas, „Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi”, kur tika aprakstīti pazīstamākie Latvijas un ārzemju dalīšanās ekonomikas uzņēmumi, un „Dalīšanās ekonomikas pārvaldības problēmas”, kurā analizētas četras galvenās dalīšanās ekonomikas politiskās problēmas un regulējumi.

Otrajā nodaļā analizēts *AirBnB* piedāvājums lielākajās Eiropas pilsētās. *AirBnB* apartamentu lietotāju skaits katru gadu aug ļoti ievērojami. Ja 2010. gadā vasaras ceļojumu laikā *AirBnB* apartamentus vasaras ceļojumu laikā izmantoja viens miljons cilvēku, tad jau 2015. gadā tos izmantoja 17 miljoni cilvēku (dati ņemti no *Inside AirBnB*). Dziļāk tika arī analizēts kā *AirBnB* ietekmē viesnīcu darbību Londonā, kā arī *AirBnB* ietekme uz viesnīcu darbību Parīzē. Šajās divās pilsētās ir vislielākais *AirBnB* piedāvājums, un, lai to regulētu un pilsētas iedzīvotājiem būtu pieejami apartamenti ilgtermiņa īrei, pilsētas ir sākušas regulēt *AirBnB* apartamentu koplietošanas noteikumus un iznomāšanas termiņus. Analizēts *AirBnB* apartamentu piedāvājums lielākajās Eiropas pilsētās, kā arī analizēta *AirBnB* ietekme uz viesnīcu darbību.

Trešajā nodaļā analizēti iegūtie autores veiktās aptaujas rezultāti par *AirBnB* izmantošanu, kurā piedalījās 250 respondenti, no kuriem 90% respondentu bija latvieši no Latvijas, un pārējos 10% sastādīja latviešu respondenti no Portugāles, Spānijas, Grieķijas, Bulgārijas, Horvātijas, Vācijas, Nīderlandes, Anglijas, Zviedrijas un Amerikas Savienotās Valsts. Kā arī trešajā nodaļā ir ietverti aptaujas rezultāti par *AirBnB* apartamentu izmantošanu Rīgā, kurā piedalījās respondenti no Horvātijas, Čehijas, Vācijas, Zviedrijas, Norvēģijas, Lietuvas, Francijas, Spānijas, Grieķijas, Argentīnas, Rumānijas un Beļģijas.

Darbā secināts, ka lielākoties apartamenti tiek izmantoti, lai ceļotu. Izvēloties apartamentus respondentiem bija svarīga apartamentu cena, atrašanās vieta un personīgā virtuve. Kā arī svarīgi, lai apartamentos atrastos bezvadu internets, karstais ūdens, higiēnas preces un bezmaksas autostāvieta.

# 1. DALĪŠANĀS EKONOMIKAS JĒDZIENA ATTĪSTĪBA

Dalīšanās ekonomika ir viens no 21. gadsimta aizraujošākajiem un neticamākajiem biznesa modeļiem. Pašlaik dalīšanās ekonomika ir ļoti atkarīga no interneta platformām, un šī iemesla dēļ dalīšanās ekonomika tiek saukta arī par “interneta ekonomiku” vai “platformu ekonomiku”.

Pēdējo desmit gadu laikā, galvenokārt pateicoties digitālajām tehnoloģijām un cilvēku sadarbībai, cilvēki ir mainījuši veidu, kādā viņi var piekļūt produktiem, kā arī mainīta attieksme pret īpašumtiesībām. Dalīšanās ekonomikas platformas sola sniegt ekonomiskus, sociālus un vides ieguvumus, efektīvāk izmantot esošos resursus, un samazināt atkritumus. Sākotnēji tika pieņemts termins “kopīgais patēriņš”.<sup>1</sup>

Plašsaziņas līdzekļi vēlāk popularizēja terminu „dalīšanās ekonomika” kā vispārēju terminu uzņēmējdarbības darbībai, kas balstās uz nepietiekami izmantotu resursu (piemēram, preču, pakalpojumu un telpu) koplietošanu par brīvu vai maksu.<sup>1</sup>

Jēdziens “dalīšanās ekonomika” tika minēts pirmoreiz 2008. gadā.<sup>2</sup> “Dalīšanas ekonomika” ir kļuvusi par oficiālu terminu, un ir pievienots Oksfordas angļu valodas vārdnīcai 2015. gadā.<sup>3</sup> Botsmans un Rogers dalīšanos ekonomiku raksturo kā koplietošanu, kas ietver „tradicionālo sadali, maiņu, kreditēšanu, tirdzniecību, nomu, dāvināšanu caur interneta platformām”.<sup>4</sup> Ovjangs (*Owyang*) un Samuela apgalvojuši, ka dalīšanās ekonomika ir tāda, kurā “tehnoloģijas ļauj cilvēkiem iegūt vajadzīgos produktus un pakalpojumus vienam no otra, nevis no produkta ražotāja”.<sup>5</sup>

Pēdējos gados ir izveidota jauna dalīšanās kultūra, kurā cilvēki dalās ar savu mantu tiešsaistē, izmantojot tiešsaistes tīklus. Šis process tiek terminēts kā “dalīšanās ekonomika” gan praksē, gan akadēmiskajā vidē. Ir mainījusies mūsdienu patērētāju uzvedību. Cilvēki dalās ar savu nepietiekami izmantoto inventāru, izmantojot maksas koplietošanas platformas. Piemēram, dalās ar transportlīdzekļiem (*RelayRides, Uber, Lyft*), telpām (*AirBnB*), ēdienu (*Kitchit, EatWith*),

---

<sup>1</sup>Guyader, H., Piscicelli, L. (2019). Business model diversification in the sharing economy: The case of GoMore, *Journal of Cleaner Production*, 215, p.1060

<sup>2</sup> Lessig, L. (2008). Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy, *Penguin Press (New York, USA)*, p.143.

<sup>3</sup> Gobble, M.M. (2017). Defining the Sharing Economy, *Research-Technology Management*, 60(2), p. 59.

<sup>4</sup> Botsman, R., Rogers, R. (2010). What's mine is yours: The rise of collaborative consumption, *Harper Collins (New York, USA)*, p. 15.

<sup>5</sup>Owyang, J. (2015). The new rules of the collaborative economy, *Vision critical/crowd companies report*. Available: <https://www.visioncritical.com/blog/new-rules-of-the-collaborative-economy> [see 03.03.2019]

vietējo piegādi (*Instacart, Postmates*), ekskursijām (*Vayable, Toursbylocals, Tripforeal*) un pat mājdzīvniekiem (*BorrowMyDoggy*).<sup>6</sup>

Bostonas koledžas socioloģijas profesore Džuljeta Šore (*Juliet Schor*) dalīšanos ekonomiku nosauca par "dalīšanos ar svešiniekiem" (*stranger sharing*).<sup>7</sup> Vēsturiski, lai gan ir daži izņēmumi, cilvēki nemēdza dalīties ar svešiniekiem vai tiem, kas atrodas ārpus viņu draugu loka. Dalīšanās tika veikta tikai uzticamām personām, piemēram, ģimenei, draugiem un kaimiņiem. Šodienas koplietošanas platformas atvieglo apmaiņu starp cilvēkiem, kuri nepazīst viens otru un kuriem trūkst kopīgu draugu. Līdz ar to „dalīšanās ar svešiniekiem” rada lielāku risku, un daudzām no šīm platformām situācija ir diezgan personiska - daloties ar māju vai automašīnu vai, ēdot ēdienus, ko sagatavojuši nezināmi pavāri. Digitālās platformas var padarīt svešinieku dalīšanos mazāk riskantu un pievilcīgāku, jo tās sniedz informāciju par lietotājiem, izmantojot reitingus un reputāciju. Lai gan ir arvien vairāk pierādījumu par to, ka reitingi parasti ir piepumpēti un nav ļoti precīzi.<sup>8</sup>

Lai palielinātu neskaidrību, daži kritiķi apgalvoja, ka "dalīšanās" pēc definīcijas neietver finansiālu atlīdzību. Patiešām, tā ir populāra atbilde, kad runa ir par "koplietošanu", nevis par terminu "īre". Mēs runājam par koplietošanu daudzos kontekstos, piemēram, koplietošanu sociālajos medijos, daloties ar noslēpumu, daloties pieredzē ar draugiem.<sup>9</sup>

Pirms interneta platformu ierašanās cilvēki jau kreditēja vai iznomāja preces citiem. Viņi dalījās ar ģimeni un draugiem, jo bija pazīstami un uzticami. Jaunums ir tas, ka lietotāji tagad arī aizdod preces svešiniekiem, jo internets ir ievērojami samazinājis darījumu izmaksas. Ar darījumu izmaksām ekonomisti nozīmē visas izmaksas un problēmas, kas radušās, veicot ekonomisko darījumu. Tas īpaši attiecas uz izmaksām, kas saistītas ar līguma meklēšanu un organizēšanu. Pirms interneta ieviešanas darījumu izmaksas starp svešiniekiem bija augstas, jo bija maz informācijas par piedāvājumu, uzticamību un līguma veidiem. Tas ir viens no iemesliem, kādēļ koplietošanu izmantoja parasti tikai draugu un ģimenes lokā. Interneta platformu rezultātā līguma izmaksas ir kļuvušas daudz zemākas. Patērētājiem tagad ir daudz

---

<sup>6</sup> Guyader, H., Piscicelli, L. (2019). Business model diversification in the sharing economy: The case of GoMore, *Journal of Cleaner Production*, 215, p.1060 – 1061.

<sup>7</sup> Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy, *Great Transition Initiative*. Available: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> [see 25.03.2019]

<sup>8</sup> Overgoor, J., Wulczyn, E., Potts, C., (2012). Trust Propagation with Mixed-Effects Models, *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Stanford University*, p. 535

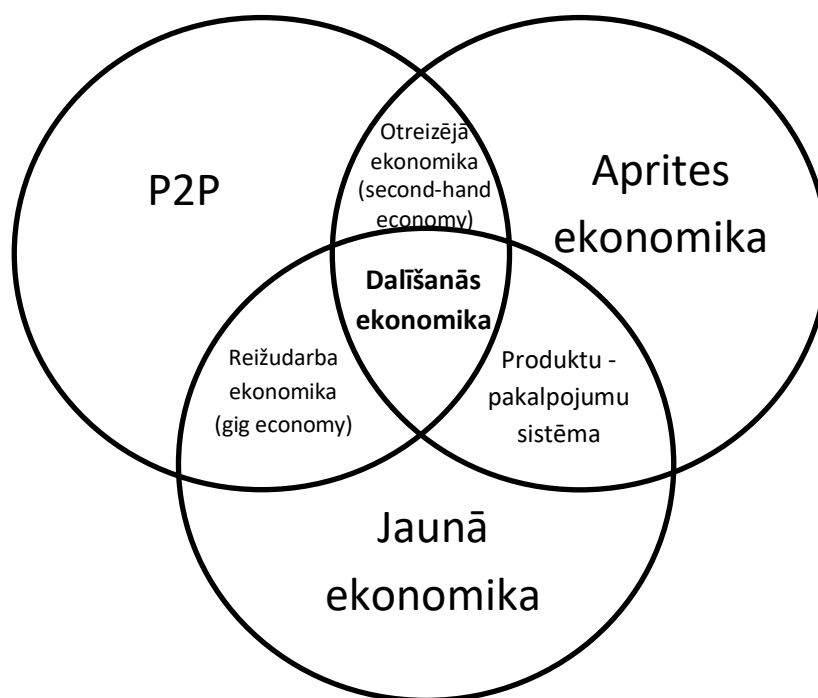
<sup>9</sup> Frenken, K., Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, p. 4

vieglāk atrast preces un pakalpojumus, ko viņi vēlas, un darījumi tiek legalizēti, izmantojot standarta līgumus un tiešsaistes maksājumu sistēmas.<sup>10</sup>

Dalīšanās ekonomikas attīstība ir atkarīga no:

- 1) aprites ekonomikas (*circular economy*)
- 2) jaunā ekonomikas (*access economy*)
- 3) P2P ekonomikas (*peer-to-peer* jeb *P2P*) (skatīt att.1).

Pirmkārt, aprites ekonomika ietver virkni pasākumu, kuru mērķis ir samazināt atkritumus, samazināt resursu daudzumu jaunu preču ražošanā, pagarināt produkta dzīves ciklu, atkārtoti izmantojot esošos produktus vai tos pārstrādājot. Otrkārt, jaunā ekonomika attiecas uz pāreju no privātīpašuma (piemēram, pirkuma) uz pagaidu tiesībām precēm un pakalpojumiem (piemēram, nomu) apmaiņā pret maksājumu, pamatojoties uz dalību un / vai kopizmantošanu. Treškārt, P2P ekonomika balstās uz preču un pakalpojumu apmaiņu, ko cilvēki izmanto bezsaistē. Tas nozīmē, ka cilvēki izmanto tiešsaistes platformas, lai sazinātos un organizētu apmaiņu, bet galu galā apmaiņa notiek bezsaistē.<sup>11</sup>



1.1 att. Dalīšanās ekonomika un ar to saistītie jēdzieni<sup>6</sup>

<sup>10</sup> Frenken, K., Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, p. 5

<sup>11</sup> Turpat, p. 5

Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi pēdējo desmit gadu laikā ir strauji pieauguši. *Uber* (darbība uzsākta 2009. gadā) ir novērtēts 68 miljardu dolāru (US) apmērā, kas ir vairāk nekā katrs no trim lielajiem amerikāņu automobiļu ražotājiem - *Chrysler*, *Ford* un *General Motors*.<sup>12</sup> *AirBnB* (darbība uzsākta 2008. gadā) ir novērtēts 30 miljardu ASV dolāru apmērā, kas ir vairāk nekā *Hilton* viesnīcu ķēde un gandrīz tikpat daudz kā *Marriott* viesnīcas.<sup>13</sup>

Dalīšanās ekonomika attīstās jau tādā līmenī, ka spēj konkurēt ar noteiktās nozares attīstītākajiem un pazīstamākajiem uzņēmumiem, kļūstot tikpat atpazīstami un pieejami. Dalīšanās ekonomikas uzņēmumu priekšrocība ir zemākas cenas, salīdzinot ar konkurentiem, kas dod iespēju iegūt plašāku preču/pakalpojumu pircēju skaitu.

### 1.1 Dalīšanās ekonomikas dimensijas

Dalīšanās ekonomikā ir divas galvenās dimensijas. Pirmkārt, dalīšanās ekonomika ir atkarīga no interneta platformām, lai nodrošinātu savstarpēju apmaiņu. Otrkārt, koplietošanas uzsvars tiek likts uz vērtību radīšanu, izmantojot koplietošanu, nevis pārdodot īpašumtiesības. Precīzāk, resursi bieži tiek irēti, nevis pārdoti. Dalīšanās ekonomika ir attīstījusies vairākās nozarēs, to starpā arī cilvēku savstarpējā mobilitāte (piemēram, automašīnu un braucienu koplietošana), telpas koplietošana (piemēram, īstermiņa dzīvojamo un komerciālo telpu īre) un efektīva darbaspēka izmantošana (reižu darbi).<sup>14</sup>

Interneta platformu parādīšanās 1990. gadu vidū veicināja e-komercijas attīstību. Tika izveidoti tiešsaistes tirgus platformas kā *Amazon* un *eBay*. 2000. gadā radās pirmie sociālie mediji kā *Facebook*, un *Twitter*, kuros bija iespēja sazināties ar speciālistiem personīgos un profesionālos sadarbības nolūkos. Platformas kā, *Pinterest* un *Youtube*, ļāva koplietot multivides failus. Internets ir arī būtisks dalīšanās ekonomikas elements, lai nodrošinātu vienādas iespējas pakalpojumu sniedzējiem un patērētājiem. E-komercijai un sociālajiem medijiem un dalīšanās

---

<sup>12</sup> Chen, L. (2015). At \$68 billion valuation, Uber will be bigger than GM, Ford, and Honda, *Forbes*. Available : <https://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/12/04/at-68-billion-valuation-uber-will-be-bigger-than-gm-ford-and-honda/#413f60ab32e3> [see 26.02.2018.]

<sup>13</sup> Schechner, S., Bensinger, G. (2016). Airbnb to enforce limits on rentals in London, Amsterdam, *The Wallstreet Journal*, ISSN - 2574-9579 (Published 12.02.2016), p.1.

<sup>14</sup> Ganapati, S., Reddick, G.C. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector, *Government Information Quarterly*, 35(1), p. 78

ekonomikas platformām ir līdzīgas un atšķirīgas iezīmes. Galvenā atšķirība ir tāda, ka sociālie mēdiji ir orientēti uz sakaru veidošanu, taču dalīšanās ekonomika uz darījumu apmaiņu.<sup>15</sup>

Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi izmanto interneta platformas, lai izveidotu saikni starp cilvēkiem un organizācijām. Platforma nodrošina tehnoloģisko infrastruktūru, lai sadarbotos, sazinātos un piedalītos apmaiņā. Digitālas platformas ir daudzpusīgas, jo tās apvieno dažādas cilvēku grupas. Platformas visaptverošais mērķis ir būt starpniekam, lai notiktu preču un pakalpojumu apmaiņa.<sup>16</sup>

Mobilo ierīču pieaugums un bezvadu interneta pieejamība pēdējo desmit gadu laikā ir radījis "mobilo lietotņu ekonomiku" (*mobile app economy*) un pakalpojumus, kas balstīti uz tajā brīdī esošo atrašanās vietu. Viedtālruni ir radījuši jaunas iespējas peer-to-peer platformām, jo no jebkuras vietas un jebkurā laikā iedzīvotāji var pasūtīt un iegūt pakalpojumus. Uz atrašanās vietu balstītie pakalpojumi ietver mobilā lietotāja laiku un atrašanās vietas informāciju, lai sniegtu pielāgotus personiskos pakalpojumus tiešā tuvumā. Daudzi dalīšanās ekonomikas uzņēmumi uzreiz jau ir izmantojuši mobilo pieeju, tas ir, tie ir paredzēti viedtālruna lietotājam jau no paša sākuma. Piemēram, *Lyfts* un *Ubers* galvenokārt ir uz atrašanās vietu balstīti pakalpojumi, kas savieno lietotāju ar vadītāju, lai nodrošinātu piedāvājumu pēc cilvēka pieprasījuma konkrētajā vietā.<sup>17</sup>

Kā minējuši Geofs Pārkers (*Geoff Parker*) un Maršals van Alstīns (*Marshall Van Alstyne*) koplietošanas platformas ir „bizness, kas balstīts uz vērtību radīšanu starp ražotājiem un patērētājiem”<sup>18</sup>. ASV Tirdzniecības ministrijas Ekonomikas un statistikas pārvalde (ESA) dalīšanās ekonomikas uzņēmumus klasificējusi kā “digitālās atbilstības firmas”.<sup>19</sup>

Dalīšanās ekonomikas otrajā dimensijā uzsvars tiek likts uz vērtības radīšanu, izmantojot koplietošanu, nevis pārdodot īpašumtiesības. Dalīšanās ekonomikas platformas pašas nepiedāvā īpašuma tiesības, bet nodrošina nepieciešamos rīkus pakalpojumu sniedzējiem, lai tie piedāvātu savus produktu/pakalpojumu. Pakalpojumu sniedzēji paši nodrošina nepieciešamos resursus. Platformas tikai atvieglo tiešsaistes komunikāciju.

Botsmans un Rogers izcēluši trīs modeļus, kā dalīties ar resursiem caur platformām:

---

<sup>15</sup>Ganapati, S., Reddick, G.C. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector, *Government Information Quarterly*, 35(1), p. 78

<sup>16</sup>Turpat, p.78

<sup>17</sup> Turpat, p.78

<sup>18</sup> Parker, G., Van Alstyne, M., Choudary, S.P. (2017). Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. *New York: W.W. Norton & company*, edition 1, p.5

<sup>19</sup> U.S. Department of Commerce, Economics and Statistics Administration, Office of the Chief Economist (ESA). *Digital matching firms: A new definition in the “sharing economy”*: space. Available: <http://www.esa.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>

- produktu pakalpojumu sistēmas modelis (*product service system*)
- aizvietojamu resursu tirgus modelis (*redistribution market*)
- draudzīgs dzīvesveids (*collaborative life-style*).

Produktu pakalpojumu sistēmā preces ir pieejama kā pakalpojums, lai ietaupītu laiku (piemēram, *Zipcar* automašīnu koplietošana). Aizvietojamu resursu tirgus modelis attiecas uz atkārtoti lietotu vai izlietotu preču atkārtotu izmantošanu vai tālākpārdošanu, lai produkti netiktu izmesti, bet gan izmantoti atkārtoti (piemēram, *Freecycle*, *Kashless* vai *Swaptree for finding used*). Draudzīgs dzīvesveids attiecas uz tādu resursu koplietošanu vai apmaiņu kā laiks, telpa, prasmes un nauda. Šādas apmaiņas varētu notikt gan vietējā mērogā (piem., daloties darba telpās ar *CitizenSpace*) un globāli (piemēram, *AirBnB*).<sup>20</sup>

Dalīšanās ekonomikas galvenais ieguvums sabiedrībai ir atkārtoti izmantoti resursi, kas dabai draudzīgākā veidā ietaupītu šī resursa ražošanu. Kā arī ekonomiskais ieguvums – naudas līdzekļu iegūšana no nomas.

## 1.2 Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi pasaulē un Latvijā

Ksia Leunga (*Xi Leunga*), Lana Ksuebe (*Lan Xuebe*) un Hana Vena (*Han Wen*) dalīšanās ekonomikas uzņēmumus klasificēja 8 lielākās grupās: izmitināšana, transports, pārtika, darbaspēks, mode, izglītība, nemateriālie aktīvi un citas mantas (skatīt 1.2.1 tabulā). Naktsmītņu kategorijā ietilpst – iznomātas istabas, mājas, biroji, zeme, apkārtnē, dzīvojamā telpa, guļamās kapsulas. Transporta kategorijā ietilpst – kopīgā braukšana, automašīnu, lidmašīnu, autostāviņu izīrēšana. Tiek arī izīrēta pārvadājumu automašīna *Jet*. Darba kategorijā ietilpst – mājas uzdevumu piedāvāšana, mājas tīrīšana, piegāde, prasmju dalīšanās, servisa pakalpojumi. Modes kategorijā ietilpst – dalīšanās ar apģērbiem, apaviem, skapjiem, amatniecības darbiem, kā arī tiek piedāvāti fitnesa pakalpojumi. Pārtikas kategorijā ietilpst – dalīšanās ar ēdienu, un pat restorānu vai pavāru. Izglītības kategorijā ietilpst – nodarbību plānu izveide, dažādi kursi, un dalīšanās ar mācību grāmatām. Kategorijā „citas mantas” ietilpst – dalīšanās ar mūziku, lietussargiem, akumulatoriem, veļas mašīnu, mēbelēm, somām, velosipēdiem un pat basketbola bumbu. Citu nemateriālo aktīvu kategorijā ietilpst lietas, ar kurām cilvēks garīgi var dalīties, ne fiziski. Piemēram, savām zināšanām, gida prasmēm kādā noteiktā jautājumā, vai arī var dalīties ar

<sup>20</sup> Botsman, R., Rogers, R. (2010). What's mine is yours: The rise of collaborative consumption, *Harper Collins (New York, USA)*, p. 15.

pārdošanas komandu. Starp tām vislielākās kategorijas ir izmitināšana (41,9%) un transports (41,2%). Abas kategorijas veidoja vairāk nekā 80% no ziņu rakstos minētajiem produktiem, norādot, ka tūrisma un viesmīlības nozarei ir dominējoša loma dalīšanās ekonomikā.<sup>21</sup>

1.2.1 tabula

**Ziņu rakstos ietvertie koplietošanas ekonomikas produkti no 2011. gada līdz 2017. gadam**

<b>Kategorija</b>	<b>Produkts</b>
Naktsmītnes	Istaba, māja, birojs, zeme, apkārtne, dzīvojamā telpa, guļamās kapsulas
Transports	Kopīgā braukšana, automašīna, lidojums, autostāvvietā, „Jet” automašīna
Darbs	Mājas uzdevums, mājas tīrīšana, piegāde, prasme, serviss
Mode	Apģērbi, skapis, amatniecība, fitnesa serviss, apavi
Pārtika	Ēdieni, restorāns, šefpavārs
Izglītība	Nodarbību plāns, kursi, mācību grāmata
Citas mantas	Mūzika, lietussargs, akumulators, rīks, vlosipēds, veļas mašīnu, mēbeles, soma, basketbola bumba
Citi nemateriālie aktīvi	Talants, gids, pārdošanas komanda, personīgās zināšanas, apdrošināšana, uzņēmējdarbība

Avots: Autores veidots, pamatojoties uz zinātnisko publikāciju analīzi

Laikrakstos un žurnālos aprakstītākie dalīšanās ekonomikas uzņēmumi ir *Uber*, *AirBnB*, *Relay Rides*, un *TaskRabbit*. Pieminēti tiek arī *Zipcar*, *Peers*, *Etsy*, *BlaBlaCar*, *Flytenow*, *Fightcar*, *Kididzen* un citi.<sup>22</sup>

*Uber* sākās kā vienkārša ideja - kas notiktu, ja jūs varētu pasūtīt braucienu no sava tālruņa? *Uber* ir dibināts 2009. gadā Sanfrancisko, Kalifornijā, Amerikas Savienotajās Valstīs.<sup>23</sup> *Uber* sniedz tradicionālos zemos taksometra pakalpojumus. Jo īpaši *Uber* piedāvātie zemo cenu pakalpojumi ir lētāki nekā parastajiem taksometriem. Amerikas Savienotajās Valstīs 2015. gadā bija līdz pat 500 000 aktīvo *Uber* vadītāju, kas pārsniedz tradicionālo taksometru vadītāju un šoferu skaitu.<sup>24</sup>

<sup>21</sup> Leunga, X.Y., Xue, L., Wena, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem, *Tourism Management*, 71, p. 47.

