



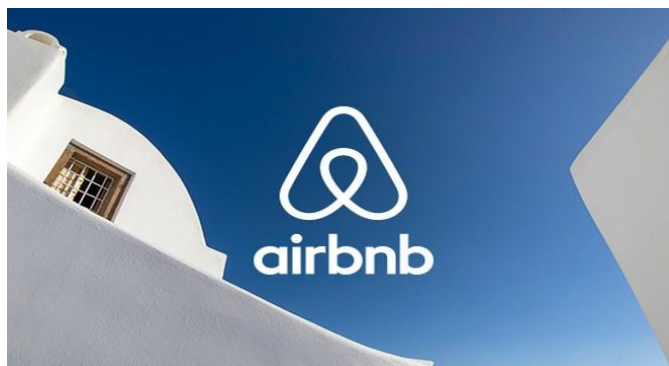
**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ**  
UNIVERSITY OF PATRAS

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΤΑ AIRBNB ΚΑΙ ΟΙ  
ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΗΝ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ**



**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ:  
ΚΑΝΕΛΛΑΚΗ ΜΑΡΙΑ-ΣΟΦΙΑ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**ΝΤΕΜΙΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ 2021**

**Υπεύθυνη Δήλωση:** Δηλώνω υπεύθυνα ότι είμαι η συγγραφέας της παρούσας πτυχιακής εργασίας που είναι απαραίτητη για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας (πρώην νέα Διοίκηση Επιχειρήσεων) του Πανεπιστημίου Πατρών (πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας). Επίσης, δηλώνω ότι όποια βοήθεια είχα για την συγγραφή της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται. Έχω επισημάνει και αναφέρει όλες τις πηγές από τις οποίες άντλησα ιδέες, λέξεις και δεδομένα παραφρασμένα ή καθ' εαυτού.

## **ΠΡΟΛΟΓΟΣ**

Ο τουρισμός σήμερα αποτελεί ένα τεράστιο κομμάτι της οικονομίας μιας χώρας. Τα τελευταία χρόνια με την εμφάνιση της οικονομίας διαμοιρασμού και την κυριαρχία της βραχυχρόνιας μίσθωσης μέσω της πλατφόρμας Airbnb, η ανάπτυξη του τουρισμού έχει παρουσιάσει σημαντικές θετικές αλλαγές, αλλά δεν λείπουν και οι αρνητικές επιπτώσεις. Αποτελεί ένα σύγχρονο θέμα συζήτησης και ανάλυσης, αφού το ζούμε τώρα και αυτό ήταν το κύριο κριτήριο επιλογής μου για την συγκεκριμένη εργασία. Θα αναλυθεί η οικονομία και ο τουρισμός, η πλατφόρμα Airbnb και ότι έχει επιφέρει στην τουριστική βιομηχανία καθώς και η φορολογία της και οι επιπτώσεις της.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα της πτυχιακής μου εργασίας αναφέρεται στη μελέτη περίπτωσης των AIRBNB καθώς και στις παρενέργειες που έχουν προκαλέσει στην τουριστική βιομηχανία τα τελευταία χρόνια. Συνολικά η εργασία περιλαμβάνει 8 κεφάλαια: Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται η έννοια της ανταλλακτικής οικονομίας, το φαινόμενο home exchange καθώς και η ανταλλακτική οικονομία στην χώρα μας. Κατά το δεύτερο κεφάλαιο αναπτύσσεται η οικονομία διαμοιρασμού και η φορολογία της. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στον τουρισμό αρχικά σε εγχώρια και εν συνεχεία σε παγκόσμια βάση, παρουσιάζεται ο ρόλος που διαδραματίζει το διαδίκτυο στον τομέα του τουρισμού, όπως και η σύνδεση του τουρισμού με την ελληνική οικονομία. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια εισαγωγή στο τουριστικό μάρκετινγκ και παρουσιάζονται λεπτομερώς τα AIRBNB και η λειτουργία τους. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται και η φορολογία των AIRBNB. Στο έκτο κεφάλαιο θα αναφερθούμε στις επιπτώσεις που έχει επιφέρει αυτή η πλατφόρμα στην τουριστική βιομηχανία της χώρας μας, καθώς και στις επιπτώσεις που προκάλεσε η νέα πανδημία του Covid19 που έπληξε την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Τέλος, το έβδομο και όγδοο κεφάλαιο της εργασίας μου περιέχει την έρευνα που έγινε μέσω ερωτηματολογίου και αφορούσε αποκλειστικά τουριστικές επιχειρήσεις. Εκεί θα αναλυθούν εν συνεχεία τα σχετικά αποτελέσματα κυρίως στο αν και πως τα ξενοδοχεία της χώρας μας έχουν πληγεί από το φαινόμενο AIRBNB.

## **ABSTRACT**

The topic of my undergraduate thesis refers to the AIRBNB case study as well as the side effects they have caused to the tourism industry in recent years. In total the work consists of 8 chapters: The first chapter analyzes the concept of the exchange economy, the home exchange phenomenon and the exchange economy in our country. The second chapter discusses the sharing economy and its taxation. The third chapter deals with tourism first domestically and subsequently on a global basis, presenting the role that the Internet plays in the tourism sector, as well as the link between tourism and the Greek economy. Chapter 4 introduces tourism marketing and details AIRBNB and its operation. Chapter 5 presents the taxation of AIRBNBs. In the sixth chapter we will refer to the effects that this platform has brought to the tourism industry of our country, as well as to the effects caused by the new pandemic of Covid19 that hit Greece and abroad.

Finally, the seventh and eighth chapters of my work contain a questionnaire survey of exclusively tourist businesses. There, we will then analyze the relevant results mainly on whether and how hotels in our country have been affected by the AIRBNB phenomenon.

## Περιεχόμενα

1.1	Ορισμός της ανταλλακτικής οικονομίας.....	5
1.2	Το φαινόμενο home exchange .....	6
1.3	Πλεονεκτήματα του home exchange.....	7
1.4	Μειονεκτήματα του home exchange .....	8
1.5	Η ανταλλακτική οικονομία στην Ελλάδα.....	8
1.6	Πλεονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας.....	9
1.7	Μειονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας.....	9
2.1	Ο ορισμός της οικονομίας διαμοιρασμού.....	10
2.2	Η ανάπτυξη της οικονομίας .....	11
2.3	Η σύσταση της οικονομίας διαμοιρασμού.....	11
2.4	Η κριτική της οικονομίας. ....	12
2.5	Η φορολογία της οικονομίας.....	13
3.1	Ο ορισμός του τουρισμού.....	14
3.2	Τα πλεονεκτήματα του τουρισμού σήμερα. ....	15
3.3	Τα μειονεκτήματα του τουρισμού σήμερα. ....	16
3.4	Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα και παγκόσμια. ....	16
3.5	Η εισαγωγή της τεχνολογίας και του διαδικτύου στον τουρισμό.....	18
3.5.1	Ο ρόλος του διαδικτύου στον τουρισμό. Οι επιπτώσεις και τα οφέλη του.....	18
3.5.1.α	Τα οφέλη του διαδικτυακού τουρισμού. ....	18
3.5.1.β	Οι επιπτώσεις του διαδικτυακού τουρισμού. ....	19
3.6	Οι πρόσφατες τάσεις στον τουρισμό και τα ταξίδια. ....	19
3.7	Ο τουρισμός και η οικονομία διαμοιρασμού.....	21
3.7.1	Οι επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό.....	21
3.8	Η οικονομική κρίση-Πώς <<κινείται>> ο Έλληνας τουρίστας με μειωμένο εισόδημα. ....	22
3.9	Η σημασία του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και παγκόσμια.....	23
3.10	Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό και οι επιπτώσεις της.....	24
4.1	Το προφίλ του σύγχρονου τουρίστα. ....	25
4.2	Η έννοια και το μίγμα του μάρκετινγκ. ....	25
4.3	Η έννοια του τουριστικού μάρκετινγκ και οι μέθοδοι εφαρμογής του. ....	26
4.4	Ο ανταγωνισμός.....	27

4.5 Η ταυτότητα της πλατφόρμας AIRBNB και σε ποιούς απευθύνεται.....	28
4.6 Το νομικό πλαίσιο μίσθωσης.....	28
4.7 Η Airbnb στην Ελλάδα.....	29
4.8 Πώς προσελκύει πελάτες η Airbnb;.....	29
4.9 Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα .....	30
4.10 Το υγειονομικό πρωτόκολλο της Airbnb. ....	30
4.11 Η ασφάλεια και η αξιοπιστία στην Airbnb. ....	31
4.12 Οι βασικές απαιτήσεις της Airbnb για τους οικοδεσπότες. ....	32
4.13 Οι τρόποι αντιμετώπισης της Airbnb από τα ξενοδοχεία. ....	32
4.14 Η κριτική της πλατφόρμας.....	33
4.15 Οι ανταγωνίστριες πλατφόρμες και ο ανταγωνισμός με τα ξενοδοχεία της Αθήνας.....	33
4.16 Η προσωπική μου εμπειρία.....	34
5.1 Πώς λειτουργεί η φορολογία για τους οικοδεσπότες;.....	36
5.2 Οι παγίδες φορολογίας.....	36
5.3 Airbnb ή μακροχρόνια μίσθωση;.....	37
5.4 Φορολογία και booking στην Ελλάδα.....	37
5.5 Τα ευρωπαϊκά και ελληνικά μέτρα περιορισμού.....	38
6.1 Οι επιπτώσεις στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας.....	40
6.2 Η απειλή στον τουρισμό, την κοινωνία και το οικιστικό περιβάλλον.....	41
6.3 Οι περιορισμοί στην μίσθωση της Airbnb. ....	42
6.4 Οι επιπτώσεις της πανδημίας του Covid19 στον τουρισμό της Ελλάδας και παγκόσμια.....	43
6.4.1 Η πανδημία του κορονοϊού στην Ελλάδα και το εξωτερικό. ....	43
6.4.2 Οι συνέπειες της πανδημίας στον τουρισμό.....	44
6.4.3 Οι επιπτώσεις της πανδημίας και στα AIRBNB.....	46
7.1 Μεθοδολογία έρευνας. ....	49
7.2 Ο σκοπός και ο στόχος της έρευνας. ....	49
7.3 Το δείγμα της έρευνας.....	49
7.4 Η έρευνα. ....	50
7.5 Τα συμπεράσματα και οι προτάσεις, .....	62

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Τα τελευταία χρόνια η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας έχει συμβάλλει δραστικά στην τουριστική οικονομία και στον ίδιο τον τουρισμό. Μια πρόσφατη και πρωτοφανής δραστηριότητα, η οικονομία διαμοιρασμού, άρχισε να αλλάζει τα έως τώρα δεδομένα στην οικονομία σε πολλές χώρες και με την βοήθεια του διαδικτύου έγινε ευρέως γνωστή και επεκτάθηκε μέχρι και στον τουρισμό. Η παρούσα εργασία παρουσιάζει λεπτομερώς και αναλύει την πολυσυζητημένη και διαδεδομένη παγκοσμίως, πλέον, πλατφόρμα των AIRBNB. Πως έχει επηρεάσει την κοινωνία θετικά αλλά και τι επίδραση έχει προκαλέσει στον ελληνικό τουρισμό.

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η παρουσίαση της πλατφόρμας των AIRBNB και οι παρενέργειες που έχουν προκληθεί στον τουρισμό από την εμφάνισή τους. Επιπλέον στόχοι είναι η ανάλυση της οικονομίας διαμοιρασμού, της φορολογίας και της ελληνικής τουριστικής οικονομίας, η παρουσίαση της ανταλλακτικής οικονομίας, οι επιπτώσεις στην τουριστική βιομηχανία, το ερωτηματολόγιο που απευθύνεται σε ξενοδοχεία, η συλλογή δεδομένων και τα αποτελέσματα.

Αντικείμενο της μελέτης είναι η έρευνα και ανάλυση των AIRBNB και όλων των συντελεστών που τα πλαισιώνουν, καθώς και η ανάλυση και παρουσίαση των αρνητικών επιδράσεων στον τουρισμό από την εμφάνισή τους.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

### Η ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

#### 1.1 Ορισμός της ανταλλακτικής οικονομίας

Είναι η κύρια μορφή εναλλακτικής οικονομικής δραστηριότητας. Η ανταλλαγή αγαθών χωρίς χρήματα αλλά με κοινωνικό σκοπό. Βασικός της στόχος είναι να δημιουργήσει επιπλέον ρευστότητα σε περιπτώσεις οικονομικής στενότητας. Μπορεί να πάρει πολλές μορφές και να εφαρμοστεί από τα σύγχρονα μέσα, όπως το διαδίκτυο.

Η βάση της είναι η ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών, η οποία είναι ιδιαίτερα γνωστή στο εξωτερικό. Στη χώρα μας έχει διαδοθεί το τελευταίο διάστημα λόγω της οικονομικής κρίσης που μας έπληξε. Αποτέλεσε ένα κίνητρο για να δημιουργηθούν ανταλλακτικά δίκτυα που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες, ανταλλαγή γνώσεων και ανταλλακτικά παζάρια.

Αυτή η ιδέα μας δίνει το κίνητρο να σκεφτούμε τον τρόπο με τον οποίο ο άνθρωπος μπορεί να ζήσει με λίγα χρήματα αξιοπρεπέστατα χωρίς να του λείπει κάτι.

Η απόκτηση των αγαθών και των υπηρεσιών χωρίς ανταλλακτικό μέσον το χρήμα αποτελεί την βασική ιδέα της ανταλλακτικής οικονομίας. Αυτή η ιδέα δημιουργεί τροφή για σκέψη, για το πως μπορούμε να ζήσουμε με ελάχιστα χρήματα, παράλληλα όμως να ζούμε αξιοπρεπέστατα. Όλο αυτό ξεκινά από τον νόμο της προσφοράς-ανταλλαγής και της ανάγκης που έχει ο άνθρωπος για αγαθά και υπηρεσίες, αυτό αποτελεί και την φιλοσοφία των λαών.

Ύστερα, σε αυτό το πλαίσιο δημιουργήθηκε και ο ανταλλακτικός τουρισμός, δηλαδή η ανταλλαγή σπιτιών χωρίς το αντίτιμο τους χρήματος. Παγκόσμια υπάρχουν διάφορα δίκτυα ανταλλαγής σπιτιών όπου μέλη που επιθυμούν να ανταλλάξουν το σπίτι τους επικοινωνούν με μέλη που θέλουν να κάνουν το ίδιο, είτε για λόγους αναψυχής είτε λόγω διακοπών με την διαμονή δωρεάν. Το 1950 ξεκίνησε το δίκτυο Intervac το οποίο ξεκίνησε από μια ομάδα καθηγητών στην Ευρώπη και αποσκοπούσε στην ανταλλαγή σπιτιών, σήμερα αποτελείται από 30.000 μέλη παγκοσμίως. Τα μέλη είναι μεταξύ 35-60 ετών, με οικογένειες και παιδιά και από ένα έως δύο εισοδήματα. Η εγγραφή των μελών γίνεται με μια ετήσια συνδρομή και

παράλληλα μπορεί να ανεβάσει στο δίκτυο πληροφορίες και φωτογραφίες σχετικά με το σπίτι που θα θέλει να ανταλλάξει. Η ανταλλαγή δεν αφορά αποκλειστικά σπίτια, μπορεί να είναι ένα αυτοκίνητο, ένα σκάφος, μια μηχανή ή οτιδήποτε άλλο. Πολλά μέλη αναφέρουν πως είναι ένας πολύ καλός τρόπος και κοινωνικής δικτύωσης, αφού μπορείς να δημιουργήσεις και φιλικές σχέσεις με τα υπόλοιπα μέλη σε όλο τον κόσμο και συγκεκριμένα σε 46 χώρες του πλανήτη.

## 1.2 Το φαινόμενο home exchange

Το home exchange ή αλλιώς η ανταλλαγή σπιτιών είναι ένα είδος διακοπών, σύμφωνα με το οποίο άτομα ανταλλάσσουν τα σπίτια τους με σκοπό κυρίως ψυχαγωγικό και όχι χρηματικό για να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους. Ξεκίνησε το 1953 με το δίκτυο Intenac International από Ευρωπαίους καθηγητές που ήθελαν να ταξιδέψουν στον κόσμο χωρίς να δαπανήσουν πολλά χρήματα. Το ίδιο έτος ο εκπαιδευτικός David Ostroff δημιούργησε στη Νέα Υόρκη, το δίκτυο Vacation Exchange Club, με την σημερινή ονομασία Homelink.

Το 1992 ο Ed Kushins ιδρύει στην Ουάσιγκτον το HomeExchange.com. Το 1999 εκτιμήθηκε πως η ανταλλαγή σπιτιών αυξήθηκε 15-20%, και αυτό συνέβαινε κάθε χρόνο. Από το 2010 και μετά συνεχίστηκε η ραγδαία αυτή ανάπτυξη στον χώρο της ανταλλαγής σπιτιών.

Η ανταλλαγή σπιτιών αποτέλεσε αντικείμενο μελέτης στον τουρισμό, την κοινωνιολογία και την γεωγραφία. Επίσης το 2008 έγινε αντικείμενο μελέτης της ασφάλειας των πληροφοριών. Την ίδια χρονιά, η Julia Maria Koszewska έφερε εις πέρας μια μελέτη πληροφοριών σχετικά με την διαχείριση τους και αυτό έγινε με την μελέτη της κίνησης του home exchange, των ιστότοπων και της λειτουργικότητας μέσα από επικοινωνία της ερευνήτριας με τους χρήστες.

Οι συμμετέχοντες είναι αρκετά μορφωμένοι και έχουν ιδιαίτερη κλίση στα ταξίδια, βέβαια ένας μεγάλος αριθμός είναι ηλικιωμένοι συνταξιούχοι αφού είναι αυτοί με τον περισσότερο χρόνο, που μπορούν να διαθέσουν στα ταξίδια. Η εποχή που η κίνηση παρουσιάζει ιδιαίτερη αύξηση είναι οι καλοκαιρινοί μήνες. Έπειτα από μια έρευνα που διεξήχθησαν το 2008 προέκυψε πως το 92% των ατόμων έχουν πανεπιστημιακό τίτλο και το 60% μεταπτυχιακό τίτλο. Το 52% ταξιδεύει παρέα με τα παιδιά του και το 48% χωρίς οικογένεια και παιδιά. Αυτή η έρευνα έγινε από το homeexchangeguru.com. Το 2013 το Πανεπιστήμιο του Μπέργκαμο έκανε μια έρευνα που έδειξε ότι το 28,3% ήταν ηλικίας 45-74 ετών, το 18,7% άνω των 65 ετών και το 5,9% κάτω των 34 ετών. Επιπρόσθετα, έδειξε ότι το 84,3% είχε κλίση προς την φύση και τα μουσεία, 67% προς το περιβάλλον και το 98% προς την πολιτιστική κληρονομιά. Το 63% προτίμησαν τρόφιμα του εμπορίου και το 73% βιολογικά προϊόντα. Σύμφωνα με την εμπιστοσύνη το 75% δήλωσε πως υπάρχει το στοιχείο της αξιοπιστίας, το 93% ότι η εμπειρία τους είναι ικανοποιητική και το 81% κάνει ανταλλαγή σπιτιών πάνω από μια φορές.

Η ανταλλαγή σπιτιού βέβαια δεν είναι μόνο περιστασιακή και σε περίοδο διακοπών αλλά και μόνιμη. Κατά την διάρκεια της κρίσης των στεγαστικών δανείων στις ΗΠΑ η ανταλλαγή σπιτιών στάθηκε σωτήριο, αφού η χρηματοδότηση από τις τράπεζες ήταν δύσκολη. Επίσης το 2006 στο Ιράκ κατά την διάρκεια των εθνικών συγκρούσεων η ανταλλαγή σπιτιών μείωσε την βία, αφού μετακόμιζαν σε φίλους που άνηκαν σε άλλες εθνικές μειονότητες.

Αυτό το φαινόμενο εναλλακτικά το καλούμε ανταλλακτικό τουρισμό με βάση την απόκτηση υπηρεσίας χωρίς χρηματικό αντίτιμο. Ειδικότερα η επίσκεψη ενός τόπου χωρίς έξοδα διαμονής. Η επίσκεψη δηλαδή ενός προορισμού για αναψυχή, χωρίς τα έξοδα της διαμονής. Ένα παγκόσμιο δίκτυο ανταλλαγής σπιτιών είναι το home exchange.com που αποτελείται από μέλη που ενδιαφέρονται για τέτοιου είδους διακοπές και επικοινωνούν με άλλα μέλη

που αποσκοπούν στο ίδιο, στην ανταλλαγή σπιτιών. Η διαμονή είναι δωρεάν αλλά δίνεται και η ευκαιρία ο τουρίστας να νιώσει σαν ντόπιος και όχι ξένος. Αυτή η έννοια δεν είναι ακόμα διαδεδομένη στην χώρα μας, για τον λόγο ότι οι Έλληνες δυσκολεύονται στο να ανταλλάξουν σπίτια με ξένους. Βέβαια μεταξύ γνωστών αυτό γίνεται και συχνότερα τώρα τελευταία λόγω οικονομικής κρίσεως.

Ένα ελληνικό δίκτυο ανταλλαγής σπιτιών είναι το [elladahomeexchange.gr](http://elladahomeexchange.gr) και αφορά ανταλλαγές σπιτιών μόνο μέσα στη χώρα μας. Ο ιδιοκτήτης της κατοικίας που θέλει να κάνει τέτοιου είδους διακοπές πληρώνει μια ετήσια συνδρομή από τη στιγμή που θα γίνει μέλος του δικτύου. Ανεβάζει φωτογραφίες και πληροφορίες για το σπίτι που θα ανταλλάξει. Επίσης πριν την ανταλλαγή γίνεται συνάντηση με τα άτομα που θα κάνουν την ανταλλαγή. Βέβαια υπάρχουν και κανόνες ασφάλειας με την καταχώρηση των πλήρη στοιχείων των ιδιοκτητών, αλλά και υγιεινής.

Από τους εργένηδες, τα νεαρά ζευγάρια έως τις οικογένειες με παιδιά, όλοι οι άνθρωποι που το χρησιμοποιούν ενώνονται επειδή δεν είναι ικανοποιημένοι με την ευκολία του ταξιδιού, αλλά αναζητούν ευκαιρίες για να συνδεθούν πραγματικά με το που πηγαίνουν. Δεν υπάρχουν πληροφορίες για την ηλικία. Επικοινωνούν από συνταξιούχους μέχρι εικοσάχρονοι. Φυσικά, το HomeExchange δεν είναι για όλους. Εάν κάποιος φοβάται ότι θα κοιμηθεί στο σπίτι κάποιου άλλου ή ακόμα και θα μείνει στο σπίτι όταν άλλοι είναι μακριά, τότε είναι καλύτερα να το αφήσει και να συνεχίσει να κάνει κράτηση σε δωμάτια ξενοδοχείου. Το κοινό όλων αυτών που το χρησιμοποιούν, από τους εργένηδες και τα νεαρά ζευγάρια ως τις οικογένειες με παιδιά, είναι η μη ικανοποίηση με την ευκολία του ταξιδιού και η επιδίωξη να επισκεφθούν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού μέρη με τα οποία θα συνδεθούν.

### 1.3 Πλεονεκτήματα του home exchange

Τα οφέλη της ανταλλαγής σπιτιών μπορούν να καταστήσουν μοναδική την εμπειρία των διακοπών αφού δεν είναι διαθέσιμα όταν επιλέγουμε τον παραδοσιακό τρόπο διαμονής όπως είναι τα ξενοδοχεία. Το HomeExchange παρέχει ουσιαστικά δύο πράγματα: βολική και σχεδόν δωρεάν διαμονή σε όλο τον κόσμο, αλλά το πιο βασικό είναι η εμπειρία του ταξιδιού σε άλλα μέρη του κόσμου ή στη χώρα σας. Αποφεύγοντας τυπικές περιηγήσεις, επιλέξτε να ταξιδέψετε σε συναρπαστικά μέρη και ενδιαφέροντα σπίτια, φυσικά, αυτό είναι κάτι που δεν μπορείτε να κάνετε χωρίς το HomeExchange, μέσω των μελών που συμμετέχουν στην ανταλλαγή, μπορείτε να μάθετε απευθείας για τα μέρη που επισκέπτεστε. Το φαινόμενο home exchange παρουσιάζει τα εξής σημαντικά πλεονεκτήματα :

- Την δυνατότητα σε οικονομικά ασθενέστερες ομάδες να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους σε ικανοποιητικό επίπεδο.
- Συμβάλλει στην κοινωνική ευημερία, αφού με αυτόν τον τρόπο αναδεικνύεται η προσφορά και η ανταλλαγή.
- Η γνωριμία με νέα άτομα, διαφορετικής κουλτούρας συμβάλλει στην ψυχαγωγία τους.
- Το διπλό οικονομικό όφελος, αφού και οι ανταλλαγέντες εξοικονομούν ένα μεγάλο ποσό από τη διαμονή τους, αλλά και η τοπική κοινωνία για τον λόγο ότι οι ανταλλαγέντες έχουν τη δυνατότητα να καταναλώσουν τα χρήματα που εξοικονόμησαν προς όφελός της.
- Η αίσθηση της οικειότητας και οι επιπλέον ανέσεις που προσφέρει ένα σπίτι σε σχέση με ένα ξενοδοχείο, καθώς και η αίσθηση πως δεν είναι <<ξένοι >> , αντιθέτως όμως κομμάτι της πόλης.

## 1.4 Μειονεκτήματα του home exchange

Εκτός από τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω, δεν θα πρέπει κανείς να παραβλέψει και τα μειονεκτήματα της ανταλλαγής σπιτιών. Επειδή μάλιστα κάποια από αυτά δεν είναι τόσο προφανή, μπορούν να αποτελέσουν κρυφό κίνδυνο.

- Ένας από τους σημαντικότερους λόγους που το home exchange δεν αποτελεί έναν ευρέως διαδεδομένο τρόπο διακοπών, στη χώρα μας, είναι η έλλειψη εξοικείωσης του Έλληνα με την ιδέα ότι κάποιος παντελώς άγνωστος θα κληθεί να χρησιμοποιήσει τον προσωπικό του χώρο (μόνιμη κατοικία ή εξοχικό). Αυτό μπορεί να φαίνεται εκ πρώτης όψεως <<καχύποπτο>> ή υπερβολικό, παρ' όλα αυτά και στο εξωτερικό όπου αυτή η μέθοδος διακοπών επιλέγεται σε μεγάλο βαθμό εδώ και αρκετά χρόνια, ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες που σκοπό έχουν στην εξάλειψη αυτής της άγνοιας.
- Εδώ συναντάμε ένα δεύτερο σημαντικό μειονέκτημα του home exchange, το οποίο δεν είναι άλλο από τον απαιτούμενο χρόνο υλοποίησης των προαναφερθέντων διαδικασιών. Αναφορικά, αρκετά sites που δραστηριοποιούνται στον χώρο του home exchange, προτείνουν στους ενδιαφερόμενους να δρομολογήσουν αυτές τις διαδικασίες έως και έξι μήνες νωρίτερα από το προγραμματισμένο ταξίδι.
- Άλλο ένα μειονέκτημα θεωρείται το ρίσκο που θα κληθούν να αναλάβουν οι αντισυμβαλλόμενοι ως προς τις ζημιές που πιθανόν να προκληθούν στην ιδιοκτησία τους.
- Επιπροσθέτως, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα ο ενδιαφερόμενος να κληθεί να συμβιβαστεί με κάποιο σπίτι χαμηλότερο των προσδοκιών του. Σαν παραλλαγή του παραπάνω μειονεκτήματος, μπορούμε να αναφέρουμε ότι η μία από τις δύο πλευρές θα πρέπει να κάνει τη διαφορά και να αποδεχθεί το γεγονός ότι υπάρχει μεγάλη πιθανότητα οι αξίες των δύο ιδιοκτησιών να διαφέρουν κατά πολύ.
- Τέλος, πρέπει να δίνεται η απαραίτητη σημασία και στα κρυμμένα κόστη. Σε αυτά μπορούν να συμπεριληφθούν οι προμήθειες δικηγόρων, ασφαλιστικών εταιρειών ή ακόμη και μεσιτών σε περίπτωση που κάποιος επιλέξει να διασφαλίσει όσο το δυνατόν καλύτερα μπορεί την ιδιοκτησία του.

## 1.5 Η ανταλλακτική οικονομία στην Ελλάδα

Τα τελευταία δύσκολα χρόνια της χώρας μας και η σημερινή κατάστασή της προκάλεσε σε όλους προβληματισμούς. Η οικονομική κρίση και οι μειωμένοι πόροι οδήγησαν πολλούς ανθρώπους στην υιοθέτηση της ανταλλαγής αγαθών και υπηρεσιών. Στην Ελλάδα και κυρίως στα χωριά και τις επαρχιακές πόλεις υιοθέτησαν και προχώρησαν στο ανταλλακτικό εμπόριο έναντι της χρηματικής συναλλαγής με το νόμισμα του ευρώ. Ένα <<φαινόμενο>> που ήδη έχει ξεκινήσει και σε άλλες χώρες. Αποτελεί μια συνέπεια της κρίσης και όντας με την ανεργία να έχει φτάσει στα ύψη, ο ελληνικός πληθυσμός δικαίως επιστρέφει πίσω στους αρχαιότερους χρόνους, τότε που η ανταλλακτική οικονομία κυριαρχούσε του χρήματος. Στην Πάτρα έχει δημιουργηθεί και το πρώτο δίκτυο ανταλλαγής προϊόντων στο οποίο μπορεί να συμμετάσχει ο καθένας.

Τα άτομα που θέλουν να είναι μέλη του συναλλακτικού εμπορίου δημιουργούν λογαριασμό σε μια online ιστοσελίδα που έχει δημιουργηθεί για αυτόν τον σκοπό. Σε αυτή την ιστοσελίδα καταχωρούν τις αγγελίες τους που προσφέρουν προϊόντα ή υπηρεσίες. Κάποιος που δεν

έχει πρόσβαση στην ιστοσελίδα μπορεί να εξυπηρετηθεί με κουπόνια. Φυσικά είναι απαραίτητο να θεσπιστεί και μια συναλλακτική μονάδα, δηλαδή ένα <<νόμισμα>>.

Για παράδειγμα στον Βόλο, οι συναλλαγές γίνονται με το TEM. Ένα TEM ισοδυναμεί με ένα ευρώ. Όταν ένα μέλος κάνει εγγραφή στο δίκτυο του πιστώνονται αυτόματα 300 TEM, χωρίς τόκο, με σκοπό να χρησιμοποιηθούν σε προϊόντα και υπηρεσίες που ήδη έχουν προσφέρει τα υπόλοιπα μέλη. Μέλη που προσφέρουν υπηρεσίες μπορεί να είναι γιατροί, δικηγόροι, αγρότες, ιδιοκτήτες καταστημάτων.