<sup>22</sup> Leunga, X.Y., Xue, L., Wena, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem, *Tourism Management*, 71, p. 47-48.

<sup>23</sup> The history of Uber, *Uber*. Available : <https://www.uber.com/newsroom/history/> [see 28.03.2019]

<sup>24</sup> Berger, T., Chenb, C., Frey, C.B. (2019). Drivers of disruption? Estimating the Uber effect, *European Economic Review*, 110, p. 199.

Pašlaik *Uber* darbojas vairāk nekā 677 pilsētās 77 pasaules valstīs<sup>25</sup>. *Uber* pasažieriem ir ērts, lēts un drošs taksometru pakalpojums. Ir iespēja nolīgt personīgo šoferi, lai klientam atbrauc pakal un aizved uz izvēlēto galamērķi, piespiežot tikai mobilā telefona pogu. Bieži vien vadītāji atrodas tikai minūtes attālumā. Bet šis nav tikai autoserviss, bet ir iespēja arī sekot līdzi šofera atrašanās vietai. Autovadītājiem *Uber* nodrošina izcilu atalgojumu un ļauj būt noteicējiem pašiem sev, veidojot savu darba dienu. Ņem pasažieri, kad vien vēlies (strādā tik daudz, vai tik maz, cik vēlies), satiekot jaunus cilvēkus savā pilsētā no dažādām dzīves situācijām.<sup>26</sup>

Savukārt *Turo* (*vecajā nosaukumā Relay Rides*) ir automašīnu koplietošanas platforma, kurā viesi var rezervēt jebkuru automašīnu, ko viņi vēlas, kur viņi to vēlas, izīrējot to no vietējiem iedzīvotājiem, kas ir reģistrējušies aplikācijā ASV, Kanādā, Lielbritānijā un Vācijā. Viesi var izvēlēties no pilnīgi unikāla automašīnu klāsta, savukārt saimnieki, kuri izīrē, saņem papildu naudu, lai kompensētu automašīnas īpašumtiesību izmaksas.

*Turo* ir droša, atbalstoša platforma, kurā ir vairāk nekā 10 miljoni izīrētāju, ar vairāk nekā 350 000 reģistrētiem transportlīdzekļiem un vairāk nekā 850 unikālu marķu un modeļu. Neatkarīgi no tā, vai tā ir kravas automašīna, kas palīdz pārvest mantas, *Mercedes-Benz* luksusa automašīna nedēļas nogalē, vai klasisks *VW* autobuss. *Turo* ļauj rezervēt automašīnas, kas ir daļa no cilvēka stāsta, nevis parasta autoparka.<sup>27</sup>

*TaskRabbit* ir tīmekļa platforma, kas specializējas, lai dotu iespēju satikties cilvēkiem, kuriem nepieciešams palīdzība darbu veikšanā. Darba piedāvātājiem vienkārši ir jāievada informācija par attiecīgo uzdevumu, jāizvēlas datums un laiks, lai to izdarītu, un aplikācijā piedāvās cilvēku saraksts, kas ir gatavi to izdarīt, un kuriem to varētu piedāvāt. Lielākā daļa cilvēku ienīst savu darbu. Un šādā platformā var darboties cilvēki, kas paši vēlas kontrolēt savu darba grafiku.<sup>28</sup>

*TaskRabbit* darbojas Amerikas Savienotajās Valstīs un Anglijā. Populārākie darbi, ko platforma piedāvā, ir saremontēt mēbeles, televizoru, pārvietot kastes ar kravas mašīnu, iztīrīt tualeti/virtuvi, salabot tualetes podu, uznest mēbeles pa trepēm, salabot apgaismojumu, nokrāsot istabas sienas, piegādāt paciņu, palīdzēt iepirkties, palīdzēt rīkot pasākumus.<sup>29</sup>

---

<sup>25</sup> <sup>25</sup> What is Uber? *Uber*. Available: <http://uberestimate.com/about-uber/> [see28.03.2019]

<sup>26</sup> What is Uber? *Uber*. Available: <http://uberestimate.com/about-uber/> [see28.03.2019]

<sup>27</sup> About Turo, *Turo*. Available: <https://turo.com/about> [see28.03.2019]

<sup>28</sup> Zimmermann, J. (2015) Working on TaskRabbit, *Money*. Available: <http://money.com/money/3714829/working-for-taskrabbit/> [see 29.03.2019]

<sup>29</sup> What do you need help with? *TaskRabbit*. Available: <https://www.taskrabbit.com/m/all-services> [see29.03.019]

„Pa šo gadu (2016. gads) Latvijā sevi ir pierādījusi kopbraukšanas platforma *Taxify* (jaunajā nosaukumā *Bolt*), kas pašlaik ir otrs lielākais pasažieru pārvadātājs aiz *Panda Taxi*. Popularitāti ir iemantojusi dzīvesvietas dalīšanās platforma *AirBnB*, kas ir kļuvis par vērienīgu konkurentu viesnīcu industrijai. Kopbraukšanas platforma *Uber* ir pārdomājusi un vēlas sākt darbu Latvijā, un pašlaik aktīvi iesaistās likumdošanas sakārtošanā. *Uber* pašlaik strādā Somijā, Igaunijā, Lietuvā, Polijā un Baltkrievijā. Un ir radušās un ienākušas vairākas jaunas iniciatīvas.”<sup>30</sup>

„Divi zināmākie Latvijā radītie dalīšanās ekonomikas uzņēmumi ir *Mintos* un *Twino*. Šīs platformas ļauj savu naudu “aizdot” citiem, saņemot par to procentu likmes. Šīs platformas jau apstrādājušas investīcijas vairāku simtu miljonu apmērā. Platformas šobrīd sastāda nopietnu konkurenci citiem investīciju veidiem.”<sup>31</sup> *Mintos* privātajiem investoriem piedāvā ērtu, ātru un pārredzamu iespēju investēt dažādos aizdevumos. Šos aizdevumus izsniedz alternatīvās kredītēšanas uzņēmumi visā pasaulē. *Mintos* misija ir „veicināt brīvu un efektīvu kapitāla apriti.”<sup>32</sup> Kopš darbības uzsākšanas 2015. gadā *Mintos* ir parādījis strauju izaugsmi tirgū un kļuvis par pasaulē lielāko šāda veida aizdevumu tirgu. Līdz šim *Mintos* ir piesaistījuši finansējumu 5 000 000 EUR apmērā, lai nodrošinātu savu izaugsmi.<sup>33</sup>

Viena no latviešu jaunākajām dalīšanās ekonomikas darbu dalīšanās platformām ir *Piedarbs.lv*, kas saved kopā cilvēkus, kam nepieciešama palīdzība ar darbiem un cilvēkus, kam ir prasmes un vēlme papildus nopelnīt. Šīs platformas darba sludinājuma sadaļa atšķiras no *www.ss.com* darba sludinājumu sadaļas ar to, ka ir daudz ērtāk atrast darītāju savam pievienotajam darbam – nav nepieciešams zvanīt vairākiem speciālistiem un katram skaidrot, kas par lietu un mēģināt saprast, vai viņš var to paveikt. Lietotājs ieraksta konkrēti, kas viņam nepieciešams, un visi to redz un var pieteikties uz darbu. Kad darītāji ir pieteikušies cilvēku var izvēlēties pēc pieredzes, komentāriem un vērtējumiem, kurš izpildītājs darba devēja patīk labāk.”<sup>34</sup>

Ar šo gadu auto igauņu radītā stāvvietu dalīšanās platforma *Barking* ir sākusi darbu Latvijā. Auto novietošana centrā kļūst aizvien problemātiskāka un šī ir aplikācija, kurā vari

---

<sup>30</sup> Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi Latvijā, *Autolevi*, 2016. Pieejams: <https://autolevi.lv/dalisanas-ekonomikas-uznemumi-latvija/> [skatīts 29.03.2019]

<sup>31</sup> Turpat, p.1.

<sup>32</sup> Par mums, *Mintos*. Pieejams: <https://www.mintos.com/lv/par-mums/par-mums/> [skatīts 29.03.2019]

<sup>33</sup> Turpat, p.1.

<sup>34</sup> Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi Latvijā, *Autolevi*, 2016. Pieejams: <https://autolevi.lv/dalisanas-ekonomikas-uznemumi-latvija/> [skatīts 29.03.2019]

iznomāt stāvvietu, kamēr tā ir brīva (piemēram, īpašnieks ir darbā), tādējādi tiek nodrošināta piekļuve stāvvietām, kas kādā konkrētā laikā vienkārši stāvēja tukša.<sup>35</sup>

Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi ir izplatīti gan pasaulē, gan Latvijā. Tie vienkāršo ikdienas dzīvi un atrisina dažādas problēmas. Tie ir izplatīti ar to, ka ir lētāki nekā parastie piedāvājumi, un ir ērtāk izmantojami.

### 1.3 Dalīšanās ekonomikas pārvaldības problēmas

Atšķirības koplietošanas ekonomikas pakalpojumu izmantošanā un noteikumos var radīt atšķirīgas valstu regulatoru pieejas. Atšķirības rodas arī tiesu iestāžu līmenī, jo tiesiskās tradīcijas dažādās dalībvalstīs ir atšķirīgas. Visbiežāk dzirdētajā piemērā, ir, ka *Uber* ir aizliegta vairākās valstīs, bet tāpat turpina darboties citās valstīs. Darba tirgus un darba tiesības nav pastāvīgas, un to pastiprina digitalizācijas process, jo elektronikas un digitālo pakalpojumu kvalitatīvās īpašības ir grūtāk izmērīt un ātrāk mainīt nekā tradicionālās patēriņa procesa problēmas. Rezultātā ir radušās regulatīvās un juridiskās atšķirības, kas, iespējams, palielināsies laika gaitā.<sup>36</sup>

Straujais dalīšanās ekonomikas pieaugums rada ne tikai jaunas iespējas, bet arī jaunas problēmas valsts politikai. Ir četras lielākās problēmas, ar ko saskaras dalīšanās ekonomika. Pirmkārt, izīrēšanai rodas nopietni trūkumi, jo, radot jaunas, augstākas klases apartamentus, palielinās cilvēku nevienlīdzība, un iespēja īrēt īpašumu ilgtermiņā praktiski nav vairs iespējama. Īpašnieki dod priekšroku savus īpašumus izīrēt uz īsu laiku. Otrkārt, interneta platformas ne vienmēr ir vienlīdzīgas pret darbiniekiem. Tie ir milzīgi uzņēmumi, kas izmanto zemākās šķiras darbiniekus. Treškārt, kopējās ekonomikas ilgtermiņa ieguvumi ilgspējīgā attīstībā ir neskaidri, bez precīziem datiem. Ceturtkārt, pastāv bažas par drošību un uzticēšanos attiecībā uz dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem.

Tādu nozaru regulēšana kā viesmīlība un taksometri atšķiras pēc katras pašvaldības ieskatiem. Līdz ar to nav standarta noteikumu kopuma, kas attiecas uz visām platformām. Nesaskaņotība starp pašvaldību noteikumiem ir izraisījusi dažādas pieejas *Uber* un *AirBnB* regulēšanai. Tomēr viesnīcu un taksometru noteikumiem neatkarīgi no ģeogrāfijas ir kopīgas

---

<sup>35</sup> Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi Latvijā, *Autolevi*, 2016. Pieejams: <https://autolevi.lv/dalisanas-ekonomikas-uznemumi-latvija/> [skatīts 29.03.2019]

<sup>36</sup> Munkøe, M.M. (2017). Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges, *Intereconomics*, 52(1), p. 41

līdzības patērētāju drošības aizsardzībā kopumā, izmantojot atļaujas, licences un kvalitātes pārbaudes.<sup>37</sup>

Piemēram, *Uber* pārkāpj noteikumus, kurus taksometra vadītājiem jāievēro, par ko taksometru vadītāji protestē. Dažas valstis ir rīkojušās, ieviešot dažādus noteikumus par „transporta tīkla uzņēmumiem”, piemēram, *Uber*. Šie noteikumi pieļauj *Uber* izmantošanu, bet pieprasa vadītājiem paskaidrot, kā viņi varēs pārvadāt pasažierus ar invaliditāti. Tomēr šie noteikumi nav stingri ievēroti, jo *Uber* apgalvo, ka Amerikāņu invaliditātes likums (*Americans with Disabilities Act*) uz viņiem neattiecas, jo nav sabiedriska pakalpojums. Citas pilsētas ir atbildējušas uz konfliktu starp taksometriem un *Uber* dažādos veidos. Berlīne un Brisele pilnībā aizliedza *Uber* braucienu pakalpojumu sniegšanu. Vēlāk Frankfurtes apgabaltiesa aizliedza *Uber* visā Vācijā.<sup>38</sup>

*AirBnB* regulējums ir atkarīgs arī no dažādām pilsētām. Konkrētāk, Ņujorka ir piesardzīga ar *AirBnB* saimnieku sodīšanu, jo *AirBnB* radās Ņujorkā. Citas pilsētas, piemēram, Amsterdamā, ir atvieglusi noteikumus, lai ļautu *AirBnB* saimniekiem īrēt privātmājas tūristiem. 2012. gadā tika konstatēts, ka aptuveni puse no *AirBnB* 4000 Amsterdamas apartamentiem bija nelikumīgi un nemaksā tūristu nodokļus, *AirBnB* un Amsterdamā panāca vienošanos, ka *AirBnB* iekasēs nodokļus to saimnieku vārdā, kamēr tie saņem atļauju. Ir skaidrs, ka nav nevienas skaidras pieejas, lai efektīvi regulētu dalīšanas ekonomikas praksi.<sup>39</sup>

Kā minēts iepriekš, viens svarīgs jautājums, kas jārisina, ir par dalīšanās ekonomikas darbiniekiem. Ir jautājums, vai dalīšanas ekonomikas pakalpojumu sniedzēji (t.i., *Uber* vadītājs, *AirBnB* īpašnieks utt.) ir uzskatāmi par dalīšanās platformas darbiniekiem vai neatkarīgiem līgumslēdzējiem. Tas ir būtisks jautājums, jo darbiniekiem ir noteiktas tiesības attiecībā uz darba apstākļiem, apmaksātu atvaļinājumu utt. Turklāt viņiem ir tiesības uz atlīdzību par izdevumiem, savukārt neatkarīgiem līgumslēdzējiem nav.<sup>40</sup>

Ja dalīšanas ekonomikas pakalpojumu sniedzēji ir uzskatāmi par neatkarīgiem līgumslēdzējiem, tad ir jāsaprot, ar kādiem nosacījumiem tie būtu jāuzskata par uzņēmējdarbības vienībām, nevis tikai privātpersonām. Tas ir svarīgi, jo uzņēmumi ir regulēti un tiem jāseko vairākām administratīvām un reglamentējošām prasībām.

---

<sup>37</sup> Murphu, M. (2016). Cities as the Original Sharing Platform!: Regulation of the New "Sharing" Economy, *Journal of Business & Technology Law*, 12(1), p. 131.

<sup>38</sup> Murphu, M. (2016). Cities as the Original Sharing Platform!: Regulation of the New "Sharing" Economy, *Journal of Business & Technology Law*, 12(1), p. 131.

<sup>39</sup> Turpat, p. 132.

<sup>40</sup> Turpat, p. 43.

No vienas puses, var šķīst pārmērīgi sagaidīt, ka dalīšanās ekonomikas pakalpojumu sniedzēji sapratīs un nodrošinās atbilstību lielam regulējuma kopumam. Ja pakalpojumu sniedzēji visos aspektos tiek pielīdzināti uzņēmumiem, tas varētu apgrūtināt dalīšanās ekonomiku. No otras puses, ja dalīšanās ekonomikas pakalpojumu sniedzēji netiks uzskatīti par uzņēmumiem, un uz tiem neattieksies uzņēmējdarbības noteikumi, tad tos varēs uzskatīt par uzņēmumiem ar nelegālām darbībām, izvairoties no noteikumiem, kas jāievēro.<sup>41</sup>

Vēl viens apskatāms jautājums ir par līgumiskajām attiecībām, kas noslēgtas, kad kāds izmanto dalīšanās ekonomikas platformu, un saistības un pienākumus, kas izriet no attiecību būtības gan platformai, gan pakalpojumu sniedzējam. Lielākā daļa koplietošanas platformu aktīvi pārvalda un seko līdzi, vai starp uzņēmumu un klientu veidojas uzticība. Piemēram, *Uber* piedāvā visaptverošus norādījumus vadītājiem par braukšanas koplietošanas tiesisko pusi, savukārt *AirBnB* pārvalda, vai nomas maksa tiek izmaksāta tikai konkrētajam uzņēmumam, vai viesis ir apmierināts ar izmitināšanas noteiktajiem nosacījumiem. Abas platformas lietotājiem nodrošina “garantijas” negadījumu vai citu neveiksmju gadījumā.<sup>42</sup>

Vēl viens svarīgs politisks jautājums attiecībā uz koplietošanas platformām ir nodokļu politika. Ienākumi no koplietošanas pakalpojumiem ir jādeklarē un tiem jābūt apliekami ar nodokli, taču citi uzņēmumi izvēlas izvairīties no nodokļiem. Nodokļu apiešana, protams, ir jau esoša problēma, bet, tā kā dalīšanās ekonomika strauji paplašinās, problēma arī kļūst nozīmīgāka.

Papildus šīm grūtībām un juridiskajām neskaidrībām, kas izriet no dalīšanās ekonomikas, ir bažas arī par negatīvām ārējām sekām. Piemēram, dzīvokļu koplietošana noveda pie regulāras nepazīstamu cilvēku ierašanās daudzdzīvokļu namos, kas var radīt neomulīgu sajūtu pastāvīgajos iedzīvotājos. Vairumā gadījumu jaunie pagaidu īrnieki ir tūristi brīvdienās un mēdz būt trokšņaināki nekā pastāvīgie iedzīvotāji. Dažās pilsētās pilsētas domes ir nolēmušas sākt un ierobežot mājas koplietošanas platformu izmantošanu.<sup>43</sup>

Pilsētas kā Ņujorka, Amsterdamā, Tokijā ir jau sākušas cīnīties ar šādām problēmām un ir ieviesušas likumu grozījumus speciāli dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem, lai tos spētu kontrolēt un lai šie uzņēmumi ievērotu likumus un neradītu lieku haosu pilsētās.

---

<sup>41</sup> Munkøe, M.M. (2017). Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges, *Intereconomics*, 52(1), p. 43.

<sup>42</sup> Turpat, p. 44.

<sup>43</sup> Turpat, p. 44.

## 2. AIRBNB PIEDĀVĀJUMS LIELĀKAJĀS EIROPAS PILSĒTĀS

2007. gadā *AirBnB* līdzdibinātāji Brajans (*Brian*) un Džo (*Joe*) vadīja pirmos trīs *AirBnB* viesus: Michael, Kat un Amol. Tajā laikā neviens no viņiem nezināja, ka šis būs kas "liels". Brajans (*Brian*) un Džo (*Joe*) vienkārši bija jāmaksā īre. Un Michael, Kat un Amol vajadzēja vietu, kur uzturēties dizaina konferences laikā. Viņi bija pirmie pieci *AirBnB* kopienas locekļi, taču neviens no viņiem nebija iedomājies, cik liela šī kopiena varētu augt. Tikai astoņus gadus vēlāk (2015.g) *AirBnB* kopiena aptvēra 191 valsti un 34 000 pilsētu visā pasaulē. Vairāk nekā 50 miljoni viesu ir sekojuši Mihaela, Kata un Amola pēdās - vairāk nekā 30 miljoni pēdējo gadu laikā. Šie viesi izmanto *AirBnB* pakalpojumus, jo uzturēšanās mājās/dzīvokļos dod viesiem unikālu pieredzi, ko viņi nevar iegūt nekur citur.<sup>44</sup>

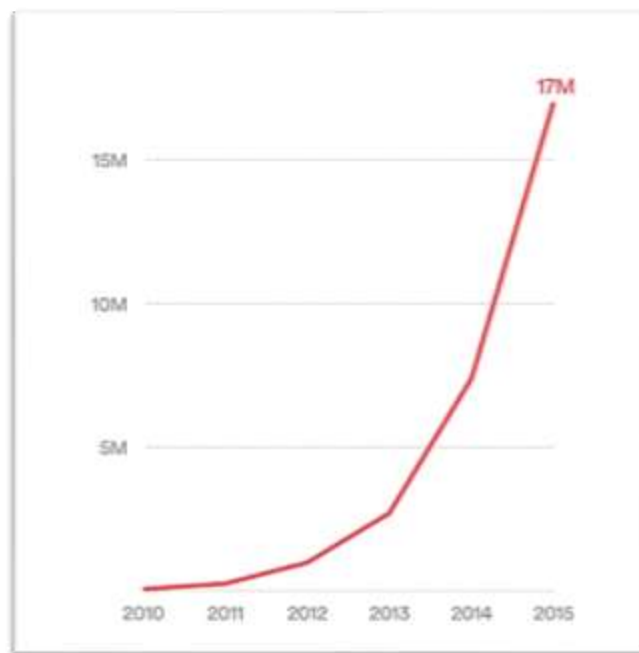
*AirBnB* ir dibināts 2008. gadā, ar domu radīt pasauli, kurā ikviens var adaptēties jebkur, nodrošinot "veselīgu" ceļošanu, kas ir vietēja, autentiska, daudzveidīga, pārējā sabiedrībā iekļaujoša un ilgtspējīga. *AirBnB* unikāli izmanto tehnoloģijas, lai palielinātu iespēju miljoniem cilvēku visā pasaulē piekļūt platformai. *AirBnB* izmitināšanas tirgus nodrošina piekļuvi vairāk nekā 5 miljoniem unikālu izmitināšanas vietu, kur atļauj uzturēties vairāk nekā 81 000 pilsētās un 191 valstī. *AirBnB* platforma sniedz labumu visām ieinteresētajām pusēm, tostarp saimniekiem, viesiem un darbiniekiem.<sup>45</sup>

*AirBnB* biznesa modelis pašlaik darbojas ar minimālu reglamentējošo kontroli lielākajā daļā vietu, un tādēļ gan saimniekiem, gan viesiem ir stimulēts izmantot atsauksmju politiku, lai izveidotu veiksmīgas un klientiem patīamas rezervācijas iespējas. *AirBnB* ir izveidojis tiešsaistes atsauksmju sistēmu, kas ļauj un iedrošina dalībniekus novērtēt un pārskatīt katru pieejamo apartamentu. Viesi izmanto "zvaigžņu" vērtējumus, lai novērtētu savu uzturēšanās pieredzi (piemēram, tīrību, atrašanās vietu, komunikāciju). Viesi un saimnieki tiek arī aicināti publicēt savas atsauksmes platformā.

Pirms deviņiem gadiem, 2010. gada vasarā, aptuveni 47 000 cilvēku izmantoja *AirBnB* iespējas, un ir izīrējuši apartamentus. Jau 2015.gada vasarā pie *AirBnB* saimniekiem visā pasaulē uzturējās gandrīz 17 miljoni viesu. Šajā laika posmā *AirBnB* apartamentu izmantošana ir pieaugusi 360 reizes. 2.1.attēlā ir ietverts cilvēku skaits, kuri vasaras ceļojumu laikā izmantoja *AirBnB* apartamentus, tā ievērojami pieaugusi no 2010. gada līdz 2015. gadam (skatīt 2.1.attēlā).

<sup>44</sup> AirBnB Summer Travel Report: 2015, *AirBnB*. Available: <https://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf> [see 08.03.2019]

<sup>45</sup> AirBnB, *About us*. Available: <https://press.airbnb.com/about-us/> [see 07.03.2019]



## 2.1 att. Cilvēku skaits, kuri vasaras ceļojumu laikā izmantoja *AirBnB* (2010-2015) <sup>46</sup>

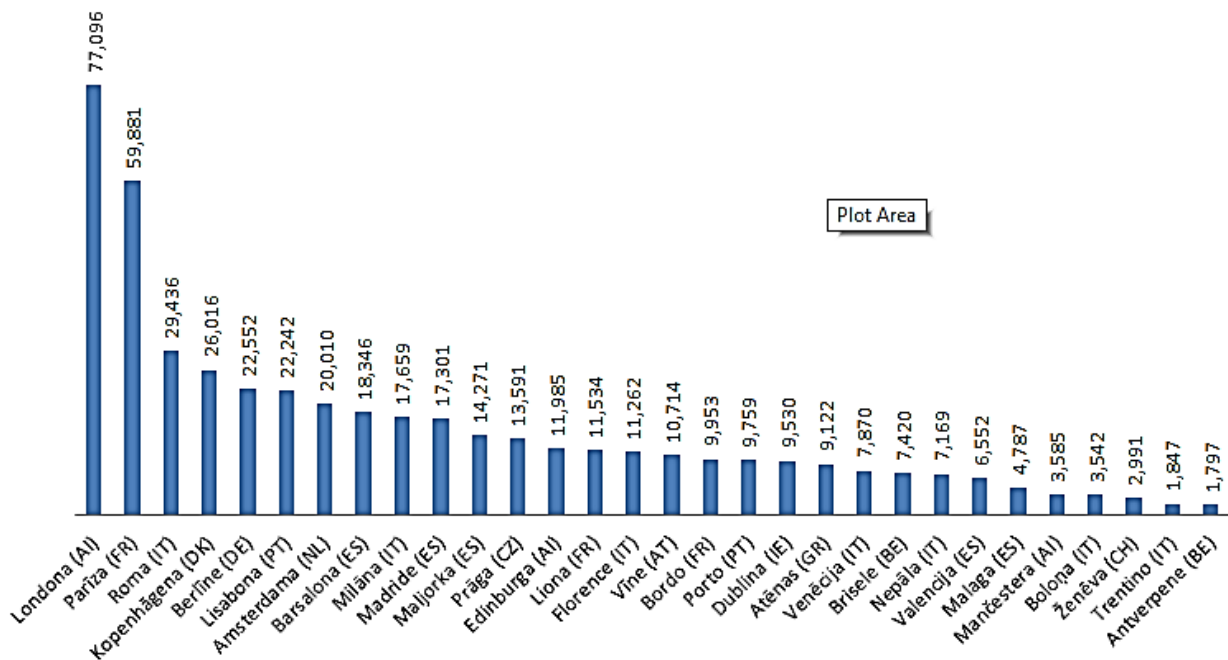
*Uz vertikālās ass attēlots cilvēku skaits miljonos, uz horizontālās ass attēloti gadi*

Divas lielākās pilsētas, kurās pieejams lielākie *AirBnB* piedāvājumi, ir Londona un Parīze. Eiropas mērogā tām seko Roma, Kopenhāgena, Berlīne, Lisabona, Amsterdamā un citas pilsētas. Piedāvājumu var apskatīt autores veidotā 2.2 attēlā, balstoties uz *AirBnB* mājaslapā pieejamiem datiem. Piedāvājums svārstās no 1 979 apartamantiem Antverpenē (Beļģijā), un līdz 77 096 apartamentiem Londonā.

Šajās pilsētās ir tik liels piedāvājums, ka valsts pārvaldēm un pilsētu domēm jāsāk kontrolēt *AirBnB* darbība. Londonā apartamentus aizliegts iznomāt kā pagaidu guļamtelpas (*temporary sleeping accommodation*) mazāk nekā 90 dienas bez atļaujas. Parīzē ir likumīgi iznomāt savu pamata dzīvesvietu tikai tad, ja īpašnieks tur dzīvo vairāk nekā četrus mēnešus gadā. Romā *AirBnB* apartamentu drīkst izīrēt ne vairāk kā 60 dienas gadā, tāpat arī Kopenhāgenā, Amsterdamā un Lisabonā, Berlīnē, Barselonā 90 dienas gadā.<sup>47</sup>

<sup>46</sup> AirBnB Summer Travel Report: 2015, *AirBnB*. Available: <https://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf> [see 08.03.2019]

<sup>47</sup> Europe, *Inside AirBnB*. Available: [www.insideairbnb.com](http://www.insideairbnb.com) [see 22.03.2019]



2.2 att. *AirBnB* piedāvājums Eiropā 2019. gada martā<sup>48</sup>

*Autores veidots, balstoties uz AirBnB mājaslapā pieejamiem datiem*

Neskatoties uz to, ka vairāk individuālo patērētāju tagad iznomā papildu vietu telpu koplietošanas platformām, lai iegūtu papildu ienākumu avotus, daudziem no viņiem trūkst profesionālās apmācības vai pieredzes, lai pieņemtu pareizo cenu stratēģiju, taču viesnīcu nozarei ir cenu stratēģijas politika. Piemēram, viesnīcās profesionāļi veic nozares salīdzināšanas, veido ziņojumus un veic ieņēmumu pārvaldību, savukārt *AirBnB* nav pietiekami daudz ieņēmumu lai vadītu apmācības. *AirBnB* saimniekiem ir vairākkārt ziņots, ka cenas ir noteiktas neefektīvi - pārmērīgi augstas vai pārmērīgi zemas.<sup>49</sup>

Nesen *AirBnB* ir izstrādājis dažādus rīkus, lai palīdzētu uzņēmējiem cenu noteikšanā (piem., „Gudra cenu noteikšana” (*smart pricing*)), tomēr galīgie lēmumi joprojām tiek atstāti saimniekiem, cik daudz viņi vēlas iekasēt attiecībā uz esošo apkārtni (t.i., cenu pozicionēšana) un to, vai viņi vēlas koriģēt cenas saskaņā ar ceļotāju prasībām (t.i., dinamisku cenu noteikšanu). Nesenie pētījumi ir aplūkojuši atšķirības starp viesnīcām (daudzu vienību piedāvājums) un *AirBnB* (vienas vienības saimniekiem) apartamentu piedāvātājiem. Tika konstatēts, ka viesnīcu

<sup>48</sup> Europe, *Inside AirBnB*. Available: [www.insideairbnb.com](http://www.insideairbnb.com) [see 22.03.2019]

<sup>49</sup> Kwok, L., Xie, K. (2018). Pricing strategies on Airbnb: Are multi-unit hosts revenue pros? *International Journal of Hospitality Management*. Article in press, pieejams *Science Direct* datu bāzē.

pārvaldīto apartamentu ieņēmumi ir par 16,9% lielāki nekā tie, kuru pārvaldībā ir viena vienība. Šādas veiktspējas atšķirības starp šiem diviem saimniekiem var izskaidrot ar cenu neefektivitāti.<sup>50</sup>

Praktiski *AirBnB* ļauj privātpersonām kļūt par mikrouzņēmējiem, piedāvājot tūristiem izmitināšanu par maksu. Saimnieki var nopelnīt ievērojamus ienākumus, izīrējot savus apartamentus. Šo ietekmē pieprasījums, pēc kura arī tiek veidota atbilstoša cena. Tā kā viss meklēšanas un rezervēšanas process notiek internetā, *AirBnB* attēlotie raksturlielumi, iespējams, kalpo par vienotu atskaites punktu potenciālajiem viesiem, lai novērtētu apartamenta kvalitāti. Tādējādi cena, būs atkarīga no irē piedāvātās naktsmītnes īpašībām, citiem uzskaites raksturlielumiem, kas ir svarīgi īrniekam, kā arī no iepriekšējiem klientiem saņemtās atsauksmes.<sup>51</sup>

Vidējās cenas *AirBnB* apartamentiem Eiropas apmeklētākajās/populārākajās vietās 2019. gada martā (precīzāk 22.03.2019.) ietvertas autores veidotajā 2.3 attēlā, balstoties uz *AirBnB* mājaslapā pieejamajiem datiem. Cenu diapazons svārstās no 67 EUR par diennakti Milānā, Itālijā līdz 208 EUR Florencē, Itālijā. Taču parasti Florence nav dārgākā vieta, kur apmesties *AirBnB* apartamentos. Martā Florencē bija dažādi pasākumi, kuru dēļ *AirBnB* cenas bija krietni augstākas, nekā parasti, jo pieprasījums bija daudz augstāks nekā parasti. Šobrīd (02.04.2019) vidējā cena Florencē ir 100 EUR. Amsterdamā vidējā cena ir 128 EUR, Venēcijā 126 EUR, Dublinā 112 EUR, Barselonā 105 EUR, Londonā 100 EUR, Atēnās 98 EUR, Kopenhāgenā 92 EUR, Vīnē 82 EUR, Roma 75 EUR, Madridē 72 EUR, Parīzē un Prāgā 69 EUR.

Vidējo cenu veido atsevišķi apartamenti, gan izīrētās istabas, gan dalītās istabas. Un katrā pilsētā to daudzums atšķiras, līdz ar to arī vidējā cena atšķiras. Jo vairāk piedāvā izīrēt atsevišķus apartamentus un mazāk piedāvā istabas, jo lielāka ir arī vidējā cena. Piemēram, Londonā vienam cilvēkam apartamentus var atrast no 14 EUR par diennakti līdz 4000 EUR par diennakti (Londonas centrā, pēdējā stāvā).<sup>52</sup> Cenu diapazons ir plašs, un pašam cilvēkam ir jāizvēlas sev piemēroti apartamenti. Parīzē apartamentus vienai personai var atrast no 14 EUR līdz 4000 EUR (ar iekļautu SPA).<sup>53</sup> Piedāvātais sortiments un cenu diapazons ir atbilstošs visiem.

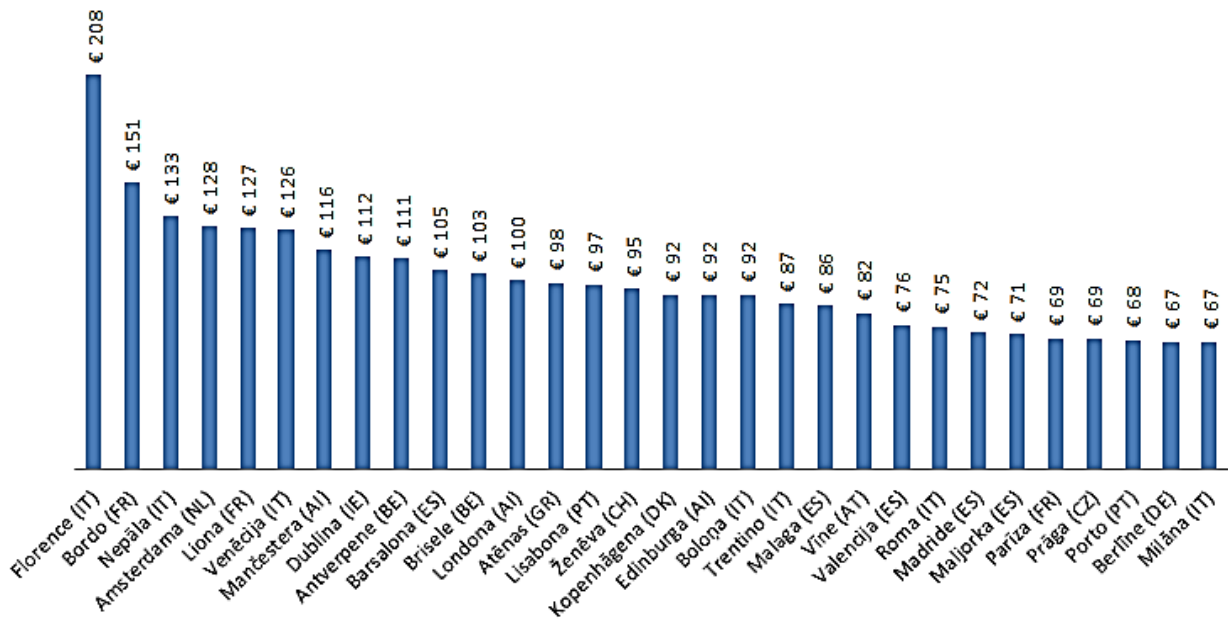
---

<sup>50</sup> Kwok, L., Xie, K. (2018). Pricing strategies on Airbnb: Are multi-unit hosts revenue pros? *International Journal of Hospitality Management*. Article in press, pieejams *Science Direct* datu bāzē.

<sup>51</sup> Lorde, T., Jacob, J., Weekes, Q. (2019). Price-setting behavior in a tourism sharing economy accommodation market: A hedonic price analysis of AirBnB hosts in the Caribbean, *Tourism Management Perspectives*, 30, p. 252

<sup>52</sup> London, *AirBnB*. Available : <https://www.airbnb.com/s/London--United-Kingdom> [see 02.04.2019]

<sup>53</sup> Paris, *AirBnB*. Available : <https://www.airbnb.com/s/Paris--France> [see 02.04.2019]



2.3 att. *AirBnB* vidējās cenas piedāvājumam Eiropā 2019. gada martā<sup>54</sup>

*Autores veidots, balstoties uz AirBnB mājaslapā pieejamiem datiem*

Attēlā 2.3 ir attēloti tikai *AirBnB* apartamenti Eiropas apmeklētākajās/populārākajās vietās 2019. gada martā. *AirBnB* pavisam piedāvā iespēju izīrēt apartamentus vairāk nekā 191 valstī, kopā aptverot vairāk nekā 81 tūkstoši pilsētas visā pasaulē.<sup>55</sup>

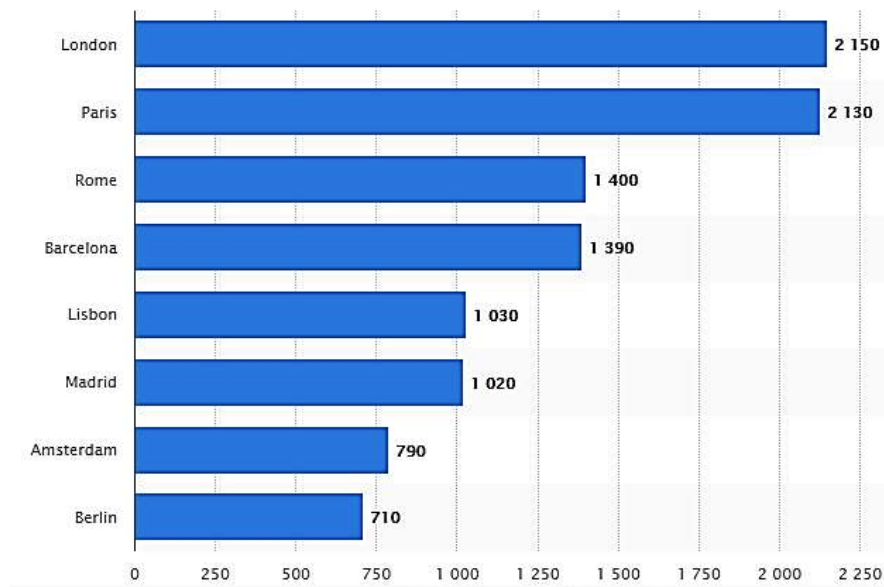
Apartamentus var izīrēt nenoteikts skaits cilvēku, ir iespējams arī izīrēt lielākus apartamentus, piemēram, desmit cilvēku nelielai tūristu grupai, kā arī mazākus apartamentus, piemēram, ģimenei vai draugam ar draudzeni (divām personām). Apartamentos pieejamais gultu skaits ir novārīts apartamentu aprakstā. Pateikts ir gultas veids: divguļamā, vienguļamā, dīvāns, papildus gulta.

## 2.1 *AirBnB* ietekme uz viesnīcu darbību Londonā

2017. gadā vadošie *AirBnB* galamērķi Eiropā, pamatojoties uz viesu ierašanos, bija Londona (2150 tūkstoši), Parīze (2130 tūkstoši), Roma (1400 tūkstoši), Barselona (1390 tūkstoši), Lisabona (1030 tūkstoši), Madride (1020 tūkstoši), Amsterdama (790 tūkstoši), Berlīne (7100 tūkstoši) (skatīt 2.1.1.attēlā).

<sup>54</sup> Europe, *Inside AirBnB*. Available: [www.insideairbnb.com](http://www.insideairbnb.com) [see 22.03.2019]

<sup>55</sup> Fast fact, *Airbnb Press Room*, Available : <https://press.airbnb.com/fast-facts/> [see 02.04.2019]



2.1.1 att. 2017. gadā vadošie *AirBnB* galamērķi Eiropā, tūkstošos<sup>56</sup>

Kopš 2012. gada, kad *AirBnB* pirmo reizi sāka darboties Londonas tirgū, tas ir ieguvis spēku, un tā temps pieaug, sākot ar 14 000 piedāvājumiem 2015. gada jūnijā līdz vairāk nekā 49 000 2016. gada oktobrī.<sup>57</sup> Un jau 77 000 piedāvājumiem 2019. gadā.

*AirBnB* koncentrācija un ietekme Londonas centra rajonos ir milzīga. Saskaroties ar šo izaugsmi, 2014. gadā centrālā valdība sāka konsultēties par šo jautājumu ar vietējām pašvaldībām un dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem. 2014. gada septembrī tā pasūtīja mājas koplietošanas mājaslapas *Love Home Swap* izpilddirektori Debiju Voskovu (*Debbie Woskow*), lai tā rakstītu pārskatu par koplietošanas ekonomiku un sniegtu ieteikumus kā Apvienotā Karaliste kļuva par globālo koplietošanas ekonomikas centru. Atzīstot Londonas hronisko ilgtermiņa mājokļu nepietiekamību un atsaucoties uz *AirBnB* un citu īstermiņa platformu regulējumu, viena no galvenajām ziņojuma atziņām bija tāda, ka tika veikti ļaunprātīgi noteikumu pārkāpumi, piemēram, sākot piedāvāt lielu skaitu apartamentu, tas tika darīts, izmantojot koplietošanas ekonomikas platformas, neievērojot nodokļu un normatīvās prasības.<sup>58</sup>

Uz šo brīdi (18.03.2019., 14:00) Londonā ir pieejami 77 096 (100%) apartamenti un dzīvokļi. No tiem 42 758 (55,4%) izīrē kā atsevišķus apartamentus, mājas. Atsevišķas istabas

<sup>56</sup> Leading Airbnb destinations in Europe in 2017, based on guest arrivals (in 1,000s), *Statista*. Available : <https://www.statista.com/statistics/957312/airbnb-leading-european-destinations> [see 21.03.2019]

<sup>57</sup> Ferreri, M., Sanyal, R. (2018). Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London, *Urban Studies*, 55(15), p.3360.

<sup>58</sup> Ferreri, M., Sanyal, R. (2018). Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London, *Urban Studies*, 55(15), p.3360.

piedāvā izīrēt 33 594 (43,6%) vietās un 744 (1%) vietās ir iespējam izīrēt un dalīt istabu ar istabas biedru. Vidējā cena par vienu nakti ir 112 GBP (127,82 EUR). Par atsevišķu apartamentu vidējā cena ir 157 GBP (179,17 EUR), par istabu vidējā cena ir 56 GBP (63,91 EUR), par dalītu istabu 47 GBP (53,63 EUR) par nakti.<sup>59</sup>

*AirBnB* dati par Londonu (2016. gada 2. jūnijā) liecina, ka četrdesmit viens procents (41%) *AirBnB* sarakstā, kurā iekļauti "mājas/ dzīvokļi" tiek izīrēti tūristiem vairāk nekā 90 naktis gadā, vidēji 194 naktis gadā. Daudzi no tiem ir nelikumīgi saskaņā ar jaunajiem likumiem, par dalīšanos ekonomiku Londonā, kas aizsargā Londonas mājokļu piedāvājumu pastāvīgajiem iedzīvotājiem. Četrdesmit divus procentus (42%) no visām mājām, kas tiek uzskaitītas Londonas *AirBnB* sarakstā, ir saimnieki, kuriem ir vairāk nekā viens apartaments - tas vienkārši nav iespējams, ka viņi ir Londonas pamatiedzīvotāji, un iznomā mājas, kurās viņi paši pastāvīgi dzīvo. Šādi pārkāpjot likumu, mājokļus zaudē patstāvīgie Londonas iedzīvotāji.<sup>60</sup>

1973. gada Lielā Londonas padomes (Vispārējo pilnvaru) (*Greater London Council (General Powers)*) likuma 25. pantā (ar grozījumiem, kas izdarīti ar 1983. gada Lielā Londonas padomes (Vispārējo pilnvaru) (*Greater London Council (General Powers)*) likuma 4. pantu) apartamentus aizliegts iznomāt kā pagaidu guļamtelpas (*temporary sleeping accommodation*) mazāk nekā 90 dienas bez atļaujas, vai arī iespējamu naudas sodu līdz 20 000 GBP (22 825 EUR) par katru "nodarījumu".<sup>61</sup>

2015. gada Likuma regulēšanas akts (*Deregulation Act 2015*) kļuva par likumu 2015. gada 26. martā. Tā 44. un 45. sadaļa ir: Īslaicīga Londonas izmitināšanas izmantošana: ierobežojumi un ierobežojumu atvieglošana (*Short-term use of London accommodation: relaxation of restrictions and power to relax restrictions*), kas attiecas uz 32 Londonas rajoniem un pilsētu, stājās spēkā 2015. gada 26. maijā un nosaka:

- „Aizsargāt esošos Londonas mājokļu piedāvājumus pastāvīgo iedzīvotāju labā...”<sup>62</sup> (208. pants);
- Tiek ierobežota īstermiņa dzīvojamo telpu iznomāšanu tā, lai "to dienu skaits, kas izmantoti vienā un tajā pašā kalendārajā gadā, nepārsniedz deviņdesmit naktis"<sup>63</sup>, lai īpašumus nevarētu izmantot īstermiņa iznomāšanai pastāvīgi (211 pants);

<sup>59</sup> London, *Inside AirBnB*. Available <http://insideairbnb.com/london> [see 15.03.2019]

<sup>60</sup> Turpat, p.1.