Το home exchange στην Ελλάδα έχει μικρή διείσδυση διότι σε κάθε περίπτωση, έχουμε εσωτερική φιλοξενία, είμαστε ανοιχτοί, έχουμε πολλούς φίλους και δεν θέλουμε να μας οργανώσει μια κοινότητα. Για παράδειγμα, το καλοκαίρι, ο καθένας μας έχει ήδη πολλές επιλογές να πάει στο σπίτι ενός φίλου για διακοπές. Αυτό δεν ισχύει για τους αλλοδαπούς. Επιπλέον, οι περισσότεροι έχουν μπανγκαλόου ή πατρικά σπίτια σε ένα χωριό, και περνούν το καλοκαίρι στην Ελλάδα. Επομένως, δεν αναζητούμε λύσεις σε όμορφους καλοκαιρινούς προορισμούς, γιατί ζούμε στην πιο όμορφη χώρα. Από την άλλη πλευρά, οι αλλοδαποί θέλουν να έρθουν στην Ελλάδα και να αναζητήσουν διακοπές στο εξωτερικό, οπότε πρέπει να ανταλλάξουν εγχώρια. Επίσης ως έθνος, ως άνθρωποι, δεν θέλουμε να ταξιδεύουμε πολλές μέρες, να πηγαίνουμε σε πολλά μέρη, να εξερευνούμε δρόμους και να χάνουμε πολιτισμό όπως οι ξένοι. Ελπίζουμε ότι τα πράγματα γίνονται εύκολα και γρήγορα. Η κουλτούρα στην οποία μοιραζόμαστε τα πράγματα με το ευρύ κοινό δεν είναι πολύ οικεία. Σε αντίθεση με τις σκανδιναβικές χώρες, η Ισπανία και η Γαλλία είναι πρωταθλητές. Τέλος, υπάρχει συνδρομή, ανεξάρτητα από το πώς χειριζόμαστε τα ελληνικά δεδομένα που είναι πολύ υψηλά, και δεν προτιμούμε τις συνδρομές.

## 1.6 Πλεονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας

Είναι σαφές πως η ανταλλακτική οικονομία, αν και η πρώτη μορφή οικονομικής δραστηριότητας, δεν μπορεί να αντικαταστήσει την εγχρήματη οικονομία, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι δεν διαθέτει σημαντικά οφέλη. Τα πλεονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας είναι τα εξής:

- Ευνοείται η έντιμη συναλλαγή μεταξύ των συναλλασσομένων και η επικοινωνία μεταξύ τους.
- Αντιμετωπίζεται η φτώχεια αφού οι άνεργοι και άτομα χαμηλού εισοδήματος μπορούν να ανταλλάσσουν με αξιοπρέπεια και ευκολία ακόμα και υλικά αγαθά εκτός των κατοικιών.
- Μειωμένο κόστος συναλλαγών
- Αύξηση διαθεσιμότητας των τοπικών προϊόντων χωρίς μεταφορά, άρα δεν υπάρχει και κόστος.
- Περιβαλλοντική συνείδηση, εφόσον δεν υπάρχει συσκευασία και αν υπάρχει δεν είναι σε υπερβολικό βαθμό ώστε να βλάπτει το περιβάλλον.

## 1.7 Μειονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας

Κάθε πλεονέκτημα ακολουθείται και από ένα μειονέκτημα. Είναι προφανές πως η ανταλλακτική οικονομία από τη στιγμή που αντικαταστάθηκε από την εγχρήματη οικονομία και πλέον υπάρχουν περισσότερες συναλλαγές παρά ανταλλαγές, είναι φυσικό να κρύβει και κάποια μειονεκτήματα που θα παρουσιάσουμε παρακάτω . Τα μειονεκτήματα της ανταλλακτικής οικονομίας είναι τα εξής:

- Δυσκολία στη χρήση διότι ορισμένα αγαθά έχουν μεγάλο όγκο και είναι δύσκολο να μεταφερθούν.
- Σε κάποια αγαθά μπορεί να υπάρξει μεταβολή της αξίας και οι συναλλαγές να φθείνουνται.
- Αδαιρετότητα, ορισμένα αγαθά δεν είναι διαιρετά, άλλα είναι μεγάλης αξίας άλλα μικρής και δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν για ανταλλαγή.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

#### 2.1 Ο ορισμός της οικονομίας διαμοιρασμού.

Μπορούμε να βρούμε την "κοινή χρήση οικονομίας" και άλλες έννοιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως "κοινωνική οικονομία", "οικονομία αλληλεγγύης", "κυκλική οικονομία", "επιχειρησιακή οικονομία", "πράσινη οικονομία", "οριζόντια οικονομία", "οικονομία πλατφόρμας" , "προσωρινή οικονομία απασχόλησης". Φυσικά, έχουν προταθεί πολλοί ορισμοί, αλλά ο συνηθέστερος στη βιβλιογραφία φαίνεται να είναι ο ορισμός που πρότειναν οι Botsman & Rogers (2010). Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, η κατανομή της οικονομίας βασίζεται σε προσωπική άμεση δωρεάν ή ανεπαρκής χρήση του οικονομικού συστήματος αγαθών ή υπηρεσιών ". Η έκθεση της PwC ( PricewaterhouseCoopers) σχετικά με την οικονομία κατανομής (PwC, 2015: 5) χρησιμοποιεί τον ορισμό: "Η οικονομία κατανομής επιτρέπει σε άτομα και ομάδες να επωφεληθούν από περιουσιακά στοιχεία που δεν έχουν χρησιμοποιηθεί πλήρως", δίνοντας έτσι έμφαση στα οικονομικά οφέλη. Ένα πρόσφατο άρθρο που δημοσίευσε ο Koen Frenken (2017), καθηγητής στο Πανεπιστήμιο της Ουτρέχτης, επεσήμανε ότι: « Η οικονομία διαμοιρασμού είναι η χορήγηση περιουσιακών στοιχείων προσωρινά σε φυσικά πρόσωπα που δεν χρησιμοποιεί πλήρως, ίσως για χρήματα».

Ο Demary (2014) τόνισε ότι η ετερογένεια είναι το κύριο χαρακτηριστικό της συνεργατικής οικονομίας, επειδή η ετερογένεια περιλαμβάνει αμέτρητα μοντέλα επιχειρήσεων, αγοράς και προϊόντων, τα οποία είναι δύσκολο να γενικευτούν. Η οικονομία κοινής χρήσης είναι ένα ταχέως αναπτυσσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο που περιλαμβάνει μια ποικιλία δραστηριοτήτων, οι οποίες βασίζονται κυρίως σε συναλλαγές peer-to-peer. Σε αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο, το σημαντικό σημείο είναι ότι το τελευταίο μέρος της συναλλαγής είναι κυρίως «peer-to-peer» (P2P), όχι «business to consumer» (B2C), είτε είναι ατομικό είτε συλλογικό, είτε εταιρείες , που τα τμήματα τους δεν μπορούν να αποτελούν εμπορικούς σκοπούς.

Σε όρους πληροφορικής, ένα δίκτυο peer-to-peer είναι ένα δίκτυο peer-to-peer στο οποίο κάθε κόμβος υπολογιστών μπορεί επίσης να λειτουργήσει ως πελάτης ή διακομιστής για άλλους υπολογιστές δικτύου, επιτρέποντας την κοινή χρήση διαφόρων πόρων, όπως αρχεία, περιφερειακές συσκευές και αισθητήρες, χωρίς την ανάγκη κεντρικής διαχείρισης. Κάθε τύπος δικτύου απαιτεί από όλους τους υπολογιστές του δικτύου να χρησιμοποιούν τα

ίδια ή συμβατά προγράμματα για σύνδεση μεταξύ τους και πρόσβαση σε αρχεία και πόρους που βρίσκονται σε άλλον υπολογιστή. Επομένως, στην περίπτωση της οικονομίας κοινής χρήσης, οι συναλλαγές προωθούνται κυρίως μέσω ψηφιακών πλατφορμών, δημιουργώντας έτσι μια προσωρινά ανοιχτή αγορά για υπηρεσίες και ανταλλαγή αγαθών, όπως δικαιώματα οικογενειακής χρήσης, δικαιώματα κοινής χρήσης αυτοκινήτου κ.λπ.

## 2.2 Η ανάπτυξη της οικονομίας

Σύμφωνα με τον Finley (2013), οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ταχεία ανάπτυξη της κοινής οικονομίας χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: α) κοινωνία, β) οικονομία και γ) τεχνολογία. Στην πρώτη κατηγορία, μπορούμε να πάρουμε τον σύγχρονο τρόπο ζωής ως τον κύριο άξονα, καθώς ο βαθμός αστικοποίησης αυξάνεται και την ανάγκη για αειφορία και αλληλεγγύη. Συγκεκριμένα, η αύξηση του πληθυσμού και η συγκέντρωσή της σε μεγάλα αστικά κέντρα (αυξανόμενη πυκνότητα πληθυσμού) παρέχουν περισσότερα κίνητρα για αύξηση της εξοικονόμησης κόστους και χρήση μόνο των πιο αναγκαίων προϊόντων.

Όσον αφορά τις οικονομικές παραμέτρους που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της κοινής οικονομίας, προέρχονται κυρίως από την πρόσφατη παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση, η οποία επηρέασε τις καταναλωτικές συνήθειες, ενίσχυσε τη ζήτηση για επιλεκτικές αγορές με υψηλότερες αναλογίες ποιότητας-τιμής και άλλαξε τις εργασιακές σχέσεις, ευέλικτες μορφές απασχόλησης και μικρό-επιχειρηματικότητα.

Τέλος, η ανάπτυξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια, ιδίως η ανάπτυξη του διαδικτύου και η αύξηση των ηλεκτρονικών επιτοκίων πληρωμών είναι τα θεμέλια της κοινής οικονομίας. Ο όγκος των διαθέσιμων πληροφοριών σε κάθε χρήστη επιτρέπει τη λήψη άμεσων και πλήρων πληροφοριών σχετικά με τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα και να κάνει την καλύτερη επιλογή, ενώ παράλληλα έχει την ευκολία να αποκτήσει τις απαιτούμενες υπηρεσίες ή προϊόντα γρήγορα και εύκολα. Με μια γενικότερη έννοια, οι χρήστες ταίριαξαν με επιτυχία εκατομμύρια "I Own" και εκατομμύρια "I want" μέσω σχετικών εφαρμογών που αναπτύχθηκαν στο διαδίκτυο (Rinne, 2013).

## 2.3 Η σύσταση της οικονομίας διαμοιρασμού.

Αυτό το οικονομικό μοντέλο περιλαμβάνει τρεις παράγοντες:

- Ο πάροχος υπηρεσιών ή προϊόντων, ο οποίος μπορεί να είναι ιδιωτικός ή επαγγελματικός πάροχος.
- Χρήστες υπηρεσιών ή προϊόντων .
- Ο ενδιάμεσος, ο οποίος συνδέει τους παρόχους και τους χρήστες και τις συναλλαγές μεσαζόντων.

Στην περίπτωση της κοινής οικονομίας, οι διαμεσολαβητές είναι ηλεκτρονικές πλατφόρμες και οι διαχειριστές τους, οι οποίοι διευκολύνουν την επικοινωνία για ασφάλεια, ταχύτητα και αποτελεσματικότητα. Η πλατφόρμα ανήκει ή δεν ανήκει στα μέρη που εμπλέκονται στη συναλλαγή. Σε ορισμένους ορισμούς της οικονομίας κοινής χρήσης, ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας θεωρείται τρίτο μέρος ξεχωριστό από τον αγοραστή και τον πωλητή. Ένα άλλο χαρακτηριστικό της συνεταιριστικής οικονομίας είναι το εμπόριο. Όταν παρέχονται περιουσιακά στοιχεία ή υπηρεσίες, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει οικονομικές συναλλαγές μεταξύ μερών ή φυσικές συναλλαγές.

Αλλά το θεμέλιο της κοινής οικονομίας είναι η συνεργασία. Ουσιαστικά, ο λόγος που καθιστά τη συνεργασία πολύτιμη είναι ότι η συνεργασία δίνει σταθερότητα στον οργανισμό, επιτρέποντας στα μέλη του να ανταλλάσσουν απόψεις, να επικοινωνούν και ακόμη και να εμπλέκονται σε εποικοδομητικές συγκρούσεις. Επομένως, μέσω τέτοιων εποικοδομητικών συγκρούσεων, μπορούν να συμβάλουν στην οργάνωση, τη δυναμική και τις προοπτικές ουσιαστικά συμπεράσματα. Η συνεργασία είναι η προθυμία και η τάση ενός ατόμου προς το σύνολο της ύπαρξης, τη συνολική διαδικασία σύμφωνα με τους Uwe et al. 12 (2000) η Υποστηριζόμενη Συνεργατική Εργασία με Υπολογιστές (CSCW) χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά σε ένα σεμινάριο. Ο σκοπός ήταν να δοθεί η δυνατότητα στους συμμετέχοντες να εργαστούν ομαδικά και να γίνουν πιο αποτελεσματικοί λόγω της τεχνικής υποστήριξής τους. Έκτοτε, έχει καταστεί απαραίτητο εργαλείο για τις επιχειρήσεις, τη διάδοση γνώσεων, την εκπαιδευτική ανάπτυξη και τη δημιουργία ευρύτερων συνδέσεων στην αγορά με πελάτες και συνεργάτες. Το CSCW αποτελείται από τα ακόλουθα δεδομένα και στοιχεία, τα οποία καθορίζουν τη λειτουργία του CSCW και την ευρύτερη λειτουργία και υλοποίηση των στόχων του (Carstensen & Schmidt, 1999):

- Ευαισθητοποίηση των άλλων: Χρειάζεστε κοινή λογική και πληροφορίες για τις κινήσεις των άλλων ανθρώπων.
- Κατανομή της εργασίας: Το έργο πρέπει να χωριστεί σε εταίρους και να κριθεί μαζί μετά την ολοκλήρωση.
- Τα σωστά εργαλεία: Τα μέλη πρέπει να εξοικειωθούν με την τεχνολογία ανάλογα με τις ανάγκες τους.

## 2.4 Η κριτική της οικονομίας.

Μετά από τρία χρόνια εμπειριστατωμένης έρευνας σχετικά με την κοινή χρήση οικονομικών θεμάτων, ο Schor (2014) δημοσίευσε μια μελέτη που διερεύνησε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ευημερίας της κοινής οικονομίας εταιρειών. Οι ερευνητές πιστεύουν ότι τους τελευταίους μήνες, η ανάπτυξη τέτοιων εταιρειών έχει προσελκύσει ιδιαίτερη προσοχή επειδή η ταχεία ανάπτυξή τους και η υψηλή συμμετοχή των καταναλωτών οδήγησαν σε μια σειρά κανονιστικών και πολιτικών αγώνων. Στην ουσία, οι υποστηρικτές και οι επικριτές αυτής της οικονομίας εμφανίζονται. Οι υποστηρικτές ισχυρίζονται ότι οι νέες τεχνολογίες θα ενδυναμώσουν τους απλούς ανθρώπους και θα αυξήσουν την οικονομική αποδοτικότητα, αλλά θα μειώσουν σημαντικά τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα. Οι υποστηρικτές της υπόθεσής της εργάζονται σκληρά για να κάνουν το πραγματικό αντίγραφο της δήλωσης διαθέσιμο στο διαδίκτυο και για να καταστήσουν δυνατή την πραγματική μεταγραφή της δήλωσης. Από την άλλη πλευρά, οι επικριτές λένε ότι αυτός είναι ένας τρόπος για να αναπτυχθεί η οικονομία και όχι προώθηση της κοινής χρήσης. Αυτή η άποψη βασίζεται στη βασική ιδέα ότι ο κόσμος αποτελείται από ανθρώπους που χρησιμοποιούν τη συμμετοχική οικονομία ως δικαιολογία για την οικονομική εκμετάλλευση των καταναλωτών (ίσως με άλλους τρόπους). Ωστόσο, η άποψη των ερευνητών είναι διαφορετική από την παραπάνω άποψη, η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι αυτός ο νέος τύπος οικονομίας έχει πολλές «σκοτεινές» πτυχές που πρέπει να διερευνηθούν για να καταστεί αυτή η οικονομία τελικά ωφέλιμη για την κοινωνία. Συγκεκριμένα, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η άνοδος των κοινοτήτων P2P έχει πολλαπλά οφέλη, όπως η κοινή χρήση αγαθών και η μείωση του κόστους, ενώ τονίζει ότι μπορούν να γίνουν η βάση για την κοινωνική ανάπτυξη και ότι η κοινωνία δεν θα εξαρτάται πλέον από τους εργοδότες και μπορεί να επιτρέψει στις εταιρείες να διαφοροποιήσουν το εισόδημά τους. Και η ικανότητα παροχής αγαθών και υπηρεσιών. Ωστόσο, σύμφωνα με αυτήν, η πλατφόρμα οικονομίας κοινής χρήσης βρίσκεται ακόμη στα αρχικά της στάδια και υπάρχει κίνδυνος δημιουργίας ψευδούς καλής θέλησης, η οποία θα πλήξει τις «συνηθισμένες» επιχειρήσεις.



Όσον αφορά επίσης στην κοινωνική και διαπροσωπική διάσταση της συνεργατικής οικονομίας είναι σημαντικό να επικεντρωθούμε στα ζωτικά θέματα της εμπιστοσύνης και της οικοδόμησης σχέσεων στην κατανάλωση. Η εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας, που συνήθως συνδέεται και με την εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου και των «έξυπνων» κινητών τηλεφώνων, αποτελεί ένα φαινόμενο που γίνεται συνεχώς εντονότερο στην σύγχρονη ανθρώπινη ζωή με ορισμένους ερευνητές να επισημαίνουν ότι η παραπάνω συνήθεια οδηγεί σε απομόνωση και μοναχικότητα τους ανθρώπους (Amichai Hamburger & Ben Artzi, 2003). Σε αντίθεση με την παραπάνω αντίληψη η οικονομία διαμοιρασμού χρησιμοποιεί την τεχνολογία για την οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ αγνώστων για να προωθηθεί η κατανομή των πόρων (Meleo et al., 2016).

Το βιβλίο «What's Mine is Yours» των Botsman & Rodgers (2010) προωθεί την ιδέα ότι η οικονομία διαμοιρασμού είναι μια νέα οικονομία που θα δημιουργήσει ένα θετικό και ελπιδοφόρο μέλλον για όλους μέσα από την αξιοποίηση της συνεργατικής κατανάλωσης. Η οικονομία διαμοιρασμού θα βελτιώσει την ζωή αναδιανέμοντας τους πόρους πιο ομοιόμορφα και σε φθηνότερη τιμή ενώ παράλληλα ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να συμμετέχουν σε αυτή την επανάσταση με γνώμονα την αλλαγή των κοινωνιών ως προς το καλύτερο. Υπάρχουν πολλά θέματα σχετικά με την οικονομία διαμοιρασμού, όσον αφορά τους

κανονισμούς, τους φόρους και την αναγκαιότητα ύπαρξης ρυθμιστικών παρεμβάσεων σε αυτόν τον πιο φιλελεύθερο τύπο οικονομίας (Botsman & Rogers, 2010).

## 2.5 Η φορολογία της οικονομίας.

Από την 1η Ιανουαρίου 2017, το εισόδημα των φυσικών προσώπων από τη βραχυπρόθεσμη μίσθωση ακινήτων στην κοινότητα οικονομίας είναι εισόδημα από ακίνητα, υπό την προϋπόθεση ότι το μισθωμένο περιουσιακό στοιχείο δεν παρέχει άλλες υπηρεσίες εκτός από τα λευκά είδη (σεντόνια, σκεπάσματα). Σε αυτήν την περίπτωση, το ενοίκιο φορολογείται στις ακόλουθες αναλογίες: το εισόδημα δεν υπερβαίνει τα 12.000 ευρώ (φορολογικός συντελεστής 15%), το εισόδημα από 12.001 ευρώ έως 35.000 ευρώ (φορολογικός συντελεστής 35%) και το επιπλέον εισόδημα είναι 45%. Ο νόμος αφαιρεί το 5% του συνολικού εισοδήματος από αυτά τα εισοδήματα. Εάν παρέχονται άλλες υπηρεσίες, το εισόδημα του φυσικού προσώπου πρέπει να φορολογηθεί ως εισόδημα από επιχειρηματικές δραστηριότητες, δηλαδή έχει την ακόλουθη κλίμακα: το εισόδημα δεν υπερβαίνει τα 20.000 ευρώ (22%), το εισόδημα από 20.001 ευρώ έως 30.000 ευρώ (29%), εισόδημα κυμαίνεται από 30,001 ευρώ έως 40.000 ευρώ, που αντιπροσωπεύει το 37%, και το υπερβολικό εισόδημα που αντιστοιχεί στο 45%. Ο νόμος αφαιρεί το 5% του συνολικού εισοδήματος από αυτά τα εισοδήματα.

Εάν παρέχονται άλλες υπηρεσίες, το εισόδημα του φυσικού προσώπου πρέπει να φορολογηθεί ως εισόδημα από επιχειρηματικές δραστηριότητες, δηλαδή έχει την ακόλουθη κλίμακα: το εισόδημα δεν υπερβαίνει τα 20.000 ευρώ (22%), το εισόδημα από 20.001 ευρώ έως 30.000 ευρώ (29%), το εισόδημα κυμαίνεται από 30,001 ευρώ έως 40.000 ευρώ, που αντιπροσωπεύει το 37%, και το υπερβολικό εισόδημα που αντιστοιχεί στο 45%. Συνήθως υπολογίζεται επίσης η προκαταβολή φόρου. Ωστόσο, σε αυτήν την περίπτωση, ο φορολογούμενος που ξεκινά μια επιχείρηση (τήρηση βιβλίων κ.λπ.) μπορεί να αφαιρέσει όλα τα έξοδα που σχετίζονται με την ιδιοκτησία (και τυχόν αποσβέσεις) από το φορολογητέο εισόδημα.

Επομένως, η φορολόγηση των σχετικών εσόδων ως εισοδήματος από ακίνητα (αντί του εισοδήματος των επιχειρήσεων) δεν είναι πάντα μια πιο αποδοτική φορολογική επιλογή. Αντίθετα, στοχεύει το ποσό των εσόδων, η πραγματική δαπάνη (εάν υπάρχει) που σχετίζεται

με την ακίνητη περιουσία και τη μίσθωσή της στην παροχή άλλων υπηρεσιών σε ενοικιαστές κλπ. Το εισόδημα ενός νομικού προσώπου από μια βραχυπρόθεσμη μίσθωση στην Airbnb θεωρείται εισόδημα από ακίνητα, αλλά, όπως όλα τα έσοδα ενός νομικού προσώπου, τα σχετικά κέρδη φορολογούνται στην πραγματικότητα ως έσοδα από επιχειρηματικές δραστηριότητες, δηλαδή ο φορολογικός συντελεστής είναι 29 %.

Ανεξάρτητα από το εάν το εισόδημα της Airbnb προέρχεται από φυσικό ή νομικό πρόσωπο, απαλλάσσεται από τον ΦΠΑ, υπό την προϋπόθεση ότι ο εκμισθωτής δεν παρέχει στον μισθωτή πρόσθετες υπηρεσίες παρόμοιες με το ξενοδοχείο ή παρόμοιες βιομηχανίες κατά τη διάρκεια της μίσθωσης, όπως υπηρεσίες καθαρισμού, συλλογή σκουπιδιών, αντικατάσταση κλινοσκεπασμάτων και άλλα είδη οικιακής χρήσης, προσωπικό υποστήριξης και άλλες υπηρεσίες πελατών.

Στην συνεργατική οικονομία πλειοψηφικά η βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων (Airbnb) ή μέσων μεταφοράς (Uber), τα νομικά πρόσωπα κερδοσκοπικού ή μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα φορολογούνται βάση των νόμων που διέπουν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι προαναφερθείσες εταιρείες αποτελούν παρόχους υπηρεσιών καθώς επί το πλείστον παρέχουν το πελατολόγιο και λειτουργούν ως δίαυλοι επικοινωνίας μεταξύ του υποψήφιου πελάτη και του παρόχου της υπηρεσίας ή του αγαθού. Η κερδοφορία τους λοιπόν, που προκύπτει από την προμήθεια των παραπάνω συναλλαγών φορολογείται ως εισόδημα από επιχειρηματική δραστηριότητα και διέπεται από τους νόμους 4093/2012 για τις επιχειρήσεις που νοικιάζουν αυτοκίνητα με οδηγό και 4172/2013 για το εισόδημα από επιχειρηματική δραστηριότητα που αποκτάται από την βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων.

Επιπρόσθετα, η απλή παροχή λευκών ειδών όπως προαναφέραμε, δεν θεωρείται επιπλέον υπηρεσία. Ομοίως, η αξία του ενοικίου περιλαμβάνει και άλλα έξοδα κοινής ωφέλειας, όπως ηλεκτρικό ρεύμα, νερό, τηλέφωνο, διαδίκτυο. Αυτά τα έξοδα συλλέγονται πρώτα από τον εκμισθωτή και στη συνέχεια μεταφέρονται στον μισθωτή. Αυτό δεν είναι πρόσθετο. Οι αιτήσεις εξαιρέσης δεν επηρεάζονται (ΠΟΛ1059/2018).

Περαιτέρω να πούμε, σε αυτήν την περίπτωση, δεν υπάρχει δικαίωμα έκπτωσης του φόρου προστιθέμενης αξίας για τα προαναφερθέντα έξοδα που πραγματοποιήθηκαν από τον εκμισθωτή ή άλλα έξοδα που σχετίζονται με το ακίνητο (για παράδειγμα, επισκευές ή συντήρηση του ακινήτου).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

### **ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

#### **3.1 Ο ορισμός του τουρισμού.**

Ο τουρισμός θεωρείται ένας αρκετά γνωστός και διαδεδομένος τρόπος ψυχαγωγίας με πολλές έννοιες. Για τον λόγο αυτό, μέσα από πέντε χαρακτηριστικά του τα οποία μπορούν να εξακριβωθούν με βάση την έννοια τους, θα μπορέσουμε να δώσουμε έναν ακριβή ορισμό για τον τουρισμό. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι τα εξής:

- Η ομαδική μετακίνηση ή η μεμονωμένη μετακίνηση των ανθρώπων σε διάφορα τουριστικά μέρη όπως και η διαμονή τους σε αυτά είτε σε καταλύματα, είτε ως τουριστική μονοήμερη επίσκεψη για τουλάχιστον ένα 24ωρο, που έχει ως σκοπό την εκπλήρωση της ανάγκης τους για ψυχαγωγία, αποτελεί τον τουρισμό.
- Τα απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία του τουρισμού είναι: Το ταξίδι στον προορισμό που επιθυμούμε εκτός του χώρου μόνιμης διαμονής μας και η διαμονή σε αυτόν, συμπεριλαμβανομένου της διατροφής πολλές φορές.
- Η μετακίνηση των ανθρώπων στους τουριστικούς προορισμούς είναι βραχυπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη, δηλαδή οι άνθρωποι μπορούν να γυρίσουν πίσω στον τόπο κατοικίας τους μέσα στην ημέρα, μετά από δύο προσεγγιστικά μέρες, μέσα σε εβδομάδες ή και μήνες.

Σύμφωνα με μελέτες που έχουν γίνει από καθηγητές του πανεπιστημίου της Βέρνης το έτος 1941, οι καθηγητές Hunziker και Graf υποστήριξαν πως ο κύριος ορισμός του τουρισμού θεωρείται ο εξής : τουρισμός είναι όλα τα φαινόμενα και οι σχέσεις που προκύπτουν κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού σε ένα μέρος και η διαμονή σε αυτό όταν δεν αποτελεί μόνιμη κατοικία τους.

Βέβαια το 1937 η Επιτροπή Εμπειρογνομώνων της Κοινωνίας των Εθνών σύστησε στις χώρες-μέλη της να θέσουν σαν ορισμό τον τουρίστα που ταξιδεύει για μια μέρα ή περισσότερο σε μια χώρα που δεν αποτελεί την χώρα μόνιμης κατοικίας του.

Το 1963 η Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για Διεθνή Ταξίδια και Τουρισμό, που έλαβε χώρα στην Ιταλία και συγκεκριμένα στην πόλη της Ρώμης, έδωσε τον ορισμό ότι τουρίστας είναι κάθε άτομο που επισκέπτεται χώρα διαφορετική της μόνιμης κατοικίας του για οποιοδήποτε λόγο εκτός από επαγγελματικό για τον οποίο αμείβεται. Ο ορισμός αυτός αφορά δύο είδη ανθρώπων, τους τουρίστες και τους εκδρομείς.

## **3.2 Τα πλεονεκτήματα του τουρισμού σήμερα.**

Η ανάγκη των ανθρώπων για ψυχαγωγία, η περιέργεια και ο ζήλος να γνωρίσουν νέες χώρες και μέρη, νέους τρόπους ζωής, να δοκιμάσουν νέα προϊόντα, να γνωρίσουν νέους ανθρώπους, καινούρια ήθη και έθιμα αλλά και η ανάγκη να αποκτήσουν εμπειρίες και να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες, στρέφουν τον άνθρωπο στον τουρισμό. Ο τουρισμός παρουσιάζει σημαντικά οφέλη που είναι τα εξής:

- Η ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας αφού δημιουργούνται και νέες θέσεις εργασίας.
- Τα έργα υποδομής (λιμάνια, εθνικές οδοί, αεροδρόμια ) βελτιώνονται σημαντικά αφού εκτός από τους τουρίστες επωφελούνται και οι μόνιμοι κάτοικοι.

- Ο άνθρωπος γίνεται πλουσιότερος πνευματικά, αφού γνωρίζει νέους πολιτισμούς, ανθρώπους, ιστορία και συνήθειες.
- Αναδεικνύονται αρχαιολογικοί και ιστορικοί χώροι.
- Μειώνεται η αστικοποίηση και αναβαθμίζονται κάποιες περιοχές.

### 3.3 Τα μειονεκτήματα του τουρισμού σήμερα.

Συνεπώς, όπως είναι απολύτως φυσικό δεν υπάρχουν μόνο οφέλη στον τουρισμό αλλά διακρίνονται και κάποιες αρνητικές επιπτώσεις σε επίπεδο τόσο οικονομικό όσο και κοινωνικό-πολιτιστικό αλλά και στο φυσικό περιβάλλον. Κάποια μειονεκτήματα είναι τα εξής :

- Εξαιτίας των ξενοδοχειακών μονάδων που χτίζονται καταστρέφονται βιότοποι, μολύνεται ο αέρας, οι παραλίες, το νερό και έτσι πλήττεται το οικοσύστημα.
- Σε κάποιες περιοχές ο τουρισμός είναι εποχικός.
- Πολλοί επιχειρηματίες εκμεταλλεύονται τους εργαζομένους παραβλέποντας το εργατικό δίκαιο.
- Υπάρχει εκμετάλλευση και των τουριστών με την αύξηση των τιμών αφού βλέπουν τους τουρίστες ως πηγή εσόδων και τυφλώνονται από απληστία.
- Η δυσφήμιση του τόπου λόγω ανάρμοστης συμπεριφοράς των τουριστών (πχ αλλοίωση μνημείων), έτσι δεν υπάρχει η επιθυμητή ασφάλεια.

### 3.4 Η τουριστική κίνηση στην Ελλάδα και παγκόσμια.

Σύμφωνα με πρόσφατο άρθρο της [Alphafreepress.gr](http://Alphafreepress.gr) το οκτάμηνο του Ιανουαρίου-Αυγούστου παρατηρήθηκε αυξημένη κίνηση τουριστών στη χώρα μας, συγκριτικά με την περσινή περίοδο του 2018. Η αύξηση άγγιξε το ποσοστό 3.5% αφού 21,8 εκατομμύρια τουρίστες επισκέφθηκαν φέτος την χώρα μας, μέσα σε αυτό το οκτάμηνο. Η έρευνα της Τραπεζής της Ελλάδος έδειξε ότι μέσω αεροδρομίων η κίνηση αυξήθηκε κατά 2,4%, ενώ μέσω οδικών δικτύων κατά 5.6%. Η κίνηση από την ευρωζώνη ήταν μειωμένη σε ποσοστό 3.2% ενώ η κίνηση από χώρες της ΕΕ που δεν συγκαταλέγονται στη ζώνη του ευρώ υπήρχε αύξηση 9.5%. Οι εισπράξεις από την τουριστική κίνηση άγγιξαν τα 13,42 δις ευρώ.

Κατά την καλοκαιρινή περίοδο, σύμφωνα με τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων το νησί της Μυκόνου και της Σαντορίνης είχε και φέτος τα πρωτεία σε αφίξεις τουριστών μέσω αεροδρομίου αλλά και μέσω θαλάσσης.

Στη Μύκονο, στο διάστημα των μηνών Ιανουαρίου-Ιουνίου, καταγράφηκε άνοδος 17,6% σε σχέση με την περσινή χρονιά. Παράλληλα, η Σαντορίνη συνεχίζει να αυξάνει τον αριθμό των τουριστών της, αφού σε αυτούς τους έξι μήνες κατέγραψε άνοδο 4,1%.

Η Κρήτη, εξακολουθεί να προσελκύει τους περισσότερους τουρίστες στη χώρα. Προσέλκυσε 1.149.209 τουρίστες εξωτερικού.

Τα Δωδεκάνησα, για το εξεταζόμενο διάστημα κινήθηκαν σε σχετικά καλά πλαίσια. Ξεχώρισε η Κάρπαθος με ποσοστό αύξησης αφίξεων στο 13,4%. Η Ρόδος με αύξηση 0,4% και η Κως με αύξηση 1,4%.

Μεγάλος όγκος επισκεπτών κινήθηκε στα νησιά του Ιονίου, με την Κέρκυρα στην κορυφή των αεροπορικών αφίξεων. Συγκεκριμένα προσέλκυσε 502.795 επιβάτες, που αντιστοιχούν

σε μείωση του ποσοστού 2,9% σχετικά με το 2018, ενώ στη συνέχεια η Ζάκυνθος πέτυχε άνοδο 1,6%, ενώ η Κεφαλονιά πτώση 1,5% σε σχέση με το 2018.

Ο διεθνής αερολιμένας Αθηνών, κατά το διάστημα Ιανουαρίου-Ιουνίου φιλοξένησε 2.683.988 επιβάτες με άνοδο 12,1% στην κίνηση του επιβατικού κοινού, σε αντίθεση με το αεροδρόμιο στη Θεσσαλονίκη το οποίο φιλοξένησε 1.014.668 επιβάτες με άνοδο 11,2%.

Μια πρόσφατη μελέτη του ΣΕΤΕ τονίζει ότι 81,9% των επισκεπτών, 86,2% των διανυκτερεύσεων και 88,1% των εσόδων από τον τουρισμό, είχε κατεύθυνση κυρίως στο Νότιο Αιγαίο, στην Κρήτη, την Αττική, την Κεντρική Μακεδονία και τα Ιόνια Νησιά. Συμπερασματικά, ο κάθε τουρίστας επισκέφθηκε προσεγγιστικά 1,16 Περιφέρειες της Ελλάδας. Αύξηση στον αριθμό των επισκέψεων καταγράφηκε στις 12 από τις 13 και αύξηση διανυκτερεύσεων σε 9 από τις 13.

Σχετικά με τον παγκόσμιο τουρισμό, οι τουριστικές αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4% κατά το διάστημα Ιανουαρίου-Ιουνίου, σύμφωνα με την τελευταία δημοσίευση του Παγκόσμιου Βαρόμετρου Τουρισμού του ΠΟΤ. Η ανάπτυξη πήγασε από τη Μέση Ανατολή σε ποσοστό 8% και την Ασία και τον Ειρηνικό σε ποσοστό 6%. Οι αφίξεις στην Ευρώπη σημείωσαν αύξηση κατά 4%, ενώ η Αφρική 3% και η Αμερική 2% παρουσίασαν μια πιο μέτρια ανάπτυξη. Οι διεθνείς προορισμοί υποδέχθηκαν 671 εκατ. Τουρίστες, μέσα σε αυτό το εξάμηνο. Αυτά τα αποτελέσματα οφείλονται στην ισχυρή οικονομία, τα προσιτά αεροπορικά ταξίδια, την αυξημένη αεροπορική σύνδεση και την ενισχυμένη διευκόλυνση της χορήγησης θεωρήσεων.

Η Ευρώπη είχε αύξηση κατά 4% σε αυτό το διάστημα, με θετικούς τους τρεις πρώτους μήνες, ενώ τους αμέσως επόμενους μήνες ακολούθησαν υψηλότεροι ρυθμοί (Απρίλιος: 8% και Ιούνιος: 6%). Η τουριστική ζήτηση εντός Ευρώπης συνέβαλε σε μεγάλο μέρος αυτής της ανάπτυξης, αν και οι επιδόσεις των αγορών ήταν μέτριες λόγω εξασθενημένων οικονομιών. Επίσης σε αυτά τα θετικά αποτελέσματα συνέβαλαν οι ΗΠΑ, η Κίνα και η Ιαπωνία.

Η Ασία και ο Ειρηνικός είχαν σημαντική άνοδο στην παγκόσμια ανάπτυξη κατά αυτό το εξάμηνο λόγω των κινέζικων ταξιδιών. Η ανάπτυξη πήγασε από τη Νότια και τη βορειοανατολική Ασία (και οι δύο 7%), ενώ ακολουθεί η νοτιοανατολική Ασία με 5%, και οι αφίξεις στην Ωκεανία που αυξήθηκαν κατά 1%.

Στην Αμερική (2%), τα αποτελέσματα παρουσίασαν βελτίωση το δεύτερο τρίμηνο ύστερα από ένα αποδυναμωμένο ξεκίνημα της χρονιάς. Η Κεντρική Αμερική παρουσίασε μικτά αποτελέσματα με αύξηση 1%. Στη Νότια Αμερική οι αφίξεις μειώθηκαν σε ποσοστό 5%.

Η Βόρεια Αφρική (9%) εξακολουθεί να παρουσιάζει αξιολογικά αποτελέσματα μετά από δύο έτη ρυθμούς διψήφιας ανάπτυξης.

Η Μέση Ανατολή (8%) είχε δύο ισχυρά τρίμηνα, καθώς και αύξηση της κίνησης κατά τη διάρκεια του ραμαζανιού τον Μάιο.

Ο κινεζικός τουρισμός (αύξηση 14% σε ταξίδια στο εξωτερικό) συνέχισε να έχει στην κατοχή του την πρώτη θέση από πλευράς αφίξεων σε πολλούς προορισμούς κατά το πρώτο εξάμηνο, αν και οι δαπάνες για τα ταξίδια μειώθηκαν κατά 4% το πρώτο τρίμηνο. Οι εμπορικές εντάσεις με τις ΗΠΑ, πιθανόν να επηρεάσουν την επιλογή προορισμών από τους Κινέζους ταξιδιώτες σε βάθος χρόνου. Στην Ευρώπη, οι δαπάνες στο τουρισμό από τη Γαλλία (αυξήθηκε 8%) και την Ιταλία (αύξηση 7%) ήταν πραγματικά αξιοσημείωτες, αν και το Ηνωμένο Βασίλειο (άνοδος 3%) και η Γερμανία (άνοδος 2%) έδειξαν πιο μέτρια αποτελέσματα.

## **3.5 Η εισαγωγή της τεχνολογίας και του διαδικτύου στον τουρισμό.**

Στην τουριστική βιομηχανία ενσωματώνεται η νέα τεχνολογία όπως και σε άλλες δραστηριότητες της καθημερινής μας ζωής φαίνεται να είναι απαραίτητη. Παράλληλα με την παγκοσμιοποίηση αποτελεί βασική προϋπόθεση των επιχειρήσεων για να υπάρχει ένας υγιής ανταγωνισμός μεταξύ τους. Σε περίπτωση που οι τουριστικές επιχειρήσεις δεν υιοθετήσουν τις νέες τάσεις και απαιτήσεις είναι αναμενόμενο πως θα παρακμάσουν. Τα τεχνολογικά μέσα που προσφέρονται εφαρμόζονται και στον τουριστικό τομέα.

Ένα από τα πιο ευρέως γνωστά και σημαντικά μέσα ενημέρωσης και διακίνησης πληροφοριών είναι το διαδίκτυο, το οποίο έχει εξαπλωθεί παγκόσμια. Αναγκαία και ιδιαίτερα σημαντική είναι η αξιοποίηση και η προώθηση του για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Όλο και περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις προωθούν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους μέσω του διαδικτύου με εμφανή τα θετικά αποτελέσματα. Νέες προκλήσεις και ευκαιρίες καλούνται να αντιμετωπίσουν οι τουριστικές επιχειρήσεις παγκοσμίως, ευκαιρίες που προκύπτουν από την εξέλιξη της τεχνολογίας και την εμφάνιση και διεύρυνση του διαδικτύου στον τουριστικό κλάδο. Το διαδίκτυο έχει πλέον καταστεί το νέο μέσο για τουριστικές συναλλαγές, έχοντας δώσει την δυνατότητα στην άμεση επαφή ανάμεσα σε πελάτες και προμηθευτές και έχει ενισχύσει το ρόλο νέων ενδιάμεσων φορέων που δραστηριοποιούνται μέσω διαδικτύου.

### **3.5.1 Ο ρόλος του διαδικτύου στον τουρισμό. Οι επιπτώσεις και τα οφέλη του.**

Το διαδίκτυο εκτός από πηγή γνώσης, επικοινωνίας, ψυχαγωγίας και πληροφόρησης αποτελεί και ένα σύγχρονο μέσον για τον εκσυγχρονισμένο άνθρωπο, αλλά και για την τουριστική βιομηχανία. Σήμερα πλέον οι περισσότεροι Έλληνες που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο μπορούν και προγραμματίζουν τις διακοπές τους μέσω αυτού. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των ατόμων στην Ευρώπη που βασίζονται στο διαδίκτυο για τις διακοπές τους έχει φτάσει στο 50% ενώ μόνο το 20% συμβουλευτεί ακόμα τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Αξίζει να σημειωθεί πως το διαδίκτυο στις μέρες μας καθοδηγεί το τουριστικό πλήθος, με αποτέλεσμα να έχει εύκολη επιρροή πάνω του και να το κατευθύνει σε συγκεκριμένους προορισμούς. Οι κριτικές των ξενοδοχείων και των καταλυμάτων on line αποτελούν σημαντικό κομμάτι, αφού τα σχόλια του κάθε τουρίστα είναι δημόσια και έτσι κάθε νέος ταξιδιώτης μπορεί μέσω αυτών των κριτικών να αποφασίσει για το μελλοντικό του κατάλυμα αλλά και τις μελλοντικές του διακοπές. Ένας άλλος εξίσου σημαντικός ρόλος του διαδικτύου είναι η συμβολή του στο ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, πολύ σημαντικό κομμάτι της ανάπτυξης του τουρισμού που διαφημίζει προϊόντα και υπηρεσίες μέσω του internet. Στην Ελλάδα, πολλά ξενοδοχεία δεν έχουν ακόμα εξοικειωθεί με το διαδίκτυο. Σε αντίθεση όμως με όλα αυτά, τα τελευταία χρόνια έχει ξεκινήσει η αναβάθμιση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών από τις ελληνικές επιχειρήσεις. Συμπερασματικά, η τουριστική βιομηχανία είναι η πρώτη που προσέγγισε και κατέκλεισε θερμά την τεχνολογία, με πρώτους σε όφελος τους πελάτες και τους προμηθευτές.

#### **3.5.1.α Τα οφέλη του διαδικτυακού τουρισμού.**

Ο διαδικτυακός τουρισμός έχει οφέλη που επηρεάζουν και τους τομείς του τουρισμού αλλά και τους χρήστες. Μερικά από αυτά είναι:

- Πρόσβαση των καταναλωτών σε πληροφορίες.

- Επιλογή του προορισμού, του καταλύματος ακόμα και του αυτοκινήτου που θα νοικιάσουν.
- Εξασφάλιση σιγουριάς για τη σωστή οργάνωση των διακοπών του.
- Δυνατότητα έκφρασης κριτικής αλλά και ανάγνωσης κριτικών για παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Παροχή καλύτερων επιλογών σύγκρισης και καλύτερος σχηματισμός άποψης και τελικής επιλογής.
- Πλήρης ενημέρωση για το μέρος των διακοπών του.
- Ευκολότερος τρόπος κράτησης εισιτηρίων, ξενοδοχείων κλπ.
- Βελτίωση σχέσεων των επιχειρήσεων με τους πελάτες (πχ. Online συστήματα κρατήσεων).
- Επέκταση των επιχειρήσεων και βελτίωση της εικόνας τους και της υπηρεσίας τους.
- Μείωση κόστους του προμηθευτή, αφού όλα γίνονται ηλεκτρονικά(πχ μείωση κόστους γραφικής ύλης ).

### **3.5.1.β Οι επιπτώσεις του διαδικτυακού τουρισμού.**

Παρά τα οφέλη του διαδικτυακού τουρισμού υπάρχουν και κάποιες αρνητικές επιπτώσεις που αξίζει να αναφερθούν. Μερικές από αυτές είναι:

- Ελλιπής γνώση χρήσης του internet και στροφή σε πιο παραδοσιακούς τρόπους οργάνωσης του ταξιδιού.
- Μη εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο λόγω τοποθεσίας ή και άλλων εμποδίων.
- Προτίμηση τουριστικών γραφείων λόγω συνήθειας μη γνωρίζοντας τα οφέλη του διαδικτυακού τουρισμού.
- Έλλειψη εμπιστοσύνης λόγω απάτης και υποκλοπών πιστωτικών καρτών.
- Δαπάνη αρκετών χρημάτων από μεριάς των επιχειρήσεων για αναβάθμιση των τεχνολογικών τους μέσω λόγω ανταγωνισμού.
- .Επένδυση χρημάτων για την επίτευξη σωστής ηλεκτρονικής υπηρεσίας.
- Άρνηση των επιχειρήσεων για εκσυγχρονισμό.
- Ελλιπής παρέμβαση και υποστήριξη των επιχειρήσεων από το κράτος. Οι πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις έχουν οδηγήσει στη ραγδαία εξάπλωση της

χρήσης του Διαδικτύου και των διαφόρων εφαρμογών του. Η εξέλιξη αυτή, έχει σημαντικές επιπτώσεις στα πρότυπα επικοινωνίας στη σύγχρονη κοινωνία, μέσα από τις νέες συνθήκες διαπροσωπικής επικοινωνίας που διαμορφώνει. Οι πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις έχουν οδηγήσει στη ραγδαία εξάπλωση της χρήσης του Διαδικτύου και των διαφόρων εφαρμογών του. Η εξέλιξη αυτή, έχει σημαντικές επιπτώσεις στα πρότυπα επικοινωνίας στη σύγχρονη κοινωνία, μέσα από τις νέες συνθήκες διαπροσωπικής επικοινωνίας

### **3.6 Οι πρόσφατες τάσεις στον τουρισμό και τα ταξίδια.**

Ένα πρόσφατο άρθρο του *money-tourism* μας παρουσιάζει τις νέες τάσεις στον τουρισμό και στα ταξίδια την νέα δεκαετία.

- **Αλλαγές ηλικιακές και γεωοικονομικές.** Το χάσμα των γενεών είναι ιδιαίτερα αισθητό. Κάθε γενιά την ξεχωρίζουν οι σπικτικές, τα ενδιαφέροντα και οι αξίες της, καθώς όλα αυτά αλλάζουν τον τουρισμό και τον τρόπο προσέγγισης της νέας γενιάς και κάθε γενιάς. Έρευνες έχουν δείξει πως οι πιο νεαρές ηλικίες ψάχνουν ιδιαίτερες εμπειρίες και περιπέτειες. Συγκεκριμένα σε θέμα περιοχών η Αφρική αναμένεται να έχει όλο και μεγαλύτερους μισθούς που θα έχουν ως αποτέλεσμα πιο πολλούς τουρίστες, άρα και περισσότερη κατανάλωση.
- **Αλλαγές στις σχέσεις εργασίας.** Το βασικό και κλασικό μοντέλο εργασίας παραμένει το οχτάωρο με κάποιες σταδιακές εναλλακτικές λύσεις από τους εργαζομένους. Οι εταιρείες με την παροχή πρακτικών που κάνουν τους εργαζομένους πιο ευέλικτους στα ταξίδια πετυχαίνουν την ικανοποίησή τους και την αύξηση της παραγωγικότητάς τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι εργαζόμενοι να έχουν περισσότερο χρόνο για την προσωπική τους ζωή.
- **Οι διάφορες παροχές καταλυμάτων.**

Η νέα τάση σε νέες μορφές διαμονής όπως ιστοφόρα, πλωτά σπίτια, τροχόσπιτα αποτελούν μια πραγματικότητα. Τον πρώτο λόγο θα τον έχουν οι τουρίστες καθώς και την επιλογή για το τι τους ταιριάζει σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Ταυτόχρονα οι ξενοδοχειακές αλυσίδες αλλά και τα μεμονωμένα ξενοδοχεία θα παραμείνουν σημαντικό κομμάτι.

- **Τα ιδιαίτερα στοιχεία.**

Ένας από τους πιο αδύναμους ανταγωνιστές αποτελούσαν οι διακοπές στην ίδια πόλη ή χώρα. Πρόσφατες έρευνες έδειξαν, ότι οι τουρίστες από τα μέρη τις ΗΠΑ προτιμούν τις διακοπές στην ίδια τους την χώρα παρά να ταξιδέψουν σε μια άλλη. Η οδήγηση γίνεται πιο άνετη και αποδοτική χάρη στην επένδυση στις υποδομές και την βελτίωση των οδικών δικτύων. Αναμένεται πως οι ταξιδιώτες θα είναι πιο προσεκτικοί στην επιλογή των μέσων μεταφοράς που θα επιλέξουν για να μετακινηθούν, προτιμώντας τα λεωφορεία ή τα αυτοκίνητα αντί των αεροπλάνων.

- **Επαναπροσδιορισμός της εμπειρίας των αεροδρομίων.**

Στις μέρες μας, οι τουρίστες δίνουν ιδιαίτερη σημασία και βάση στις ανέσεις και τις τιμές των ναύλων ανεξάρτητα από το αεροδρόμιο που θα προτιμήσουν, για να εξασφαλίσουν αυτά τα δύο μπορούν να προτιμήσουν και κάποιο μακρινότερο αεροδρόμιο, αντί για κάποιο γειτονικό τους. Είναι ένας λόγος όπου τα αεροδρόμια επαναπροσδιορίζουν τα καταστήματά τους, την τοπική κουζίνα και άλλα πολλά, αλλάζοντας έτσι και ότι είχαμε συνηθίσει ως τώρα στα αεροδρόμια.

- **Παροχή προσωποποιημένων εμπειριών.**

Η μετατροπή των αεροδρομίων σε προορισμούς επωφελείται από την προσωποποίηση που αυξάνεται μέσω των ανέσεων που παρέχει. Κάποιες ανέσεις που σήμερα οι τουρίστες αγοράζουν ξεχωριστά όπως η μεταφορά προς την πύλη, το συσκευασμένο φαγητό, wifi εντός της πτήσης και άλλα, πιθανόν την επόμενη δεκαετία να μπορούν να τα αγοράζουν αυτά επιπρόσθετα μέσω των εφαρμογών των κινητών. Η προσωποποίηση αυτή μπορεί να επεκταθεί και στα ξενοδοχεία, δίνοντας μέσω των ταξιδιωτικών προφίλ πληροφορίες ώστε το ξενοδοχείο που θα επιλέξει ο τουρίστας να φαντάζει τόσο οικείο όπως το σπίτι του με τις ανάλογες παροχές.



### **3.7 Ο τουρισμός και η οικονομία διαμοιρασμού.**

Ένας νέος τρόπος διάθεσης και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών αποτελεί η οικονομία διαμοιρασμού. Αυτή στηρίζεται κυρίως στη δυναμική του διαδικτύου ασκώντας μεγάλη επίδραση στις αγορές της. Αποτελεί το αποτέλεσμα των τελευταίων οικονομικών, τεχνολογικών και κοινωνικών εξελίξεων. Ένας κλάδος που έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις είναι ο τουρισμός. Στον τουριστικό κλάδο ο διαμοιρασμός αφορά κυρίως την παροχή κατοικία είτε είναι ολόκληρη είτε ένα δωμάτιο, σε ένα μέρος που θέλει ο τουρίστας να επισκεφθεί για ένα χρονικό διάστημα. Η χρήση τέτοιων καταλυμάτων προσφέρει μια διαφορετική εμπειρία καθώς και γνωριμία με τους κατοίκους του προορισμού, τον τρόπο ζωής αλλά και μια διαφορετική σχέση ποιότητας- τιμής.

Ο διαμοιρασμός στον τουρισμό αναπτύχθηκε μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας, μέσα από την οποία ιδιοκτήτες κατοικιών διαθέτουν τα σπίτια τους σε επισκέπτες έναντι τιμής την οποία έχουν συμφωνήσει εξ' αρχής. Η συναλλαγή πραγματοποιείται διαδικτυακά και ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας κρατά ένα ποσοστό από την συναλλαγή ως αμοιβή. Μερικές γνωστές πλατφόρμες είναι η Airbnb, η Flip key και η House trip.

Τελευταία έχουν αναπτυχθεί και άλλες παρόμοιες πλατφόρμες λόγω της ήδη μεγάλης ανάπτυξης των βάσεων αυτών. Η φιλοσοφία τους είναι η ανάπτυξη διαδικτυακών κοινοτήτων με μέλη που έχουν ως κοινό τα ταξίδια. Η λειτουργία και η φιλοσοφία που έχει αναπτυχθεί γύρω από αυτό αλλάζει παγκοσμίως την αγορά του τουρισμού.

Στον τουρισμό η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί μια νέα μορφή επιχειρηματικότητας. Ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημά της αποτελεί η αλληλεγγύη μεταξύ των ατόμων της που λαμβάνουν μέρος στις συναλλαγές της και ολοένα και αυξάνεται. Επιπλέον, άτομα με χαμηλό οικονομικό προφίλ μπορούν να καλύψουν βασικές τους ανάγκες αφού ευνοούνται τα οικονομικά εισοδήματα. Σε αντίθεση με όλα αυτά υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα, όπως η διαφυγή κερδών των ιδιοκτητών που νοικιάζουν μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας καθώς και η αγανάκτηση των ιδιοκτητών των ξενοδοχειακών μονάδων.

Η οικονομία διαμοιρασμού αναπτύσσεται ραγδαία τόσο στην Ελλάδα όσο και παγκόσμια, έτσι και η νομοθεσία αλλάζει συνεχώς, πράγμα που προκαλεί διχασμό μεταξύ οικοδεσποτών και φιλοξενούμενων αφού οι δεύτεροι δεν έχουν πλήρη γνώση περί της νομοθεσίας.

#### **3.7.1 Οι επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό.**

Εστιάζοντας στην ανάλυση της κατανομής πόρων και περιουσιακών στοιχείων στην κοινή χρήση οικονομίας τα τελευταία χρόνια, μεγάλες διαδικτυακές εταιρείες καταλαμβάνουν μεγάλο μέρος της νέας οικονομίας. Σύμφωνα με αυτήν τη μελέτη, οι καταναλωτές μπορούν προσωρινά να αποκτήσουν αγαθά και υπηρεσίες προκειμένου να τα χρησιμοποιήσουν σύμφωνα με τις υπάρχουσες ανάγκες τους. Όπως επεσήμαναν οι ερευνητές, υπάρχουν στρατηγικοί λόγοι για την ελληνική τουριστική βιομηχανία, επομένως θα πρέπει να μελετηθεί σε βάθος η αυξανόμενη συμμετοχή εταιρειών κοινής οικονομίας στην τουριστική οικονομία. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η αύξηση της συμμετοχής των καταναλωτών σε συνεταιριστικές εταιρείες οφείλεται σε τρεις βασικούς παράγοντες: τον αντίκτυπο της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, την τεχνολογική ανάπτυξη και τον αντίκτυπο των κοινωνικών μέσων. Τα κοινωνικά μέσα είναι ουσιαστικά ένα τεράστιο δίκτυο επαφών στις οποίες, συμπεριφορά καταναλωτών Σύμφωνα με την έρευνα που διενήργησε ο Grant Thornton (2015) εκ μέρους του Hellenic Hotel Association, η κοινότητα οικονομίας έχει τις ακόλουθες συνέπειες:

- **Κατά τη λειτουργία του οργανισμού.** Λόγω της έλλειψης κατάλληλου θεσμικού πλαισίου, ο ιδιοκτήτης του ακινήτου δεν ακολουθεί σχετικές διαδικασίες αδειοδότησης. Ωστόσο, αντιπροσωπεύουν ένα μέρος της τουριστικής αγοράς και δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία σχετικά με την κλίμακα και τον τύπο των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχουν. Επομένως, δεδομένου ότι ένα μέρος της τουριστικής αγοράς δεν εμπίπτει στο πεδίο αρμοδιότητάς του, ιδρύματα όπως το Υπουργείο Τουρισμού ή το Επιμελητήριο Ξενοδοχείων όσον αφορά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς τίθενται ζητήματα προσωπικής ασφάλειας και δημόσιας υγείας, και ταυτόχρονα, ενδέχεται να προκύψουν ζητήματα δημόσιας ασφάλειας επειδή δεν καταγράφονται οι λεπτομερείς πληροφορίες του επισκέπτη.
- **Η παροχή υποβαθμισμένων τουριστικών υπηρεσιών.** Η μελέτη επεσήμανε ότι «έχει αρνητικό αντίκτυπο στη συνολική προώθηση των εθνικών τουριστικών προϊόντων και βλάπτει όλους τους επαγγελματίες του κλάδου».
- **Σε όλη την κοινωνία.** Αυτή η καινοτόμος δραστηριότητα επιτρέπει σε πολλούς ιδιοκτήτες να χρησιμοποιούν διαμερίσματα και ακίνητα που δεν χρησιμοποιούν κανονικά ή δεν μπορούν να λειτουργήσουν πλήρως.
- **Στην επιχειρηματικότητα.** Οι άνθρωποι που αποτελούν μέρος του πληθυσμού δεν συμμετέχουν σε φόρους και ασφάλιση για την ανάπτυξη του τουρισμού.
- **Στο περιβάλλον.** Η κατανομή της οικονομίας θα κάνει αρχικά τους ανθρώπους να το θεωρήσουν ως πράσινη οικονομία (Gunther, 2014). Ωστόσο, πρέπει να εξεταστεί ο συνολικός περιβαλλοντικός αντίκτυπος της κοινής οικονομίας, κάτι που δεν είναι απλώς η καταγραφή του ενεργειακού αποτυπώματος των κατοικιών σε σύγκριση με τις ξενοδοχειακές μονάδες.

### 3.8 Η οικονομική κρίση-Πώς <<κινείται>> ο Έλληνας τουρίστας με μειωμένο εισόδημα.

Η εκδήλωση της παγκόσμιας κρίσης του 2008 είχε αρκετά σημαντικές επιπτώσεις σε όλους τους τομείς που δραστηριοποιούνταν η Ευρωπαϊκή Ένωση. Πριν το 2008 η εμφάνιση της και η ανάπτυξη της σε κράτη της Ε.Ε προκάλεσε αύξηση της ανεργίας, υποβάθμιση του επιπέδου διαβίωσης, και μείωση της παραγωγής. Από αυτή την κατάσταση επηρεάστηκε και ο τουρισμός, καθυστερημένα, αφού άρχισε να μειώνεται στο τέλος του 2008 σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού. Εκδηλώθηκε αρχικά με μειωμένες αφίξεις και διανυκτερεύσεις αλλά και μείωση χρημάτων από τους επισκέπτες. Αντιθέτως αυτό το ξέσπασμα δεν ήταν ίδιο σε όλες τις περιοχές και ιδιαίτερα στο κράτος της Ελλάδας.

Ο τουρισμός επηρεάζεται από τις οικονομικές και πολιτικές συνθήκες μιας χώρας και έτσι γίνεται αισθητή και η ύπαρξη πολλών τάσεων. Στην χώρα μας αυτό που μας χαρακτηρίζει είναι το αίσθημα της φιλοξενίας και αυτό έχει θετική επίδραση στην εικόνα μας. Σε αντίθεση όμως με αυτά η Ελλάδα έχει και κάποια μειονεκτήματα.

Αρχικά, η χώρα μας αποτελεί ακριβό προορισμό σε σχέση με άλλες χώρες και παρουσιάζει συγκοινωνιακά προβλήματα και προβλήματα στα μέσα υποδοχής (πχ λιμάνια). Καθοριστικό ρόλο σε αυτό παίζει ότι ο τουρισμός μας απευθύνεται σε διεθνείς τουρίστες. Χαρακτηριζόμαστε από την εποχικότητα και αυτός ο παράγοντας επηρεάζει την τιμή και την ποιότητα του προϊόντος. Επίσης ένα ακόμη μειονέκτημα είναι η πίεση που ασκούν τα

ταξιδιωτικά γραφεία στα ξενοδοχεία λόγω επηρεασμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς από την κρίση. Η οικονομική κρίση έχει οδηγήσει τον μέσο τουρίστα στην επιλογή οικονομικών διακοπών, στην αγορά φθηνότερων προϊόντων και στην μείωση των δαπανών. Πλέον ο μέσος Έλληνας τουρίστας κινείται με σύνεση και διερευνά εις βάθος τους προορισμούς ταξιδιών του με κύριο γνώμονα τον οικονομικό τομέα και ύστερα την διασκέδαση και την ποιότητα ζωής.

Η παγκοσμία οικονομική κρίση είναι υπεύθυνη για τις δυσάρεστες καταστάσεις που επικρατούν και επηρεάζουν τους καταναλωτές και τους ταξιδιώτες όπως και όλους τους ανθρώπους. Για την αντιμετώπιση της είναι αναγκαίο να ληφθούν ορισμένα μέτρα αντιμετώπισης, ώστε να μην χαθεί ο τουρισμός και να μην φτάσει η χώρα μας στο κατώτατο επίπεδο διαβίωσης.