<sup>61</sup> Turpat, p.1

<sup>62</sup> Short-term use of London accommodation: relaxation of restrictions and power to relax restrictions, *Deregulation Act 2015*, United Kingdom legislation, Sections 44 and 45, 20.04.2015

<sup>63</sup> Turpat, p.1.

- „Persona, kas sniedza naktsmītni, ir atbildīga par padomes nodokļa (*Council tax*) nomaksu...”<sup>64</sup> (211. pants).

Autore uzsver, ka Londonas varas iestādes un padome nevar precīzi izsekot līdz, vai īpašums īstermiņa īrei netiek izīrēts ilgākam laika posmam nekā deviņdesmit dienas. Ir nepieciešamai stingrāka pieeja, lai spētu stabilizēt īres iespējas Londonā.

## 2.2 *AirBnB* ietekme uz viesnīcu darbību Parīzē

Parīze ir viens no galvenajiem *AirBnB* galamērķiem, un pēdējos gados tas ir pieaudzis. Viena trešdaļa no visiem *AirBnB* apmeklētājiem apmeklē Parīzi. Turklāt tiešie *AirBnB* viesu izdevumi Parīzē, izņemot izmitināšanu, bija 980 miljoni eiro. Peļņa, ko Parīzes *AirBnB* saimnieki saņēma par īres maksu, sasniedza 213 miljonus eiro. Bet Francijas galvaspilsētas viesnīcu īpašnieki nostāda *AirBnB* kā draudus, kam ir negodīgas priekšrocības. Tā kā P2P izmitināšanas īres maksas, piemēram, *AirBnB*, ir kļuvušas par arvien profesionālāku darbību, franču viesnīcas īpašnieki pieprasa jaunus noteikumus. Piemēram, Francijā viesnīcu industrijas darījumu apvienība (*UMIH*) apgalvoja, ka P2P izmitināšanas īres maksas vairs nav daļa no koplietošanas ekonomikas, un tās būtu jāmaksā un jāregulē tāpat kā viesnīcas. Tomēr *AirBnB* aizstāv sava biznesa sociālo aspektu, un apgalvo, ka lielākā daļa *AirBnB* saimnieku ir ilgstoši Parīzes iedzīvotāji, kas pārsvarā dalās mājās, kurā viņi dzīvo.<sup>65</sup>

Uz šo brīdi (18.03.2019., 14:00) Parīzē ir pieejami 59 881 (100%) apartamenti un dzīvokļi. No tiem 51 983 (86.8 %) izīrē kā atsevišķus apartamentus, mājas. Atsevišķas istabas piedāvā izīrēt 7 428 (12,4%) vietās, un 470 (0,8%) vietās ir iespējam izīrēt dalītu istabu ar istabas biedru. Vidējā cena par vienu nakti ir 111 EUR. Par atsevišķu apartamentu vidējā cena ir 110 EUR, par istabu vidējā cena 119 EUR, par dalītu istabu 64 EUR par nakti.<sup>66</sup>

*AirBnB* piedāvājums Parīzē aug ar katru gadu. 2010. gadā tika piedāvāti vien 354 apartamenti. Nākamajā gadā jau par 768 apartamentiem vairāk (1 122 apartamenti). 2012. gadā piedāvāja 4 296 apartamentus, 2013. gadā 9 536 apartamentu. 2014. gadā *AirBnB* Parīzē piedāvāja 18 804 apartamentus, un jau 2015. gadā bija pieejami 39 608 apartamenti, kas

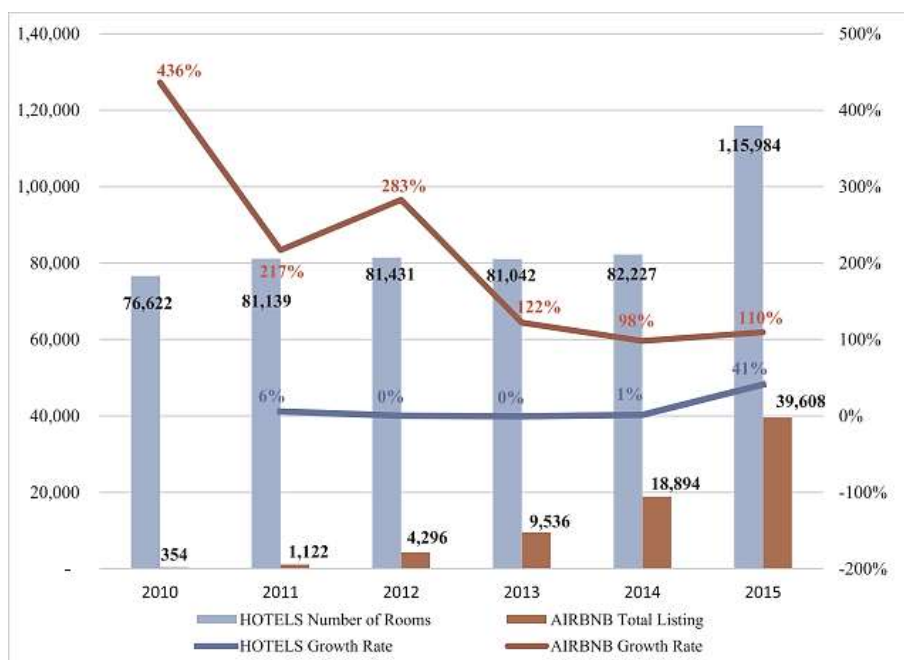
<sup>64</sup> Short-term use of London accommodation: relaxation of restrictions and power to relax restrictions, Deregulation Act 2015, United Kingdom legislation, Sections 44 and 45, 20.04.2015

<sup>65</sup> Heoa, C. Y., Blala, I., Choib, M.(2019). What is happening in Paris? Airbnb, hotels, and the Parisian market: A case study, *Tourism Management*, 60, p. 81

<sup>66</sup> Paris, *Inside AirBnB*. Available : <http://insideairbnb.com/paris/> [see 15.03.2019]

salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu bija audzis par pusi (skatīt 2.2.1 attēlā).<sup>67</sup> Un kā darba autore jau minēja iepriekš, šogad ir pieejami 59 881 apartamenti.

*AirBnB* piedāvājuma pieaugums Parīzē atspoguļo eksponenciālu izaugsmi. Attēlā 2.2 ar zilajiem stabiņiem ir atspoguļots viesnīcu piedāvātais istabiņu skaits kopā Parīzē, un ar tumši zilo līniju pieauguma temps. Brūnie stabiņi attēlo *AirBnB* piedāvātos apartamentus, un brūnā līnija atspoguļo *AirBnB* pieaugumu tempu. Viesnīcu piedāvājuma pieauguma temps ir diezgan konstants, taču *AirBnB* pieauguma temps krasi mainās. Tas tādēļ, ka *AirBnB* piedāvājums ar katru gadu aug vairāk nekā par pusi, un līdz ar to mainās arī pieauguma temps.



Att. 2.2.1 Viesnīcu istabu piedāvājums pret *AirBnB* piedāvājumu Parīzē (2010–2015)<sup>68</sup>

*Bill ALUR* - valsts mājokļu likums, ko parakstīja Francijas prezidents 2014. gada martā, ļaujot nomāt īpašnieka pamata dzīvesvietu, neprasot atļauju no vietējām pilsētu aģentūrām. Parīzē ir likumīgi iznomāt savu pamata dzīvesvietu tikai tad, ja īpašnieks tur dzīvo vairāk nekā četrus mēnešus no visa gada. Dzīvojamo īpašumu gadījumā, ja nekustamā īpašuma īpašnieks nedzīvo pastāvīgi, ir nelikumīgi īrēt īpašumu uz laiku, kas nepārsniedz vienu gadu, ja vien tas nav reģistrēts kā komerciāls īpašums. No *AirBnB* esošajiem Parīzes īpašumiem tikai neliela daļa

<sup>67</sup> Heoa, C.Y., Blala, I., Choib, M. (2019). What is happening in Paris? Airbnb, hotels, and the Parisian market: A case study, *Tourism Management*, 60, p. 80.

<sup>68</sup> Heoa, C.Y., Blala, I., Choib, M. (2019). What is happening in Paris? Airbnb, hotels, and the Parisian market: A case study, *Tourism Management*, 60, p. 80.

īpašnieku īpašumus reģistrējuši kā komerciālus īpašumus, lai varētu likumīgi izīrēt. Kas izīrē nelicenzētus komerciālos īpašumu vai izīrē savas pamata dzīvesvietas ilgāk nekā četrus mēnešus, ir jāsamaksā naudas sods līdz 25 000 eiro.<sup>69</sup>

*AirBnB* izplatība Parīzē ir plaša, kā arī pieprasījums ir liels. Līdz ar to Francijas parlaments cenšas veikt izmaiņas Francijas likumdošanā, lai kaut nedaudz kontrolētu tā darbību, un tā nekaitētu pārējai ekonomikai.

### **2.3 *AirBnB* kā alternatīva viesnīcām**

Dalīšanās ekonomika, ir kļuvusi par alternatīvu preču un pakalpojumu piegādātājiem, ko tradicionāli nodrošina sen izveidotas nozares.<sup>70</sup> Autore apskata ekonomiskās sekas, kādas ir ekonomikai, kas saistīta ar koplietošanas ekonomiku, izmantojot esošos uzņēmumus, pētot *AirBnB* gadījumu, kas ir ietekmīga īstermiņa naktsmītņu platforma.

*Peer-to-peer* platformas ietekmē jau esošos uzņēmumus. *AirBnB* ir ceļojumu izmitināšanas pakalpojumu sniedzējs un dalīšanas ekonomikas viens no aizsācējiem. Tā kā *AirBnB* kopš tā dibināšanas 2008. gadā ir apkalpojis vairāk nekā 50 miljonus viesu, un tā tirgus kapitalizācija ir 30 miljardi ASV dolāru, *AirBnB* ir kvantitatīva ietekme uz viesnīcu ieņēmumiem un darbību.<sup>71</sup>

*AirBnB* kalpo kā aizstājējs viesnīcām, tādējādi ietekmējot viesnīcu ieņēmumus, šī ietekme ir atšķirīga pēc ģeogrāfiskā reģiona, viesnīcu tirgus segmenta un sezonas. Lai gan vēsturiskie pirmie uzņēmumi saskaras ar augstākām fiksētām izmaksām un piedāvā mazāk personalizētus produktus nekā dalīšanās ekonomikas platformas, viņi tikai nesen sāka uzskatīt, ka konkurence no tādām platformām kā *AirBnB* ir nopietns drauds. Piemēram, viesnīcu vadītāji publiski ir publiskojuši lielākoties noraidošus paziņojumus par konkurentiem, piemēram, *AirBnB* apgalvo, ka dalīšanās ekonomikas platformas ir vesela tirgus niša. *AirBnB* pauž viedokli: saskaņā ar *AirBnB* datiem daudzās pilsētās vairāk nekā 70% *AirBnB* īpašumu atrodas ārpus galvenajiem viesnīcu rajoniem.<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Paris, *Inside AirBnB*. Available : <http://insideairbnb.com/paris/> [see 15.03.2019]

<sup>70</sup> Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. (2017). The rise of sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry, *Journal of Marketing Research*, 54(5), p. 687.

<sup>71</sup> Turpat, P. 678

<sup>72</sup> Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. (2017). The rise of sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry, *Journal of Marketing Research*, 54(5), p. 687.

*AirBnB* piedāvā vairākus unikālus pakalpojumus, kas to atšķir no viesnīcu uzņēmumiem. Pirmkārt, *AirBnB* platformai gandrīz nav robežizmaksas, jo jaunas telpas var pakāpeniski pievienot (vai noņemt) platformai. Šī iemesla dēļ *AirBnB* var piedāvāt apartamentus praktiski jebkur, lai apmierinātu pieprasījumu, pat uz īsu laika periodu.

Turpretī viesnīcu piedāvājuma palielināšana ietver būvniecību, kas rada ievērojamas izmaksas viesnīcu ķēdēm. Šī unikālā *AirBnB* iezīme būtiski ietekmē viesnīcas cenu noteikšanu. Otrkārt, *AirBnB* piedāvā daudz plašāku produktu un pakalpojumu klāstu nekā viesnīcas: *AirBnB* lietotāji var iznomāt sākot ar dzīvokli un beidzot ar pārvedamām mājām (*kurt*). Vēl svarīgāk ir tas, ka *AirBnB* izmanto esošos mājokļus, lai kur atrastos mājoklis. Tas ir atšķirīgi no viesnīcām, kurām jābūvē ēkas, kas atbilst vietējām zonēšanas prasībām.<sup>73</sup>

Tur, kur viesnīcām tuvumā ir izvietoti *AirBnB* apartamenti ir novērojama konkurences veidošana vietējām viesnīcām, kuras pazemina savas cenas, kas kaitē pašu viesnīcu ienākumiem, bet sniedz labumu ceļotājiem, pat tiem, kuri neizmanto *AirBnB*. Pašvaldību ieņēmumi daļēji balstās uz nodokļu ieņēmumiem no labi regulētām nozarēm, piemēram, viesnīcām un taksometriem.<sup>74</sup>

*AirBnB* veicina augstāku labsajūtu, nodrošinot lielāku vietējo, pieredzi nekā tradicionālās naktsmītnes un ļaujot veidot vairāk kontaktus ceļojuma laikā. Piemēram, Pons (*Poon*) un Huangs (*Huang*) konstatēja, ka *AirBnB* lietotāji uzsvēruši, ka „*AirBnB* ir labāks nekā viesnīcas, piedāvājot vietējo pieredzes.”<sup>75</sup> Dalīšanās ekonomika veicina tuvumu starp patērētāju un pakalpojumu sniedzēju, kas parasti ir novērojams tikai ģimenes un draugu lokā, tas arī ir viens no galveniem virzītājspēkiem, kas sekmē dalīšanās ekonomikas modeļu panākumus.

Tā vietā, lai uzturētos viesnīcās, kas tika uzceltas tieši ceļotāju uzņemšanas nolūkā, klienti uzturas apdzīvotās mājās, kas pieder kādai personai. Tā vietā, lai sadarbotos ar darbiniekiem, kas apmācīti, lai sniegtu standartizētu klientu apkalpošanu, ceļotājam izvēlas apartamentus, kur ir iespējas sastapt bagātas zināšanas par vietējo kultūru un vidi. Šāda sadarbība ar vietējiem iedzīvotājiem noved pie pozitīvas pieredzes un lojāliem klientiem.<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup> Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. (2017). The rise of sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry, *Journal of Marketing Research*, 54(5), p. 704.

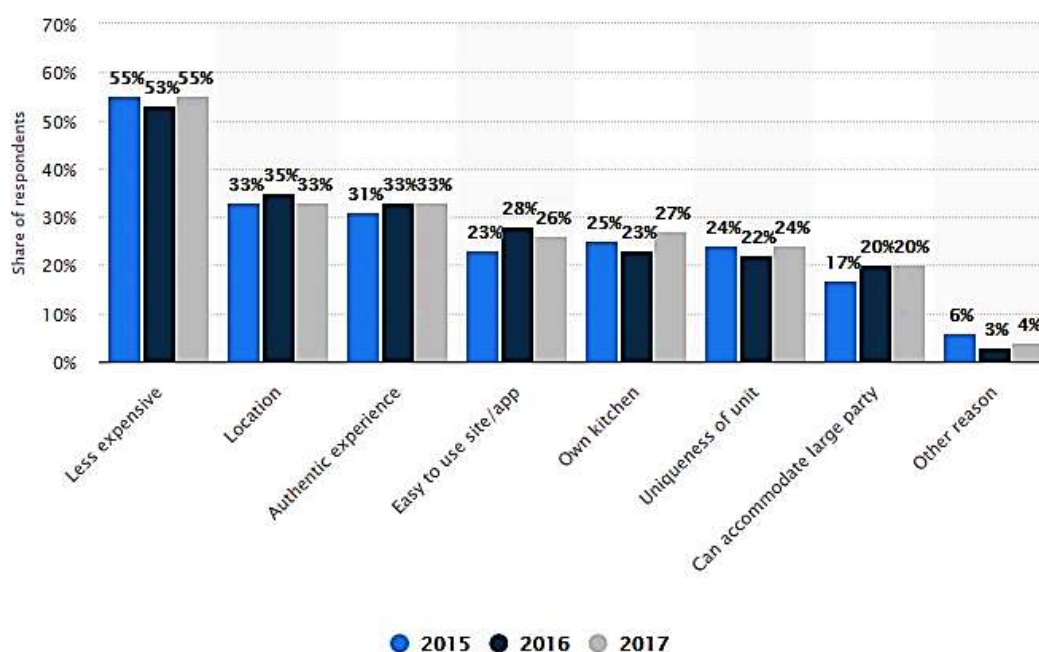
<sup>74</sup> Turpat, p. 704.

<sup>75</sup> Mody, M., Hanks, L. (2019). Consumption Authenticity in the Accommodations Industry: The Keys to Brand Love and Brand Loyalty for Hotels and Airbnb, *Journal of Travel Research*, p. 6.

<sup>76</sup> Mody, M., Hanks, L. (2019). Consumption Authenticity in the Accommodations Industry: The Keys to Brand Love and Brand Loyalty for Hotels and Airbnb, *Journal of Travel Research*, p. 6. 1-17 p. Doi: 10.1177/0047287519826233

Norvēģijā, Somijā un Zviedrijā novērots, ka *AirBnB* būtiski neietekmē viesnīcu vidējos ieņēmumus, bet tas palīdzēja samazināt apartamentu vidējo cenu vietās, kur *AirBnB* bija augstāks izplatības līmenis.<sup>77</sup>

Kopumā *AirBnB* būtiski ietekmē viesnīcu darbību reģionos, kur atrodas gan *AirBnB*, gan viesnīcas. Īrnieki arvien vairāk sāk izvēlēties ne tikai apmesties kādā pilsētā neilgu laiku, bet izvēlas apmesties *AirBnB* apartamentos, papildus iepazīstot kultūru, vietējos cilvēkus un cilvēku paradumus. Izmantojot iespēju dzīvot apartamentos ar personīgo virtuvi un vēl ieguvumiem, ko piedāvā *AirBnB* apartamentu īpašnieki.



2.2.1 att. Svarīgi iemesli, kāpēc cilvēki lieto *AirBnB* ASV un Eiropā no 2015. līdz 2017. gadam<sup>78</sup>

No 2015. gada līdz 2017. gadam *www.statista.com* izveidoja aptauju, kur centās noskaidrot galvenos iemeslus, kāpēc cilvēki dod priekšroku *AirBnB* apartamentiem, nevis viesnīcām (skatīt 2.2.1). Aptaujā piedalījās 4 000 respondentu no astoņpadsmit gadu vecuma. Aptauja notika Ziemeļamerikā, Francijā, Anglijā un Vācijā. 2.2.1.attēlā parādīti trīs gadi – 2015., 2016., 2017.- kur gada griezumos atbildes ir ļoti līdzīgas un krasi neatšķiras.

<sup>77</sup>Blala, I., Singalb, M., Templinc, J. (2018). Airbnb's effect on hotel sales growth, *International Journal of Hospitality Management*, 73, p. 87

<sup>78</sup> Important reasons why people use Airbnb in the Unites States and Europe from 2015 to 2017, *Statista*. Available: <https://www.statista.com/statistics/796866/reasons-people-use-airbnb/> (see 03.05.2019)

Aptaujas rezultāti parāda, ka galvenais iemesls, kāpēc cilvēki izvēlas *AirBnB* nevis viesnīcas, ir cena (*price*). *AirBnB* piedāvā apartamentus dažādākajās cenās, sākot ar mazu istabu beidzot ar savrupmāju. Par šo kritēriju 2015. gadā balsoja 55% respondentu, 2016. gadā par 2% mazāk – 53 respondentu, un 2017. gadā par 2% vairāk, kas ir 55%. 2015. gadā otrs svarīgākais iemesls, kāpēc cilvēki izmanto apartamentus, nevis viesnīcas, ir atrašanās vieta (*location*). Par kuru 2015. gadā un 2017. gadā balsoja 33% respondentu, un 2016. gadā 35% respondentu.

Apartamentu pieejamība dod iespēju cilvēkiem izvēlēties sev tīkamāku atrašanās vietu, kur pats nomnieks vēlas dzīvot. Piemēram, pilsētas centrā, vai tieši otrādi, ārpus pilsētas, kāda vēsturiska pieminekļa tuvumā, jūras tuvumā, bērniem piemērotos apartamentos un tamlīdzīgi. Kā trešais svarīgākais ir atzīmēts „vietējā pieredze” (*authentic experience*), kas tiek gūta satiekot vietējos iedzīvotājus ikdienā. Viesnīcās īsti netiek satikti vietējie iedzīvotāji.

26% respondentu 2017. gadā patīk iespēja viegli lietot *AirBnB* mājas lapu/aplikāciju (*easy to use site/app*). Tajā ir gan viegli pievienot savu apartamentu gan atrast sev tīkamu, lai izīrētu. 27% respondentu 2017. gadā patīk iespēja, ka apartamentos ir pieejama sava virtuve (*own kitchen*). 2017. gadā 24% respondentu izvēlas apartamentus, nevis viesnīcas, jo katrs apartaments ir unikāls (*uniqueness of unit*). 20% respondentu arī patīk iespēja, ka apartamentus var izmantot kā satikšanās vietu, uzaicināt viesus un izveidot pasākumu, ko viesnīcās ir aizliegts darīt (*can accommodate large party*). To var arī izmantot kā satikšanās vietu. Kā arī tiek minēti citi iemesli (*other reasons*).

### 2.3.1 *AirBnB* priekšrocības salīdzinājumā ar viesnīcām

Naktsmāju izvēli noteiks cilvēka vēlmes un vajadzības, kā arī to pieejamība un piedāvājums. Apartamenti ar virtuvi, veļas mašīna, divas guļamistabas, pie pludmales, bērniem piemērots. Vajadzības var būt ļoti dažādas, tādēļ pirms ceļojuma jau plānošanas posmā vajadzētu par to izlemt.<sup>79</sup>

**AirBnB priekšrocības :**

- Pilnībā aprīkoti *AirBnB* apartamenti/dzīvokļi būs piemēroti nomniekam, ja tiek plānots lielāko daļu laika uzturēties apartamentos, kā arī ja nomnieks vēlas atrasties tālāk vai tieši otrādi, vēlas atrasties tuvāk kādam tūrisma objektam.

---

<sup>79</sup> Travel Plan (2017). *AirBnB apartamenti vai viesnīcas?* Pieejams : <https://travelplan.lv/viesnicas/apartamenti-dzivokli/airbnb-apartamenti-vai-viesnica/> (skatīts 24.04.2019)

- Apartamenti ir pielīdzināmi *Couchsurfing* videi, jo nomnieks ir daļa no vietējiem iedzīvotājiem. Tūristu iecienītākajos galamērķos kā, piemēram, Tenerife, *AirBnB* apartamenti ir ļoti pieprasīti. *AirBnB* piedāvā izīrēt tūristu apartamentu mājā, kur līdzās nomniekam tur pat mājā būs arī citi ceļotāji, kas arī dod iespēju patīkamāku ieskatu vietējo iedzīvotāju dzīvē.<sup>80</sup> „Jāatzīst, ka nelielas ģimenes viesnīcas arī dzan ir lieliska vieta socializācijai ar vietējiem. Daudzi dzīvokļi ir atraktīvi noformēti, ar skaistiem skatiem vai balkoniem, citas priekšrocības, kuras viesnīcās praktiski nevar iegādāties.”<sup>81</sup>
- Pirms *AirBnB* rezervēšanas nav iespējams uzzināt faktisko adresi apartamentiem, tikai atzīmētu aptuveno pilsētas daļu. Tomēr, ja apartamenti ir piedāvāti arī citās apartamentu izīrēšanas vietnēs, iespējams, izdosies atrast kādā citā platformā, kur ir arī norādīta atrašanās vieta, ja tas ir svarīgi. Tā ir arī laba iespēja gan salīdzināt naktsmāju cenas. Citu ceļotāju atsauksmes arī ārpus *AirBnB* var būt noderīgas.<sup>82</sup>
- Izvēloties *AirBnB* apartamentus, tie sniegs vairāk privātums, un būs piemēroti ģimenēm ar bērniem. Meklējot apartamentus, *AirBnB* platformā var norādīt, ka tiek meklēti vairāku istabu apartamenti. Tādā gadījumā bērnu vecāki un bērni var gulēt atsevišķā guļamistabā, un nebūs jaukturas visu dienu vienā istabā. *AirBnB* piedāvā arī vairāku istabu dzīvoklī izīrēt tikai vienu istabu, un pirms izīrēšanas nomniekam kārtīgi vajadzētu pārdaudīt, kas tiek izīrēts.<sup>83</sup>
- Nomniekiem, kuri uz konkrēto pilsētu lido, ir dažādu lietu pārvešanas aizliegumi, un rokas bagāžā ne vienmēr visam pietiek vietas. Ir svarīgi, lai galamērķī būtu pieejams matu fēns, veļas mašīna, gludeklis, un citas saimniecīgas preces. Šīs preces lielākoties atrodas *AirBnB* apartamentos un ir pieejamas bez maksas, par kurām viesnīcās noteikti tiktu pieprasīta papildus samaksa. Pieejamo sadzīves tehniku konkrētajā apartamentā ir iespējams izlasīt *AirBnB* platformā apartamentu aprakstā.<sup>84</sup>
- „Tā ir lieliska iespēja pagatavot pašiem ēdienu, īpaši noderēs ģimenēm ar bērniem, cilvēkiem ar īpašākām ēdināšanas prasībām un tamlīdzīgi. Veikalos var iegādāties svaigu pārtiku un pusdienas/vakariņas pagatavot pašiem, padarot arī ēst gatavošanu un vietējā ēdiena iepazīšanu par daļu no ceļojuma pieredzes. Var iepriekš jau uzzināt receptes

<sup>80</sup> Travel Plan (2017). *AirBnB apartamenti vai viesnīcas?* Pieejams : <https://travelplan.lv/viesnīcas/apartamenti-dzīvokli/airbnb-apartamenti-vai-viesnīca/> (skatīts 24.04.2019)

<sup>81</sup> Turpat, p.1.

<sup>82</sup> Turpat, p.1.

<sup>83</sup> Turpat, p.1.

<sup>84</sup> Turpat, p.1.

vietējiem ēdieniem. Protams, ir liels izmēģināt vietējos, tradicionālos ēdienus, ko paši vietējie iedzīvotāji ir gatavojuši, tomēr ilgstošākā laikā tas būs ļoti dārgi. Virtuve kā iespēja bieži vien ir hosteļos, kur gan tā parasti ir viena visiem un nebūs tik plašas iespējas.,<sup>85</sup>

- Ja apmešanās *AirBnB* apartamentos notiek nelielā cilvēku grupās, piemēram, ar draugiem, ģimeni, paziņām *AirBnB* piedāvās izīrēt plašus apartamentus, kur visiem viesiem būs iespēja uzturēties vienā dzīvoklī, nevis viesnīcā, kur tiktu izdalīti vairākos numuros.<sup>86</sup>

*AirBnB* piedāvā dažāda lieluma apartamentus visdažādākajās valstīs un pilsētās, kas ir piemērotas visdažādākajām cilvēku nepieciešamībām. *AirBnB* katrs apartaments ir unikāls ar savu atrašanās vietu un dizainu, un nomnieks var izvēlēties viņa velmēm vispiemērotāko.

### 2.3.2 *AirBnB* trūkumi salīdzinājumā ar viesnīcām

*AirBnB* trūkumi :

- Izīrējot *AirBnB* apartamentu nevis viesnīcu, tas automātiski nenozīmēs, ka apartamenti būs lētāki par viesnīcām. Dārgākās pilsētās kā Parīzē, Londonā, Barselonā *AirBnB* apartamenti var būt izvietoti ievērojami tālāk no centra, kā arī pašā centrā vai tā tuvumā, un tādā gadījumā tie būs ievērojami dārgāki.<sup>87</sup>
- Meklējot naktsmājas, *AirBnB* platformā tiek norādīta cenu par vienu nakti, tomēr netiek parādītas papildus maksas, ko pieprasa izīrētājs, kā ,piemēram, tīrīšanas izdevumi. Katrā īpašumā ir norādītas papildu maksas (ja tādas ir), kas var palielināt gala cenu – *AirBnB* servisa maksa, tīrīšanas maksa (vai to pievienot cenai izvēlas īpašnieks), nodokļi. Papildu atlaidi var iegūt par ilgākām rezervācijām (vairāk dienu), piemēram, ja apartamenti tiks izīrēti uz ilgāku laiku (nedēļu vai mēnesi), to parasti īpašnieki norāda aprakstā, un

---

<sup>85</sup> Travel Plan (2017). *AirBnB apartamenti vai viesnīcas?* Pieejams : <https://travelplan.lv/viesnicas/apartamenti-dzivokli/airbnb-apartamenti-vai-viesnica/> (skatīts 24.04.2019)

<sup>86</sup> Turpat, p.1.

<sup>87</sup> Turpat, p.1.

automātiski tiek aprēķināts iznomāšanas brīdī platformā. Nedēļas nogalēs (sestdien, svētdien) cena par nakti var būt augstāka, nekā darba dienās, kas ir līdzīgi kā viesnīcās.<sup>88</sup>

- „Saimniekam ir iespēja izvēlēties, vai apstiprināt ciemiņa ierašanos viņa īpašumā vai tomēr nē. Tas ir katra paša lēmums, tomēr *AirBnB* kontekstā ik pa laikam uzliesmo kāds diskriminācijas gadījums. Viesnīcas pieņems katru viesi, tur diskriminācijas iespēja ir ievērojami mazāka. Iespēja ir izmantot “instant book” ar tūlītēju apstiprinājumu, tomēr parasti šāda vajadzība nav – ja vienīgi ir kāds īpašnieks, kurš, piemēram, apstiprina tikai sievietes.”<sup>89</sup>
- Pie katra īpašuma aprakstā ir norāde par rezervācijas atcelšanas nosacījumiem, kuriem nomniekiem ir jāpievērš uzmanība. Ja kaut kas nav skaidrs, papildus skaidrojumus par termiņiem (*Flexible, Moderate, Strict* u.c.) var lasīt *AirBnB* platformas “help” sadaļā. Izīrējot viesnīcas numuru, mainoties pēdējā brīža plāniem, ir iespēja atcelt veikto rezervāciju uzzvanot viesnīcas administrācijai, un nauda tiks atgriezta. *AirBnB* apartamentos katrs izīrētājs izvēlas savu pieeju, un pēdējā drīža atceltajās rezervācijās nauda var netikt atdota.<sup>90</sup>
- Viesnīcās var būt iespēja piemaksāt administrācijā un nepieciešamības gadījumā palikt vēl kādu nakti. Viesnīcās piedāvāto numuru skaits ir pietiekami liels, un notiekti būs iespēja tur vēl apmeties nepieciešamības gadījumā. Apartamentos pēc nomnieka plānotās izvākšanās var jau ierasties nākamie viesi, un ja nomniekam būtu nepieciešamība palikt vēl kaut vienu nakti, apartaments var nebūt pieejams.<sup>91</sup>

Taču ir arī priekšrocības, ko piedāvā viesnīcas, bet nespēj piedāvāt *AirBnB* apartamenti. Viesnīcās ir pieejama administrācija, kas nav pieejama apartamentos. Tā ir lieliska iespēja uzreiz sazināties ar viesnīcas administratoru, lai varētu atrisināt kādu radušos problēmu, vai vienkārši iespēju uz vietas pierēģistrēt savu ierašanos viesnīcā.

*AirBnB* apartamentos lielākoties, lai iegūtu apartamentu atslēgas, ir jāsatiekas ar apartamentu īpašnieku. Tas ir gadījumos, ja nav pievienota vai uzstādīta kāda reģistrācijas iespēja bez īpašnieka ierašanās, piemēram “lockbox”, kur atslēgas tiek ieliktas kastītē ar kodu uz atslēgu.

---

<sup>88</sup> TravelPlan (2017). *AirBnB apartamenti vai viesnīcas?Pieejams* : <https://travelplan.lv/viesnicas/apartamenti-dzivotli/airbnb-apartamenti-vai-viesnica/> (skatīts 24.04.2019)

<sup>89</sup> Turpat, p.1.

<sup>90</sup> Turpat, p.1.

<sup>91</sup> Turpat, p.1.

Kā arī ja gadās dažādi tehniski negadījumi, piemēram, aizdambējas kāda ūdens caurule, pazūd elektriskā strāva, šādā gadījumā apartamentos nebūs, kas to salabo uzreiz, taču viesnīcās noteikt būs savs sanhitekņis vai kāds apkalpojošais darbinieks, kas spēs palīdzēt.

Atreģistrēšanās brīdī viesnīcā noteikti atradīsies kāda telpa, kur uzglabāt mantas, ja tas būs nepieciešams uz pāris stundām, piemēram, gaidot lidojumu. *AirBnB* Apartamentos var gadīties dažādas situācijas. Var būt iespēja atstāt mantas, un var arī gadīties, ka nevar.

### 3.ĀRZEMNIEKU UN LATVIEŠU *AIRBNB* IZMANTOŠANAS PARADUMI

No 2019. gada aprīļa Rīgā ir 1327 aktīvi *AirBnB* apartamenti. 955 apartamenti no šiem aktīvajiem apartamentiem var tikt momentāli izīrēti, kur nebūs jāgaida īpašnieka apstiprinājums. No visiem apartamentiem ir pieejamas 923 izīrējamas mājas un dzīvokļi, 238 atsevišķas istabas (tikai viena istaba), 22 studijas tipa apartamenti (vienā telpā gan guļamistaba, gan virtuve), un 102 citi izīrējami īpašumi (piemēram, pārvadājamās mājas, pirtis).<sup>92</sup>

*AirBnB* vidējā īres maksas Rīgā ir 41 EUR par nakti. 939 apartamentu īres maksas ir lētākas nekā 44 EUR par nakti. 294 apartamentu īres maksas ir no 44 EUR līdz 88 EUR par nakti. 96 apartamentiem īres maksas maksā vairāk nekā 88 EUR par nakti. 1036 *AirBnB* apartamenti Rīgā ir novērtēti: 58% no *AirBnB* apartamentiem Rīgā ir novērtēti izcili (*excellent*), 3% ir novērtēti labā līmenī (*good*). Rīgā ir iespējams izīrēt apartamentus no 11 EUR līdz 1300 EUR, kur dārgākie atrodas Vecrīgā.<sup>93</sup>

Darba autore veica aptauju, lai noskaidrotu vai cilvēki zina, kas ir *AirBnB*, ko cilvēki domā par *AirBnB*, vai ir to izmantojuši un cik bieži un kādam nolūkam to izmanto, kā arī kam būtu jāatrodas apartamentos. (skatīt 1. pielikumā). Autores aptaujā piedalījās 250 respondenti. 90% no tiem bija latvieši no Latvijas. Un pārējos 10% sastādīja latvieši no Portugāles, Spānijas, Grieķijas, Bulgārijas, Horvātijas, Vācijas, Nīderlandes, Anglijas, Zviedrijas un Amerikas Savienotajām Valstīm.

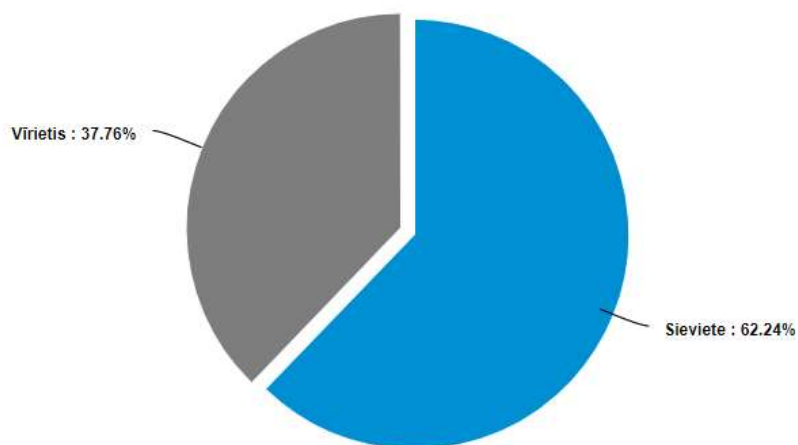
Aptauja tika izveidota vietnē *www.questionpro.com* un izvietota dažādās *Facebook* grupās, kas saistītas ar ceļošanu, lai noskaidrotu, vai cilvēki dod priekšroku ceļojot izvēlēties *AirBnB* apartamentus vai tomēr dod priekšroku viesnīcām, kā arī tika noskaidrots, kas ir svarīgi respondentiem izvēloties sev piemērotus apartamentus, un kam būtu jābūt iekļautam apartamentu cenā, uz cik ilgu laiku tiek izīrēti apartamenti, kādam mērķim tie tiek izīrēti, cik bieži tiek izīrēti apartamentu *AirBnB* platformā.

Aptaujā piedalījās 62,24% sievietes un 37,76% vīrieši (skatīt 3.1 attēlā), no kuriem lielākā daļa respondentu, kas ir 82,38%, bija vecuma grupā no 18-25 gadiem. 15,57% no respondentiem bija vecuma grupā no 26-35 gadiem, un tikai maza daļa 1,23% bija vecāka par 36 gadiem, un 0,82% bija jaunāki par 18 gadiem. Tātad lielākā daļa respondentu ir gados jauni

<sup>92</sup> All the rooms, *AirBnB*. Available: <https://www.alltherooms.com/p/airbnb/latvia/vidzeme/riga> [see 14.04.2019]

<sup>93</sup> Turpat, p.1.

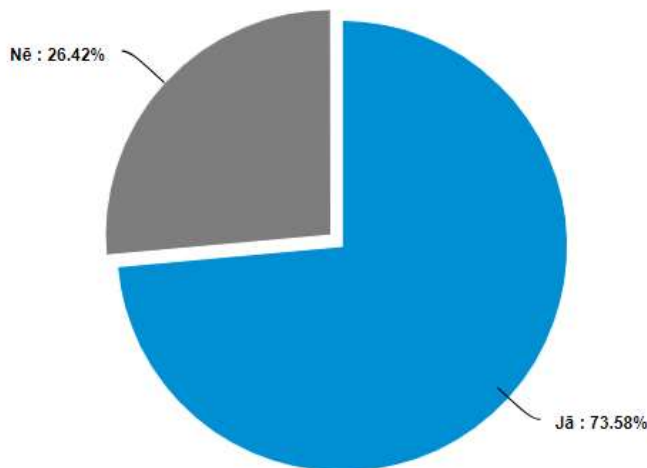
cilvēki, kas ir auguši modernajā sabiedrībā, un ir gatavi jauniem biznesa modeļiem un inovācijām, ko piedāvā uzņēmumi.



3.1.att. Respondentu dzimums

Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

Uz pirmo jautājumu „Vai Jūs zināt, kas ir naktsmītņu rezervēšanas vietne *AirBnB*?” (skatīt 3.2 attēlā) 73,58% no respondentiem atbildēja „Jā”, kas nozīmē, ka lielākā daļa cilvēku zina, kas ir *AirBnB*, ar ko tas nodarbojas. Tikai 26,42% respondentu atbildēja, ka nezina, kas ir *AirBnB*. *AirBnB* ir jauns biznesa modelis, līdz ar to šo uzņēmumu zina cilvēki, kas vairāk vai mazāk ir saistīti ar ceļošanu, kuriem ir bijusi nepieciešamība apmesties vietās, kur viesnīca nav pieejama, vai tā ir pārāk dārga.

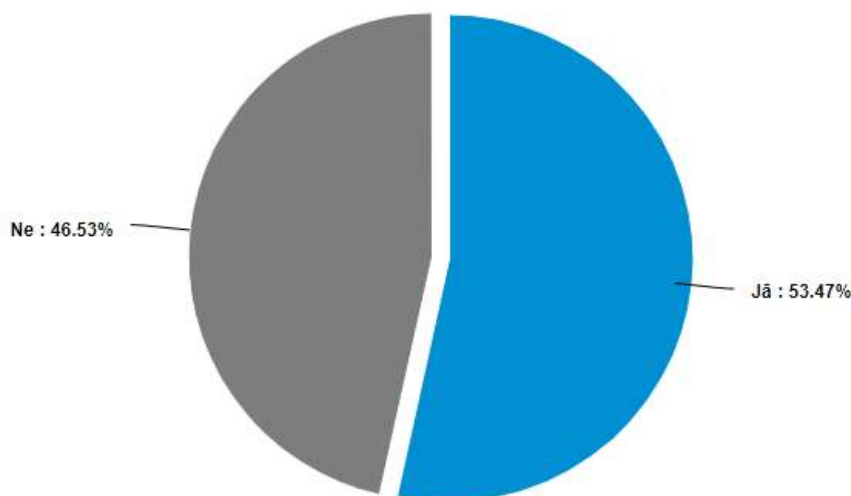


3.2.att. Vai Jūs zināt, kas ir naktsmītņu rezervēšanas vietne *AirBnB*?

Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

Piemēram, ierakstot *www.google.com* frāzi „Where to stay in London”, kur apmesties Londonā, pirmais ieraksts ko piedāvā ir vietne *www.airbnb.com*. Un tā ir atmaksāta reklāma. Tā arī *AirBnB* popularizē savu uzņēmumu, un ja cilvēki meklē internetā apmešanās vietas, viņiem noteikti tiek piedāvāti *AirBnB* apartamenti.

Otrais jautājums autores veidotajā aptaujā bija „Vai esat izmantojis/izmantojusi *AirBnB* pakalpojumus?” (skatīt attēlā 3.3). Vairāk nekā puse, kas ir 53,47% respondentu atbildēja, ka ir izmantojuši *AirBnB*. Otra puse, kas ir, 46,53% nav izmantojuši nekad *AirBnB* pakalpojumus. *AirBnB*, kā minēts iepriekš, ir radies Amerikas Savienotajās Valstīs 2008. gadā. Ne visiem cilvēkiem ir jau radusies uzticība tik jaunam uzņēmumam, kurš Latvijā savu darbību uzsāka daudz vēlāk nekā 2008. gads. Kā arī šāds dalīšanās ekonomikas biznesa veids ir jaunums, un ne visi to izprot un saprot, kā tas darbojas.



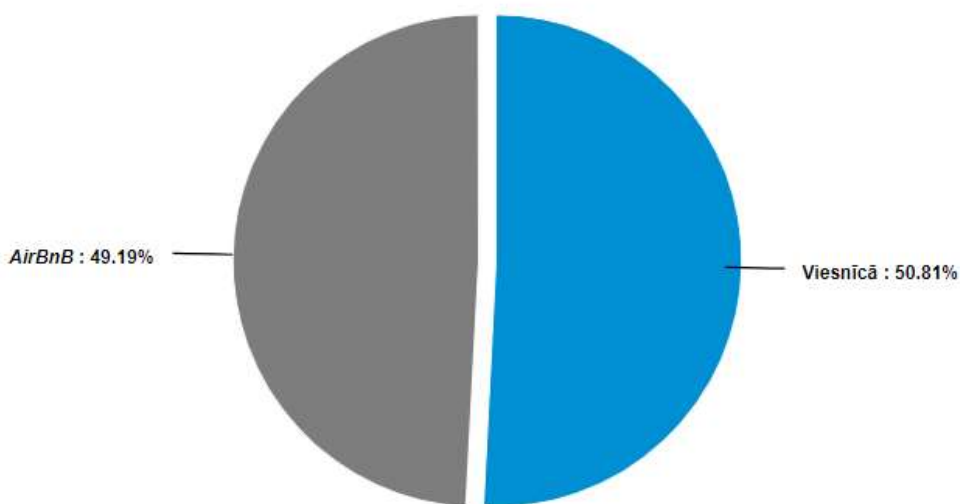
### 3.3. att. Vai esat izmantojis/izmantojusi *AirBnB* pakalpojumus?

Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

Trešais jautājums anketā bija „Vai priekšroku dodat apmesties viesnīcā vai *AirBnB* apartamentos?” (skatīt attēlā 3.4). Šajā jautājumā atbildes dalījās praktiski uz pusi. 49,19% no respondentiem, kas ir par 0,81% punktiem mazāk, nekā tieši puse, atbildēja, ka priekšroku dod *AirBnB* apartamentiem. Un 50,81% respondentu atbild, ka priekšroku dod labāk apmesties viesnīcā nekā *AirBnB*.

Jautājuma rezultāti praktiski dalās uz pusēm. Un nedaudz lielāks cilvēku pārsvars, par 1,62% punktiem, vēl joprojām izmanto viesnīcu piedāvātos pakalpojumus. *AirBnB* ir pavisam jauns biznesa modelis, un cilvēkiem vēl nav radusies tik liela uzticība, izīrēt apartamentu no

nepazīstamiem cilvēkiem. Taču darba autore uzskata, ka tas viss vēl laicam ejot mainīsies, un cilvēki sāks dot vēl lielāku priekšroku *AirBnB* apartamentiem.