### **3.9 Η σημασία του τουρισμού στην ελληνική οικονομία και παγκόσμια.**

Η ελληνική οικονομία, σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, παρουσιάζει τεράστια εξάρτηση από τον τουρισμό. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, η Ελλάδα καταλαμβάνει την έκτη θέση στις εξαρτώμενες οικονομικά χώρες από τον τουρισμό. Πιο συγκεκριμένα, στο 6,3% του ΑΕΠ ανήκει η οικονομική δραστηριότητα του τουρισμού. Αυτό μπορεί να σημάνει <<κίνδυνο>> για την χώρα μας τη στιγμή που θα υπάρξει ύφεση στις γειτονικές χώρες που βρίσκονται οι επισκέπτες μας, με αποτέλεσμα η οικονομία μας να κινδυνεύει. Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ), το 2018 ο τουρισμός έπαιξε ρόλο άμεσα στη δημιουργία του 11,7% του ΑΕΠ. Σε σχέση με το 2017 προσαυξήθηκε κατά 13,3%. Ο τουρισμός το 2018 συνέβαλε από 25,7% έως 30,9% στη δημιουργία του ΑΕΠ της χώρας μας. Επίσης, σύμφωνα με την επενδυτική δραστηριότητα του τουρισμού 1,9 δις ευρώ επενδύθηκαν στην εγχώρια προστιθέμενη αξία. Ο τουρισμός αποτελεί μια εξωστρεφής δραστηριότητα από το γεγονός ότι πάνω από το 90% των εσόδων προέρχεται από το εξωτερικό. Οι εισπράξεις από κρουαζιέρες, θαλάσσιες μεταφορές και αερομεταφορές κατέγραψαν αύξηση 11,3% σε σχέση με το 2017. Επιπροσθέτως, ο τουρισμός κάλυψε το έλλειμμα του ισοζυγίου των αγαθών στο ποσοστό του 81%.

Σε σημαντικό βαθμό από τον τουρισμό εξαρτάται η οικονομία τριών ελληνικών νησιών και συμπλεγμάτων νησιών, η Κρήτη με συνεισφορά του τομέα στο ΑΕΠ 47,2%, τα Ιόνια νησιά με 71,2% και το Νότιο Αιγαίο με 97,1%. Αυτές οι περιφέρειες έχουν από τα μεγαλύτερα ΑΕΠ στη χώρα. Βέβαια η εποχικότητα του τουρισμού είναι κ μια απειλή για αυτές τις περιοχές και τις οικονομίες τους διότι μπορεί να επηρεαστούν από μείωση της απασχόλησης.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, ο τουρισμός και τα ταξίδια αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι της οικονομίας αλλά και ολόκληρου του πλανήτη. Σύμφωνα με την έρευνα του World Travel & Tourism Council , το 2018 ο τουρισμός αυξήθηκε 3,9%, συνέβαλλε με 8,8 τρισεκατομμύρια δολάρια στην οικονομία παγκοσμίως και με 319 εκατομμύρια θέσεις εργασίας σε όλο τον πλανήτη μας. Με μια μελλοντική πρόβλεψη, αναμένεται τα επόμενα δέκα χρόνια να υπάρχουν 100 εκατομμύρια θέσεις εργασίας και το 2029 να υπάρχουν 421 εκατομμύρια θέσεις στον κλάδο του τουρισμού

Η Κίνα ,η Τουρκία, η Ινδία και η Ταϊλάνδη παρουσίασαν την μεγαλύτερη ανάπτυξη του τουρισμού στο ΑΕΠ, με ποσοστά 7,3%, 15%, 6% αντιστοίχως.

### **3.10 Η επίδραση της οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό και οι επιπτώσεις της.**

Με βάση πρόσφατο άρθρο της ιστοσελίδας Tourism Today, η STR μας αναλύει μέσα από την έρευνα της την ξενοδοχειακή απόδοση, το άνοιγμα και κλείσιμο ξενοδοχείων, που δεν ήταν μόνο ένα, και το κατά πόσο η ελληνική τουριστική βιομηχανία κατάφερε να διατηρήσει τις τουριστικές αφίξεις κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης

Τα χρόνια της οικονομικής κρίσης ξεκινούν το 2009, που οδήγησε σε πολλά δάνεια και αναζήτηση <<σανίδας>> σωτηρίας από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Τον Δεκέμβριο του 2009 η Ελλάδα υποβαθμίζεται, με φόβο πως το κρατικό χρέος μπορεί να μας οδηγήσει σε πτώχευση. Ο Γεώργιος Παπανδρέου ως τότε πρωθυπουργός της χώρας εξαγγέλλει μέτρα, μεταξύ των οποίων τις μειώσεις δαπανών με στόχο την αποτροπή της πτώχευσης. Το 2009, τα ξενοδοχεία στην Ελλάδα δεν εμφανίζουν αυξημένη απόδοση. Τα έσοδα μειώνονται κατά 14,6% στα δωμάτια. Οι τουριστικές αφίξεις μειώθηκαν στο 6,4%. Σε κλείσιμο οδηγήθηκαν 12.930 δωμάτια. Το 2010 εφαρμόζονται νέα μετρά λιτότητας. Γίνονται περικοπές μισθών με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν διαδηλώσεις έξω από την Βουλή. Αφού η Ελλάδα αποκτά μια οικονομική σταθερότητα το κλείσιμο των δωματίων μειώνεται στα 4.313 δωμάτια.

Στο προσκήνιο παίρνουν θέση νέοι φόβοι με κύριο αυτόν της χρεοκοπίας, πράγμα που οδηγεί τον πρωθυπουργό σε αυστηρότερα μέτρα λιτότητας. Η αμετάβλητη οικονομική κατάσταση οδηγεί σε ανοίγματα και κλεισίματα δωματίων που κυμαίνονται κάτω από 1.000.

Με την εφαρμογή των νέων μέτρων, η Νέα Δημοκρατία και το ΠΑΣΟΚ συμμαχούν με κοινό στόχο την επίτευξη μέτρων λιτότητας 13,5 δις. ευρώ για να εξασφαλιστεί η επόμενη δόση δανείου από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο. Αυτό το χασοκό πολιτικό τοπίο έχει επίδραση και στον τουρισμό. Αντιθέτως, το 2012 περίπου 20.000 νέα δωμάτια προστίθενται. Η αύξηση οδηγεί στην μείωση των τουριστικών αφίξεων σε ποσοστό 5,5%.

Το 2017 η άνοδος του ADR υπερβαίνοντας τα επίπεδα του 2008 οδηγεί τους ξενοδόχους σε πανηγυρισμούς. Σημείο καμπής για το ελληνικό χρέος αποτελεί το 2018, καθώς η εταιρεία αξιολόγησης Fitch ως αποτέλεσμα της οικονομικής ανάπτυξης και της αυξημένης πολιτικής σταθερότητας αναβαθμίζει την Ελλάδα.

Την αρχή του κύκλου αύξησης των νέων δωματίων και της μείωσης των κλεισιμάτων αποτελεί η τετραετία. Από το 2013, η χρηματοοικονομική σταθερότητα συνέβαλε σε αυξήσεις του Revenue Per Available Room που συνεχίζεται ως σήμερα αυτή η τάση. Μεταξύ των μηνών Ιανουαρίου και Οκτωβρίου, η τάση αυτή αυξήθηκε 7%. Η πληρότητα αντιθέτως παραμένει μειωμένη κατά 2,4% την ίδια περίοδο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

### **ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: AIRBNB**

#### **4.1 Το προφίλ του σύγχρονου τουρίστα.**

Σύμφωνα με άρθρο της διαδικτυακής, τουριστικής εφημερίδας TravelDailyNews, το προφίλ του σύγχρονου τουρίστα χαρακτηρίζεται από τις διακοπές. Συγκεκριμένα, ο Έλληνας τουρίστας προτιμά τους καλοκαιρινούς μήνες το εσωτερικό της χώρας μας, σε ιδιωτικό κατάλυμα με απευθείας κράτηση και χρήση μεταφορικού μέσου. Περίπου το 56% των Ελλήνων κάνει διακοπές κάθε χρόνο, σε αντίθεση με ορισμένους πολίτες της Ευρώπης που κάνουν λιγότερο.

Παρ' όλα αυτά, το 95,5% των Ελλήνων παραμένει στην Ελλάδα, πηγαίνοντας διακοπές τον Ιούλιο και τον Αύγουστο με προτιμώμενο μεταφορικό μέσο το αυτοκίνητο και αμέσως επόμενο το πλοίο. Οι διανυκτερεύσεις διαφοροποιούνται με το ιδιωτικό κατάλυμα να υπερिशύχει του ξενοδοχείου. Καθώς και οι ανοργάνωτες διακοπές υπερिशύχουν των διακοπών μέσω τουριστικού οδηγού ή ταξιδιωτικού γραφείου.

Σε ένα πιο παγκόσμιο επίπεδο του τουρισμού, σύμφωνα με άρθρο του Tourism Today, ο πολυτελής τουρισμός είναι ισχυρός και παρουσιάζει διαρκής αλλαγές. Το ποσό που δαπανάται κάθε χρόνο για μεταφορές με αεροπλάνο και ξενοδοχεία αγγίζει τα 1,4 δις δολάρια.

Οι πολυτελείς τουρίστες καλύπτουν παγκόσμια τα 265.000 άτομα με εισόδημα 30 εκατομμύρια δολάρια, δαπανώντας 30.000 κάθε χρόνο σε ταξίδια. Το προφίλ, θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι αυτό μιας γυναίκας που ταξιδεύει μέχρι 4 φορές τον χρόνο και μέχρι 10 μέρες διαμονή την φορά. Δαπανεί τον χρόνο έως 210.000 ευρώ στα ταξίδια της, μέρος των οποίων επενδύει και σε είδη πολυτελείας.

#### **4.2 Η έννοια και το μίγμα του μάρκετινγκ.**

Πριν από περίπου 50 χρόνια οι επιχειρήσεις άρχισαν να υιοθετούν τεχνικές μάρκετινγκ στον τομέα των πωλήσεων και της διαφήμισης. Πλέον, σήμερα κανένα προϊόν δεν μπορεί να διατεθεί στην αγορά χωρίς να λάβει μέρος το μάρκετινγκ. Αυτή η συμβολή μπορεί να είναι πολύ απλή, συστηματική και πολύ οργανωμένη μέσα από την διαφήμιση, παράλληλα όμως και δαπανηρή. Το μάρκετινγκ επιδρά στην καθημερινότητα, καθώς:

- Τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά να έχουν πρωτότυπες συσκευασίες και να προσελκύουν τον πελάτη.
- Τα καταστήματα να διαθέτουν τα προϊόντα τους με τέτοιο τρόπο ώστε να προσελκύουν τους καταναλωτές.
- Η διαφήμιση γίνεται μέσα από φυλλάδια και μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο).

Το μάρκετινγκ παίζει πολύ σημαντικό ρόλο και επιδρά και σε άλλους τομείς της καθημερινής ζωής, όπως:

- Στη διαδικασία μιας συνέντευξης για μελλοντική εργασία.
- Στον τρόπο που θα συμπληρωθεί ένα βιογραφικό σημείωμα.
- Στην επαφή μας και επικοινωνία μας με φίλους και συναδέλφους.

Το μάρκετινγκ συνδέει την παραγωγή με την κατανάλωση ,κατευθύνει την ροή του προϊόντος μέχρι την διάθεση του στην αγορά και επηρεάζει την λήψη των αποφάσεων. Ο σκοπός είναι η ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή και οι επιτυχείς πωλήσεις.

Το μίγμα μάρκετινγκ είναι το περιεχόμενο των αποφάσεων και της λειτουργίας του μάρκετινγκ. Συγκεκριμένα, είναι ένα σύστημα που συνδέει τα συστατικά του μάρκετινγκ που σχεδιάστηκαν για την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών μεταξύ τους, αλλά και την εκπλήρωση των στόχων της επιχείρησης.

Τα συστατικά αυτά είναι γνωστά ως τα 4P, δηλαδή προϊόν (product), τιμή(price), διανομή(place), προώθηση(promotion). Αναλυτικότερα:

- Το προϊόν: Ένα στοιχείο που ικανοποιεί τις ανάγκες του καταναλωτή. Είναι ένα υλικό αγαθό ή μία ανυπόστατη υπηρεσία. Κάθε προϊόν εκπληρώνει έναν κύκλο ζωής, από την φάση της ανάπτυξης έως την φάση της ωριμότητας και την περίοδο της απόσυρσης.
- Η τιμή: Το ποσό που πληρώνει ο πελάτης για το προϊόν. Η τιμή καθορίζει το κέρδος της επιχείρησης και την επιβίωση της. Επίσης επηρεάζει και τις πωλήσεις όταν είναι πολύ ανεβασμένη, αφού ελάχιστες πωλήσεις θα έχει το προϊόν με αύξηση της τιμής.
- Η προώθηση: Οι μέθοδοι επικοινωνίας για την παροχή πληροφοριών σχετικά με το προϊόν. Τα στοιχεία της είναι η διαφήμιση, οι δημόσιες σχέσεις, η οργάνωση των πωλήσεων και η προώθηση των πωλήσεων.
- Η διανομή: Η παροχή του προϊόντος σε μια θέση προσβάλαμε από τους καταναλωτές, ώστε να μπορούν να το αγοράσουν.

### **4.3 Η έννοια του τουριστικού μάρκετινγκ και οι μέθοδοι εφαρμογής του.**

Ο όρος τουριστικό μάρκετινγκ χρησιμοποιείται για να κάνει αναφορά σε εκείνη την επιχειρηματική πειθαρχία, μέσω της οποίας οι τουρίστες προσελκύνονται σε έναν συγκεκριμένο τόπο που μπορεί να είναι μια χώρα, μια πόλη ή ένα ξενοδοχείο, οτιδήποτε μπορεί να προσελκύσει έναν τουρίστα.

Το τουριστικό μάρκετινγκ διαθέτει κάποιες στρατηγικές στον τουριστικό τομέα. Στις μέρες μας, πολλές χώρες στηρίζουν την ενίσχυση του ΑΕΠ τους στον τουρισμό, πράγμα που καθιστά τον τουρισμό σημαντικό για μια χώρα. Πολλές χώρες διαθέτουν αξιοθέατα που αποτελούν το σήμα κατατεθέν τους για τους τουρίστες, όπως το Ταζ Μαχάλ στην Ινδία, αυτά τα αξιοθέατα ενισχύουν το μάρκετινγκ του τουρισμού. Με την εφαρμογή τεχνικών και στρατηγικών το μάρκετινγκ βοηθά και παίζει καθοριστικό ρόλο στην άνοδο του τουριστικού κλάδου.

Για ένα επιτυχημένο τουριστικό μάρκετινγκ, χρειάζεται ένα δυνατό εμπορικό σήμα έτσι ώστε να ξεχωρίζει στις αγορές που στοχεύει. Έτσι η παραγωγή θα είναι καλύτερη. Επιπρόσθετα χρειάζεται προσοχή στην παροχή υπηρεσιών. Οι πελάτες λαμβάνοντας σωστές υπηρεσίες και μένοντας ευχαριστημένοι θα το διαδώσουν και έτσι αυτόματα θα αυξηθεί η πελατεία. Στην περίπτωση μας, γίνεται εύκολη η προσέλκυση στην ιστοσελίδα, με την προβολή ενός ενθαρρυντικού περιεχομένου.

Με την πραγματοποίηση της στρατηγικής και της επωνυμίας, οι πιθανότητες είναι ότι η εταιρεία που ασχολείται με το τουριστικό μάρκετινγκ σε ελάχιστο χρόνο θα γίνει μονοπώλιο στην τουριστική βιομηχανία κερδίζοντας τους πελάτες της.

Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι που βοηθούν το μάρκετινγκ του τουρισμού να τονωθεί και παρουσιάζονται παρακάτω.

### **1) Το μάρκετινγκ τοποθεσίας.**

Σε αυτό το είδος, το επίκεντρο είναι η τοποθεσία. Υπάρχουν τοποθεσίες που είναι δημοφιλείς σε όλο τον κόσμο και έτσι οι έμποροι δεν χρειάζεται να μοχθήσουν πολύ έτσι ώστε να προσελκύσουν τους τουρίστες. Το μόνο που έχουν να κάνουν είναι να υπενθυμίζουν το πόσο ωραία είναι αυτή η πόλη και τους τρόπους που μπορούν να αξιοποιήσουν τον χρόνο τους. Αυτό το μάρκετινγκ θεωρείται από τις πιο απλές μορφές του τουριστικού μάρκετινγκ.

### **2) Το μάρκετινγκ δραστηριοτήτων.**

Το επίκεντρο σε αυτό το είδος είναι τόσο η τοποθεσία όσο και οι δραστηριότητες που εκτελούνται. Αυτός ο τύπος μάρκετινγκ προσελκύει περισσότερο τουρίστες που αγαπούν την περιπέτεια και τις εξωτερικές δραστηριότητες. Για παράδειγμα η Αλάσκα είναι γνωστή για το snowboarding. Ανάλογα με τον τύπο δραστηριότητας που είναι γνωστός ένας τόπος έχει και τον ανάλογο τουρισμό. Έτσι κάθε τόπος επικεντρώνεται και διαφημίζει όσο καλύτερα μπορεί αυτό που προσφέρει. Έτσι, το συγκεκριμένο μάρκετινγκ αποτελεί μορφή τουρισμού που προσελκύει τον πελάτη σε συγκεκριμένους τόπους με βάση τις δραστηριότητες που εκτελούνται εκεί.

### **3) Το εταιρικό μάρκετινγκ.**

Σήμερα, ένα πλήθος ατόμων που εργάζεται σε εταιρείες πρέπει να ταξιδεύει σε διαφορετικά μέρη για σεμινάρια ή συναντήσεις. Αυτό το προνόμιο είναι αρκετά διαφορετικό και προσελκύει αρκετό κόσμο να εργάζεται σε τέτοιες εταιρείες, όπως και να φέρνει και άτομα του οικογενειακού περιβάλλοντος του, τα οποία αποκομίζουν μεγάλο κέρδος.

## **4.4 Ο ανταγωνισμός.**

Στην Ελλάδα οι κύριοι ανταγωνιστές μας στον τουρισμό των προορισμών, είναι άλλοι ελληνικοί προορισμοί. Πρόσφατη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ καταλήγει σε αυτό το πόρισμα μελετώντας στοιχεία της εταιρείας Travel Audience, μελετώντας τις on-line αναζητήσεις χρηστών για τις διακοπές τους σε ελληνικούς και άλλους προορισμούς στην Μεσόγειο.

Συγκεκριμένα, το 39% των χρηστών και των επισκεπτών που αναζητούν πληροφορίες για έναν ελληνικό προορισμό έχουν ως εναλλακτική επιλογή και έναν άλλον ελληνικό προορισμό. Η Ελλάδα είναι εμφανές ότι ως προορισμός είναι αρκετά ισχυρή για τον λόγο ότι βελτιώνεται συνεχώς αλλά και γιατί συνδέεται με πολλούς εξωτερικούς προορισμούς.

Βασική ανταγωνίστρια χώρα στον τουρισμό είναι η Ισπανία ενάντια στην Ελλάδα. Ειδικότερα, το ποσοστό του 34% των τουριστών που αναζητούν πληροφορίες για έναν ελληνικό προορισμό, ερευνούν ως εναλλακτική επιλογή ισπανικούς προορισμούς. Μια άλλη ανταγωνίστρια χώρα είναι η Ιταλία, με το 19% των χρηστών να αναζητούν παράλληλα ιταλικούς προορισμούς.

Σε χαμηλή ανταγωνιστικότητα βρίσκεται η Τουρκία, με ποσοστό 4% των τουριστών να την εξετάζουν ως εναλλακτική. Βέβαια όσοι τουρίστες επισκέπτονται την χώρα μας επιλέγουν ξανά την Ελλάδα, με την Αθήνα ως ευρωπαϊκό προορισμό.

## **4.5 Η ταυτότητα της πλατφόρμας AIRBNB και σε ποιούς απευθύνεται.**

Η ονομασία Airbnb προέρχεται από το αρχικό όνομα Airbedandbreakfast. Αρχικά εμφανίστηκε τον Οκτώβριο του 2007 σε ένα διεθνές συνέδριο σχεδιαστών στο Σαν Φρανσίσκο. Τότε οι Gebbia και Chesky, λόγω οικονομικών δυσκολιών αδυνατούσαν να πληρώσουν το ενοίκιο τους και έτσι μετέτρεψαν το σαλόνι τους σε ξενώνα, όπου συμμετέχοντες του συνεδρίου μπορούσαν να μείνουν, να διανυκτερεύσουν και να πάρουν το πρωινό τους έναντι πληρωμής.

Η Airbnb, αποτελεί μια επιχείρηση που ολοένα και αναπτύσσεται ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Θεωρείται μια επιχείρηση γνωστή στον τομέα της με ιδιαίτερο πλήθος πελατών που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της. Η Airbnb.com είναι μία ιστοσελίδα καταχώρησης, εύρεσης και βραχυχρόνιας ενοικίασης καταλυμάτων, η οποία ιδρύθηκε από τους Joe Gebbia, Brian Chesky και Nathan Blecharczyk στην Καλιφόρνια με βάση το Σαν Φρανσίσκο τον Αύγουστο του 2008. Η πλατφόρμα αυτή, φέρνει σε επαφή τον οικοδεσπότη με τον πελάτη και έχει το δικαίωμα εγγραφής οποιοσδήποτε έχει εξοχικό, σπίτι, δωμάτιο ή διαμέρισμα. Ο ιδιοκτήτης δημιουργεί ένα προφίλ, μέσω του οποίου παρέχει πληροφορίες και φωτογραφίες του καταλύματος που διαθέτει προς ενοικίαση. Ο ενοικιαστής μπορεί να στείλει προσωπικό μήνυμα στον οικοδεσπότη να ζητήσει κράτηση του καταλύματος σε συγκεκριμένες ημερομηνίες αλλά και να ζητήσει περαιτέρω πληροφορίες για το ενοικιαζόμενο σπίτι. Η πληρωμή του καταλύματος γίνεται ηλεκτρονικά με πιστωτική ή άλλη κάρτα μέσω της πλατφόρμας και ο ιδιοκτήτης κρατάει μια προμήθεια από την πληρωμή, ένα ποσοστό για τα έξοδα διαχείρισης. Η εν λόγω εταιρία διαθέτει πλέον την απαιτούμενη αξιοπιστία για τα δύο εμπλεκόμενα μέρη της συναλλαγής, επαληθεύει τις πληροφορίες και αναρτά κριτικές των χρηστών με σκοπό να γνωρίσουν τα υπόλοιπα μέλη της πλατφόρμας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της εμπειρίας των φιλοξενούμενων.

Η επιχείρηση προσφέρει διάφορα καταλύματα όπως διαμερίσματα, κάστρο, βίλες ή και απλά δωμάτια με τις τιμές να ποικίλλουν ανάλογα και με την τοποθεσία που βρίσκεται το ακίνητο. Εγγεγραμμένα καταλύματα υπάρχουν σε 34.000 πόλεις και άνω και σε 191 χώρες, σύμφωνα με στοιχεία που καταγράφονται στην ιστοσελίδα από τον Ιούνιο του 2016. Θεωρείται ένας εύκολος τρόπος εκμετάλλευσης του χώρου του οικοδεσπότη που αποδίδει εύκολα οικονομικά.

Η Airbnb προσελκύει μια μεγάλη μερίδα ταξιδιωτών, κυρίως αυτούς με χαμηλό εισόδημα που ψάχνουν φθηνά αλλά άνετα με όλες τις ανέσεις καταλύματα για να νιώθουν σαν στο σπίτι τους.

## **4.6 Το νομικό πλαίσιο μίσθωσης.**

Η ιστοσελίδα παρέχει ένα μεγάλο εύρος καταλυμάτων σε διάφορες περιοχές και έτσι υπάρχουν διαφορετικές τιμές. Όταν επιβεβαιώνεται μια κράτηση χρεώνουν προμήθεια μέχρι



12%, αλλά σε περίπτωση που ακυρωθεί η κράτηση τότε η προμήθεια δεν επιστρέφεται παρά μόνο στην περίπτωση που ακυρώσει την κράτηση ο οικοδεσπότης επιστρέφονται και η προμήθεια και τα χρήματα του πελάτη.

Εκτός από τους πελάτες η Airbnb χρεώνει και τους οικοδεσπότες των καταλυμάτων με ποσοστό 3%, κάθε φορά που ολοκληρώνεται η κράτηση.

Στα πλαίσια της μίσθωσης, η νομοθεσία σχετικά με την βραχυχρόνια μίσθωση των ακινήτων άλλαξε από 1η Φεβρουαρίου του 2017, σύμφωνα με το Νόμο 4446/2016. Ο Νόμος 4472/2017 επέφερε αλλαγές στο νομικό πλαίσιο της μίσθωσης της οικονομίας διαμοιρασμού και ιδιαίτερα της πλατφόρμας Airbnb. Το 2018 έγινε το πρώτο βήμα για τον έλεγχο της οικονομίας στον τουρισμό, καθώς υπήρξαν αλλαγές στη νομοθεσία και επιπτώσεις σε όποιον δεν είχε κάνει εγγραφή στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας μίσθωσης.

## **4.7 Η Airbnb στην Ελλάδα.**

Η Airbnb έχει έρθει στην Ελλάδα τα τελευταία 4 χρόνια πράγμα που έχει σκορπίσει τον πανικό στο κέντρο της Αθήνας τόσο θετικά όσο και αρνητικά. Πλέον υπάρχει κινητικότητα στο κέντρο σχετικά με τις κατοικίες. Περισσότεροι κάτοικοι είναι οι μετανάστες, ενώ οι νέοι προτιμούν την Πλάκα, το Κολωνάκι και τα Εξάρχεια. Η ανακαίνιση των διαμερισμάτων απευθύνεται στους τουρίστες και κυρίως σπίτια στο Κουκάκι, Ψυρρή, στο κέντρο, στο Γκάζι συντηρούνται και αναδομούνται για την υποδοχή των τουριστών. Η ανάπτυξη της βραχυχρόνιας μίσθωσης αύξησε τα ενοίκια από 15% έως και 30% στις περιφέρεις γειτονιές. Για βραχυχρόνια μίσθωση στην Αττική υπάρχουν 15.000 ακίνητα, 12.000 στην Αθήνα και 1.200 στο κέντρο.

Στην Αθήνα, στις πολυκατοικίες υπάρχει μια διαβάθμιση ταξική, που σημαίνει ότι συνήθως στους πάνω ορόφους κατοικούν οικογένειες υψηλού εισοδήματος και στα ισόγεια και τα υπόγεια αυτές με το χαμηλό εισόδημα και οι μετανάστες. Στα προάστια οι τιμές των ενοικίων έχουν εκτιναχθεί στα ύψη και έτσι στο κέντρο της Αθήνας υπάρχει ένας μεικτός, σταθερός πληθυσμός.

Αυτή την σταθερότητα θα την διαταράξει η βραχυχρόνια μίσθωση και η Airbnb. Στις μέρες μας, είναι εύκολο πλέον να ανακαινιστεί ένα διαμέρισμα ή και ένα υπόγειο και να νοικιαστεί σε καλή τιμή για λίγες μέρες από έναν τουρίστα. Βέβαια αυτή η τάση κάποια στιγμή θα γνωρίσει την κάμψη όταν οι ιδιοκτήτες αυξήσουν τις προσφορές.

## **4.8 Πώς προσελκύει πελάτες η Airbnb;**

Σήμερα ότι ανεβάζει κανείς στο ίντερνετ είναι αρκετά εύκολο να το κάνει, η δυσκολία όμως παρουσιάζεται στον τρόπο που θα βρει να προσελκύσει τους πελάτες του. Κάθε ιδιοκτήτης ακινήτου που το διαθέτει στην πλατφόρμα προς ενοικίαση, θα πρέπει να ακολουθήσει κάποια συγκεκριμένα βήματα ώστε να προσελκύσει τους τουρίστες του και μελλοντικούς ενοικιαστές του.

Ο οικοδεσπότης καλείται να δημιουργήσει ένα προφίλ με τα πλήρη στοιχεία του ώστε ο ενοικιαστής να μάθει πράγματα γ αυτόν και να νιώσει άνεση και εμπιστοσύνη. Είναι καθοριστικοί παράγοντες επιλογής, αφού είναι πολύ δύσκολο να επιλεγεί κάποιος με ελλιπές η απρόσωπο προφίλ.

Ο τουρίστας θα επιλέξει το κατάλυμα με βασικά κριτήρια αυτά της τοποθεσίας και της τιμής. Για τον λόγο αυτό, ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να παρέχει πλήρη και λεπτομερή περιγραφή του ακινήτου εσωτερικά, εξωτερικά αλλά και της περιοχής που βρίσκεται σε απόσταση. Μια ιδιαίτερα καλή κίνηση θα ήταν η παροχή έξτρα υπηρεσιών, όπως η ξενάγηση στην περιοχή και τα αξιοθέατα από τον ίδιο τον ιδιοκτήτη, πράγμα που δείχνει την φιλοξενία, η οποία εκτιμάται από τον ενοικιαστή.

Σημαντικό ρόλο παίζουν και οι καλές κριτικές που εμφανίζουν τους ιδιοκτήτες πρώτους στη λίστα όπως επίσης και οι σωστές φωτογραφίες των καταλυμάτων. Η άμεση και γρήγορη απάντηση και ανταπόκριση στα μηνύματα των τουριστών μπορεί να ανεβάσει τον πήχη και να γραφτούν πολύ καλές κριτικές. Τέλος, οι σωστές, αληθινές και φωτεινές φωτογραφίες με πλήρη περιγραφή των χαρακτηριστικών του καταλύματος μπορούν να αφήσουν ευχαριστημένο τον πελάτη, να τον ενθουσιάσουν και να τον ωθήσουν στην ενοικίαση του ακινήτου.

## 4.9 Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα .

Η επιχείρηση Airbnb διαθέτει διάφορα θετικά στοιχεία που την καθιστούν μοναδική, τα οποία είναι:

- Θεωρείται τρόπος οικονομίας.
- Προσωπική επαφή με τον οικοδεσπότη.
- Γνωριμία με έναν νέο τόπο.
- Χαμηλότερο κόστος από αυτό του ξενοδοχείου.
- Εντυπωσιακά καταλύματα με ημερήσια ή εβδομαδιαία μίσθωση.
- Ασφαλής εξοικονόμηση χρημάτων χωρίς επιπλέον χρόνο για τους οικοδεσπότες.
- Εξοικονόμηση χρημάτων των εταιρειών ώστε να παραστούν σε συνέδρια.
- Άνετοι και ελκυστικοί χώροι με όλες τις ανέσεις ενός σπιτιού.
- Χτίζονται φιλικές ανθρώπινες σχέσεις με τους οικοδεσπότες.