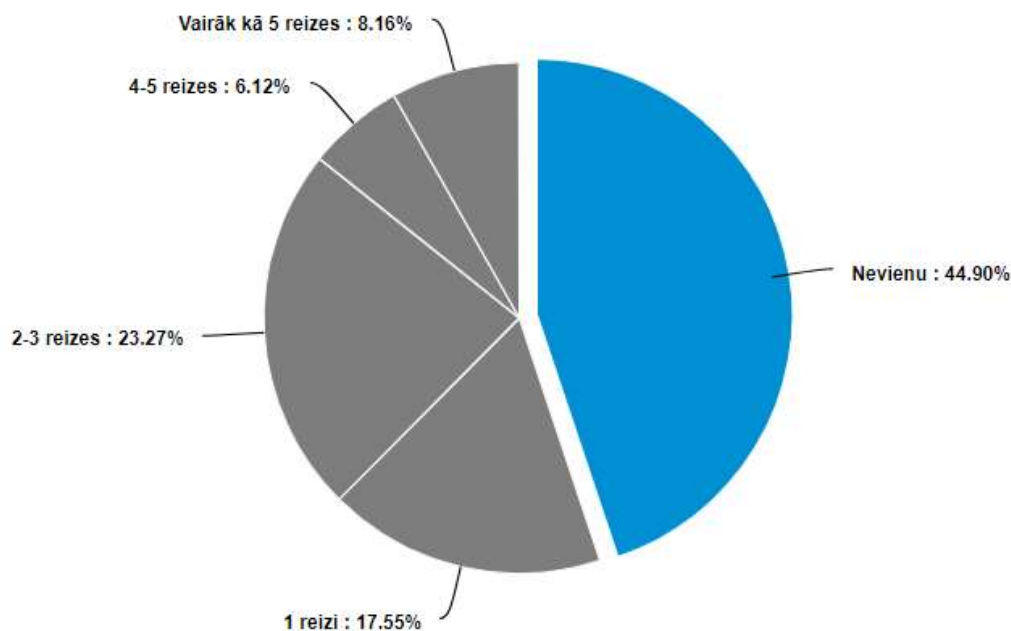


**3.4 att. Vai priekšroku dodat apmesties viesnīcā vai *AirBnB* apartamentos?**

*Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250*

Ceturtais anketas jautājums bija „Cik daudz reizes līdz šim izmantojāt *AirBnB*?” (skatīt 3.5 attēlā) Uz šo jautājumu 44,90% atbildēja, ka nevienu reizi nav izmantojuši *AirBnB*. Otra puse respondentu, kas ir 55,10% respondentu, ir izmantojuši *AirBnB* kaut vienu reizi. No visiem respondentiem 17,55% respondentu ir izmantojuši pagaidām *AirBnB* vienu reizi. Divas līdz trīs reizes *AirBnB* pakalpojumus ir izmantojuši 23,27%, kas ir lielākā daļa no respondentiem, kas ir izmantojuši *AirBnB*. Tas liecina par to, ka cilvēkiem ir tendence izmantot apartamentus atkārtoti. Mazākā daļa, kas ir 6,12 %, ir izmantojuši apartamentus četras līdz piecas reizes. Un 8,16% *AirBnB* apartamentus ir izīrējuši vairāk nekā piecas reizes.

Šiem rezultātiem aritmētiskā vidējā vērtība ir 2.15, respondenti vidēji ir izmantojuši apartamentus 2.15 reizes. Dispersija (vidējā kvadrātiskā novirze no aritmētiskā vidējā) ir 1.65. Standartnovirze (kvadrātsakne no dispersijas) ir 1.28. Tātad  $2.15 - 1.28 (0.87)$  un  $2.15 + 1.28 (3.43)$ . Attālums no vidējās vērtības ir 0.87 un 3.34. Normālsadalījumā, kas ir vienas standartnovirzes attālumā, 68% respondentu ir izmantojuši apartamentus 0.87 līdz 3.43 reizes.



3.5 att. Cik daudz reizes līdz šim izmantojāt *AirBnB*?

Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

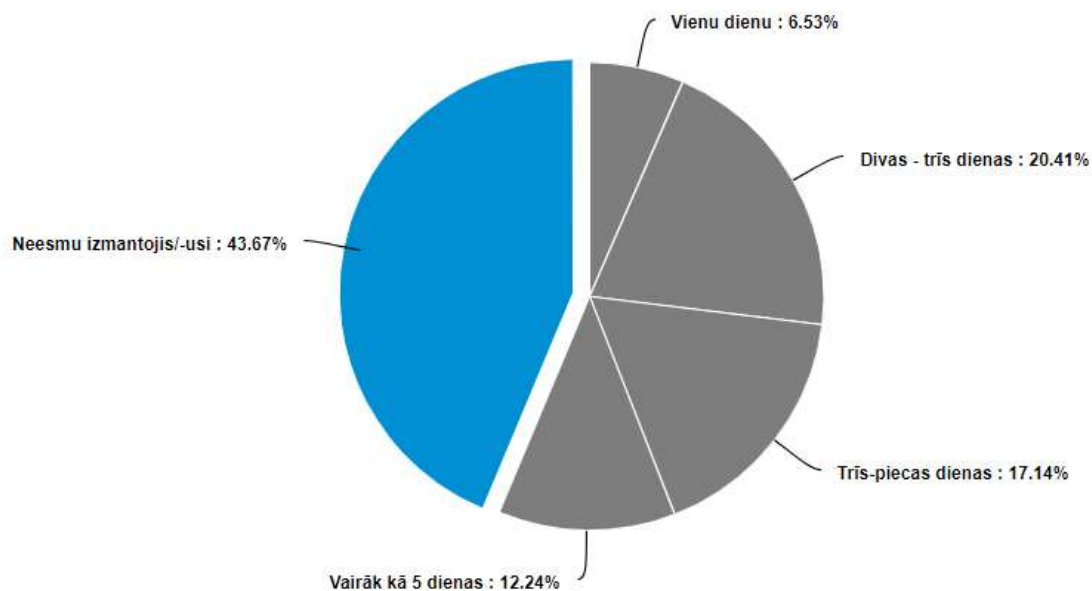
Savukārt nākamajā aptaujas jautājumā, „Uz cik ilgu laiku parasti iznomājat *AirBnB* apartamentus?” (skatīt 3.6 attēlā), darba autore noskaidroja, ka 43,67% no respondentiem, kas ir lielākā daļa, nav izmantojusi *AirBnB*, kas noskaidrojās arī iepriekšējā jautājumā. Tā pati daļa respondentu, kas nebija iznomājuši *AirBnB* apartamentus arī nevarēja atbildēt uz šo jautājumu.

Mazākā daļa respondentu (6,53%) apartamentus ir izīrējuši tikai vienu dienu. Šāda iespēja ir iespējama, kad apartamenti tiek izmantoti, lai pārnakšnotu, un tad turpinātu ceļu, vai nelieliem izbraucieniem, kuri ir paredzēti divas dienas, līdz ar to pārnakšņojot vienu nakti. Divas līdz trīs dienas parasti apartamentus iznomā 20,41 % respondentu. Trīs līdz piecas dienas iznomā 17,14% no respondentiem. Un 12, 24% respondentu apartamentu parasti iznomā vairāk nekā piecas dienas.

Vairāk nekā piecas dienas cilvēki iznomā, apartamentus dodoties ceļot un, atrodoties ārpus valsts ilgāku laiku, lai apskatītu pēc iespējas vairāk vietu, iepazītu kultūru un tiešām iejustos vietējo iedzīvotāju ”ādā”. Un iznomājot *AirBnB* apartamentus iejušanās vietējo iedzīvotāju ”ādā” un kultūras iepazīšana notiek daudz ievērojamāk. Sākot ar to, ka var redzēt, kā apartamentus iekārto attiecīgajā vietā, kādus traukus izmanto ēdiena pagatavošanai un ko vispār gatavo. Viesnīcas šādus ieguvumus no istabas izīrēšanas nesniedz. Izmantojot *AirBnB* notiek

”lielāka” komunikācija ar apartamenta izīrētāju, kas nomātājam dod iespēju aprunāties ar īpašnieku un dalīties ar kultūras izmaiņām.

Šajam aptaujas jautājumam rezultātu vidējā vērtība ir 3.66, kas nozīmē, ka respondenti vidēji apartamentus izmanto 3.66 dienas. Dispersija ir 1.91, no kuras aprēķināta standartnovirze, kas ir 1.38. Normālsadalījumā 68% respondentu apartamentus izmanto 2.28 līdz 5.04 dienas, jo viena standartnovirze ir  $3.66 - 1.38 = 2.28$  un otra ir  $3.66 + 1.38 = 5.04$ .



### 3.6 att. Uz cik ilgu laiku parasti iznomājat *AirBnB* apartamentus?

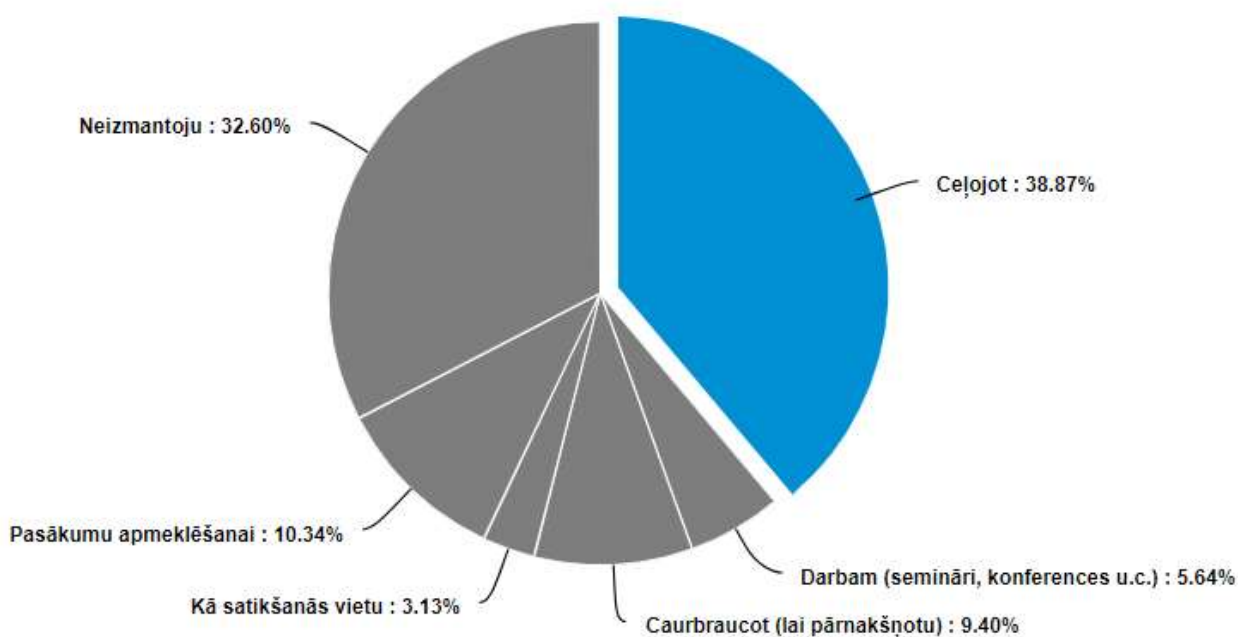
Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

Aptaujā tika iekļauts arī jautājums „Kādai nepieciešamībai izmantojat *AirBnB* pakalpojumus?” (skatīt attēlā 3.7) uz kuru respondenti varēja izvēlēties vairākas atbildes. Lielākā daļa izmanto *AirBnB* apartamentus ceļojot. Kas arī ir *AirBnB* lielākā auditorija, jo, atverot mājaslapu, paši piedāvā saukli “*Discover entire homes and private rooms perfect for any trip*”<sup>94</sup>. Ar kuru *AirBnB* uzrunā jau potenciālos ceļotājus. 10,34% respondentu apartamentus izmanto pasākumu apmeklēšanai. Bieži vien pazīstami dziedātāji veido koncerta tūres, un fani uz tām dodas, taču no nevisām pilsētām ir pieejams transports atpakaļ uz mājām, it īpaši vakarpusē/naktī. Šādos gadījumos cilvēki izvēlas apmesties uz nakti apartamentos, un turpināt ceļu uz mājām nākamajā dienā.

<sup>94</sup> *AirBnB, About us*. Available: <https://press.airbnb.com/about-us/> [see 07.03.2019]

Darba autore par dalīšanās ekonomiku un *AirBnB* jau interesējās dziļāk no 2017. gada. Un 2018. gadā veica nelielu pētījumu, kur pārbaudīja, kāda ir apartamentu pieejamība lielākajos pasākumos Rīgā. Un XXVI Vispārējos latviešu Dziesmu un XVI Deju svētkos, kā arī Prāta Vētras koncertā “Skārda bungu tūre” Mežaparkā, praktiski nebija pieejami apartamenti, vai tie bija pieejami par salīdzinoši augstām cenām. Tas nozīmē, ka apmeklētāji izmantoja *AirBnB* apartamentus, lai pārnakšnotu pēc šiem pasākumiem Rīgā. Kas parādījās arī šajā veiktajā aptaujā, kur 10,34 % respondentu atzīmēja, ka izmanto apartamentus dažādu pasākumu apmeklēšanai.

9,40% respondentu atzīmēja, ka izmanto apartamentus caurbraucot. Tas izpaužas, ka kādā garā ceļa posmā ir nepieciešams pārnakšnot, lai nākamajā dienā dotos ceļā. Un cilvēki šajos gadījumos sāk vairāk izmantot *AirBnB* apartamentus, nevis viesnīcas. 5,64% respondentu atzīmēja, ka apartamentus izmanto darba vajadzībām. Kas iekļauj seminārus, konferences, pēc kurām nepieciešams apmesties apartamentos, jo tie norisinās ilgāk par vienu dienu. Un 3,13 % respondentu atzīmēja, ka izmanto apartamentus kā satikšanās vietu. Tas izpaužas, ka apartamenti tiek iznomāti, lai satiktos ar draugiem/paziņām, ja nav iespējama cita satikšanās vieta, vai nepieciešams satikties pilsētā, kurā neviens no dalībniekiem nedzīvo.

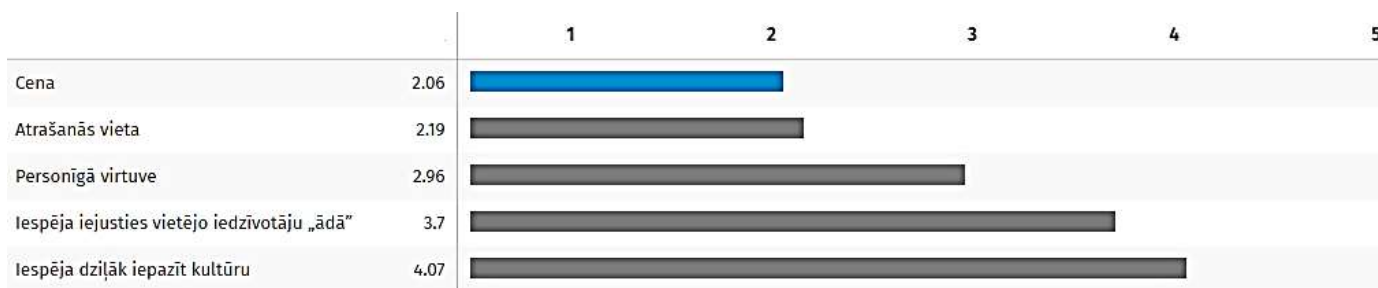


### 3.7 att. Kādai nepieciešamībai izmantojat *AirBnB* pakalpojumus?

Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250

Nākamajā aptaujas jautājumā darba autore lūdza respondentiem sakārtot piecus kritērijus skalā no viens līdz pieci, kur „viens” bija „nozīmīgi” un „pieci” bija „nenozīmīgi” (skatīt 3.7 attēlā). Kritēriji bija:

1. Personīgā virtuve;
2. Atrašanās vieta;
3. Iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā”;
4. Cena;
5. Iespēja dziļāk iepazīt kultūru.



### 3.7.att. Lūdzu, sanumurējiet no 1 – 5, kas Jums visvairāk piesaista *AirBnB* apartamentos!

*Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250*

Respondenti kā vissvarīgāko kritēriju ierindoja „cena”. Salīdzinājumā ar viesnīcām *AirBnB* spēj un var piedāvāt apartamentus praktiski jebkurā vietā par jebkuru cenu. Kā minēts iepriekš, *AirBnB* ir viegli pievienot jaunus apartamentus. Vienkārši tie jāpiereģistrē platformā tikpat viegli ir arī tos izņemt no platformas. Taču viesnīcām uzcelt jaunas viesnīcas izmaksā ļoti dārgi, sākot ar vietas atrašanu beidzot ar pašu būvniecību.

*AirBnB* piedāvā cenas, kas ir pievilcīgas visām cenu kategorijām, kas arī aptaujas respondentiem ir svarīgākais kritērijs izvēloties apartamentus, kas tika novērtēts ar 2,06 punktiem. Kā pašu svarīgāko kritēriju, novērtējot ar „1”, novērtējuši gandrīz puse no respondentiem – 44%, un ar nedaudz mazāk svarīgu pozīciju „2” ir novērtējuši 28% no respondentiem, un tikai 7% to ierindoja piektajā vietā (skatīt 3. pielikumā).

Kā otro svarīgāko kritēriju respondenti ir novērtējuši „Atrašanās vieta”, kuram piešķirti 2,19 punkti, tikai par 0,13 punktiem mazāk nekā „cena”. Kas liecina par to, ka šie divi kritēriji ir paši svarīgākie izvēloties *AirBnB* apartamentus. Šo kritēriju kā pašu svarīgāko, atzīmējuši 30% respondentu, un kā otru svarīgāko 41% respondentu, un tikai 5% no respondentiem bija atzīmējuši kā maznozīmīgāko kritēriju.

Kā trešais svarīgākais kritērijs tika novērtēts „Personīgā virtuve”, kas tika novērtēts ar 2,96 punktiem. Šo kritēriju kā pašu svarīgāko novērtēja 19% respondentu, kā otru svarīgāko 15% respondentu, un kā trešos svarīgāko 36% respondentu. Ar personīgo virtuvi ir saprotama iespēja, ka *AirBnB* apartamentos ir pieejama iekārtota virtuve, kurā nomātāji var paši gatavot. Viesnīcās visbiežāk tiek piedāvātas tikai istabas ar iespēju apmeklēt restorānu. Taču „personīgā virtuve” dod iespēju pašam iznomātajam gatavot ēst, kas ir izdevīgāks variants, kā arī var pagatavot ēdienu pēc savām vēlmēm.

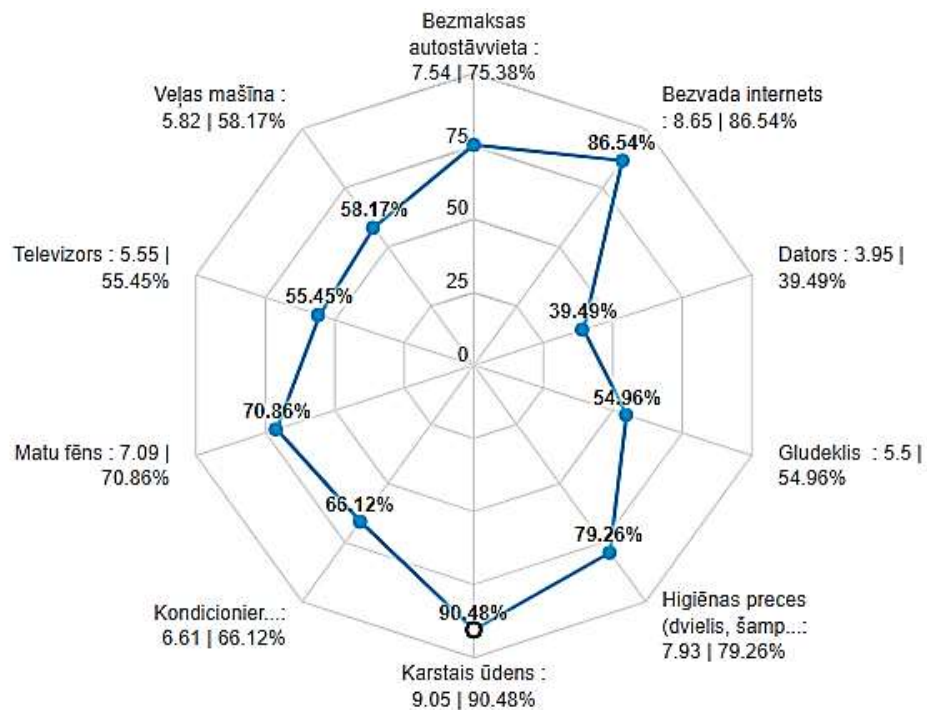
Ar 3.70 punktiem ir novērtēts kritērijs „Iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā”. Šo kritēriju kā pašu svarīgāko novērtēja vien 7% respondentu, un kā otru svarīgāko novērtēja 12% respondentu. Ceturtajā pozīcijā šo kritēriju ierindoja 33% respondentu, un piektajā pozīcijā ierindoja 32% respondentu. Šis kritērijs raksturo iespēju iejusties vietējo iedzīvotāju ”ādā”. Ir iespēja dzīvot attiecīgās vietas raksturīgās mājās vai dzīvokļos, ar attiecīgās vietas iezīmēm. Piemēram, istabas izkārtojumu, dizainu, pieejamiem vietējiem veikaliem un tirgiem, iespēju gatavot attiecīgās vietas ēdienu, satikt vietējos cilvēkus ikdienas gaitās, izjust pasākumu atmosfēru.

Kā mazsvarīgākais kritērijs ar 4.07 punktiem tika novērtēts kritērijs „iespēja dziļāk iepazīt kultūru”. Šo kritēriju, kā pašu svarīgāko atzīmēja tikai 0,5% no respondentiem, trešajā pozīcijā to ierindoja 19% respondentu, ceturtajā vietā ierindoja 40% respondentu, un piektajā vietā 37% respondentu. Šis kritērijs bija mazsvarīgs lielākajai daļai respondentu. Izvēloties apartamentus šis kritērijs respondentiem ir mazsvarīgākais, vairāk izpētot apartamentu atrašanās vietu un cenu. Darba autore uzskata, ka šis kritērijs varētu būt svarīgāks, dzīvojot ilgāk kādā vietā. Izvēloties viesnīcas noteikti kultūra dziļāk netiktu iepazīta, jo lielākā daļa tūristu viesnīcās atpūšas baseina malā un sauļojas. Tātad izvēloties apartamentus, cilvēkiem ir svarīga tā cena, atrašanās vieta un virtuves pieejamība.

Aptaujā tika arī ietverts jautājums „Lūdzu, novērtējiet skalā no 1 – 10, kam, Jūsaprāt, būtu jābūt iekļautam apartamentā?”, kur tika piedāvāti desmit kritēriji, kuri tika sakārtoti alfabēta secībā. Respondentiem katrs no šiem kritērijiem bija jānovērtē no viena līdz desmit, nosakot, cik svarīgi ir, lai apartamentos būtu pieejama konkrētā lieta (skatīt 3.8 attēlā). Novērtējot ar “1”, kritērijs tiek atzīmēts kā nenozīmīgs, un novērtējot ar “10”, kritērijs tiek atzīmēts kā nozīmīgs. Kritēriji bija:

1. Bezmaksas autostāvvietas;
2. Bezvadu internets;

3. Dators;
4. Gludeklis;
5. Higiēnas preces (dvielis, šampūns, ziepes);
6. Karstais ūdens;
7. Kondicionieris;
8. Matu fēns;
9. Televizors;
10. Veļas mašīna.



**3.8. att. Lūdzu, novērtējiet skalā no 1 – 10, kam, Jūsaprāt, būtu jābūt iekļautam apartamentā?**

*Avots: Autores veiktās tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=250*

Kā nepieciešamākās lietas, kurām būtu jābūt apartamentos respondenti ierindo karsto ūdeni, piešķirot 9.05 punktus no 10 punktiem. Ar desmit punktiem karsto ūdeni bija novērtējuši 68,63% respondentu.

Karstajam ūdenim respondentu vidējais vērtējums ir 9.05, kur dispersija ir 4.14, no kuras aprēķinātā standartnovirze ir 2.03. Balstoties uz standartnovirzes normālsadalījumu 68% respondentu karsto ūdeni ir novērtējuši no 7.02 punktiem līdz 11.08 punktiem (10 bija

maksimālais punktu skaits), jo viena standartnovirze ir  $9.05 - 2.03 = 7.02$  un otra  $9.05 + 2.03 = 11.08$ .

Kā arī augsti novērtēts bija bezvadu internets, piešķirot 8.65 punktus, kur 58,55 respondentu bija novērtējuši, kā visnozīmīgāko. Bezvadu internetu kā visnozīmīgāko aspektu bija novērtējuši gandrīz tikpat daudz respondentu cik par karsto ūdeni. Kas liecina par to, ka apartamentu nomniekiem ir svarīgi, lai šīs divas lietas atrastos apartamentos. Internets cilvēku dzīvēs ieņem nu jau svarīgu lomu, tādēļ ir svarīgi, lai apartamentos būtu pieejams bezvadu internets. Taču nepieciešamība pēc datora tika novērtēta tikai ar 3.95 punktiem, tātad bezvadu internets ir nepieciešams, lai to varētu izmantot personīgajos viedtālrunos.