Σε αντίθεση βέβαια με όλα αυτά δεν παραλείπονται και τα αρνητικά στοιχεία, τα οποία είναι τα εξής:

- Η έλλειψη ασφάλειας.
- Ανησυχία οικοδεσποτών για τυχών ζημιές στις περιουσίες τους.
- Ανησυχία για κλοπή αντικειμένων.
- Μη εμπιστοσύνη διαδικτυακών συναλλαγών.
- Αύξηση τιμών ενοικίων.

## 4.10 Το υγειονομικό πρωτόκολλο της Airbnb.

Η Airbnb προσφέρει στους ιδιοκτήτες των καταλυμάτων της το υγειονομικό πρωτόκολλο που συνέταξε μαζί με κορυφαίους ειδικούς του υγειονομικού τομέα σε 12 χώρες, μεταξύ τους οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Βραζιλία, η Κορέα, το Μεξικό, η Ισπανία, η Ιταλία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιαπωνία, η Αυστραλία και η Γερμανία.

Το πρωτόκολλο αποτελείται από μια λίστα απαιτήσεων για το κάθε κατάλυμα καθώς και από 5 βήματα καθαρισμού. Στόχος του πρωτοκόλλου είναι η ασφαλής, υγιής διαμονή των τουριστών.

Η Diversey, κορυφαία εταιρεία υγιεινής και τεχνολογίας καθαρισμού συνεργάστηκε με την Airbnb και ενέκρινε το υγειονομικό πρωτόκολλο της. Καθώς επίσης συμβάλλει και σε τυχών προβλήματα που παρουσιαστούν στην κοινότητα της Airbnb.

Απαραίτητη είναι η συμμόρφωση των ιδιοκτητών με το πρωτόκολλο καθαρισμού. Επιπρόσθετα, όλοι οι ιδιοκτήτες των συγκεκριμένων χωρών έχουν πρόσβαση στο Εγχειρίδιο Καθαρισμού, το οποίο περιλαμβάνει οδηγίες σχετικά με τον εξοπλισμό ατομικής προστασίας, τον τρόπο που πρέπει να καθαρίζεται το κάθε δωμάτιο στο κατάλυμα, ποια αντικείμενα χρήζουν απολύμανσης καθώς και τις προμήθειες που πρέπει να παρέχει.

Η εγγραφή στο υγειονομικό πρωτόκολλο περιλαμβάνει ένα ερωτηματολόγιο προς συμπλήρωση από τους οικοδεσπότες καθώς και μια βεβαίωση. Έτσι θα έχουν την δυνατότητα βελτιωμένου καθαρισμού και απολύμανσης. Σε περίπτωση μη δέσμευσης των οικοδεσποτών από το πρωτόκολλο, υπάρχει η δυνατότητα της επιλογής του buffer κράτησης. Σύμφωνα με αυτό, δημιουργείται μεγαλύτερη περίοδος εκκένωσης του σπιτιού 72 ωρών σε αυτή την περίπτωση, μεταξύ της προηγούμενης και επόμενης διαμονής. Αυτό θα επιτυγχάνεται με την αυτόματη ακύρωση των κρατήσεων που ενδεχομένως γίνουν το συγκεκριμένο διάστημα.

## **4.11 Η ασφάλεια και η αξιοπιστία στην Airbnb.**

Το επίκεντρο σχεδίασης της πλατφόρμας Airbnb ήταν από την αρχή η ασφάλεια εντός και εκτός του δικτύου. Η αξιολόγηση κινδύνου, καθιστά την Airbnb να αξιολογεί το ρίσκο κάθε κράτησης πριν αυτή επιβεβαιωθεί, με την προγνωστική ανάλυση και την μηχανική μάθηση που είναι υπεύθυνες για την αξιολόγηση των χιλιάδων σημάτων, μπορούν να εντοπιστούν οι ύποπτες δραστηριότητες πριν συμβούν.

Υπάρχουν λίστες παρακολούθησης παγκοσμίως που ελέγχονται από την πλατφόρμα για τρομοκρατικά θέματα, θέματα κυρώσεων και ρυθμιστικά καθώς υπάρχει και έλεγχος ιστορικού κυρίως για τους οικοδεσπότες και επισκέπτες των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής. Τα μέλη τρομοκρατικών ομάδων καθώς και άτομα που ασκούν βία οποιουδήποτε τύπου που βλέπουν τον εαυτό τους ή τους άλλους δεν είναι ευπρόσδεκτα. Επίσης υπάρχει παρέμβαση σε περιπτώσεις ατόμων που αντιμετωπίζουν κρίσεις, σε οποιαδήποτε απειλή που γίνει αντιληπτή.

Με την ετοιμότητα οι οικοδεσπότες παρέχουν σημαντικές πληροφορίες στους τουρίστες για τον τόπο που θα επισκεφθούν. Επίσης, παρέχεται σε όλους τους οικοδεσπότες ανιχνευτής καπνού και μονοξειδίου του άνθρακα δωρεάν για το κατάλυμα τους. Η δημιουργία επικίνδυνων συνθηκών όπως πυρκαγιά, επικίνδυνα ζώα, όπλα είναι μη επιθυμητά. Οι οικοδεσπότες είναι υποχρεωμένοι να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες σχετικά με τους συναγερμούς και τα χαρακτηριστικά ασφαλείας που διαθέτει το κατάλυμα καθώς και να φροντίζουν να λειτουργούν όλα σωστά.

Οι ασφαλείς πληρωμές είναι εγγύηση στην Airbnb αφού γίνονται μόνο μέσω της πλατφόρμας και απαγορεύεται η άμεση πληρωμή, πρέπει πάντα η πληρωμή και η επικοινωνία να γίνεται μέσω της πλατφόρμας με αυτό τον τρόπο ο πελάτης προστατεύεται από την στρατηγική άμυνας που διαθέτει η Airbnb . Ο λογαριασμός στην πλατφόρμα προστατεύεται καθώς ελέγχονται πολλοί παράγοντες αν γίνει σύνδεση από νέο υπολογιστή ή τηλέφωνο, επίσης στέλνονται και ειδοποιήσεις σε περίπτωση αλλαγής λογαριασμού.

Η παγκόσμια ομάδα της πλατφόρμας είναι διαθέσιμη προς επικοινωνία 24 ώρες το 24ωρο σε 11 διαφορετικές γλώσσες, για οτιδήποτε χρειαστεί ο πελάτης, όπως κρατήσεις,

αποζημιώσεις, επιστροφές χρημάτων, εμπειρίες και ασφαλιστικά προγράμματα των καταλυμάτων.

Οι οικοδεσπότες δεν θα πρέπει να παρέχουν χώρους χωρίς ρεύμα, νερό και ανεπαρκής στην καθαριότητα, να μην λαμβάνουν συνεχώς χαμηλές αξιολογήσεις, να μην απαντούν κατά τη διάρκεια κράτησης σε επικοινωνία με τους τουρίστες, κατά τη φιλοξενία να μην επικοινωνούν με ένα άτομο και φυσικά να συμμετέχουν σε οποιαδήποτε διαδικασία επίλυσης προβλήματος.

Οι τουρίστες δεν θα πρέπει να μην εκπληρώνουν την πληρωμή, να παραβαίνουν τους κανόνες σπιτιού του οικοδεσπότη, να ακυρώνουν την κράτηση τους μετά την προθεσμία που έχει δοθεί από την πολιτική ακύρωσης.

## **4.12 Οι βασικές απαιτήσεις της Airbnb για τους οικοδεσπότες.**

Υπάρχουν κάποιες βασικές προδιαγραφές που κάθε οικοδεσπότης είναι υποχρεωμένος να τηρεί για την ομαλή λειτουργία του συστήματος. Ένα από αυτά είναι η έγκαιρη ανταπόκριση εντός 24 ωρών σε κρατήσεις και ερωτήματα των πελατών. Η αποδοχή των αιτημάτων εγκαίρως ώστε να δημιουργείται η αίσθηση ότι είναι ευπρόσδεκτοι. Να αποφεύγονται οι ακυρώσεις όσο το δυνατόν περισσότερο και να διατηρείται η υψηλή βαθμολογία καθώς οι επισκέπτες εμπιστεύονται το σταθερό επίπεδο της ποιότητας.

Οι επισκέπτες θεωρούν σημαντικές σε κάθε διαμονή τους τις βασικές παροχές του καταλύματος, για τον λόγο αυτό οι οικοδεσπότες θα πρέπει να παρέχουν σε όλα τα σπίτια τους χαρτί υγείας, πετσέτες, σαπούνια για τα χέρια και το σώμα, μαξιλάρια και κλινοσκεπάσματα.

## **4.13 Οι τρόποι αντιμετώπισης της Airbnb από τα ξενοδοχεία.**

Το φαινόμενο Airbnb έχει καταπλήξει βέβαια τα πλήθη, όμως έχει πλήξει και τις ξενοδοχειακές μονάδες αφού έχει μπει δυνατά στον ανταγωνισμό. Υιοθετώντας τα πλεονεκτήματα της Airbnb θα μπορέσουν να τα συναγωνιστούν. Οι τρόποι αντιμετώπισης είναι οι εξής:

- Η δημιουργία brand πιο τεχνολογικών και κοινωνικών, για τουρίστες που δεν θέλουν να βρίσκονται όλη μέρα στο δωμάτιο.
- Η ανακαίνιση των χώρων και των δωματίων, η κατάργηση των καρτών και η είσοδος στο δωμάτιο με το κινητό μας, κοινόχρηστοι χώροι, μπαρ και γρήγορο σέρβις.

- Εμπλουτισμός του μενού με τοπικά εδέσματα και προτάσεις εστιατορίων που τα διαθέτουν, σε περίπτωση που δεν υπάρχει κουζίνα στο ξενοδοχείο.
- Παροχή τουριστικών οδηγών και ποδηλάτων ή εφαρμογών που ξεναγούν τον επισκέπτη και τον βοηθούν στις επιλογές του.
- Η συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις εξασφαλίζοντας εκπτώσεις στα προϊόντα τους για να τα διαθέσουν στους τουρίστες.
- Εξειδικευμένο προσωπικό πιο οικείο και φιλικό.

#### 4.14 Η κριτική της πλατφόρμας.

Αν συγκεκριμένα εξετάσουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της πλατφόρμας που αναφέραμε παραπάνω, προκύπτει το γεγονός ότι συμφέρει κάποιος να νοικιάσει από την συγκεκριμένη εταιρεία και λόγω τιμής αλλά και λόγω διανυκτερεύσεων. Συμπεραίνουμε πως η εταιρεία είναι προφανές πως γνωρίζει να κεντρίζει το ενδιαφέρον των πελατών της.

Βέβαια υπάρχει ο ανταγωνισμός με τα ξενοδοχεία που προσπαθούν να επιβληθούν για να μην χάσουν και άλλη πελατεία, συνεπώς και έσοδα από τα οποία έχει όφελος και το κράτος αφού φορολογούνται. Καθώς υπάρχουν και άλλα μειονεκτήματα που προκύπτουν και αναφέραμε παραπάνω, μια ανάλυση SWOT θα βοηθήσει στην κριτική της πλατφόρμας, παρουσιάζοντας τις δυνάμεις και τις αδυναμίες της.

##### ΔΥΝΑΜΕΙΣ

- Απευθύνεται σε τουρίστες με χαμηλό εισόδημα.
- Προσελκύει νέους ταξιδιώτες.
- Δημιούργησε ισχυρό όνομα στην αγορά.
- Οι αξιολογήσεις των χρηστών δημιουργούν εμπιστοσύνη.
- Χαμηλό κόστος των συναλλαγών λόγω διαδικτύου.
- Η ανάπτυξη της δεν απαιτεί επένδυση κεφαλαίου.

##### ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Δεν διαθέτει επιχειρησιακό έλεγχο.
- Δεν απαιτεί την αφοσίωση των πελατών.
- Δεν είναι εύκολο να επαναληφθεί.
- Η καθαριότητα και η ασφάλεια δεν είναι ομοιόμορφη.
- Τα καταλύματα είναι ακατάλληλα για συνέδρια.
- Ήταν παράνομη αφού δεν φορολογούνταν.
- Οι τουρίστες κάνουν κριτική στους οικοδεσπότες και το αντίστροφο. Lehr(2015)

#### 4.15 Οι ανταγωνίστριες πλατφόρμες και ο ανταγωνισμός με τα ξενοδοχεία της Αθήνας.

Η δημοφιλής πλατφόρμα βρίσκεται αντιμέτωπη και με άλλες πλατφόρμες του ίδιου κλάδου εξίσου δημοφιλών και με πολλούς χρήστες. Πράγμα που διχάζει τους ταξιδιώτες στο ποια απ' όλες να επιλέξουν. Αυτές είναι:

Το Flip Key, αποτελεί βασικός ανταγωνιστής με τις ίδιες υπηρεσίες, παροχές και προσφορές. Έχει καταχωρημένα 300.000 ακίνητα σε 160 χώρες. Το 2008 εξαγοράστηκε

από το Trip Advisor. Αυτό σημαίνει ότι όταν κάποιος οικοδεσπότης καταχωρεί το ακίνητο του αυτό αυτόματα περνά και στο Trip Advisor όπου θα διαφημίζεται.

Το Home Away διαθέτει τις ίδιες περίπου παροχές με την Airbnb. Απαιτεί προκαταβολή για την κράτηση και λειτουργεί όπως και οι περισσότερες από αυτές τις εταιρείες. Αποτελεί την μητρική της VRBO και υπάρχει εδώ και πάρα πολλά χρόνια.

Το Vacation Rental By Owner ( VRBO) ξεκίνησε όπως και η Airbnb. Σε αυτή την πλατφόρμα ο τρόπος πληρωμής διαφέρει ανά καταλύματα. Εξαγοράστηκε από την Home Away το 2006 ενώ ιδρύθηκε το 1995.

Το House Trip είναι νέα ιστοσελίδα γνωστή ως η Airbnb της Ευρώπης και χωρίς την προμήθεια του 3%. Επιλέγεται αρκετά από τους Ευρωπαίους ταξιδιώτες και τους οικοδεσπότες αφού η καταχώρηση ακινήτου είναι δωρεάν.

Τέλος, η Vacay Hero εδρεύει στις ΗΠΑ από το 2011 με 13.000 ενοικιαζόμενα που πληρούν τις προϋποθέσεις ενός πολυτελούς ξενοδοχείου.

Η Airbnb αποτελεί τα τελευταία χρόνια την κύρια ανταγωνίστρια των ξενοδοχείων στην Ελλάδα. Αυτό εξακριβώνεται με την πτώση της πληρότητας στο 3,8% και των εσόδων στο 2,9% παρά τις αυξημένες αφίξεις στο αεροδρόμιο των Αθηνών.

Οι χαμηλές τιμές και οι προσφορές των καταλυμάτων μέσω της πλατφόρμας έχει απορροφήσει το κοινό των ξενοδοχείων με αποτέλεσμα την αρνητική πληρότητα τους. Η νόμιμη πλευρά των ξενοδοχείων προβλέπει την φορολογία, όπου από τα έσοδα τους προορίζεται ένα μέρος τους και για το κράτος, ενώ η πλατφόρμα δεν φορολογείται και θεωρείται παράνομη. Εξαιτίας αυτού τα ξενοδοχεία μειώνουν τις τιμές των δωματίων τους αλλά η εισφορά στο κράτος παραμένει η ίδια, με αποτέλεσμα πολλά να αδυνατούν να αντεπεξέλθουν και να βάζουν λουκέτο.

## 4.16 Η προσωπική μου εμπειρία.

Σε ένα ταξίδι μου στη Ρόδο το περασμένο καλοκαίρι και συγκεκριμένα τον Ιούλιο, για πέντε μέρες μείναμε με την παρέα μου σε διαμέρισμα, το οποίο είχα κλείσει μέσω της πλατφόρμας Airbnb. Από τον Μάιο είχε γίνει η κράτηση, ήμουν νέα χρήστης οπότε δεν είχα κάποια αξιολόγηση από προηγούμενο host. Ο ιδιοκτήτης είχε το έμβλημα του super host κάτι το οποίο με βοήθησε πολύ στην επιλογή μου, αφού οι κριτικές που διάβασα στο προφίλ του ήταν πολλές και στη συντριπτική τους πλειοψηφία άριστες σε βαθμολογία, πράγμα που μου ενέπνευσε εμπιστοσύνη. Όταν έγινε η κράτηση ο οικοδεσπότης με κάλεσε στο τηλέφωνο μου. Ήταν μια κλήση γνωριμίας με διάφορες ερωτήσεις ώστε και ο ιδιοκτήτης να καταλάβει έστω και έτσι σε ποιον θα νοίκιαζε το διαμέρισμα του. Πλήρωσα μέσω πιστωτικής κάρτας, το ποσό δεσμεύτηκε όλο αμέσως, με ενημέρωσε η πλατφόρμα σε περίπτωση ακύρωσης, ποια είναι τα χρονικά περιθώρια μέσα στα οποία θα μπορούσα να ακυρώσω με επιστροφή χρημάτων αλλά και τις ημερομηνίες χωρίς επιστροφή χρημάτων.

Το διαμέρισμα ήταν προσφάτως ανακαινισμένο, είχε πολλές αντιπροσωπευτικές φωτογραφίες από όλα τα μέρη του σπιτιού και πράγματι δεν ήταν καθόλου παραπλανητικές αφού και από κοντά ήταν ακριβώς το σπίτι που είδα στην πλατφόρμα. Όπως επίσης και όλες οι αναγραφόμενες παροχές του σπιτιού ήταν διαθέσιμες. Ενημερώθηκα από την πλατφόρμα και για τους κανόνες, όπως οι ώρες άφιξης και αναχώρησης, η απαγόρευση του καπνίσματος και η απαγόρευση εκδηλώσεων- πάρτυ.

Η άφιξη μας έγινε στην ώρα της, κάλεσα τον οικοδεσπότη, ο οποίος ήρθε αμέσως στο σπίτι. Η υποδοχή του ήταν πολύ θερμή, ανεβήκαμε πάνω, ακολούθησε μια σύντομη ξενάγηση στους χώρους. Στη συνέχεια μας ενημέρωσε και για τις παροχές της γύρω περιοχής, όπως φαρμακεία, σούπερ μάρκετ, φούρνο και γενικότερα αξιοθέατα και μέρη του νησιού προς επίσκεψη, ωραίες παραλίες και εστιατόρια με καλό φαγητό. Τέλος, έγινε και μια κουβέντα για περαιτέρω γνωριμία.

Στην αναχώρηση μας, ο ιδιοκτήτης ήρθε νωρίτερα, έκανε μια εξέταση στο σπίτι για τυχών ζημιές και αποχαιρετιστήκαμε. Επέλεξα Airbnb περισσότερο για οικονομικό λόγο, αφού στις διακοπές αυτές ήμασταν μια παρέα πέντε ατόμων, ήταν δύσκολο να μείνουμε σε ξενοδοχείο λόγω των υψηλών τιμών των δωματίων. Το σπίτι αυτό ήταν πολύ μεγάλη ευκαιρία, διότι μόλις είχε καταχωρηθεί στην πλατφόρμα και κληθήκαμε να πληρώσουμε πολύ φθηνά σαν τιμή γνωριμίας, κάτι το οποίο μας το επιβεβαίωσε και ο οικοδεσπότης. Ήταν ένα εξαιρετικό σπίτι, σε κεντρικό σημείο και με όλες τις παροχές που αναζητούσαμε.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ AIRBNB**

#### **5.1 Πώς λειτουργεί η φορολογία για τους οικοδεσπότες;**

Ο οικοδεσπότης είναι υποχρεωμένος να ενημερώνει τους επισκέπτες της πλατφόρμας το ποσό του φόρου πριν ολοκληρωθεί η κράτηση. Σε κάποια μέρη οι οικοδεσπότες έχουν τη δυνατότητα να διαχειρίζονται τον τουριστικό φόρο με την είσπραξη και την διαβίβαση. Σε περίπτωση που ο ιδιοκτήτης έχει δώσει τα στοιχεία του μπορεί να λαμβάνει τον φόρο απευθείας από τους ενοικιαστές.

Σε περίπτωση που η χώρα διαμονής είναι στην Ευρώπη, στην Κίνα ή την Λατινική Αμερική θα χρειαστεί να υπολογιστεί και ο ΦΠΑ στις υπηρεσίες. Όλες οι χώρες της Ευρώπης, η Ελβετία, η Αλβανία, η Νορβηγία, η Ισλανδία και η Νότια Αφρική, που φορολογούν τις υπηρεσίες, η επιχείρηση θα πρέπει να εισπράττει ΦΠΑ. Το εισόδημα των οικοδεσποτών ίσως να μην φορολογείται ολόκληρο. Φορολογείται το ενοίκιο, το στεγαστικό δάνειο, οι προμήθειες ενοικίασης και άλλα. Σημαντικό ρόλο παίζει και το αν νοικιάζει ή είναι ο ιδιοκτήτης, πόσες διανυκτερεύσεις έχουν κάνει οι φιλοξενούμενοι, η φορολογική κατηγορία αλλά και το καθαρό ποσό είσπραξης.

Η είσπραξη και η καταβολή των φόρων γίνεται αυτόματα κάθε φορά που ολοκληρώνεται μια κράτηση. Βέβαια υπάρχει και η περίπτωση της μη αυτόματης είσπραξης σε ορισμένες περιοχές. Όταν ο οικοδεσπότης εισάγει την διεύθυνση του το σύστημα αυτόματα αναγνωρίζει τι φόροι αναλογούν. Κάποιοι από αυτούς ίσως να μην γίνεται η αυτόματη είσπραξη τους και να χρειάζεται αυτοπροσώπως να γίνει η είσπραξη. Δηλαδή υπάρχει διαφορά ανάμεσα στους τοπικούς και περιφερειακούς φόρους, μπορεί να εισπράττει τον έναν αυτόματα και όχι τον άλλο.

#### **5.2 Οι παγίδες φορολογίας.**

Η φορολογία των βραχυχρόνιων μισθώσεων έχει απασχολήσει τώρα τελευταία τους ιδιοκτήτες ακινήτων διαθέσιμων στην πλατφόρμα Airbnb, αφού θα γίνουν νομοθετικές παρεμβάσεις φορολογικά και ελεγκτικά. Πίσω βέβαια από αυτές τις ρυθμίσεις κρύβονται πέντε παγίδες για όσους ανήκουν στην Airbnb, Home Away και Booking.com.

Είναι πλέον υποχρεωτική η συλλογή ηλεκτρονικών αποδείξεων για το 30% του εισοδήματος τους που θα φορολογείται ως 45%. Παράλληλα γίνεται και έλεγχος για όσα ακίνητα δεν είναι εγγεγραμμένα στο Μητρώο Ακινήτων. Η νέα φορολογία των ιδιοκτητών ακινήτων Airbnb περιλαμβάνει:

- Ηλεκτρονικές αποδείξεις.
- Φόρο εισοδήματος ως 45%.
- Έκπτωση φόρου για δαπάνες επισκευής.
- Νέο τεκμήριο κατοικίας.
- Αποβολή από τις πλατφόρμες όσων δεν είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο Ακινήτων.



## 5.3 Airbnb ή μακροχρόνια μίσθωση;

Η βραχυχρόνια μίσθωση βρίσκεται στην πτώση της, αφού έχει αυξηθεί η προσφορά της παρά η ζήτησή της, με αποτέλεσμα να μειώνονται τα έσοδα των ιδιοκτητών που διαθέτουν τα ακίνητά τους.

Η Airbnb έκανε την εμφάνισή της στην Ελλάδα την περίοδο της οικονομικής κρίσης και με πολύ γρήγορους ρυθμούς επικράτησε στην τουριστική αγορά. Πολλά τα οφέλη που προσέφερε, όπως οι γειτονιές που ανέβηκαν σε επίπεδο, οι ιδιοκτήτες αύξησαν το εισόδημα τους, υπήρξε άνοδος στις αγοραπωλησίες ακινήτων, αλλά δεν ωφέλησε στο γεγονός ότι τα ενοίκια αυξήθηκαν σε εξαιρετικά μεγάλο βαθμό.

Η πτώση της έχει ξεκινήσει με τα έσοδα των ιδιοκτητών να μειώνονται. Καθώς μειώνεται και η πληρότητα των ακινήτων και το μόνο που αυξάνεται είναι η καταχώρηση τους στην πλατφόρμα. Εξαιτίας του μεγάλου ανταγωνισμού και της προσφοράς ο μέσος όρος των εσόδων το έτος 2018 έφτασε στο ποσοστό του 28%. Άρχισαν πολλοί να ανακαινίζουν τα ακίνητα τους, να προσφέρουν όλες τις ανέσεις στους ενοικιαστές μέσω της πλατφόρμας αλλά και πολλοί φορολογήθηκαν υποχρεωτικά όπως και πλήρωναν όλα τα πάγια έξοδα των ακινήτων.

Σήμερα οι τουρίστες επιλέγουν το ακίνητο με βάση την ημερήσια τιμή και όχι με βάση την τοποθεσία όπως γινόταν εξ' αρχής. Επιλέγουν συνοικίες χαμηλού κόστους, όπως η Κυψέλη και όχι τις γνωστές ακριβές γειτονιές του κέντρου. Για τον λόγο αυτό πολλοί θα κάνουν στροφή στην μακροχρόνια μίσθωση.

Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος οι τιμές στα ακίνητα έχουν φτάσει στα ύψη. Το πρώτο τρίμηνο του 2019, ενάντια στο έτος 2018, αυξήθηκαν κατά 5,1% οι τιμές στα καινούρια διαμερίσματα των τελευταίων 5 ετών και 4,9% στα παλιά. Το δεύτερο τρίμηνο του 2019 σε αντίθεση με το 2018 ήταν 7,7% για τα καινούρια διαμερίσματα και 7,6% για τα πιο παλιά. Το 2018 τα νέα διαμερίσματα ήταν στο ποσοστό 1,9% και τα παλιά στο ποσοστό 1,6%.

Περισσότερη αύξηση σημειώθηκε στην Αθήνα (11,1%) και έπειτα στην Θεσσαλονίκη (7%), ενώ στις υπόλοιπες περιοχές ήταν 4,9% και σε μεγάλες περιοχές 4,1%.

## 5.4 Φορολογία και booking στην Ελλάδα.

Στην αρχή της πλατφόρμας Airbnb και Booking ο ιδιοκτήτης του ακινήτου δεν φορολογούνταν, κάτι που πλέον άλλαξε με την νέα νομοθεσία. Η νέα νομοθεσία περιλαμβάνει την εγγραφή στο μητρώο ακινήτων της ΑΑΔΕ (Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων) για κάθε νέα καταχώρηση ακινήτου στις πλατφόρμες, δήλωση στην ΑΑΔΕ κάθε φορά που θα ολοκληρώνεται κράτηση μέσω της πλατφόρμας, μέγιστο όριο μίσθωσης που να μην υπερβαίνει τις 90 μέρες ανά έτος και για τα νησιά με πληθυσμό μικρότερο των 10.000 κατοίκων να μην ξεπερνά τις 60 μέρες. Επίσης το εισοδηματικό κριτήριο ανέρχεται στα 12.000 ευρώ ανά έτος, συνεπώς απευθύνεται σε ιδιοκτήτες που διαθέτουν προσωρινά τα ακίνητα τους και δεν λειτουργούν ως επιχείρηση.

Το εισόδημα των 12.000 ευρώ φορολογείται με 15%, για εισόδημα μέχρι 35.000 ευρώ με 35% και για άνω των 35.000 ευρώ με 45%. Ο σκοπός είναι η αποφυγή της φοροδιαφυγής, για τον λόγο αυτό ο νόμος φέρει και κυρώσεις στους παραβάτες του και συγκεκριμένα το πρόστιμο των 5.000 ευρώ.

Αν παραβεί και δεν δηλώσει το ακίνητο για τις μέρες που πρέπει το πρόστιμο θα είναι το διπλάσιο της τιμής του ακινήτου που έχει δηλώσει την ημέρα. Αν έχει λήξει η δήλωση στην ΑΑΔΕ και δεν έχει δηλώσει το ακίνητο ακόμα υπάρχει πρόστιμο 100 ευρώ.

Συνεπώς, είναι πλέον κατανοητό ότι η βραχυχρόνια μίσθωση επιφέρει αυστηρούς κανόνες και επιβάλλεται η τήρησή τους.

## 5.5 Τα ευρωπαϊκά και ελληνικά μέτρα περιορισμού.

### Τα ευρωπαϊκά μέτρα.

Σε αντίθεση με τις περισσότερες ξένες χώρες, το βραχυπρόθεσμο σύστημα ενοικίασης δεν υπόκειται στους νόμους και τους κανονισμούς της χώρας, επειδή τα προγραμματισμένα μέτρα εξακολουθούν να είναι σε χαρτί λόγω της πανδημικής κρίσης. Ωστόσο, στις περισσότερες ευρωπαϊκές πόλεις, οι βραχυπρόθεσμες δραστηριότητες ενοικίασης ρυθμίζονται και είναι χρονικά περιορισμένες. Σύμφωνα με μια έρευνα που διενήργησε η Ernst & Young, οι πόλεις της ΕΕ με ενεργές τουριστικές δραστηριότητες φαίνεται να έχουν υιοθετήσει διαφορετικούς κανονισμούς για βραχυπρόθεσμες μισθώσεις ακινήτων. Συγκεκριμένα, έχουν ληφθεί διάφορα μέτρα για τη ρύθμιση της Airbnb, όπως η απαίτηση ειδικών αδειών, ο περιορισμός του χρόνου ενοικίασης, η καταβολή φόρων ενοικίασης και η ταξινόμηση των βραχυπρόθεσμων ενοικίων ως παράνομων υπό ορισμένες προϋποθέσεις.

Στο Παρίσι, σύμφωνα με το νόμο που τέθηκε σε ισχύ τον Ιανουάριο του 2020, οι βραχυπρόθεσμες πλατφόρμες ενοικίασης πρέπει να αναφέρουν την ταυτότητα του ιδιοκτήτη, το συνολικό εισόδημα και τον αριθμό των κρατήσεων που πραγματοποιήθηκαν πέρυσι στην τοπική φορολογική αρχή. Εάν ο ενοικιαστής ζει για τουλάχιστον οκτώ μήνες το χρόνο, δηλαδή είναι το πρώτο του σπίτι, τότε το ενοίκιο θα περιοριστεί και θα επιβληθεί όριο στον αριθμό των διανυκτερεύσεων (120 ημέρες) και ορισμένες κύριες κατοικίες δεν έχουν χρονικό όριο (π.χ. δωμάτιο). Εάν πρόκειται για εξοχική κατοικία που ενοικιάζεται όλο το χρόνο, ο ιδιοκτήτης πρέπει να αποκτήσει έναν αριθμό καταχώρησης ακινήτου από τον δήμο. Για παράδειγμα, στη Μαδρίτη. Είναι απαραίτητο να νοικιάσετε βραχυπρόθεσμα σπίτι για περισσότερες από 90 ημέρες στο κέντρο της πόλης για να έχετε ανεξάρτητη εισοδο. Επιπλέον, ο ιδιοκτήτης του καταλύματος πρέπει να λάβει έναν αριθμό εγγραφής από τον δήμο.

Στη Βαρκελώνη, η περίοδος ενοικίασης για βραχυπρόθεσμα καταλύματα περιορίζεται σε 31 ημέρες. Μετά από επιθεώρηση από αξιωματούχους της πόλης, το κατάλυμα πρέπει να θεωρηθεί κατάλληλο για χρήση από τουρίστες και στη συνέχεια θα ληφθεί ένας αριθμός εγγραφής. Στο Βερολίνο, ο ιδιοκτήτης που νοικιάζει το πρώτο σπίτι πρέπει να λάβει άδεια, ανεξάρτητα από τη διάρκεια του ενοικιαζόμενου σπιτιού. Ωστόσο, για το δεύτερο σπίτι, υπάρχει ένα όριο στον αριθμό των ημερών ενοικίασης (90 ημέρες). Αντίθετα, δεν υπάρχουν περιορισμοί στα δωμάτια που καταλαμβάνουν μόνο λιγότερο από το 50% του συνολικού χώρου διαβίωσης.

Για το Άμστερνταμ, από τον Ιανουάριο του 2019, η μέγιστη περίοδος ενοικίασης για βραχυπρόθεσμα καταλύματα είναι 30 ημέρες το χρόνο, διαφορετικά απαιτούνται ειδικές άδειες και ο ιδιοκτήτης σπιτιού πρέπει να δηλώσει βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις στον δήμο. Στη Ρώμη, ο ιδιοκτήτης της κατοικίας πρέπει να ενημερώσει τις αρμόδιες αρχές για τα στοιχεία του επισκέπτη μέσω ειδικής πλατφόρμας και να παράσχει αντίγραφο της ταυτότητάς του ή του διαβατηρίου του. Στη Νέα Υόρκη, όπου τα περισσότερα καταλύματα της Airbnb βρίσκονται εκεί, το κανονιστικό πλαίσιο είναι εντελώς διαφορετικό από τα

ευρωπαϊκά δεδομένα. Συγκεκριμένα, στη Νέα Υόρκη, ένα κατάλυμα ενοικιάζεται για 30 συνεχόμενες ημέρες, εκτός εάν μόνιμοι κάτοικοι και επισκέπτες ζουν ταυτόχρονα στο κατάλυμα. Προκειμένου να επιβληθούν αυστηρότεροι περιορισμοί στις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις, έγινε προσπάθεια να ψηφιστεί ένας νόμος που τελικά θεωρήθηκε αντισυνταγματικός. Σύμφωνα με αυτόν τον νόμο, όλες οι βραχυπρόθεσμες πλατφόρμες ενοικίασης πρέπει να ενημερώνουν τον δήμο για την ταυτότητα και τη διεύθυνση των ενοικιαστών.

### **Τα ελληνικά μέτρα.**

Σύμφωνα με την έρευνα της Ernst & Young, η Ελλάδα είναι μια χώρα στην Ευρώπη που δεν έχει επιβάλει περιορισμούς στις βραχυπρόθεσμες μισθώσεις ή τουλάχιστον δεν έχει τεθεί σε ισχύ. Σύμφωνα με τα τελευταία νέα, η ταχεία ανάπτυξη των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων ακινήτων, σε συνδυασμό με την εμφάνιση της φοροδιαφυγής, υπογραμμίζει την ανάγκη για ένα νέο κανονιστικό πλαίσιο. Ο σκοπός του πλαισίου είναι να αναπτυχθεί ένας βιώσιμος λειτουργικός κανονισμός για την προστασία των χρηστών αυτών των υπηρεσιών, την επίλυση στρεβλώσεων στην αγορά ακινήτων και τη δίκαιη κατανομή των φορολογικών βαρών.

Τα μέτρα που προωθούνται περιλαμβάνουν την εξαίρεση ακινήτων από την πλατφόρμα κοινής χρήσης, εάν δεν είναι εγγεγραμμένα. Επιπλέον, η πλατφόρμα κοινής χρήσης θα αποκαλύψει τα δεδομένα των μελών της στο ΑΑΔΕ, διαφορετικά, η φορολογική διοίκηση θα έχει την ευκαιρία να ζητήσει από τους εγχώριους παρόχους σύνδεσης Διαδικτύου να απενεργοποιήσουν τις σχετικές σελίδες. Και, όπως σήμερα, η ασφάλιση ακινήτων και επισκεπτών μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για ζημιές σε ακίνητα, με την πλατφόρμα Airbnb να λειτουργεί ως μεσάζων. Το ίδιο ισχύει και για τον τραυματισμό του επισκέπτη και στη συνέχεια ο επισκέπτης ζητά αποζημίωση από τον ιδιοκτήτη. Ως εκ τούτου, τα νέα μέτρα θα παρέχουν ασφάλιση για επισκέπτες και ακίνητα. Τέλος, σκοπεύει να επιβάλει πρόστιμα 5.000 έως 30.000 ευρώ σε οποιονδήποτε εκτός από εκείνους που αρνούνται να παράσχουν πληροφορίες στις φορολογικές αρχές.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

#### 6.1 Οι επιπτώσεις στην τουριστική βιομηχανία της Ελλάδας.

Η τουριστική βιομηχανία έχει δεχθεί παρενέργειες από την βραχυχρόνια μίσθωση, λόγω της αλματώδους αύξησης των μισθώσεων των ακινήτων στην Ελλάδα. Βέβαια έγινε προσπάθεια να τιθασευτεί αυτή η επιχείρηση μέσω της φορολογίας και πλέον φορολογούνται οι οικοδεσπότες που διαθέτουν τα ακίνητα τους για βραχυχρόνια μίσθωση. Ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, θεωρεί ανεξέλεγκτο φαινόμενο την πλατφόρμα Airbnb και την οικονομία διαμοιρασμού αφού έχουν επηρεαστεί αρνητικά. Υπάρχουν οικοδεσπότες που διαθέτουν ένα σπίτι και θα μπορούσαν να μην φορολογηθούν για το ένα σπίτι. Αντιθέτως, υπάρχουν και οικοδεσπότες που διαθέτουν εκατό σπίτια και φορολογούνται και εκεί υπάρχει ο μη έλεγχος αφού μιλάμε για επιχείρηση με ξενοδοχειακές υπηρεσίες και όχι οικονομία διαμοιρασμού. Κάτι που θεωρείται απειλή για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Αρχικά, το κίνητρο αυτής της οικονομίας ήταν ο τουρίστας να νιώσει την άνεση και να ζήσει σαν ντόπιος στην περιοχή που θα νοίκιαζε. Αυτό το κίνητρο δεν ισχύει πλέον αφού έχουν <<διωχθεί>> οι ντόπιοι από αρκετές περιοχές της Αθήνας λόγω υψηλών ενοικίων μακροχρόνιων μισθώσεων, ένα αρνητικό αποτέλεσμα της οικονομίας διαμοιρασμού.

Όλη αυτή η ανεξέλεγκτη άνοδος της Airbnb στο μέλλον θα δημιουργήσει την ασφυξία στα ελληνικά νησιά. Θα γίνονται περισσότερες καταχωρήσεις ακινήτων που θα επιφέρουν αρκετούς τουρίστες σε ένα μέρος, πράγμα το οποίο θα καταστήσει αυτόν τον τόπο μη επισκέψιμο άλλο αυτή την περίοδο.

Στην Ελλάδα, η αυξημένη ζήτηση για τουριστικά καταλύματα κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης οδήγησε σε άνθηση της οικονομίας. Όλο και περισσότεροι ιδιοκτήτες χρησιμοποιούν νέες επιχειρηματικές μορφές βραχυπρόθεσμων μισθώσεων για τουριστικά καταλύματα και η χρήση της τεχνολογίας παίζει καθοριστικό ρόλο στην επέκταση αυτών των συναλλαγών, δημιουργώντας ευκαιρίες για αυξημένο εισόδημα. Αναμφίβολα, η πλατφόρμα που έχει θέση στον τομέα των βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων είναι η Airbnb. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΠΑΣΥΔΑ, τον Απρίλιο του 2019, υπήρχαν 8.989 καταλύματα δραστηριοτήτων σε πλατφόρμες τύπου Airbnb στην πρωτεύουσα, τα περισσότερα από τα οποία ήταν ολόκληρα σπίτια και μόνο το 10% ήταν ανεξάρτητα δωμάτια. Σύμφωνα με στοιχεία της AirDNA, μιας εταιρείας που μελετά δεδομένα βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων στην Ελλάδα, τον Δεκέμβριο του 2018, υπήρχαν 72.144 ακίνητα διαθέσιμα για βραχυπρόθεσμη ενοικίαση σε ολόκληρη την επικράτεια. Ως ο κύριος ανταγωνιστής των παραδοσιακών υπηρεσιών φιλοξενίας, η Airbnb συμβάλλει στην προώθηση της οικονομίας κοινής χρήσης, επηρεάζοντας τη χώρα μας με διάφορους τρόπους. Όπως κάθε νέο προϊόν που εισέρχεται στην αγορά, οι βραχυπρόθεσμες μισθώσεις έχουν επίσης διαφορές και ερωτήσεις.

## 6.2 Η απειλή στον τουρισμό, την κοινωνία και το οικιστικό περιβάλλον.

Οι βραχυχρόνιες μισθώσεις έχουν επιφέρει απειλές στην τουριστική βιομηχανία, την κοινωνική συνοχή και το οικιστικό περιβάλλον. Εξαιτίας της έλλειψης σπιτιών ενοικίασης τα ενοίκια των ήδη ενοικιαζόμενων σπιτιών έχουν εκτοξευθεί στα ύψη. Ειδικότερα, για παράδειγμα στα Χανιά μόνο 400 σπίτια ανήκουν στην μακροχρόνια μίσθωση και 4.500 στην βραχυχρόνια το διάστημα Νοέμβριο 2018- Ιανουάριο 2019, και αύξηση τιμών των ενοικίων στο 9.3%. Κυριότερο πρόβλημα είναι αυτό των πολλών ενοικιαστών, δηλαδή σε μια πολυκατοικία που ένα διαμέρισμα είναι βραχυχρόνιας μίσθωσης συχνά μπαينوβγαίνουν διαφορετικά άτομα και αυτό δημιουργεί ανασφάλεια στους υπόλοιπους ενοίκους, όπως και ενόχληση από τυχών ηχορύπανση.

Σε αυτά τα διαμερίσματα οι παροχές είναι απλές πλήρης αλλά απλές, δεν υπάρχουν ανέσεις όπως στα ξενοδοχεία, είναι χαμηλού επιπέδου παροχές και αυτό κάνει την Ελλάδα κατώτερη στα μάτια των τουριστών, την στιγμή που η χώρα μας είναι μια από τις δημοφιλέστερες σε τουρισμό παγκοσμίως.

Ειδικότερα στην τουριστική βιομηχανία προκύπτει πως η ταχεία ανάπτυξη των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων βοήθησε στην προώθηση της κοινής οικονομίας. Η τουριστική βιομηχανία πρέπει να αντιμετωπίσει έναν τεράστιο ανταγωνιστή. Σύμφωνα με μια μελέτη του Grant Thornton στο Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, το μέγεθος της κοινής οικονομίας στον τουριστικό κλάδο της χώρας εκτιμάται ότι κυμαίνεται μεταξύ 1,38 δισεκατομμυρίων ευρώ και 1,46 δισεκατομμυρίων ευρώ και η απώλεια εσόδων από διαμονή σε ξενοδοχεία είναι 523 ευρώ έως 554 εκατομμύρια ευρώ ετησίως.

Ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ κ. Γιάννης Ρέτσος είπε πως ελλείπει ρυθμιστικού πλαισίου, η αγορά που αναπτύχθηκε στην Ελλάδα είχε τεράστιο αντίκτυπο στο κοινωνικό επίπεδο. Η επέκταση των προορισμών και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος οφείλονται στην επιδείνωση της αστικής δομής. Όπως επεσήμανε ο ΣΕΤΕ, υπάρχει άνιση μεταχείριση για καταλύματα με άδεια και ακίνητα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για βραχυπρόθεσμες μισθώσεις. Προσπαθώντας να εποπτευθούν συγκεκριμένες δραστηριότητες μόνο από τη σκοπιά της φορολογίας, αλλά ταυτόχρονα, οι βασικές συνθήκες λειτουργίας των ακινήτων δεν προβλέπονται και δεν έχουν ολοκληρωθεί. Από τη μία πλευρά δεν έχουν εκδοθεί οι ΚΥΑ που ορίζει ο νόμος και από την άλλη καθίσταται ανεφάρμοστη.

Στην κοινωνία η επίπτωση είναι πως πολλοί ιδιοκτήτες προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν παλαιότερα ακίνητα ακίνητα. Η έλλειψη ελέγχου και φορολογίας της κοινής οικονομίας έχει αυξήσει τα κίνητρα για τέτοιες δραστηριότητες. Η έρευνα του Grant Thornton σχετικά με τις άμεσες ξένες επενδύσεις πιστεύει ότι εάν υπάρχει αρνητικός αντίκτυπος στην απασχόληση, τη φορολογία και το εισόδημα από την ασφάλιση, η κατανομή της οικονομίας θα στρεβλώσει την ικανότητα εφαρμογής αποτελεσματικών κοινωνικών πολιτικών και ένα μέρος του πληθυσμού θα στραφεί στη σκιώδη οικονομία. Η παρουσία έλλειψης ακινήτων οδήγησε στο γεγονός πως αυτό συνέβη επειδή «σε σύγκριση με τους ενοικιαστές ορισμένου χρόνου, το κέρδος από επενδυτικά προϊόντα σχεδόν διπλασιάστηκε ή τριπλασιάστηκε, με αποτέλεσμα υπερβολικά ενοίκια και εξαφάνιση ακινήτων», σύμφωνα με τον κ. Ποταμιανό, πρόεδρο μεσιτών Αττικής.

Οι δικαστικές αποφάσεις για τον περιορισμό του φαινομένου αναφέρουν πως ειδικά στην Ισπανία, κάποιος έθεσε το ζήτημα ότι το σπίτι που ενοικιάστηκε από την Airbnb πρέπει να έχει ξεχωριστή είσοδο. Πόσο όφελος θα αποφέρει στην αγορά είναι ένα άλλο ζήτημα.

Ωστόσο, εάν ληφθεί αυτή η απόφαση, θα υπάρξουν προβλήματα στην πολυκατοικία και αυτό το φαινόμενο θα επηρεαστεί σοβαρά. Ταυτόχρονα, εκδόθηκε δικαστική απόφαση τον Δεκέμβριο που απαγορεύει τη βραχυπρόθεσμη ενοικίαση ακινήτων μέσω πλατφορμών τύπου Airbnb στην παράκτια περιοχή της Χαλκιδικής. Το Μονομελές Πρωτοδικείο Θεσσαλονίκης θέτει υποχρεωμένο τον ιδιοκτήτη να διακόπτει τον επαγγελματισμό της περιουσίας του. Αυτή είναι η πρώτη απόφαση για την αναγνώριση των κανονισμών στέγασης, απαγορεύοντας τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις για εμπορικούς σκοπούς.

Όσον αφορά το ρυθμιστικό πλαίσιο για να προσδιοριστεί ο αντίκτυπος των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων μέσω της κοινής οικονομίας και της έλλειψης κανονιστικού πλαισίου, πρέπει να ληφθούν μέτρα. Σύμφωνα με τον Πρόεδρο του ΣΕΤΕ, πρέπει να υπάρχει ένα πλαίσιο που, κατ' αρχήν, θα πρέπει να διασφαλίζει τη συμμετρία των ρυθμίσεων και των χρηματοδοτήσεων, αλλά δεν θα πρέπει να έχει ανεξέλεγκτες επιπτώσεις στη λειτουργία του προορισμού. Από αυτή την άποψη, πρέπει να λάβουμε υπόψη διεθνείς πρακτικές, η πρακτική δείχνει, μεταξύ άλλων, ότι η πηγή φορολογίας παράγει περισσότερα έσοδα και μειώνει τη φοροδιαφυγή, διευκολύνοντας έτσι το έργο των αρχών. Τυπικά παραδείγματα είναι οι πόλεις της Δανίας και της Γαλλίας, αλλά αυτό το μέτρο έχει επίσης εφαρμοστεί με επιτυχία σε κράτη στις Ηνωμένες Πολιτείες. Όσον αφορά την εποπτεία, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη σημαντικοί παράγοντες-μέτρα που προκύπτουν από διεθνείς πρακτικές:

- Αξιόπιστη και πλήρης τήρηση αρχείων.
- Καθοριστικό όριο για τον αριθμό των ακινήτων και τον αριθμό ημερών που θα διαμείνει κάθε ιδιοκτήτης.
- Καθοριστικό ποσοστό των βραχυπρόθεσμων ενοικίων κατοικιών που διατίθενται προς ενοικίαση σε κάθε περιοχή.
- Οι ιδιοκτήτες ακινήτων πρέπει να φέρουν σαφείς υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένων των κανονισμών σε επίπεδο υποδομής και της προστασίας των δικαιωμάτων των ταξιδιωτών.
- Παροχή μηχανισμών παρακολούθησης και ελέγχου της εφαρμογής των κανονισμών. Με τη σύναψη συμφωνιών που διευκολύνουν την άμεση ανταλλαγή δεδομένων, οι ρυθμιστικές αρχές και οι διαμεσολαβητές συνεργάζονται για να μοιράζονται τις οικονομικές υπηρεσίες με τον ακριβή τρόπο.

### **6.3 Οι περιορισμοί στην μίσθωση της Airbnb.**

Καθώς εξαπλώνεται το φαινόμενο των βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων τύπου Airbnb, η κυβέρνηση ελπίζει να περιορίσει τον αριθμό των ημερών διαμονής κάθε χρόνο, περιορίζοντας ταυτόχρονα τον αριθμό των ακινήτων που μπορεί να έχει κάθε φορολογούμενος μέσω της πλατφόρμας ενοικίασης τύπου Airbnb. Το Υπουργείο Οικονομίας, Οικονομικών, Εργασίας και Τουρισμού λαμβάνει ήδη σχετική απόφαση, η οποία φαίνεται να ισχύει από το 2016 έως ότου τεθεί σε ισχύ.

Ειδικότερα η κυβέρνηση παίρνει μέτρα ενάντια στις βραχυχρόνιες μισθώσεις, θέτοντας όριο στις διανυκτερεύσεις ανά έτος, αλλά και όριο στον αριθμό των ακινήτων που θα διαθέσει ο ιδιοκτήτης μέσω της πλατφόρμας. Όλα αυτά διαδραματίζονται την στιγμή που το φαινόμενο Airbnb και η βραχυχρόνια μίσθωση έχουν εξαπλωθεί και διαπρέπουν παγκοσμίως. Ο σκοπός και στόχος της κυβέρνησης είναι να αποτρέψει και να σταματήσει τις παρενέργειες που έχουν προκαλέσει οι βραχυχρόνιες μισθώσεις. Το σύνολο τους ανέρχεται στα δύο δις. Ευρώ το έτος 2018.

Οι περιορισμοί που θέτει η κυβέρνηση είναι οι εξής :

- Η απαγόρευση της μίσθωσης περισσότερων από δύο ακίνητα ανά αριθμό φορολογικού μητρώου.
- Απαγόρευση της μίσθωσης ακινήτου άνω των 90 ημερών ανά έτος. Εξαιρούνται τα νησιά με κατοίκους κάτω των 10.000 που έχουν όριο τις 60 μέρες .
- Για περαιτέρω μίσθωση άνω των 90 ημερών ή 60 ημερών ο ιδιοκτήτης θα πρέπει να αποδεικνύει ότι έχει εισόδημα από την μίσθωση του ακινήτου ανέρχεται έως 12.000 ευρώ ανά έτος.

Οι σχετικοί κανονισμοί δεν έχουν ενεργοποιηθεί ποτέ, αλλά τώρα φαίνεται ότι θα αποτελέσουν τη βάση του πρώτου εμποδίου στις σχετικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα που έκανε ο Grant Thornton εκ μέρους του Hellenic Hotel Association, στην Αθήνα, η κοινή οικονομία (Airbnb, Homeaway, Booking κ.λπ.) έχει αυξηθεί κατά 25%, με αποτέλεσμα αύξηση 9,3% στις τιμές ενοικίασης. Σε τουριστικά σημεία όπως το Κουκάκι και το επιχειρηματικό τρίγωνο (Ακρόπολη, Μοναστηράκι, Πλάκα κ.λπ.), τα μακροπρόθεσμα ενοίκια αυξήθηκαν ακόμη και κατά 20% σε 25% και μερικές φορές έφτασαν ακόμη και το 30%. Το αποτέλεσμα μιας περιορισμένης προσφοράς.

Οι σχετικές διατάξεις φαίνεται πως θα αποτελέσουν το πρώτο εμπόδιο σε αυτή την δραστηριότητα. Η πρόσφατη έρευνα της Grant Thornton, έδειξε πως στην Αθήνα η οικονομία διαμοιρασμού αυξήθηκε σε ποσοστό 25%, γεγονός που οδήγησε σε αύξηση των ενοικίων σε ποσοστό 9,3%. Συγκεκριμένα, σε περιοχές όπως το Κουκάκι, η Ακρόπολη, το Μοναστηράκι και η Πλάκα, περιοχές με υψηλή τουριστική ζήτηση τα ενοίκια αυξήθηκαν σε ποσοστό 20-30%.

Σε χώρες του εξωτερικού η κατάσταση με τις βραχυχρόνιες μισθώσεις είναι χειρότερη απ' ότι στην Αθήνα, διότι οι περιορισμοί δεν υπάρχουν μόνο στις συνοικίες αλλά σε ολόκληρες πόλεις. Ειδικότερα στην Βαρκελώνη, είναι η απαραίτητη η χορήγηση ειδικής άδειας για την μίσθωση ενός ακινήτου. Η συγκεκριμένη νομοθεσία έχει ισχύ από το 2014, από τότε δεν έχει χορηγηθεί καμία άδεια με σκοπό την μη εξάπλωση του φαινομένου. Στην Καταλονία υπάρχουν σε σύνολο πάνω από 9.600 διαμερίσματα χωρίς άδεια, λιγότερα φυσικά από της Αθήνας που ανέρχονται στα 12.000. Επίσης, στο Βερολίνο υπήρχε γενική απαγόρευση βραχυχρόνιας μίσθωσης. Το 2018 τέθηκε σε ισχύ νέος νόμος σχετικά με τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, που προέβλεπε στην χορήγηση άδειας των ακινήτων ανάλογα με την μορφή τους, εάν είναι μόνο ένα δωμάτιο, εάν αποτελεί την κύρια κατοικία και άλλα. Σε ευρωπαϊκές πόλεις υπάρχει πρόβλημα στέγασης και έλλειψη ακινήτων λόγω ότι δεν μπορούν να επεκταθούν αυτές οι περιοχές. Αντιθέτως στην Αθήνα, η οικονομική κρίση οφείλεται για το γεγονός ότι το 20% των διαμερισμάτων είναι κενά.

## **6.4 Οι επιπτώσεις της πανδημίας του Covid19 στον τουρισμό της Ελλάδας και παγκόσμια.**

### **6.4.1 Η πανδημία του κορονοϊού στην Ελλάδα και το εξωτερικό.**

Η πανδημία της νόσου του κορονοϊού εμφανίστηκε πρώτη φορά τον Δεκέμβριο του 2019 στην πόλη Ουχάν, της Κίνας. Η νόσος του κορονοϊού (COVID-19) είναι μια μολυσματική

ασθένεια, ραγδαία διαδιδόμενη και επικίνδυνη για τα άτομα με υποκείμενα νοσήματα, που προκαλείται από τον πρόσφατα ανακαλυφθέντα κορονοϊό. Τα περισσότερα άτομα με COVID-19 έχουν ήπια έως μέτρια συμπτώματα και μπορούν να αναρρώσουν χωρίς ειδική θεραπεία. Μέχρι σήμερα, έχουν επιβεβαιωθεί περισσότερα από 113 εκατομμύρια περιστατικά σε 215 χώρες και περιοχές. Σύμφωνα με αναφορές, η ασθένεια προκάλεσε περισσότερους από 2,51 εκατομμύρια θανάτους και 89 εκατομμύρια ανθρώπους που έχουν αναρρώσει.

Στην Ελλάδα το πρώτο κρούσμα επιβεβαιώθηκε τέλη Φεβρουαρίου του 2020. Λόγω της ραγδαίας αύξησης των κρουσμάτων ο πρωθυπουργός της Ελλάδας Κυριάκος Μητσοτάκης «μιμήθηκε» τις υπόλοιπες χώρες, που είχαν ήδη προσβληθεί από την πανδημία, και επέβαλε καθολικό λοκντάουν σε ολόκληρη την χώρα διάρκειας δύο μηνών, προκειμένου να μειωθεί η διασπορά και οι θάνατοι που προκλήθηκαν.

Το λοκντάουν (συνήθως γνωστό ως απαγόρευση κυκλοφορίας) είναι μια απαίτηση του κράτους ότι μια ομάδα ανθρώπων πρέπει να παραμείνει στο μέρος που βρίσκεται. Αυτό συμβαίνει συνήθως επειδή είναι επικίνδυνο για αυτούς ή άλλους εάν μπορούν να μετακινηθούν ελεύθερα. Το λοκντάουν χρησιμοποιείται ευρέως παγκοσμίως για τον περιορισμό της εξάπλωσης της πανδημίας το 2020. Τα εμπόδια εισόδου και εξόδου μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την προστασία του λαού μιας χώρας. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί σε συστήματα υπολογιστών για την προστασία από απειλές ή εξωτερικά συμβάντα. Σε ένα κλειδωμά, η πόρτα του κτηρίου είναι συνήθως κλειδωμένη για να αποφευχθεί η είσοδος και η έξοδος. Ο συνολικός αποκλεισμός σημαίνει ότι οι άνθρωποι πρέπει να μείνουν εκεί που βρίσκονται και δεν πρέπει να φύγουν ή να εισέλθουν στο κτίριο ή στα δωμάτιά του, αλλά πρέπει να πάνε στο πλησιέστερο ασφαλές μέρος (εκτός εάν το κτίριο στο οποίο είναι ασφαλή). Μπορεί να αποκλειστεί χωρίς εξωτερικές απειλές, έτσι ώστε οι συμμετέχοντες να είναι εξοικειωμένοι με τη λειτουργία σε περίπτωση αποκλεισμού εισόδου και εξόδου.

## **6.4.2 Οι συνέπειες της πανδημίας στον τουρισμό.**

Η πανδημία απειλεί την καθημερινή ζωή ανθρώπων σε όλο τον κόσμο. Οι άνθρωποι που ταξιδεύουν, ταξιδεύουν και εργάζονται σε αυτό χτύπησαν σκληρά.

Στην περίοδο του λοκντάουν σταμάτησε η λειτουργία όλων των καταστημάτων της χώρας, το λιανεμπόριο και όλη η οικονομία τέθηκε σε παύση, με σκοπό την μείωση της διασποράς του κορονοϊού και την πρόληψη. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα πλήχθηκε και η οικονομία του τουρισμού. Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), αυτή η πανδημία αναμένεται να προκαλέσει απώλεια 100 εκατομμυρίων τουριστικών θέσεων παγκοσμίως και να μειώσει το ΑΕΠ κατά 2,7 τρισεκατομμύρια δολάρια. Ο αντίκτυπος της πανδημίας στην τουριστική βιομηχανία αναμένεται να είναι πέντε φορές μεγαλύτερος από την οικονομική κρίση του 2008. Ταυτόχρονα, σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO), ο αριθμός των παγκόσμιων τουριστών μειώθηκε κατά 22% το πρώτο τρίμηνο. Για ολόκληρο το 2020, ο ΔΟΑΕ εξετάζει τρεις πιθανές επιλογές με βάση το πότε θα αρθούν οι περιορισμοί ταξιδιού: Εάν τα σύνορα ανοίγουν σταδιακά τον Ιούλιο, Σεπτέμβριο ή Δεκέμβριο, ο αριθμός των αφίξεων παγκοσμίως θα μειωθεί κατά 58%, 70% και 78%. Δεδομένου ότι ο τουρισμός είναι ένας σημαντικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας, ο αντίκτυπος στη χώρα μας και σε πολλές σχετικές υπηρεσίες θα είναι τεράστιος. Η τουριστική βιομηχανία αντιπροσωπεύει άμεσα το 11,7% του ΑΕΠ και έμμεσα το 25,7% έως 30,9% του ΑΕΠ. Τον μήνα αιχμής, η άμεση συμβολή στην απασχόληση έφτασε το 16,7% και η έμμεση συμβολή στην απασχόληση έφτασε το 36,7% -44,2%. Τα τελευταία χρόνια, ο τομέας διαδραμάτισε ηγετικό ρόλο στη μείωση της ανεργίας. Οι ετήσιες επενδύσεις στον τουρισμό φτάνουν τα 5 δισεκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων 1,9 δισεκατομμύρια είναι η εγχώρια προστιθέμενη αξία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της STR, τα μέσα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο (RevPAR)



στην Ελλάδα μειώθηκαν κατά 69,4% το Μάρτιο, το οποίο είναι χαμηλότερο από αυτό της Ιταλίας (92,8%), αλλά υψηλότερο από αυτό της Γαλλίας (67,7%), της Πορτογαλίας (66% ) και της Τουρκίας (57,5%). Καθ' όλη τη διάρκεια του πρώτου τριμήνου, η μείωση της Αθήνας ήταν 32,5%, η μείωση της Θεσσαλονίκης ήταν 15,6% και η μείωση των τουριστικών αξιοθεάτων ήταν 40,9%. Ταυτόχρονα, σύμφωνα με τα τρέχοντα στοιχεία, η απώλεια ελληνικών ξενοδοχείων εκτιμάται ότι ανέρχεται σε 4,46 δισεκατομμύρια ευρώ, συμπεριλαμβανομένων 3,26 δισεκατομμυρίων ευρώ για εποχιακά ξενοδοχεία και 1,2 δισεκατομμυρίων ευρώ για ξενοδοχεία δώδεκα μηνών. Η μείωση της τουριστικής ροής οφείλεται αφενός στους ταξιδιωτικούς περιορισμούς και το κλείσιμο των συνόρων και, αφετέρου, στη μείωση της ζήτησης. Ο ιός εξαπλώθηκε ραγδαία σε πολλές από τις σημαντικότερες χώρες καταγωγής για τους τουρίστες (Γαλλία, Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ηνωμένες Πολιτείες, Ιταλία) και αναμένεται να προκαλέσει σημαντική μείωση του εισοδήματος.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις του Υπουργείου Τουρισμού, ακόμη και υπό αισιόδοξες συνθήκες, η απώλεια εσόδων το 2020 θα είναι κοντά στα 10 δισεκατομμύρια ευρώ και μόνο 8 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ από τα έσοδα 18,2 δισεκατομμυρίων ευρώ το 2019. Δεν υπάρχει τρόπος να αντισταθμιστεί αυτή η απώλεια. Από την άλλη πλευρά, η καλή απόδοση της χώρας στην αντιμετώπιση της πανδημίας μπορεί να της επιτρέψει να καταλάβει μεγαλύτερο μερίδιο της συρρικνωμένης αγοράς φέτος. Η ανάλυση εισάγει επίσης εν συντομία τις τουριστικές και ταξιδιωτικές οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, τις χώρες και τα ευρωπαϊκά φορολογικά μέτρα που στηρίζουν την οικονομία, καθώς και τα πρόσφατα μέτρα που έλαβε η ελληνική κυβέρνηση για την επανεκκίνηση του τουρισμού. Περιλαμβάνει μια ενδεικτική εκτίμηση του αντίκτυπου της πανδημίας στην τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα κατά τη διετή περίοδο και τις προοπτικές ανάκαμψης έως το τέλος του 2022 με βάση τις τρεις επιλογές βασικής, αισιόδοξης και απαισιόδοξης. Το ερευνητικό μέρος της έκθεσης εκτιμά ότι έως το 2020, η συνολική προστιθέμενη αξία του κλάδου θα μειωθεί από 22 δισεκατομμύρια το 2019 σε 14 δισεκατομμύρια (βασικό σενάριο), 12 δισεκατομμύρια (απαισιόδοξο σενάριο) ή 16 δισεκατομμύρια ευρώ (αισιόδοξο σενάριο). Σε αυτές τις τρεις περιπτώσεις, η μεγαλύτερη μείωση αναμένεται το δεύτερο τρίμηνο του 2020, που κυμαίνεται από 41% έως 53%, και το βασικό ποσοστό συρρίκνωσης εκτιμάται σε 49%.