Karstā ūdens vidējā vērtība ir 8.65 punkti, ar dispersiju 5.51 un standartnovirzi 2.35. Normālsadalījumā vienas standartnovirzes ietvaros 68% respondentu karsto ūdeni ir novērtējuši no 6.30 punktiem līdz 10.90 punktiem (maksimālais punktu skaits, ar ko varēja novērtēt, bija 10 punkti), jo  $8.65 - 2.35 = 6.30$  un  $8.65 + 2.25 = 10.90$ .

Kā svarīga lieta, kurai būtu jābūt apartamentos, tika novērtētas arī higiēnas preces, kurās iekļauts šampūns, ziepes, dvielis. Tās tika novērtētas ar 7.93 punktiem. Ar desmit punktiem par higiēnas precēm bija balsojuši 30% respondentu. Ceļojot higiēnas preces aizņem daudz vietas, ir smagas un lielākoties atrodas lielos tilpumos, kā arī ceļojot ar lidmašīnu, ir šķidrums pārvadāšanas ierobežojumi. Līdz ar to cilvēkiem ir svarīgi, lai šādas preces ir pieejamas bez maksas un atrodas apartamentos.

Ar 7.54 punktiem tika novērtēts kritērijs - bezmaksas autostāvieta. Šis var būt ietekmējošs kritērijs izvēloties apartamentus kādā lielā pilsētā, jo lielākoties par stāvvietām centrā ir nepieciešams maksāt, un tas ir liels ieguvums, ja apartamentos ir pieejama bezmaksas autostāvieta.

Kā visnozīmīgākais kritērijs, kuram būtu jābūt apartamentos, tika atzīmēts dators ar 3.95 punktiem, gludeklis ar 5.5 punktiem un televizors ar 5.55 punktiem. Matu fēns tika novērtēts ar 7.09 punktiem, par kuru 22% respondentu balsoja ar „8” punktiem. Veļas mašīnai tika piešķirti 5.82 punkti, kondicionierim 6.61 punkti.

### **3.1 *AirBnB* izmantošana Rīgā**

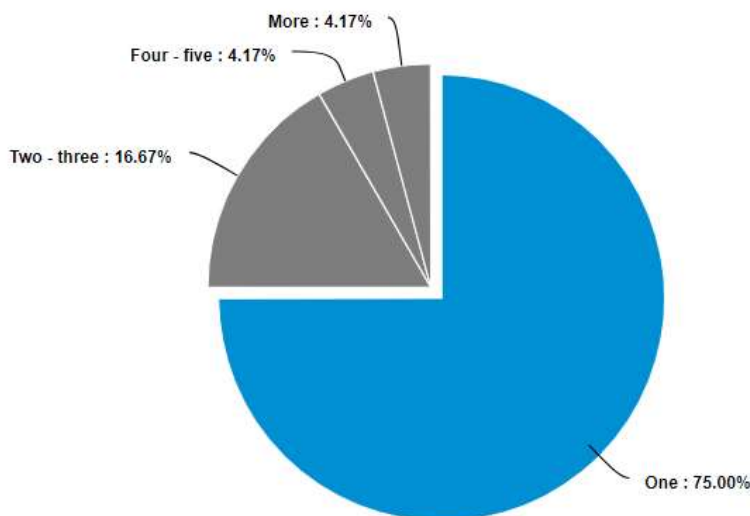
Darba autore arī izveidoja līdzīgu aptauju angļu valodā, lai noskaidrotu, kādi ir tūristu uzskati par *AirBnB* Latvijā, kādai nepieciešamībai tika izmantoti apartamenti Latvijā, uz cik ilgu

laiku, un kādi ir viņu svarīgākie kritēriji izvēloties *AirBnB* apartamentus un kam būtu jāatrodas apartamentos (skatīt 2. pielikumā). Uz šo aptauju atsaucās tikai 50 respondenti no Horvātijas, Čehijas, Vācijas, Zviedrijas, Norvēģijas, Lietuvas, Francijas, Spānijas, Grieķijas, Argentīnas, Rumānijas un Beļģijas.

Aptauja tika izveidota *www.questionpro.com* un izvietota dažādās *Facebook* ārzemnieku grupās, lai varētu tieši veikt aptauju ar cilvēkiem, kuri ir izmantojuši *AirBnB* apartamentus Rīgā. 91,30% respondentu pieder vecuma grupai no astoņpadsmit līdz divdesmit pieciem gadiem, un 8,70% respondentu atrodas vecuma grupā no divdesmit sešiem gadiem līdz trīsdesmit pieciem gadiem.

Uz pirmo jautājumu, „*How many times you have used AirBnB in Latvia?*”, cik reizes esat izmantojuši *AirBnB* apartamentus Rīgā lielākā daļā respondentu (75%) ir izmantojuši apartamentus Latvijā pagaidām tikai vienu reizi (skatīt 3.1.1 attēlā). Otrā lielākā daļa (16,67%) ir izmantojuši apartamentus tieši Rīgā divas līdz trīs reizes. Kā arī četras līdz piecas reizes un vairāk nekā piecas reizes ir izmantojuši vienāds procentu skaits respondentu - 4,17%.

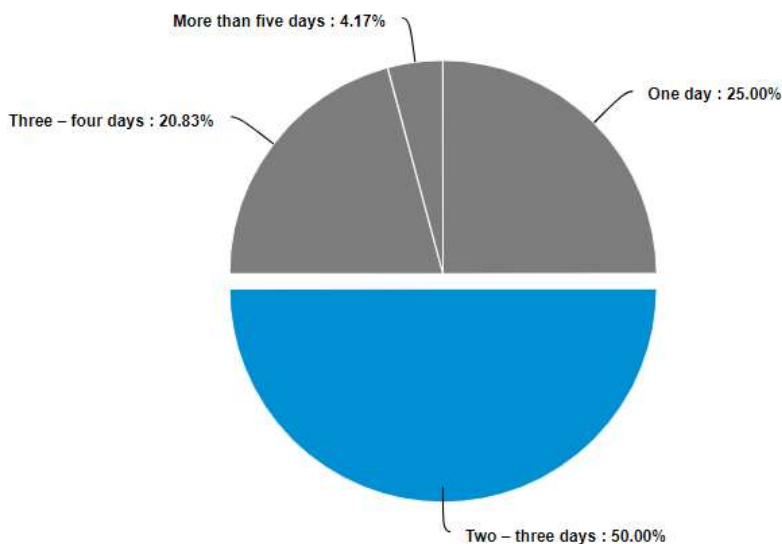
Rīgā arī ir iespējams izīrēt ne tikai dārgas viesnīcas un *AirBnB* apartamentus, bet arī hostelus (studentu tika kopmītnes), kas ir arī atrodami daudz lētāk nekā atsevišķi apartamenti. Viss ir atkarīgs tikai no ceļotāja vēlmēm un iespējām. Vai ceļojuma laikā ir svarīgi izgulēties viesnīcas numuriņā un, atpūsties pie peldbaseina, vai pietiks ar kopmītņu tipa istabiņu, kur tiek dalīta istaba un virtuve, vai tomēr būs nepieciešami atsevišķi apartamenti.



### 3.7.1 att. Cik daudz reizes līdz šim izmantojāt *AirBnB* Latvijā?

Avots: Autores veiktās ārzemju tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=50

Tika arī uzdots jautājums „*For how long time you have rented apartment?*”, uz cik ilgu laiku iznomājat apartamentus (skatīt 3.1.2 attēlā). Uz šo jautājumu 50% respondentu atbildēja, ka *AirBnB* apartamentus Rīgā iznomāja divas līdz trīs dienas. 25% respondentu atbildēja, ka ir izmantojuši vienu dienu. Šāda veida iznomāšana norāda lielākoties uz pārnakšņošanu, lai pēc tam turpinātu ceļu. 20.83 % respondentu ir izmantojuši *AirBnB* Rīgā trīs līdz piecas dienas, un 4,17 % respondentu vairāk nekā piecas dienas.



### 3.1.2.att. Uz cik ilgu laiku parasti iznomājat *AirBnB* apartamentus?

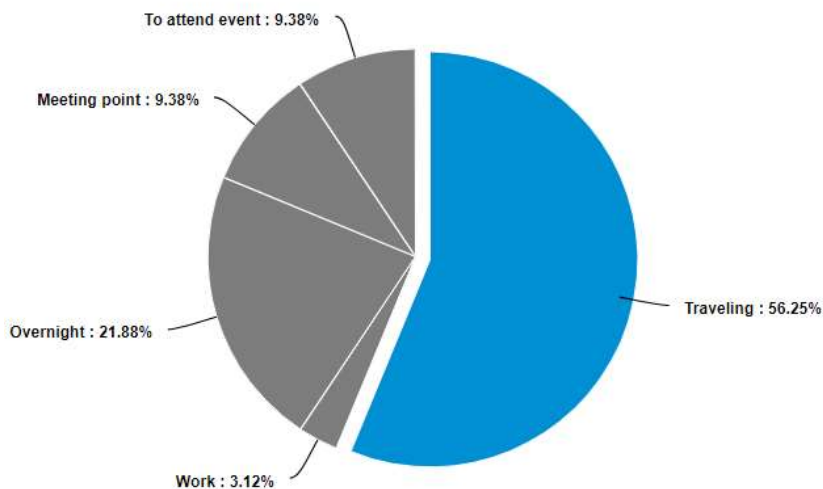
Avots: Autores veiktās ārzemju tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=50

Uz jautājumu, „*In which city you have rented apartment?*”, kurā pilsētā Jūs izīrējāt apartamentus Latvijā visi respondenti vienbalsīgi atbildēja, ka apartamentus ir izīrējuši tieši Latvijas galvaspilsētā – Rīgā. Rīgā ir lielākais *AirBnB* piedāvājums, kā arī tūristu apmeklētākā vieta, tas atspoguļojas arī aptaujas rezultātos.

Tāpat kā pirmajā aptaujā, arī aptaujā angļiski tika uzdots jautājums „*For what reason you have used AirBnB? (can be more than one answer)*”, kādai nepieciešamībai izmantojat apartamentus, kur respondenti varēja izvēlēties vairākus atbilžu variantus. 56,25 % respondentu atzīmēja, ka apartamentus izmanto ceļojot. 21,88% respondentu atzīmēja, ka apartamentus izmanto pārnakšņošanai (apartamentus izīrē uz vienu nakti, kur pa nakti izguļas, un dodas tālāk), 9,38% izmanto, lai apmeklētu pasākumus, kā arī tikpat liela daļa izmanto apartamentu kā satikšanos vietu (piemēram, dzimšanas dienas svinības, draugu satikšanu, kas nedzīvo vienā

pilsētā). Un tikai 3, 12% izmanto darba vajadzībām. Tāda pati tendence bija arī novērojama pirmajā aptaujā.

Lielākais cilvēku skaits apartamentus izmanto, pirmkārt, ceļojot, tad pārnakšņojot un pasākuma apmeklēšanai. Līdzīgi aptaujas rezultāti arī tika apskatīti pirmajā aptaujā.



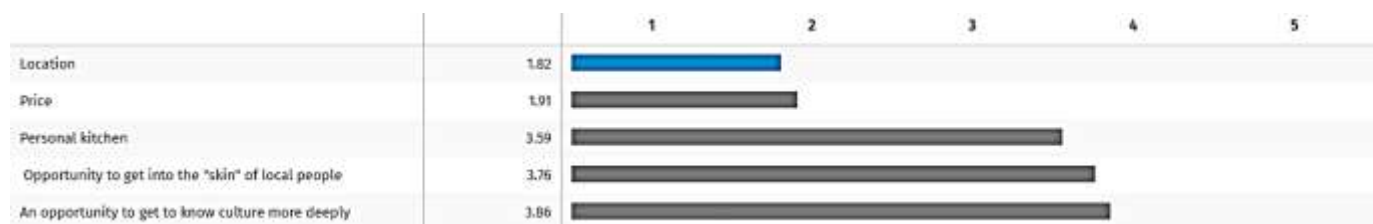
### 3.1.3 att. Kādai nepieciešamībai izmantojat *AirBnB* pakalpojumus?

Avots: *Autores veiktās ārzemju tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=50*

Arī tāpat kā pirmajā aptaujā, arī otrajā aptaujā tika lūgts sarindot piecus kritērijus no viens līdz pieci, lai noskaidrotu svarīgākos aspektus, izvēloties *AirBnB* apartamentus Rīgā. Kur „viens” bija nozīmīgs un „pieci” bija mazāk nozīmīgs (skatīt 3.1.3 attēlā).

Kritēriji bija:

1. Personīgā virtuve (*Personal kitchen*);
2. Atrašanās vieta (*Location*);
3. Iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā” (*Opportunity to get into the "skin" of local people*);
4. Cena (*Price*);
5. Iespēja dziļāk iepazīt kultūru (*An opportunity to get to know culture more deeply*).



### 3.1.4 att. Lūdzu, sanumurējiet no 1 – 5, kas Jums visvairāk piesaista *AirBnB* apartamentos?

Avots: Autores veiktās ārzemju tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=50

Kā vissvarīgākais kritērijs izvēloties apartamentus bija „location” – atrašanās vieta. Tas tika novērtēts ar 1.82 punktiem. Otrajā vietā ierindojās „price”- cena. Kas tika novērtēta ar 1.91 punktu. Un trešajā vietā ierindojās „personal kitchen” – personīgā virtuve. Šis kritērijs tika novērtēts ar 3.59 punktiem. Abās aptaujās pirmie trīs kritēriji pēc sarindošanas ir vienādi. Atšķirās tikai secība. Pirmajā aptaujā svarīgākais kritērijs bija „cena”, taču otrajā „atrašanās vieta.” Šajā aptaujā kā svarīgāko kritēriju „atrašanos vietu” ierindoja 50% respondentu, un kā otru svarīgāko ierindoja 31,8% respondenti (skatīt 4. pielikumā). „Price”- kā svarīgāko kritēriju ierindoja 40,91% respondentu un kā otro svarīgāko arī 40,91% respondentu. Kas nozīmē, ka arī ārzemniekiem, kuri izmanto apartamentus Rīgā ir svarīgi tā atrašanās vieta un cena. Mazāk svarīgi kritēriji bija iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā” (*Opportunity to get into the "skin" of local people*) un iespēja dziļāk iepazīt kultūru (*an opportunity to get to know culture more deeply*).

Tika arī uzdots jautājums, “Please, evaluate in scale 1 – 10 the importance for you what should be included in apartments”, kur desmit kritēriji tika sakārtoti alfabēta secībā, un lūgts, lai katru kritēriju novērtē no viens līdz desmit, kur „viens” bija nesvarīgs un „desmit”, bija svarīgs (skatīt 3.1.5 attēlā). Kritēriji bija:

1. Kondicionieris (*Air conditioning*)
2. Higiēnas preces (*Essentials*)
3. bezmaksas stāvvietā (*Free parking place*)
4. Matu fēns (*Hair dryer*)
5. Karstais ūdens (*Hot water*)
6. Gludeklis (*Iron*)
7. Portatīvais dators (*Laptop*)
8. Televizors (*TV*)
9. Veļas mašīna (*Washer*)

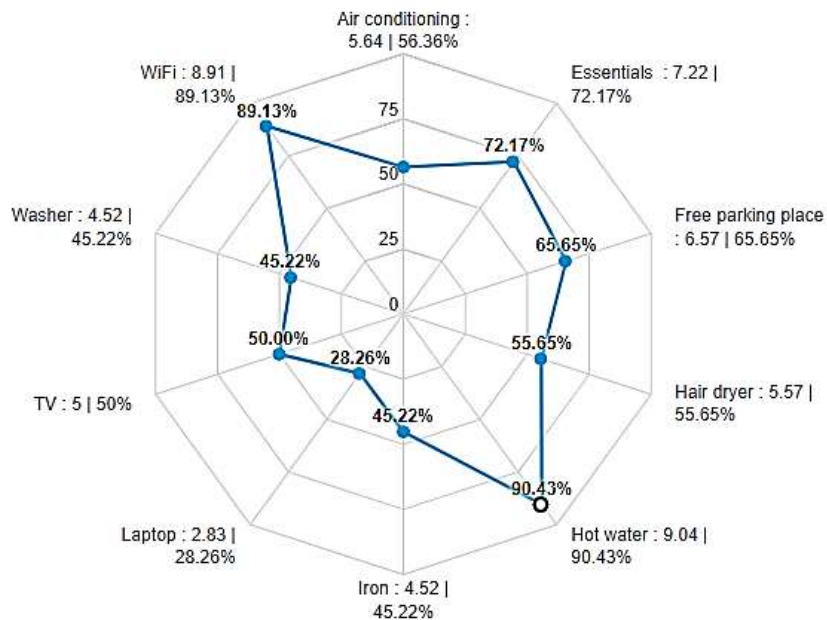
## 10. Bezvadu internets (*WiFi*)

Divi visnozīmīgākie kritēriji, ko respondents bija izcēluši, bija karstais ūdens (*hot water*) un bezvadu internets (*WiFi*). Karstais ūdens tika novērtēts ar 9.04 punktiem un bezvadu internets ar 8.91 punktiem.

Karstajam ūdenim respondentu vidējais vērtējums bija 9.04 punkti, ar dispersiju 3.86 un standartnovirzi 1.97. Pēc standartnovirzes normālsadalījuma 68% respondentu karsto ūdeni ir novērtējuši no 7.07 punktiem līdz 11.01 punktiem, jo viena standartnovirze ir  $9.04 - 1.97 = 7.07$  un otra  $9.04 + 1.97 = 11.01$  punkts (maksimālais punktu skaits, ko varēja piešķirt bija 10). Bezvadu internetam vidējais punktu skaits, ar ko respondenti bija novērtējuši, bija 8.91. Tā dispersija ir 4.08, no kuras aprēķinātā standartnovirze ir 2.02. Standartnovirzes normālsadalījumā 68% respondentu bezvadu internetu ir novērtējuši no 6.89 punktiem līdz 10.93 punktiem (10 punkti bija maksimāli augstākais punktu skaits, kuru varēja ielikt), jo viena standartnovirze ir  $8.91 - 2.02 = 6.89$  punkti un otra standartnovirze ir  $8.91 + 2.02 = 10.93$  punkti.

Kā svarīgāki tika izcelti arī higiēnas preces (*essentials*) ar 7.22 punktiem, bezmaksas autostāvieta (*free parking place*) ar 6.57 punktiem un fēns ar 5.57 punktiem (*hair dryer*).

Kā mazāk svarīgi tika atzīmēti veļas mašīna (*washer*) ar 4.52 punktiem, televizors (*TV*) ar 5.00 punktiem, gludeklis (*iron*) ar 4.52 punktiem. Kā vismazāk nepieciešamākā lieta *AirBnB* apartamentos ir atzīmēta – portatīvais dators. (*laptop*)- ar 2.83 punktiem.



### 3.1.5 att. Lūdzu, novērtējiet skalā no 1 – 10, kam, Jūsaprāt, būtu jābūt iekļautam apartamentā?

Avots: Autores veiktās ārzemju tūristu aptaujas 2019.gada martā – aprīlī rezultāti, n=50

### 3.2 Cilvēku personīgās pieredzes izīrējot *AirBnB* apartamentus Rīgā

Nobeigumā darba autore vēlējas parādīt rīdzinieku stāstus par *AirBnB* apartamentu izīrēšanu. Kādēļ viņi sāka izīrēt apartamentus un kādu labumu gūst no izīrēšanas.

Reinis minējis: "Es nolēmu nodarboties ar *AirBnB*, kad sapratu, ka mans dzīvoklis tam ir piemērots. Uzsākt bija ļoti vienkārši: piereģistrēju dzīvokli, un jau pirmās stundas laikā bija divi pieprasījumi no visiem. Man šķiet, ka tas ir ļoti interesanti, jo es pats tieši šādā veidā meklēju apmešanās vietu ceļojumiem, un ir lieliski salīdzināt savu pieredzi ar kādu citu."<sup>95</sup>

Ginta minēja: „Pašlaik es ceļoju pa Japānu un nolēmu šajā laikā izīrēt savu dzīvokli. Pirms tam man līdzīgas pieredzes nebija, vienkārši izrādījās piemērota situācija."<sup>96</sup>

Nora minēja: "Strādāt ar *AirBnB* sāku pagājušajā nedēļā un īpašums, kas tiek izīrēts, nepieder man pašai personīgi. Saimniece pieņēma lēmumu par dzīvokļa izīrēšanu, jo dzīvoklis stāvējis tukšs, bez ilgtermiņa iedzīvotājiem. Sākt nebija grūti, viesi sāka rezervēt uzreiz pēc reģistrācijas. Platformas komanda ir ļoti atsaucīga, man atbildēja uz jebkuriem uzdotajiem jautājumiem."<sup>97</sup>

Anonīms cilvēks minējis: "Bija skaidrs, ka nekustamajam īpašumam būtu sevi jāatpelnā, nevis jāstāv tukšam. Bet kaut kādā ziņā īslaicīgi īrnieki šķita interesanti. Pie tevis ciemos brauc visa pasaule: tas ir gandrīz kā ceļot pašam! Sākt bija samērā vienkārši, dzīvokli nedaudz pielāgoju, un aiziet. Jau pirmajā mēnesī ar platiem smaidiem sagaidījām pirmos viesus. Viena no priekšrocībām, protams, ir daudz draugu no ārzemēm. Tāpat arī iespēja tuvāk iepazīties ar dažādām kultūrām un atrast kaut ko kopīgu ar cilvēkiem no visas pasaules. Tā kā man ir savs business, es ļoti bieži saņemu vērtīgas atsauksmes no saviem viesiem. Savukārt mīnuss ir tāds, ka ir jābūt ļoti elastīgam. Viesi var ierasties četros rītā, bet var vairākas stundas aizkavēties vai paziņot par vēlmi apmesties pie jums 3 stundas pirms ierašanās, un tamlīdzīgi. Protams, visā šajā laikā ir uzkrājies ne mazums stāstu, bet pats spilgtākais piedzīvojums bija ar viesiem no Francijas. Parādīju viņam dzīvokli, viņš jau atstāja visas savas lietas. Taču mums ārējā atslēga ir jāgriež pretējā virzienā, tāpēc visiem viesiem parasti paskaidroju, kā tas strādā un lūdzu izmēģināt pašam, kamēr esmu klāt. Un, tāpat, lietas ir dzīvoklī, un mēs izejam kāpņu telpā. Pūsis cenšas aizslēgt durvis... un tad notiek mistika! Slēdzene negriežas ne uz vienu pusi! Neko

<sup>95</sup> Rīgas domes informatīvais portāls (2017). 5 rīdzinieku stāsti par mājokļu izīrēšanu *AirBnB*. Pieejams : <https://www.riga.lv/lv/news/5-ridzinieku-stasti-par-majoklu-iziresanu-airbnb?11351> (skatīts 27.04.2019)

<sup>96</sup> Turpat

<sup>97</sup> Rīga.lv (2017). 5 rīdzinieku stāsti par mājokļu izīrēšanu *AirBnB*, *Rīgas domes informatīvais portāls*. Pieejams : <https://www.riga.lv/lv/news/5-ridzinieku-stasti-par-majoklu-iziresanu-airbnb?11351> (skatīts 27.04.2019)

nevarējām darīt, nācās meklēt atslēdznieku. Viņš slēdzeni izlauza un es viņam teicu, lai vienkārši to salabo, lai viss strādātu, kā nākas: vīrs atgriezīsies no komandējuma un visu pabeigs. Bet uz to es no meistara saņēmu atbildi, ka varu neuztraukties: viņš tāpat visu salabos, lai vīrs neko neuzzinātu, ka esmu tur bijusi ar mīlāko! Iespējams, tieši tā daudzi dzīvokļu izīrētāji no malas arī izskatās. Labi, ka viesis no Francijas nesaprata latviešu valodu!”<sup>98</sup>

Kā arī vēl viens anonīms cilvēks minēja: ”Es ar dzīvokļu izīrēšanu *AirBnB* nodarbojos tikai no maija. Uzgāju šo platformu, kad meklēju portālus informācijas izvietojumam par īslaicīgu dzīvokļa izīrēšanu. *AirBnB* mani piesaistīja ar to, ka tas šķiet daudz personīgāks un patīkamāks, nekā *Booking.com*. Sākt bija vienkārši, tā kā visas sadaļas ir ļoti loģiskas un vienkāršas, lietotājiem draudzīgas, un vēl man patika, ka, rezervējot dzīvokli, iespējams, uzreiz nosūtīt ziņojumu potenciālajam viesim un uzreiz uzsākt komunikāciju. Man kā izīrētājam ir arī svarīgi, ka ir iespēja novērtēt viesi un varu pārliecināties par viņa uzticamību pēc iepriekšējiem novērtējumiem. Novērtējums ir abpusējs un, lai redzētu atsauksmi par sevi, nepieciešams atstāt arī savu atsauci par otru pusi. Ceru, ka tā tas arī turpināsies un platforma saglabās savu atmosfēru, ļaujot izvietot īrei tikai personīgos dzīvokļus un ekskursijas, nevis lielo viesnīcu numuriņus un tūrisma aģentūru firmu piedāvājumus.”<sup>99</sup>

Veicot aptaujas tika noskaidrots, ka lielākā daļa cilvēku zina, kas ir *AirBnB* un labprāt to izmanto ceļojot. Tas rada lielu konkurenci viesnīcām tajos apvidos, kur atrodas gan viesnīcas, gan *AirBnB* apartamenti. Šāda konkurence ietekmē viesnīcu ieņēmumus.