Η έκθεση τελειώνει με μια σειρά συστάσεων για τις ταξιδιωτικές εταιρείες να αντιμετωπίσουν τον αντίκτυπο της πανδημίας και να την προσαρμόσουν στην εποχή μετά το COVID. Οι οποίες είναι:

- Προτεραιότητα σε θέματα υγείας και ασφάλειας
- Συστηματική παρακολούθηση των εξελίξεων και διατήρηση στενής επαφής με προμηθευτές, επενδυτές και ρυθμιστικές αρχές
- Προσοχή στη ρευστότητα
- Δυναμική διαχείριση και διοίκηση, καθώς και παρακολούθηση της ανάπτυξης κρίσεων
- Πρόσβαση σε νέες αγορές και δημιουργία στρατηγικών συμμαχιών με χώρες με παρόμοια επιδημιολογικά χαρακτηριστικά.

Η Ernst & Young Greece παρουσίασε ένα εργαλείο ειδικά σχεδιασμένο για ξενοδόχους σε μια διαδικτυακή συζήτηση που διοργανώθηκε από το money-tourism.gr τη Δευτέρα 15 Ιουνίου για να τους παρέχει υποστήριξη, ώστε να αποφασίσουν να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους ή να μην ξεκινήσουν την επιχείρησή τους, πάντα με ορθολογικό τρόπο.

Οι συνέπειες περιλαμβάνουν και τον παγκόσμιο τουρισμό. Κάθε χώρα προσπάθησε να προβεί σε διεξόδους έτσι ώστε να λειτουργήσει η οικονομία του τουρισμού της πάντα με ασφάλεια για τους πολίτες που ζουν μέσα σε αυτή αλλά και για τους επισκέπτες. Το Χονγκ Κονγκ και η Σιγκαπούρη ανακοίνωσαν την επανάληψη του τουρισμού μέσω του τουριστικού διαδρόμου. Αυτό σημαίνει ότι οι ταξιδιώτες θα μπορούν να ταξιδεύουν μεταξύ των δύο

περιοχών από τις 22 Νοεμβρίου 2020. Οι τουρίστες πρέπει να παρουσιάσουν ένα αρνητικό τεστ κορονοϊού για κάθε διαδρομή.

Η αρχαία πόλη των Ίνκας, Machu Picchu στις Περουβιανές Άνδεις έκλεισε λόγω πανδημίας και άνοιξε ξανά σχεδόν οκτώ μήνες αργότερα. Οι αρχές του Περού διοργάνωσαν τελετή Ίνκας για να τιμήσουν την επανάληψη της τελετής. Για να διατηρηθεί η απόσταση, η αρχαία πόλη των Ίνκας επιτρέπει έως και 675 τουρίστες την ημέρα. Συνήθως επιτρέπεται το ένα τρίτο του κανονικού αριθμού.

Επτά εκατομμύρια άνθρωποι γιορτάζουν το Καρναβάλι του Ρίο ντε Τζανέιρο, το οποίο είναι ένας από τους μεγαλύτερους εορτασμούς στον κόσμο. Λόγω της πανδημίας, οι μεγάλες πόλεις της Βραζιλίας έχουν πλέον ακυρώσει το καρναβάλι του 2021. Το ποσοστό θανάτου της Βραζιλίας είναι η δεύτερη υψηλότερη χώρα στον κόσμο μετά τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ινδία, με τον αριθμό των θανάτων να πλησιάζει τους 160.000. Στην Γερμανία προκειμένου να περιοριστεί η εξάπλωση του κορονοϊού, η κυβέρνηση ανακοίνωσε νέα μέτρα. Οι νέοι κανονισμοί επηρεάζουν επίσης τα ταξίδια, καθώς η διανυκτέρευση σε ξενοδοχεία απαγορεύεται για τουριστικούς σκοπούς και τα θέατρα και οι κινηματογράφοι είναι κλειστά. Τα καφέ και τα εστιατόρια επιτρέπουν μόνο οικογενειακά γεύματα.

Η πόλη της Νυρεμβέργης ανακοίνωσε πρόσφατα ότι έλαβε αυτήν την απόφαση λόγω της ταχείας αύξησης των περιπτώσεων κορονοϊού, να ακυρώσει την χριστουγεννιάτικη αγορά. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Robert Koch, δεν υπήρξε κίνδυνος στα Κανάρια Νησιά. Η άρση των περιορισμών αφορά κυρίως τις απαιτήσεις των ταξιδιωτικών γραφείων. Για αυτούς, αυτά τα νησιά με ζεστό κλίμα στις ακτές της Αφρικής αποτελούν σημαντική πηγή εισοδήματος καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η αυστραλιανή κυβέρνηση ελπίζει να δημιουργήσει τουριστικούς διαδρόμους χαμηλού κόστους μεταξύ γειτονικών χωρών όπως η Ιαπωνία, η Νότια Κορέα και η Σιγκαπούρη. Από τα μέσα Οκτωβρίου, τουρίστες από τη Νέα Ζηλανδία μπορούν να εισέλθουν στην Αυστραλία χωρίς καραντίνα.

### **6.4.3 Οι επιπτώσεις της πανδημίας και στα AIRBNB.**

Σύμφωνα με μια μελέτη που διεξήγαγε η Ernst & Young, το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), ο αντίκτυπος της πανδημίας στον τουρισμό έχει επίσης επηρεάσει τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις ακινήτων (Airbnb). Σύμφωνα με αυτήν την έρευνα, η Airbnb έχει μια περίοδο προσαρμογής σε νέα δεδομένα, κυρίως λόγω συμβάσεων υγείας, επειδή θεωρητικά, η Airbnb θα παρέχει μεγαλύτερη ασφάλιση υγείας από τα ξενοδοχεία, αλλά πρέπει να σημειωθεί ότι η ανταγωνιστικότητα της μονάδας Airbnb και των ξενοδοχείων δεν είναι υψηλή, επειδή ο στόχος της Airbnb είναι το χαμηλότερο εισόδημα. Αυτή η μελέτη περιγράφει τις τρέχουσες τάσεις στη βιομηχανία του τουρισμού και της διαμονής. Δυστυχώς, αυτό δείχνει ότι η πανδημία στον κόσμο και σε ολόκληρη τη χώρα έχει επηρεάσει σοβαρά την ξενοδοχειακή βιομηχανία. Συγκεκριμένα, το πλήγμα για τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις ακινήτων αντικατοπτρίζεται στο γεγονός ότι η Airbnb αποτιμήθηκε στα 31 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ τον Μάρτιο του 2017 και στα τέλη Απριλίου 2020, η αξία της μειώθηκε σημαντικά, εκτιμώμενη σε 18 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ. Στην Ελλάδα, φαίνεται να αναδύεται μια νέα πραγματικότητα στην αγορά ακινήτων, με την αύξηση των τιμών των ενοικιαζόμενων διαμερισμάτων, τα οποία λειτουργούν πρόσφατα ως καταλύματα τύπου Airbnb.

Ειδικά στην πόλη της Αθήνας, ανάλογα με την περιοχή, η προσφορά ενοικίασης ακινήτων για μακροχρόνιες μισθώσεις κυμαίνεται από 5% έως 44,4% και η βραχυπρόθεσμη προσφορά μειώνεται ανάλογα μέσω της ενοικίασης Airbnb. Ωστόσο, όπως έδειξε η έρευνα, η Airbnb θα έχει αρκετό χρόνο να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα, κυρίως λόγω συμβάσεων υγείας, επειδή θεωρητικά, η Airbnb θα παρέχει μεγαλύτερη ασφάλιση υγείας από τα ξενοδοχεία. Όσον αφορά την Airbnb, την τουριστική βιομηχανία στην Αθήνα, με την ταχεία ανάπτυξη των τελευταίων ετών (εκτός από την πανδημία), η Airbnb θεωρείται

σημαντικό μέρος της. Στην πραγματικότητα, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι δεδομένου ότι στόχος της Airbnb είναι η μείωση των εσόδων, η Airbnb και ο ξενοδοχειακός τομέας δεν είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικοί.

Μέσω μιας συγκριτικής ανάλυσης της βιομηχανίας καταλύματος και ξενοδοχείων της Airbnb, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι τα περισσότερα αρχεία καταλυμάτων βρίσκονται στην ανεπτυγμένη τουριστική περιοχή, η οποία διαθέτει μεγάλο αριθμό κλινών στον ξενοδοχειακό κλάδο. Παρόλο που έχει σημειωθεί αύξηση στα καταλύματα της Airbnb σε αυτές τις περιοχές, τα ξενοδοχεία τριών αστέρων έως πέντε αστέρων δεν έχουν σημαντική επίδραση στην απόδοση του ξενοδοχείου από την Airbnb, το οποίο αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος της χωρητικότητας της πόλης της Αθήνας.

Λόγω του πλήρους παγώματος οποιονδήποτε τουριστικών δραστηριοτήτων που προκαλούνται από την πανδημία, ο αντίκτυπος στη βραχυπρόθεσμη αγορά ενοικίασης αντικατοπτρίζεται σε ευρύτερο επίπεδο και στην Ελλάδα. Η «δεύτερη ημέρα» μετά την κατάργηση των ταξιδιωτικών περιορισμών και των οικονομικών δραστηριοτήτων είναι ένα δύσκολη. Η υπερπροσφορά και η φθίνουσα ζήτηση για ακίνητα προέρχονται κυρίως από ξένους τουρίστες, οι οποίοι έχουν προωθήσει την ανάπτυξη της βραχυπρόθεσμης αγοράς ενοικίασης τα τελευταία χρόνια, προκαλώντας στους ιδιοκτήτες να βρουν άλλα καταστήματα. Πρόσφατες μελέτες έχουν δείξει ότι ανακαινισμένα διαμερίσματα με επίπλωση που προορίζονται για βραχυπρόθεσμη ενοικίαση μπορούν πλέον να ενοικιαστούν ή να πωληθούν για μακροπρόθεσμα.

Η κατάσταση γίνεται όλο και πιο περίπλοκη. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία απαιτεί την προσωρινή αναστολή βραχυπρόθεσμων μισθώσεων κάθε ακινήτου για λόγους δημόσιας υγείας και περιορισμούς στη διαμονή που επιτρέπονται από το Υπουργείο Τουρισμού. Σύμφωνα με την Ένωση Ξενοδόχων, για λόγους προστασίας της δημόσιας υγείας, τα ιδιωτικά ακίνητα που προσφέρονται για βραχυπρόθεσμες μισθώσεις πρέπει να συμμορφώνονται με συγκεκριμένους κανονισμούς, δηλαδή να περιλαμβάνουν μονοκατοικίες τουλάχιστον 80 τετραγωνικών μέτρων. Ταυτόχρονα, σύμφωνα με την πλατφόρμα έρευνας βραχυπρόθεσμης ενοικίασης AirDNA, ο αριθμός των νέων κρατήσεων μειώθηκε κατά περισσότερο από 80%, ενώ ο αριθμός των ακυρωμένων κρατήσεων μειώθηκε κατά 90%. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Airbnb (Δεκέμβριος 2019), η ελληνική αγορά "μέτρησε" 118.000 καταχωρίσεις στην πλατφόρμα και ο αριθμός των φιλοξενούμενων πελατών έφτασε τα 2,7 εκατομμύρια. Το 79% των τουριστών προέρχονται από το εξωτερικό. Οι πέντε μεγαλύτερες αγορές της Ελλάδας είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Ιταλία. Επιπλέον, ο μέσος χρόνος παραμονής είναι τέσσερις ημέρες.

### **Η ποσοτικοποίηση της ζημιάς που έχει προκληθεί στην βραχυχρόνια μίσθωση.**

Η επιδημία έχει περιορίσει τα ταξίδια και έχει προκαλέσει σοβαρές «παρενέργειες» στην αγορά, επηρεάζοντας άμεσα τα ταξίδια, τον τουρισμό και άλλες πτυχές. Η παγκόσμια τουριστική βιομηχανία έχει σταματήσει. Οι αεροπορικές εταιρείες αντιμετωπίζουν προβλήματα και τα σύνορα είναι κλειστά. Το ταξίδι είναι αδύνατο. Κανείς δεν γνωρίζει την έκταση της επίδρασης της επιδημίας του κορονοϊού. Ωστόσο, η ιστορία δείχνει ότι όταν συμβαίνει η παγκόσμια κρίση, μακροπρόθεσμα, η τουριστική βιομηχανία έχει αρχίσει να ανακάμπτει. Ο πυρήνας της πολιτικής είναι πώς να υποστηριχθεί καλύτερα η αγορά, οι ιδιοκτήτες, οι επισκέπτες, οι υπάλληλοι και οι τοπικές κοινότητες στις οποίες δραστηριοποιείται η πλατφόρμα, καθώς και οι τοπικές κοινότητες που επηρεάζονται από παγκόσμιες προκλήσεις για την υγεία.

### **Οι τιμές μισθώσεων το επόμενο διάστημα.**

Σύμφωνα με το μοντέλο Airbnb, ο οικοδεσπότης είναι αυτός που καθορίζει τη διαθεσιμότητα της καταχώρισης, πόσο χρεώνει, τους συγκεκριμένους κανόνες για τον τρόπο χρήσης του χώρου και την πολιτική ακύρωσης. Γνωρίζουμε ότι οι οικοδεσπότες μας καθοδηγούνται από

τις οικονομικές τάσεις που δημιουργούνται μέσω της πλατφόρμας Airbnb. Ο οικοδεσπότης θα μπορεί να προσφέρει ευέλικτους όρους, εκπτώσεις για κρατήσεις εκ των προτέρων, εκπτώσεις τελευταίας στιγμής και ειδικές προσφορές για συγκεκριμένες ημερομηνίες. Επομένως, θα υπάρχουν πολλά διαθέσιμα εργαλεία, ώστε οι πιθανοί επισκέπτες να μπορούν να συνεχίσουν να κάνουν κρατήσεις.

### **Η πολιτική ακυρώσεων.**

Σε αυτήν την περίπτωση, ο οικοδεσπότης καθορίζει επίσης την πολιτική ακύρωσης που ισχύει για την κράτηση. Οι όροι και οι προϋποθέσεις ορίζουν επίσης ότι μπορούν να εφαρμοστούν ευνοϊκές πολιτικές για να επιτρέψουν και στα δύο μέρη να ακυρώσουν χωρίς κυρώσεις. Η πολιτική έκτακτης ανάγκης COVID-19 ισχύει επί του παρόντος για κρατήσεις που έγιναν πριν από τις 14 Μαρτίου 2020, έως τις 31 Μαΐου.

### **Οι ενέργειες αγοράς ακινήτων.**

Καθώς η πανδημία COVID-19 οδήγησε σε αυστηρούς ταξιδιωτικούς περιορισμούς, η κοινότητα της Airbnb έχει μεταμορφωθεί για να καλύψει νέες ανάγκες για μακροχρόνια διαμονή. Τώρα, το 80% των οικοδεσποτών δέχονται διαμονή μακράς διάρκειας και περίπου το ήμισυ των ενεργών καταχωρίσεων της Airbnb προσφέρουν τώρα εκπτώσεις σε επισκέπτες που διαμένουν για 1 μήνα ή περισσότερο. Εκτός από τις μακροχρόνιες ενοικιάσεις, διαπιστώθηκε επίσης ότι το ποσοστό των επισκεπτών της Airbnb που κάνουν κράτηση διαφόρων τύπων καταλυμάτων στην περιοχή έχει αυξηθεί, ακόμα κι αν χρειάζονται επιπλέον χώρο για τις οικογένειές τους ή τους ήσυχους χώρους εργασίας. Συνολικά, από τις αρχές Φεβρουαρίου έως σήμερα, η μέση απόσταση μεταξύ της μόνιμης κατοικίας του επισκέπτη και του τόπου όπου ταξιδεύουν μειώθηκε κατά 20%.

### **Η διασφάλιση της υγείας.**

Εφαρμόστηκε ένα παγκόσμιο σχέδιο για την παροχή ασφαλούς στέγασης σε επαγγελματίες υγείας στην πρώτη γραμμή της αντίδρασης στην πανδημία COVID-19. Στην Ελλάδα, τώρα μετράμε περισσότερα από 500 καταλύματα. Επίσης η AIRBNB συνεργάζεται με τον Ελληνικό Οργανισμό Δημόσιας Υγείας. Οι οικοδεσπότες που συμμετέχουν σε αυτό το πρόγραμμα πρέπει να συμμορφώνονται με αυστηρά πρότυπα. Όσον αφορά τα μελλοντικά ταξίδια, έχουν κατατεθεί κατευθυντήριες γραμμές με βάση τις πληροφορίες και τις συστάσεις των Κέντρων Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων .

Επιπρόσθετα, στα τέλη Μαρτίου ανακοινώθηκε η διάθεση 250 εκατ. δολαρίων για να αντισταθμιστούν οι απώλειες που έχουν οικοδεσπότες και οι φιλοξενούμενοι. Η βοήθεια αυτή επιτρέπει στους οικοδεσπότες να λάβουν το 25% του ποσού που λαμβάνουν κανονικά σε περίπτωση ακύρωσης κράτησης. Αυτή η κίνηση θα διατηρηθεί αφού η βιομηχανία αυτή αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες και πιο ανθεκτικές που υπάρχουν στον κόσμο.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

### **ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ**

#### **7.1 Μεθοδολογία έρευνας.**

Η ερευνητική μεθοδολογία πρέπει να ακολουθεί ορισμένες βασικές αρχές που καθορίζουν τη διαδικασία έρευνας και να παρακολουθεί τη συλλογή υλικών (Γαππιάς 2002). Όλα τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στην έρευνα έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ένα ερωτηματολόγιο είναι μια έντυπη ή ηλεκτρονική φόρμα συλλογής δεδομένων στην οποία διαφορετικά άτομα απαντούν ακριβώς στις ίδιες ερωτήσεις με την ίδια σειρά. Συνήθως επιλέγονται ως μέρος ερευνητικών έργων για τη συλλογή δεδομένων για απόψεις και στάσεις με τυποποιημένο, περιγραφικό και επεξηγηματικό τρόπο. Το κύριο πλεονέκτημα αυτού του ερευνητικού εργαλείου είναι ότι είναι οικονομικό, δεν απαιτεί από τον ερωτώμενο να αφιερώσει πολύ χρόνο για να ολοκληρώσει και είναι σχετικά απλό στη δημιουργία και τη χρήση. Από την άλλη πλευρά, ο ερωτώμενος είναι υποχρεωμένος να απαντήσει με συγκεκριμένο τρόπο. Χωρίς ερωτήσεις αορίστου χρόνου, δεν μπορεί να τεκμηριώσει πλήρως την άποψή του.

Επιπλέον, η χρήση εργαλείων διαδικτύου για έρευνες θα πρέπει να στοχεύει άτομα που συχνά έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο και ενδέχεται επίσης να προκύψουν τεχνικά προβλήματα. Η έρευνα χρησιμοποίησε ένα ψηφιακό ερωτηματολόγιο που παρέχεται από τα Έγγραφα Google, τα Google Forms. Αυτό το εργαλείο επιλέχθηκε επειδή ήταν εύκολο για τους ερωτηθέντες να ολοκληρώσουν και δεν χρειάζονταν πολύ χρόνο. Επιπλέον, οι ερευνητές ολοκλήρωσαν με ακρίβεια την ανάλυση μέσω εύχρηστων γραφημάτων.

#### **7.2 Ο σκοπός και ο στόχος της έρευνας.**

Βασικός σκοπός της εν λόγω έρευνας είναι να εκτιμηθεί το κατά πόσο έχουν πληγεί οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και ο ελληνικός τουρισμός από την είσοδο της AIRBNB στην αγορά του τουρισμού τα τελευταία χρόνια, η οποία είναι ιδιαίτερα αισθητή.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

- ✓ Η διερεύνηση ενδεχομένων αλλαγών από μεριάς λειτουργίας των ξενοδοχείων ώστε να προσελκύσουν περισσότερο τουρισμό.
- ✓ Η διερεύνηση συγκεκριμένων παρενεργειών που έχουν προκληθεί(π.χ περικοπές μισθών).
- ✓ Η διερεύνηση του τρόπου λειτουργίας τους ως προς την ασφάλεια και τις βασικές προδιαγραφές που παρέχουν στο τουριστικό κοινό τους.

#### **7.3 Το δείγμα της έρευνας.**

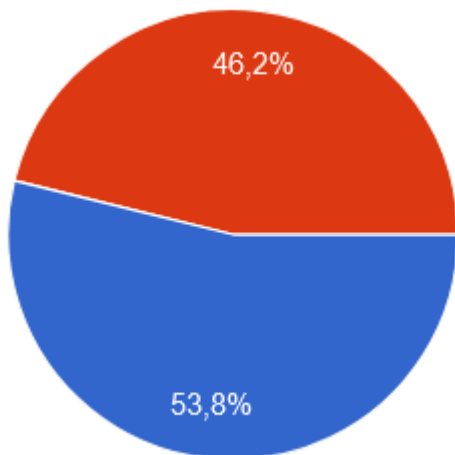
Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω της ποσοτικής μεθόδου με τη χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, απευθυνόμενου αποκλειστικά σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Η φόρμα κοινοποιήθηκε στις ηλεκτρονικές διευθύνσεις των ηλεκτρονικών ταχυδρομείων των ξενοδοχείων. Συλλέχθηκαν 26 απαντημένα ερωτηματολόγια που αποτελούν το δείγμα της έρευνας. Χρειάστηκε ελάχιστος χρόνος για την απάντηση του από κάθε επιχείρηση καθώς ήταν ένα σχετικά μικρό ερωτηματολόγιο 21 ερωτήσεων και καθόλου κουραστικό.

## 7.4 Η έρευνα.

### Ερωτήσεις

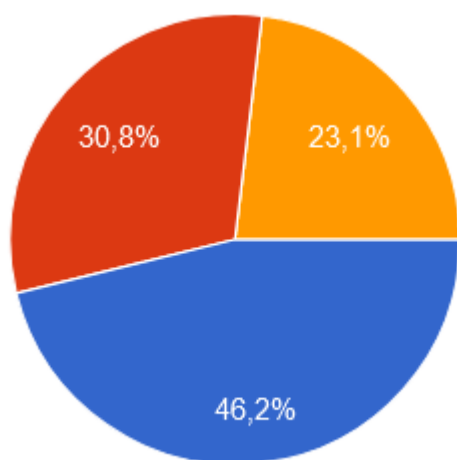
#### 1. Τι κατηγορία ξενοδοχείου έχετε; (αστέρια)

	1-3 αστέρια	3-5 αστέρια
Αριθμός απαντήσεων	14	12
Ποσοστό απαντήσεων	53,80%	46,20%



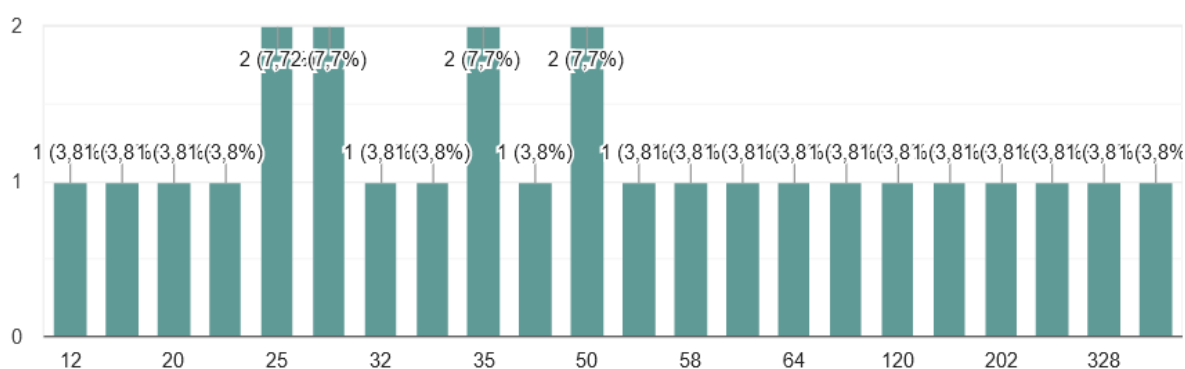
## 2. Τι αριθμό εργαζομένων απασχολείτε;

	5-20 εργαζόμενοι	20-35 εργαζόμενοι	>35 εργαζόμενοι
Αριθμός απαντήσεων	12	8	6
Ποσοστό απαντήσεων	46,20%	38,80%	23,10%



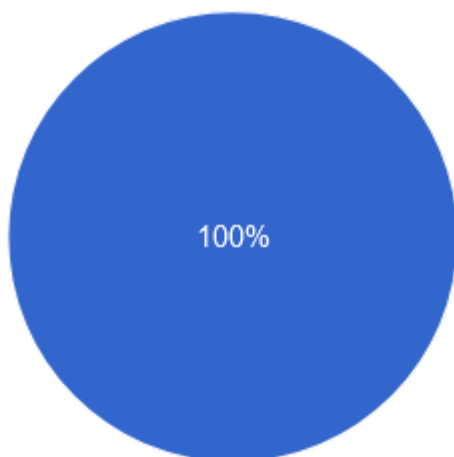
## 3. Ποια είναι η χωριτικότητα του ξενοδοχείου σας; (κλίνες)

	10-40 εργαζόμενοι	40-70 εργαζόμενοι	>70 εργαζόμενοι
Αριθμός απαντήσεων	12	8	6
Ποσοστό απαντήσεων	45,92%	31,21%	22,87%



#### 4. Χρησιμοποιείτε σελίδες ηλεκτρικών κρατήσεων;(π.χ booking.com)

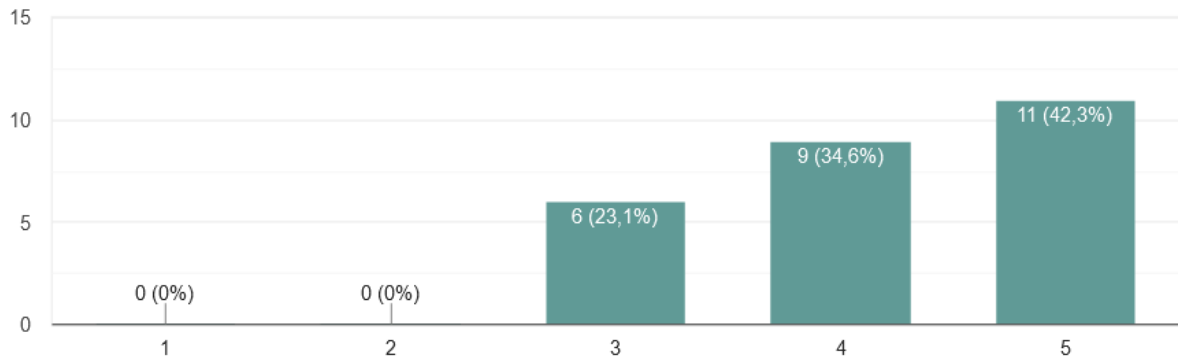
	Ναι	Όχι
Αριθμός απαντήσεων	26	0
Ποσοστό απαντήσεων	100%	0%



#### 5. Πόσο έχει αυξηθεί η πληρότητα σας μέσω των ηλεκτρονικών κρατήσεων;

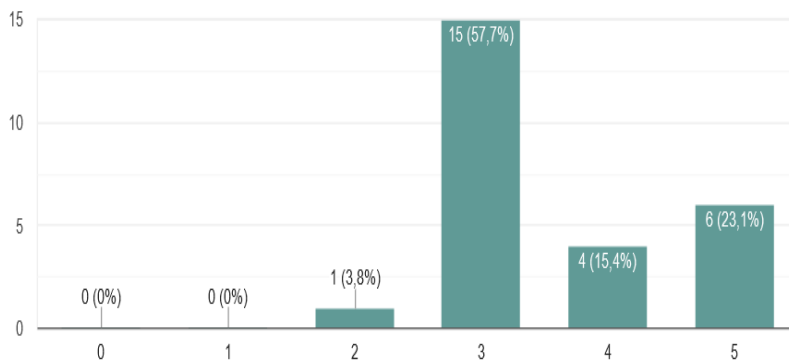
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πάρα Πολύ	Αρκετά
Αριθμός απαντήσεων	0	0	6	9	11
Ποσοστό απαντήσεων	0%	0%	23,10%	34,60%	42,30%





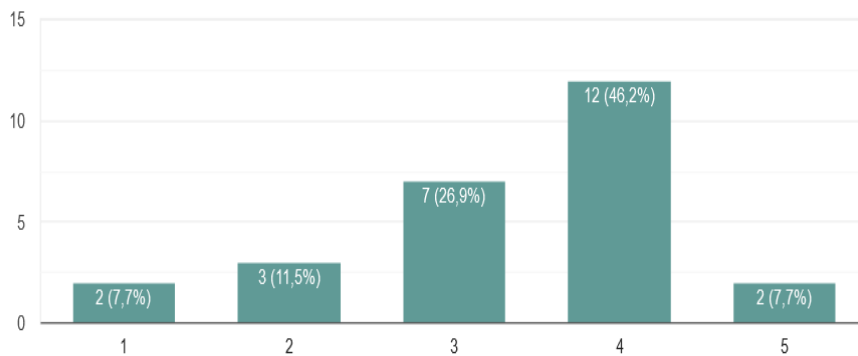
### 6.Πόσο πιστεύετε ότι έχει πληγεί η οικονομία του τουρισμού;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πάρα Πολύ	Αρκετά
Αριθμός απαντήσεων	0	1	15	4	6
Ποσοστό απαντήσεων	0%	3,80%	57,70%	15,40%	23,10%