Cilvēki labprāt izvēlas apmesties *AirBnB* apartamentos, jo tas lielākoties sanāk lētāk, nekā apmesties viesnīcā. Apartamentu atrašanās vietu var pats nomnieks izvēlēties, un to piedāvājums ir daudz lielāks nekā viesnīcu piedāvājums. Vēl viens ieguvums cilvēkiem, izīrējot *AirBnB* apartamentus, ir pieeja personīgai virtuvei, kurā pagatavošana ir daudz lētāka nekā apmeklēt restorānus.

Darbā tik apskatīta dalīšanās ekonomikas uzņēmuma *AirBnB* ietekme uz lielākajām pilsētām Eiropā un Rīgā. Tika noskaidrots, ka pašlaik lielu regulējumu dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem nav. Uzņēmumi ir jauni un to ietekmi uz politiku var tikai sākt just, līdz ar to lielākās pilsētas sāk par to domāt un regulēt. Jo pašlaik cilvēki izvēlas apartamentus izīrēt *AirBnB* platformā un izmanto to kā papildus peļņas avotu, kas ir lielāks, nekā to piedāvājot ilgtermiņa īrei.

---

<sup>98</sup>Rīga.lv (2017). 5 rīdzinieku stāsti par mājokļu izīrēšanu AirBnB, *Rīgas domes informatīvais portāls*. Pieejams : <https://www.riga.lv/lv/news/5-ridzinieku-stasti-par-majoklu-iziresanu-airbnb?11351> (skatīts 27.04.2019)

<sup>99</sup> Turpat, p.1.

Rīgā apartamentu piedāvājums pagaidām ir salīdzinoši mazs, taču tas aug, un arī ietekmē valsts politiku, tikai ne tik lielā mērā, kā tas pašlaik notiek Londonā vai Parīzē. Rīgā *AirBnB* apartamenti parādījās tikai pirms pāris gadiem, līdz ar to uzņēmums ir tikai attīstības stadijā un ietekme uz tirgu nav tik liela.

## SECINĀJUMI UN PRIEKŠLIKUMI

### Secinājumi:

1. Dalīšanās ekonomikas jēdziens ir radies 2008. gadā, un tam nav noteikta vienota likumdošana, kas regulētu dalīšanās ekonomikas uzņēmumus. Straujais dalīšanās ekonomikas pieaugums rada ne tikai jaunas iespējas, bet arī jaunas problēmas valsts politikai.
2. Dalīšanās ekonomika dažādos zinātniskajos rakstos tiek definēt arī kā “interneta ekonomika”, “platformu ekonomika”, “kopīgais patēriņš”, ”mobilo lietotņu ekonomika”.
3. Pēdējos gados ir izveidota jauna dalīšanās ekonomikas kultūra, kurā cilvēki dalās ar savu mantu tiešsaistē, izmantojot tiešsaistes tīklus.
4. *AirBnB* regulējums ir atkarīgs arī no dažādām pilsētām. Pilsētas, kurās ir vislielākais *AirBnB* apartamentu piedāvājumu skaits, ir Londona, Parīze, Roma, Kopenhāgena, Berlīne.
5. Londonā piedāvātais apartamentu skaits ir pārsniedzis 77 000 apartamentus, kuru vidējā cena ir 127 EUR, atļautais viena apartamenta izīrējama laiks ir līdz 90 dienām, ja ir atļauja.
6. Parīzē pieejami gandrīz 60 000 apartamentu, kuru vidējā cena ir 111 EUR. Apartamentu atļauts izīrēt tikai tad, ja pats īpašnieks apartamentos dzīvo vismaz četrus mēnešus no visa gada.
7. *AirBnB* kalpo kā aizstājējs viesnīcām, tādējādi ietekmējot viesnīcas ieņēmumus, šī ietekme ir atšķirīga pēc ģeogrāfiskā reģiona, viesnīcu tirgus segmenta un sezonas.
8. *AirBnB* veicina augstāku labsajūtu un tuvāku cilvēku iepazīšanu salīdzinājumā ar viesnīcām, nodrošinot nomniekam iegūt lielāku vietējo pieredzi.
9. *AirBnB* piedāvā izdevīgākas cenas un atrašanās vietas, ko nespēj piedāvāt viesnīcu ķēdes, jo jaunu viesnīcu būvniecība ir dārga.

10. Lielākā daļa cilvēku zina, kas ir *AirBnB* un puse no tiem arī ir izmantojuši *AirBnB* pakalpojumus vidēji 1-3 reizes. Lielākā daļā gadījumu izmantojot *AirBnB* apartamentus 2-5 dienas ceļojot, apmeklējot pasākumus vai caurbraucot.
11. 2019. gada aprīlī Rīgā bija pieejami 1327 aktīvi *AirBnB* apartamenti, kuru vidējā īres maksas bija 41 EUR par nakti.
12. Latvijā ārzemnieki izmanto *AirBnB* apartamentus lielākoties ceļojot un pārnakšņojot. Izvēloties *AirBnB* apartamentus svarīgākie trīs kritēriji ir cena, atrašanās vieta un personīgās virtuves pieejamība.
13. Cilvēkiem *AirBnB* apartamentos Rīgā visvairāk ir svarīgi, lai tur būtu pieejams karstais ūdens, bezvadu internets, higiēnas preces, bezmaksas autostāvieta un matu fēns.

#### **Priekšlikumi:**

1. Dalīšanās ekonomikas uzņēmumiem popularizēt savu darbību Latvijas sabiedrībai populārākajās interneta vietnēs, radio reklāmās, elektroniskajos afišu stendos, lai pēc iespējas vairāk cilvēku par to zinātu, tādejādi mazinot ražošanas apjomus un atkritumus.
2. Nepieciešamības gadījumā Latvijas Republikas Ministru kabinetam papildināt likumu „Par dzīvojamo telpu īri” savlaicīgi izveidot efektīvus, regulatīvus likumus *AirBnB* darbības kontrolēšanai, balstoties uz citu valstu pieredzi.
3. *AirBnB* popularizēt un piesaistīt klientus tieši *AirBnB* apartamentu izmantošanai, piedāvājot atlaižu sistēmu.
4. *AirBnB* apartamentu īpašniekiem nodrošināt savos apartamentos karsto ūdeni, bezvadu internetu un higiēnas preces, lai izīrētāji apartamentos justos komfortabli.
5. *AirBnB* apartamentu īpašniekiem Rīgā saviem apartamentiem noteikt efektīvas cenas, lai tie būtu pietiekami pieprasīti un noteiktā cena būtu adekvāta apartamentiem.

6. *AirBnB* apartamentu koplietotājiem izīrējot apartamentus precīzi pārdaudīt apartamentu cenu un lielumu pirms rezervācijas veikšanas, jo nereti tiek izīrēta tikai daļa no apartamenta, vai arī netiek piefiksēta gala cena, kurai papildus tiek pieskaitīti arī tīrīšanas izdevumi.

## IZMANTOTĀ LITERATŪRA

1. AirBnB, *About us*. Available: <https://press.airbnb.com/about-us/> [see 07.03.2019]
2. About Turo, *Turo*. Available: <https://turo.com/about> [see 28.03.2019]
3. AirBnB Summer Travel Report: 2015, *AirBnB*. Available: <https://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf> [see 08.03.2019]
4. All the rooms, *AirBnB*. Available: <https://www.alltherooms.com/p/airbnb/latvia/vidzeme/riga> [see 14.04.2019]
5. Blala, I., Singalb, M., Templinc, J. (2018). Airbnb's effect on hotel sales growth, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 73, p. 85-92.
6. Botsman, R., Rogers, R. (2010). What's mine is yours: The rise of collaborative consumption, *Harper Collins (New York, USA)*, p. 304
7. Chen, L. (2015). At \$68 billion valuation, Uber will be bigger than GM, Ford, and Honda, *Forbes*. Available : <https://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/12/04/at-68-billion-valuation-uber-will-be-bigger-than-gm-ford-and-honda/#413f60ab32e3> [see 26.02.2018.]
8. Dalīšanās ekonomikas uzņēmumi Latvijā, *Autolevi*, 2016. Pieejams: <https://autolevi.lv/dalisanas-ekonomikas-uznemumi-latvija/> [skatīts 29.03.2019]
9. Europe, *Inside AirBnB*. Available: [www.insideairbnb.com](http://www.insideairbnb.com) [see 22.03.2019]
10. Fast fact, *Airbnb Press Room*, Available : <https://press.airbnb.com/fast-facts/> [see 02.04.2019]
11. Ferreri, M., Sanyal, R. (2018). Platform economies and urban planning: Airbnb and regulated deregulation in London, *Urban Studies*, Volume 55, Issue 15, p. 3353–3368.
12. Frenken, K., Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, Volume 23, p. 3-10.
13. Ganapati, S., Reddick, G.C. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector, *Government Information Quarterly*, Volume 35, Issue 1, p. 78-87.
14. Gobble, M.M. (2017). Defining the Sharing Economy, *Research-Technology Management*, Volume 60, Issue 2, p. 59-63
15. Guyader, H., Piscicelli, L. (2019). Business model diversification in the sharing economy: The case of GoMore, *Journal of Cleaner Production*, Volume 215, p.1059-1069.
16. Heoa, C.Y., Blala, I., Choib, M. (2019). What is happening in Paris? Airbnb, hotels, and the Parisian market: A case study, *Tourism Management*, Volume 60, p. 78-88.
17. Important reasons why people use AirBnB in the Unites States and Europe from 2015 to 2017, *Statista*. Available: <https://www.statista.com/statistics/796866/reasons-people-use-airbnb/> (see 03.05.2019)

18. Kwok, L., Xie, K. (2018). Pricing strategies on Airbnb: Are multi-unit hosts revenue pros? *International Journal of Hospitality Management*. Article in press, pieejams Science Direct datu bāzē.
19. Leading Airbnb destinations in Europe in 2017, based on guest arrivals (in 1,000s), *Statista*. Available : <https://www.statista.com/statistics/957312/airbnb-leading-european-destinations> [see 21.03.2019]
20. Lessig, L. (2008). Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy, *Penguin Press (New York, USA)*, p.352
21. Leunga, X.Y., Xue, L., Wena, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem, *Tourism Management*, Volume 71, p. 44-53.
22. London, *AirBnB*. Available : <https://www.airbnb.com/s/London--United-Kingdom> [see 02.04.2019]
23. London, *Inside AirBnB*. Available <http://insideairbnb.com/london> [see 15.03.2019]
24. Lorde, T., Jacob, J., Weekes, Q. (2019). Price-setting behavior in a tourism sharing economy accommodation market: A hedonic price analysis of AirBnB hosts in the Caribbean, *Tourism Management Perspectives*, Volume 30, p. 251-261.
25. Mody, M., Hanks, L. (2019). Consumption Authenticity in the Accommodations Industry: The Keys to Brand Love and Brand Loyalty for Hotels and Airbnb, *Journal of Travel Research*, p. 6. 1-17 p. Doi: 10.1177/0047287519826233
26. Munkøe, M.M. (2017). Regulating the European Sharing Economy: State of Play and Challenges, *Intereconomics*, Volume 52, Issue 1, p. 38-44.
27. Murphu, M. (2016) Cities as the Original Sharing Platform<sup>1</sup>: Regulation of the New "Sharing" Economy, *Journal of Business & Technology Law*, Volume 12, Issue 1, p. 127-149.
28. Overgoor, J., Wulczyn, E., Potts, C. (2012). Trust Propagation with Mixed-Effects Models, *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, Stanford University, p. 535-538
29. Owyang, J. (2015). The new rules of the collaborative economy, *Vision critical/crowd companies report*. Available: <https://www.visioncritical.com/blog/new-rules-of-the-collaborative-economy> [see 03.03.2019]
30. Par mums, *Mintos*. Pieejams: <https://www.mintos.com/lv/par-mums/par-mums/> [skatīts 29.03.2019]
31. Paris, *AirBnB*. Available : <https://www.airbnb.com/s/Paris--France> [see 02.04.2019]

32. Paris, *Inside AirBnB*. Available : <http://insideairbnb.com/paris/> [see 15.03.2019]
33. Parker, G., Van Alstyne, M., Choudary, S.P. (2017) Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. *New York: W.W. Norton & company*, edition 1, p.352
34. Rīga.lv (2017). 5 rīdzinieku stāsti par mājokļu izīrēšanu AirBnB , *Rīgas domes informatīvais portāls* . Pieejams : <https://www.riga.lv/lv/news/5-ridzinieku-stasti-par-majoklu-iziresanu-airbnb?11351> (skatīts 27.04.2019)
35. Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy, *Great Transition Initiative*. Available: <https://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy> [see 25.03.2019]
36. Schechner,S., Bensinger, G. (2016). Airbnb to enforce limits on rentals in London,Amsterdam, *The Wallstreet Journal*, ISSN - 2574-9579 (Published 12.02.2016), 1p.
37. Short-term use of London accommodation: relaxation of restrictions and power to relax restrictions, Deregulation Act 2015, United Kingdom legislation, Sections 44 and 45, 20.04.2015
38. The history of Uber, *Uber*. Available: <https://www.uber.com/newsroom/history/> [see 28.03.2019]
39. Berger,T., Chenb,C., Frey,C.B (2019). Drivers of disruption? Estimating the Uber effect, *European Economic Review*, Volume 110, p.197–210.
40. TravelPlan (2017). *AirBnB apartamenti vai viesnīcas?* Pieejams : <https://travelplan.lv/viesnicas/apartamenti-dzivokli/airbnb-apartamenti-vai-viesnica/> (skatīts 24.04.2019)
41. U.S. Department of Commerce, Economics and Statistics Administration, Office of the Chief Economist (ESA). *Digital matching firms: A new definition in the “sharing economy”*: space. Available: <http://www.esa.gov/sites/default/files/digital-matching-firms-new-definition-sharing-economy-space.pdf>
42. What do you need help with? *TaskRabbit*. Available: <https://www.taskrabbit.com/m/all-services> [see29.03.019]
43. What is Uber? *Uber*. Available: <http://uberestimate.com/about-uber/> [see28.03.2019]
44. Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J. (2017). The rise of sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry, *Journal of Marketing Research*, Volume 54, Issue 5, p. 687-705.
45. Zimmermann, J. (2015). Working on TaskRabbit, *Money*. Available: <http://money.com/money/3714829/working-for-taskrabbit/> [see 29.03.2019]

## **PIELIKUMS**

## Aptaujas anketa par *AirBnB* izmantošanu Rīgā

Labdien! Aicinu Jūs piedalīties aptaujā, kas notiek Latvijas Universitātes Biznesa, vadības un ekonomikas fakultātes veiktā pētījuma ietvaros par *AirBnB* (*AirBed & Breakfast*) izmantošanu Rīgā. Aptaujas mērķis ir apkopot interesentu viedokļus, lai izstrādātu ieteikumus par *AirBnB* (*AirBed & Breakfast*) veiksmīgāku turpmāku izmantošanu Rīgā. Anketa ir konfidenciāla un rezultāti tiks izmantoti tikai apkopotā veidā pētījuma ieteikumu izstrādei. Anketas aizpildīšana prasīs aptuveni 4 minūtes.

1. Vai Jūs zināt, kas ir naktsmītņu rezervēšanas vietne *AirBnB*?
  - Jā
  - Nē
2. Vai esat izmantojis/izmantojusi *AirBnB* pakalpojumus?
  - Jā
  - Nē
3. Vai priekšroku dodat apmesties viesnīcā vai *AirBnB* apartamentos?
  - Viesnīcā
  - *AirBnB*
4. Cik daudz reizes līdz šim izmantojāt *AirBnB*?
  - Nevienu reizi
  - 1 reizi
  - 2-3 reizes
  - 4-5 reizes
  - Vairāk kā 5 reizes
5. Uz cik ilgu laiku parasti iznomājat *AirBnB* apartamentus?
  - Vienu dienu
  - Divas – trīs dienas
  - Trīs – piecas dienas
  - Vairāk kā 5 dienas
6. Kādai nepieciešamībai izmantojat *AirBnB* pakalpojumus? (iespējamās vairākas atbildes)
  - Ceļojot

- Darbam (semināri, konferences u.c.)
- Caurbraucot (lai pārnakšnotu)
- Kā satikšanās vietu
- Pasākumu apmeklēšanai

7. Lūdzu, sanumurējiet no 1 – 5, kas Jums visvairāk piesaista *AirBnB* apartamentos?  
(1-nozīmīgs, 5-nenozīmīgs)

- Personīgā virtuve
- Atrašanās vieta
- Iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā”
- Cena
- Iespēja dziļāk iepazīt kultūru

8. Lūdzu, novērtējiet skalā no 1 – 10, kam, Jūsaprāt, būtu jābūt iekļautam apartamentā?  
(1-nenozīmīgs, 10-nozīmīgs) *Aspekti sakārtoti alfabēta sacībā*

- Bezmaksas autostāvvietā
- Bezvada internets
- Dators
- Gludeklis
- Higiēnas preces (dvielis, šampūns, ziepes)
- Karstais ūdens
- Kondicionieris
- Matu fēns
- Televizors
- Veļas mašīna

9. Jūsu dzimums?

- Sieviete
- Vīrietis

10. Jūsu vecums?

- Jaunāks par 18
- 18-25
- 26-35
- 36 un vecāks

Paldies par atbildēm!

Sīkāka informācija par aptauju:

Agnija Putniņa

agnija.putnina@bvef.lv

## Survey about *AirBnB* in Riga

Good afternoon! You are invited to participate in a survey conducted by the University of Latvia, Faculty of Business, Management and Economics about use of *AirBnB* (*AirBed & Breakfast*) in Riga. The purpose of the survey is to gather the opinions of *AirBnB* (*AirBed & Breakfast*) users to develop recommendations for more successful use of *AirBnB* in Riga. The survey is confidential and the results will be used only in updated version to make research recommendations for practical improvement of *AirBnB* (*AirBed & Breakfast*) service. Filling in the survey will take up to 5 minutes.

1. How many times you have used *AirBnB* in Latvia?
  - One
  - Two – three
  - Four - five
  - More
  
2. For how long time you have rented apartment?
  - One day
  - Two – three days
  - Three – four days
  - More than five days
  
3. In which city you have rented apartment?
  
4. For what reason you have used *AirBnB*? (can be more than one answer)
  - Traveling
  - Work
  - Overnight
  - Meeting point
  - To attend event
  
5. Please, range from one to five the following reasons  
(1 – very important, 5 – less important)

- Personal kitchen
- Location
- Opportunity to get into the "skin" of local people
- Price
- An opportunity to get to know culture more deeply

Please, evaluate in scale 1 – 10 the importance for you what should be included in apartments  
(1 – not important, 10 – very important) Aspects are arranged in alphabetic order

- Air conditioning
- Essentials
- Free parking place
- Hair dryer
- Hot water
- Iron
- Laptop
- TV
- Washer
- WiFi

6. From which country you are?

7. Your sex?

- Male
- Female

8. Your age?

- Younger than 18
- 18-25
- 26-35
- 36 and older

Thanks for your answers!

More details about survey:

Agnija Putniņa

agnija.putnina@bvef.lv

**1.pielikuma aptaujas rezultāti jautājumam „Lūdzu, sanumurējiet no 1 – 5, kas Jums visvairāk piesaista *AirBnB* apartamentos?”**

Data Table	Average Rank	1		2		3		4		5	
		Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent
Cena	2.06	84	43.52%	53	27.75%	27	14.21%	15	7.89%	13	6.84%
Ātrašanās vieta	2.19	57	29.53%	70	41.36%	28	14.74%	19	10%	9	4.74%
Personīgā virtuve	2.96	37	19.17%	28	14.66%	69	36.32%	17	8.95%	39	20.53%
Iespēja iejusties vietējo iedzīvotāju „ādā”	3.7	14	7.25%	23	12.04%	29	15.26%	64	33.68%	60	31.58%
Iespēja dziļāk iepazīt kultūru	4.07	1	0.52%	8	4.19%	37	19.47%	75	39.47%	69	36.32%

**2. pielikuma aptaujas rezultāti jautājumam „Please, range from one to five the following reasons”.**

Data Table	Average Rank	1		2		3		4		5	
		Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent	Count	Percent
Location	1.82	11	50%	7	31.82%	2	9.09%	1	4.55%	1	4.76%
Price	1.91	9	40.91%	9	40.91%	2	9.09%	1	4.55%	1	4.76%
Personal kitchen	3.59	2	9.09%	2	9.09%	6	27.27%	5	22.73%	7	33.33%
Opportunity to get into the "skin" of local people	3.76	0	0%	2	9.09%	7	31.82%	6	27.27%	6	28.57%
An opportunity to get to know culture more deeply	3.86	0	0%	2	9.09%	5	22.73%	9	40.91%	6	28.57%

Bakalaura darbs „AirBnB ietekme uz viesnīcu darbību Rīgā” izstrādāts LU Biznesa, vadības un ekonomikas fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autors: \_\_\_\_\_ Agnija Putniņa \_\_\_\_\_05.2019.

**Rekomendēju / nerekomendēju darbu aizstāvēšanai**

Vadītāja: Dr.oec. profesore. Biruta Sloka \_\_\_\_\_05.2019.

Recenzents: Dr.oec., asoc. profesore Džineta Dimante

Darbs iesniegts LU Biznesa, vadības un ekonomikas fakultātes Studiju centrā  
Dekāna pilnvarotā persona:

metodiķe \_\_\_\_\_ / Laila Lisenko / \_\_\_\_\_05.2019.

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē \_\_\_\_\_05. 2019.

Komisijas sekretārs(e): \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_05. 2019.  
(paraksts) (paraksta atšifrējums)