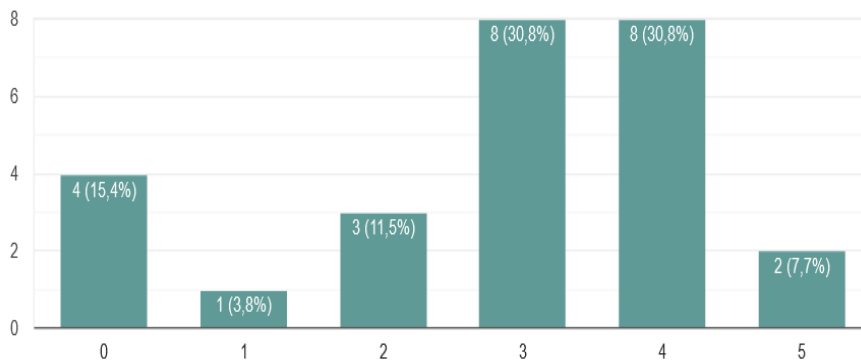
## 7. Πιστεύετε πως τα AIRBNB έχουν καταστρέψει την τουριστική οικονομία

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Αριθμός απαντήσεων	2	3	7	12	2
Ποσοστό απαντήσεων	7,70%	11,50%	26,90%	46,20%	7,70%



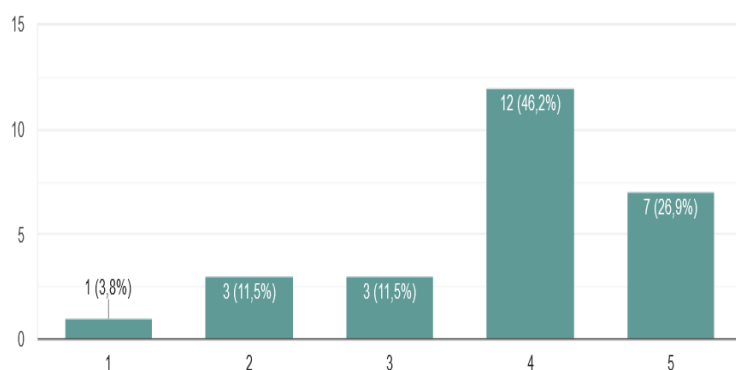
## 8. Πόσο θεωρείται ότι έχετε πληγεί εσείς απο τα AIRBNB;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Αριθμός απαντήσεων	4	1	3	16	2
Ποσοστό απαντήσεων	15,40%	3,80%	11,50%	61,60%	7,70%



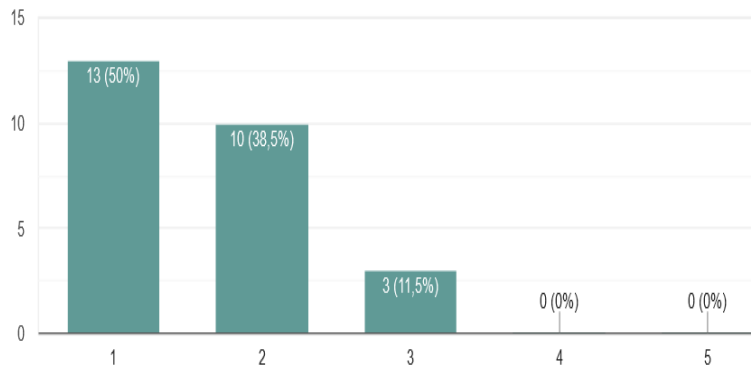
**9. Θεωρείτε απειλή τους οικοδεσπότες της Airbnb που προσφέρουν προς ενοικίαση δέκα σπίτια αντί ενός; Αφού μιλάμε για ξενοδοχειακή επιχείρηση πλέον.**

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πάρα Πολύ	Αρκετά
Αριθμός απαντήσεων	1	3	3	12	7
Ποσοστό απαντήσεων	3,80%	11,50%	11,50%	46,20%	29,60%



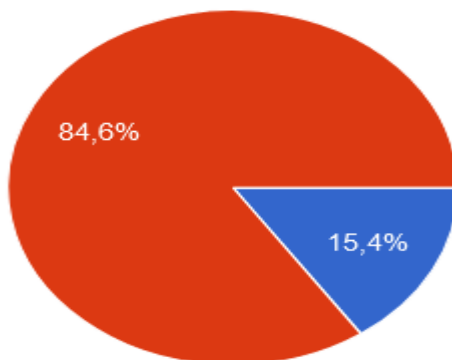
**10. Σας οδήγησε αυτό το φαινόμενο σε περικοπές μισθών λόγω μειωμένης κίνησης ή απολύσεις εργαζομένων;**

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
Αριθμός απαντήσεων	13	10	3	0	0
Ποσοστό απαντήσεων	50,00%	38,50%	11,50%	0,00%	0,00%



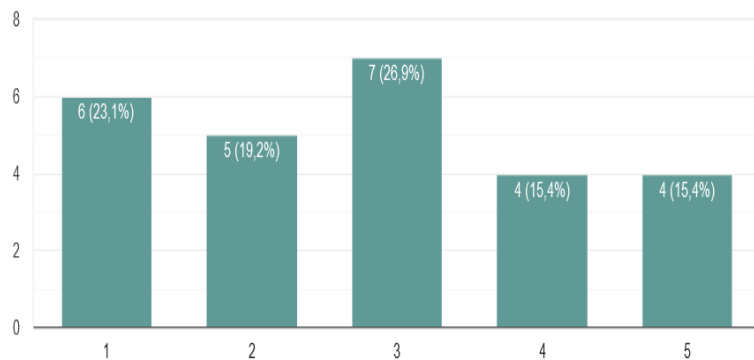
**11. Σκεφτήκατε ποτέ να βάλετε λουκέτο στην επιχείρησή σας;**

	Ναι	Όχι
Αριθμός απαντήσεων	4	22
Ποσοστό απαντήσεων	15,40%	84,60%



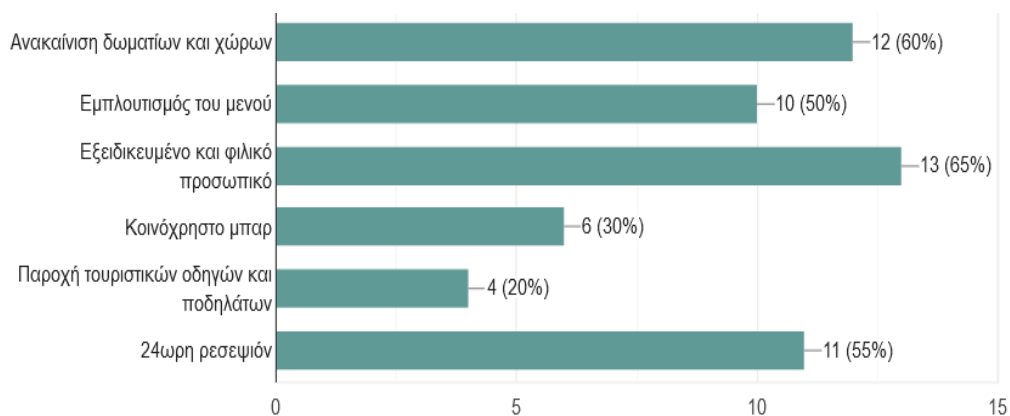
**12. Έχετε αλλάξει τις παροχές σας και την εικόνα σας για να προσελκύσετε τους τουρίστες, ώστε να σας επιλέξουν καλύτερα από ένα AIRBNB;**

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πάρα Πολύ	Αρκετά
Αριθμός απαντήσεων	6	5	7	4	4
Ποσοστό απαντήσεων	23,10%	19,20%	26,90%	15,40%	15,40%



### 13.Ως προς τι αλλάξατε τις παροχές σας και την εικόνα του ξενοδοχείου σας;

	Ανακαίνιση δωματίων και χώρων	Εμπλουτισμός του μενού	Εξειδικευμένο και φιλικό προσωπικό	Κοινόχρηστο μπαρ	Παροχή τουριστικών οδηγών και ποδηλάτων	24ωρη ρεσεψιόν
Αριθμός απαντήσεων	12	10	13	6	4	11
Ποσοστό απαντήσεων	60%	50%	65%	30%	20%	55%

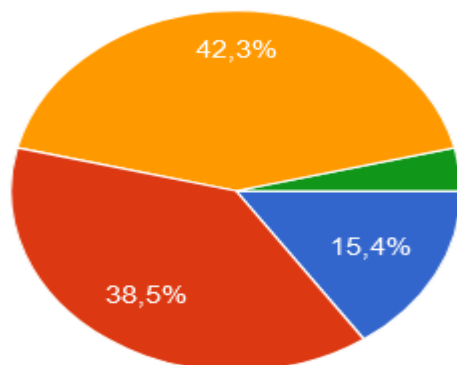


#### 14. Τι θεωρείτε πως διαθέτετε εσείς που τα AIRBNB δεν μπορούν να παρέχουν;

Στη συγκεκριμένη ερώτηση δόθηκαν 23 απαντήσεις οι οποίες ήταν σε μορφή ελεύθερου κειμένου και γι' αυτό το λόγο η αποτύπωσή τους σε στατιστικό πίνακα δεν είναι δυνατή. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το βασικότερο πλεονέκτημα των ξενοδοχείων έναντι των AIRBNB είναι οι παροχές – εγκαταστάσεις τους. Πιο συγκεκριμένα παροχές όπως: εστιατόρια, μπαρ, spa, καταστήματα όπως ακόμη και τα γήπεδα που μπορεί να έχει μία ξενοδοχειακή μονάδα στα πλαίσια των εγκαταστάσεών της είναι κάτι το οποίο ένας μισθωτής AIRBNB είναι από δύσκολο έως και αδύνατο να προσφέρει. Ένα άλλο αναφερθέν προτέρημα των ξενοδοχείων είναι η καθαριότητα – απολύμανση των χώρων τους από εξειδικευμένο προσωπικό σε πολύ συχνή βάση. Τέλος ένα μικρό ποσοστό των απαντήσεων εξέφρασε την πεποίθηση ότι ένα ξενοδοχείο μπορεί να παρέχει μεγαλύτερη ασφάλεια και πιο προσωποποιημένη εμπειρία σε αυτούς που θα τους επιλέξουν λόγω της συνεχούς επαφής του προσωπικού με τους πελάτες.

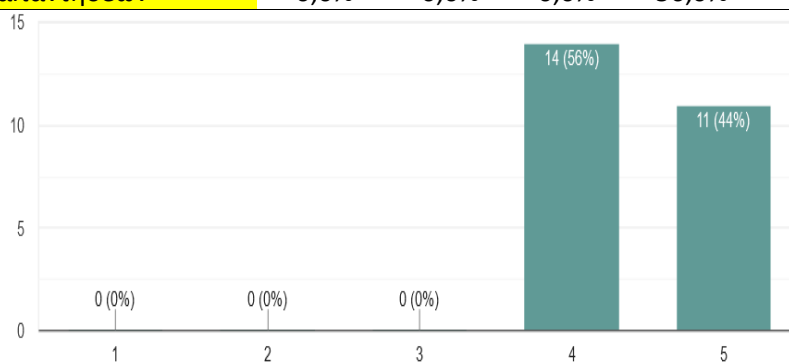
#### 15. Μέχρι στιγμής σε τι ποσοστό κυμαίνεται η πληρότητα σας για τους καλοκαιρινούς μήνες;

	20-40%	40-60%	60-80%	80-100%
Αριθμός απαντήσεων	4	10	11	1
Ποσοστό απαντήσεων	15,4%	38,5%	42,3%	3,8%



**16. Είστε σύμφωνοι με τη νέα φορολογία που επιβλήθηκε στην AIRBNB σχετικά με τις ηλεκτρονικές αποδείξεις και το φορολογητέο εισόδημα στο 45%;**

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Αριθμός απαντήσεων	0	0	0	14	11
Ποσοστό απαντήσεων	0,0%	0,0%	0,0%	56,0%	44,0%



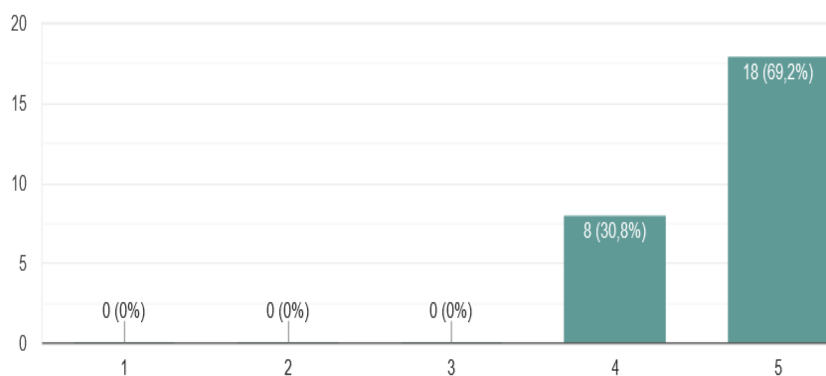
**17. Τα υγειονομικά μέτρα της Airbnb στην Ελλάδα είναι πιο χαλαρά και όχι τόσο αυστηρά όσο σε άλλες χώρες. Υπάρχει η ίδια αντιμετώπιση και στον ξενοδοχειακό τομέα;**

Στη συγκεκριμένη ερώτηση δόθηκαν 20 απαντήσεις οι οποίες ήταν σε μορφή ελεύθερου κειμένου και γι' αυτό το λόγο η αποτύπωσή τους σε στατιστικό πίνακα δεν είναι δυνατή. Το 100% των απαντήσεων θεωρεί ότι τα υγειονομικά μέτρα που έχουν ληφθεί έως τώρα και αφορούν τις μισθώσεις της πλατφόρμας AIRBNB, είναι πολύ πιο χαλαρά σε σχέση με τα αντίστοιχα των ξενοδοχείων. Κάποιοι μάλιστα από τους ιδιοκτήτες που απάντησαν στην συγκεκριμένη ερώτηση θεωρούν ότι ο κρατικός μηχανισμός έχει καθυστερήσει ή αμελήσει

πολλά από τα μέτρα που θα έπρεπε να έχει πάρει για να προστατέψει τους ανθρώπους που επιλέγουν ένα κατάλυμα μέσω του AIRBNB.

**18. Θεωρείτε πως και οι πελάτες και οι ιδιοκτήτες πρέπει να συμμορφώνονται με το πρωτόκολλο καθαριότητας;**

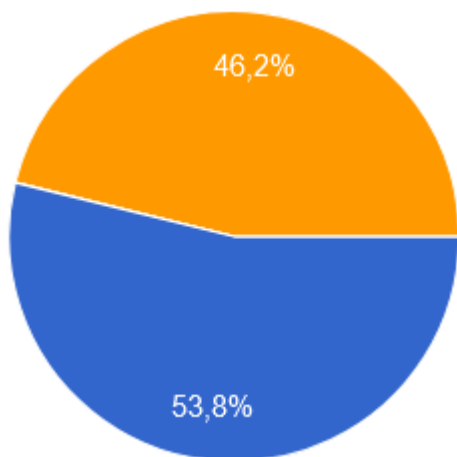
	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πάρα πολύ	Αρκετά
Αριθμός απαντήσεων	0	0	0	8	18
Ποσοστό απαντήσεων	0,0%	0,0%	0,0%	30,8%	69,2%



**19. Τι περιλαμβάνετε εσείς στην καθαριότητα των κλινών σας;**

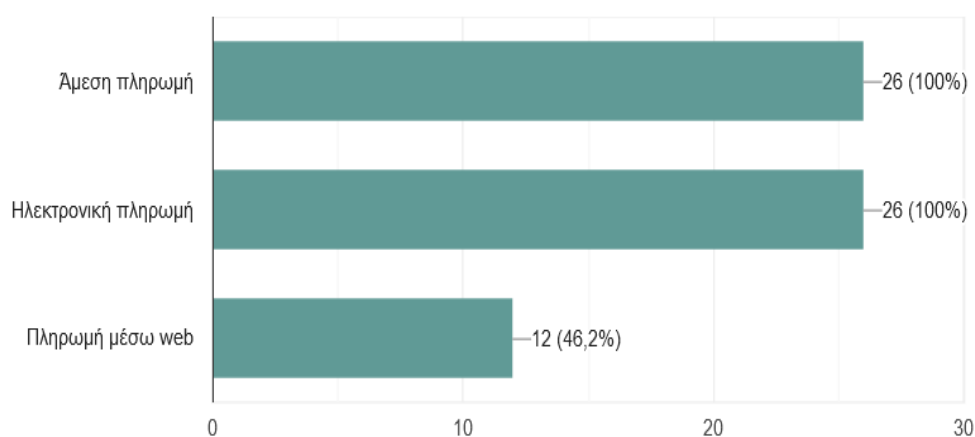
	Καθαρισμός	Απολύμανση	Και τα 2
Αριθμός απαντήσεων	14	0	12
Ποσοστό απαντήσεων	53,8%	0,0%	46,2%





**20. Οι πληρωμές των καταλυμάτων στην πλατφόρμα γίνονται μόνο μέσω αυτής καθώς απαγορεύεται η άμεση πληρωμή για λόγους ασφαλείας. Εσείς τι τρόπους πληρωμής διαθέτετε;**

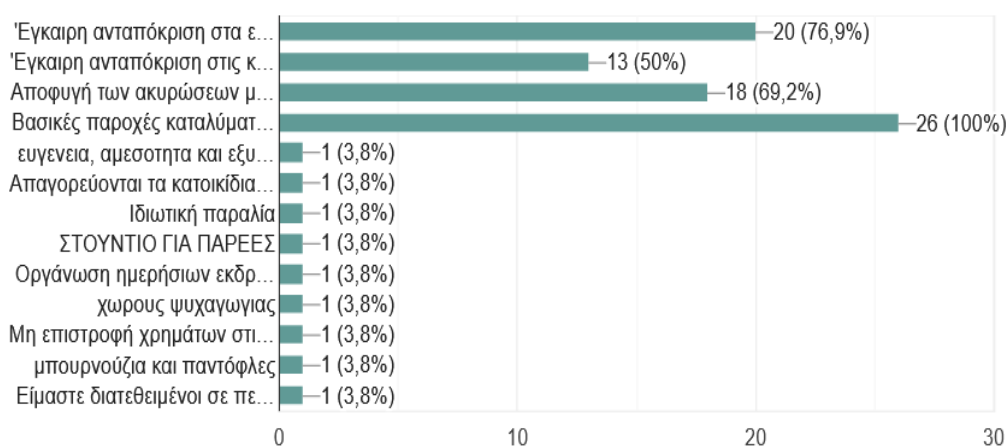
	Άμεση πληρωμή	Ηλεκτρονική πληρωμή	Πληρωμή μέσω web
Αριθμός απαντήσεων	26	26	12
Ποσοστό απαντήσεων	100,0%	100,0%	46,2%



**21. Ποιές είναι οι βασικές προδιαγραφές που τηρείτε;**

Εγκαιρη ανταπόκριση	Εγκαιρη ανταπόκριση	Αποφυγή των	Βασικές παροχές καταλύματος( χαρτί υγείας,
---------------------	---------------------	-------------	--

	στα ερωτήματα πελατών	στις κρατήσεις.	ακυρώσεων μετά το πέρας της προθεσμίας.	σαπούνι χεριών και σώματος, πετσέτες, κλινοσκεπάσματα,μαξιλάρια)
Αριθμός απαντήσεων	20	13	18	26
Ποσοστό απαντήσεων	76,9%	50,0%	69,2%	100%



Ορισμένα ξενοδοχεία στις βασικές προδιαγραφές τους ανέφεραν στην επιλογή “Άλλο” την απαγόρευση των κατοικίδιων, την διάθεση ιδιωτικής παραλίας, στούντιο-διαμερίσματα για παρέες, η οργάνωση ημερήσιων εκδρομών, οι χώροι ψυχαγωγίας, η μη επιστροφή χρημάτων στις προπληρωμένες κρατήσεις, έξτρα είδη προσωπικής φροντίδας( μπουρνούζια και παντόφλες), διαθεσιμότητα ώστε σε περίπτωση ακύρωσης να υπάρχει η δυνατότητα να γίνει μεταφορά ημερομηνιών για καλύτερη εξυπηρέτηση των ίδιων και του πελάτη, είναι μερικές από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

## 7.5 Τα συμπεράσματα και οι προτάσεις.

Στην παρούσα μελέτη έλαβαν μέρος ξενοδοχειακές επιχειρήσεις από διάφορα μέρη της Ελλάδας, στην πλειοψηφία τους ξενοδοχεία 1-3 αστέρων αλλά και 3-5 αστέρων σε μικρότερο ποσοστό. Αναφέρθηκε ως επί το πλείστον ότι η AIRBNB έχει επηρεάσει αρνητικά

την οικονομία του τουρισμού σε γενικότερο πλαίσιο, ειδικότερα όμως σε κάθε επιχείρηση ξεχωριστά η πλειοψηφία θεωρεί ότι η επιρροή κυμαίνεται σε μέτριο βαθμό.

Βέβαια καμία επιχείρηση δεν οδηγήθηκε στο να κλείσει εντελώς αλλά και ούτε σε απολύσεις των εργαζομένων της, ίσως βέβαια σε κάποιες περικοπές μισθών ως αντιστάθμιση σε ότι συνέβη.

Αρκετά ξενοδοχεία θέλησαν να βελτιώσουν τις παροχές τους και την εικόνα τους ώστε να προσελκύσουν το τουριστικό κοινό περισσότερο από την AIRBNB και να διατηρήσουν τα ποσοστά της πληρότητας τους που ως επί το πλείστον είναι στο 60-80%.

Σχετικά με την φορολογία της AIRBNB οι περισσότερες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θεώρησαν δίκαιη την επιβολή της φορολογίας της στο 45% καθώς και στην καθαριότητα τόνισαν ότι δεν υπάρχει η ίδια αντιμετώπιση διότι το υγειονομικό πρωτόκολλο των ξενοδοχείων είναι πιο αυστηρό και όχι τόσο ελαστικό, αφού λειτουργεί εδώ και πάρα πολλά χρόνια. Ο ξενοδοχειακός τομέας είναι εδραιωμένος εδώ και πολλά χρόνια με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζεται σωστά από το κράτος. Εν αντιθέση, το AIRBNB είναι κάτι καινούριο και θα χρειαστεί χρόνος ώστε το κράτος να το αντιμετωπίσει όπως τον ξενοδοχειακό τομέα. Ειδικότερα, προ κορονοϊού τα μέτρα ασφαλείας και υγιεινής κυμαίνονταν σε χαλαρό βαθμό σύμφωνα με την έρευνα.

Οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που έχουν πληγεί από το φαινόμενο αυτό αλλά και όσες θεωρούν ότι στο μέλλον ίσως υπάρξουν παρενέργειες στη λειτουργία τους ,αλλά και για την καλύτερη τους λειτουργία θα μπορούσαν να υιοθετήσουν ορισμένες ιδέες που θα παρουσιαστούν παρακάτω.

- Η ανακαίνιση των χώρων και των υπηρεσιών που προσφέρουν θα προσελκύσει σίγουρα περισσότερους τουρίστες ,ίσως και κάποια συγκεκριμένη ομάδα ατόμων ,αναλόγως και την αλλαγή που θα υιοθετήσουν. Αναμφισβήτητα ένας καλαίσθητος και συνάμα μοντέρνος, ζεστός χώρος σίγουρα τραβάει τα βλέμματα.
- Η δυνατότητα πριν από την κράτηση να παρουσιάζονται όλες οι δραστηριότητες και τα αξιοθέατα εκεί κοντά που θα έχουν την δυνατότητα να επισκεφθούν θα μπορούσαν να αυξήσουν τις κρατήσεις τους.
- Η δημιουργία σουιτών για οικογένειες με πολλά δωμάτια,κουζίνα,καθιστικό και μπαλκόνι αναμφισβήτητα θα προσελκύσει οικογένειες αλλά και μεγάλες παρέες.
- Η εκπαίδευση ενός πλήρως καταρτισμένου, φιλικού προσωπικού που δημιουργεί την εμπειρία μιας πολυτελούς διαμονής αλλά βοηθούν και στην έγκαιρη αντιμετώπιση τυχών προβλημάτων στα δωμάτια .
- Τα σπα, τα εστιατόρια, τα κλαμπ μέσα στο ξενοδοχείο μπορούν να δημιουργήσουν την ψευδαίσθηση μιας μικρής πόλης μια άνασα από το δωμάτιο τους και σίγουρα θα τους εντυπωσιάσει.
- Η διάθεση πλούσιου πρωινού με τοπικά προϊόντα και 24ωρου room service καθώς και η πώληση τοπικών παραδοσιακών προϊόντων μέσα στο ξενοδοχείο.
- Η οργάνωση δραστηριοτήτων στη θάλασσα ή στο βουνό, σπορ με καταρτισμένους επαγγελματίες και η διοργάνωση εκδρομών στις τοποθεσίες τουριστικού ενδιαφέροντος.
- Παροχή ολοκληρωμένων πακέτων διακοπών και ειδικές προσφορές για γκρουπ.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ**

Amichai Hamburger, Y. and Ben Artzi, E. (2003) Loneliness and Internet Use. Computers in Human Behavior, 19, 71-80

Botsman, R., Rogers R. (2010) What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, New York: Harper Collins Publishers

Cartensen, P. , Schmidt, K. (1999) Computer Supported Cooperative Work: New Challenges to Systems Design, Institute of Computer Science

Demary V., (2014) Competition in the Sharing Economy, Koln: Institut der deutschen Wirtschaft

Finley, K. (2013) Trust in the Sharing Economy: An Exploratory Study, The University of Warwick

Frenken, K., (2017) Political economies and environmental futures for the sharing economy, Philosophical Transaction

Heather Levin (2011) Home Exchange – Pros & Cons of Swapping Houses for Vacation

<https://www.moneycrashers.com/house-swap-exchange-homes/>

Hitesh Bhasin (2019), What is Tourism Marketing? Concept Of Tourism Marketing <https://www.marketing91.com/what-is-tourism-marketing/>

Meleo, L., Romolini, A., and De Marco, M. (2016) The Sharing Economy Revolution and Peer-to peer Online Platforms. The Case of Airbnb. International Conference on Exploring Services Science, Springer International Publishing

Rinne A., (2013) Young Global Leaders Sharing Economy Dialogue Position Paper, World Economic Forum

Schor, J., (2014) Debating the Sharing Economy, Great Transition Initiative

Uwe, M., Borghoff, J. and Schlichter, H. (2000) Computer – Supported Cooperative Work, Berlin: Springer

### **B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ**

Grant Thornton, (2015), *Λειτουργία και επίδραση της Οικονομίας Διαμοιρασμού στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα*, ΞΕΕ

Γκούρη, Ν.,(2017) Οικονομία Διαμοιρασμού στον Τουρισμό, Αθήνα: Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας Jean Monnet

Παππάς Θεόδωρος Γ. (2002), Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες

Ανταλλακτική οικονομία και ανταλλακτικός τουρισμός, Ιούλιος 2017  
<https://www.epixeiro.gr/article/2550>

Ρένια Τσιτσιμπίκου (2014) Home Exchange: Κάνε διακοπές με ανταλλαγή σπιτιού!  
<https://www.thetoc.gr/new-life/article/home-exchange-kane-diakopes-me-antallagi-spitiou/>

Ανταλλακτική Οικονομία: πώς εφαρμόζεται στην Ελλάδα σήμερα, Νοέμβριος 2011  
<https://www.ikariamag.gr/%CE%B1%CE%BD%CF%84%CE%B1%CE%BB%CE%BB%CE%B1%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1-%CF%80%CF%8E%CF%82-%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CF%8C%CE%B6%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1-%CF%83%CE%AE%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%B1>

Οδηγός για φορολογικά θέματα σχετικά με τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων τύπου Airbnb (ΑΑΔΕ), Ιούνιος 2019 <https://www.lawspot.gr/nomikes-plirofories/voithitika-kemena/odigos-gia-forologika-themata-shetika-me-ti-vrahyhronia>

Τζένη Πάνου, Γιώργος Σαμοθράκης (2018), Πώς φορολογείται η οικονομία διαμοιρασμού ακινήτων, γνωστή ως Airbnb <https://www.kathimerini.gr/economy/local/980608/pos-forologeitai-i-oikonomia-diamoirasmoy-akiniton-gnosti-os-airbnb/>

Τουρισμός Ελλάδα 2019: Η έκθεση της ΤΤΕ δείχνει αυξημένη τουριστική κίνηση, Οκτώβριος 2019 <https://www.alphafreepress.gr/2019/10/22/oikonomia/tourismos-ellada-2019-i-ekthesi-tis-tte-deixnei-ayksimeni-touristiki-kinisi/>

Αύξηση 4% του παγκόσμιου τουρισμού το α' εξάμηνο του 2019, Σεπτέμβριος 2019  
<https://money-tourism.gr/ayxisi-4-pagkosmiou-toyris moy-to-a-examino-2019/>

Οικονομία διαμοιρασμού: Κοινωνικές επιπτώσεις και ρυθμιστικές παρεμβάσεις  
<https://www.accountancygreece.gr/oikonomia-diamoirasmoy-koinonikes-epiptoseis-kai-rythmistikes-paremvaseis/>

Ηλίας Μπέλλος (2019), Μεγάλη η εξάρτηση από τον τουρισμό  
<https://www.kathimerini.gr/economy/local/1038997/megali-i-exartisi-apo-ton-toyris mo/>

STR: Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον ελληνικό τουρισμό και τα ξενοδοχεία, Δεκέμβριος 2019 [tourismtoday.gr/str-oi-epiptoseis-tis-oikonomikis-krisi](http://tourismtoday.gr/str-oi-epiptoseis-tis-oikonomikis-krisi)

Airbnb: Νομικό Πλαίσιο και Προεκτάσεις, Σεπτέμβριος 2018  
<https://www.offlinepost.gr/2018/09/10/airbnb-%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%80%CE%BB%CE%B1%CE%AF%CF%83%CE%B9%CE%BF->

[%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%B5%CE%BA%CF%84%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/](https://www.kathimerini.gr/society/1012819/i-airbnb-allazei-tin-athina/)

Τασούλα Καραισκάκη (2019), Η Airbnb αλλάζει την Αθήνα <https://www.kathimerini.gr/society/1012819/i-airbnb-allazei-tin-athina/>

Το υγειονομικό πρωτόκολλο της Airbnb, Ιούνιος 2020 <https://www.tornosnews.gr/epixeiriseis/airbnb/44847-to-ygeionomiko-protokollo-ths-airbnb.html>

Η ασφάλειά σας αποτελεί προτεραιότητά μας (2020) , <https://www.airbnb.gr/trust/home-safety>

Ποιες είναι οι βασικές απαιτήσεις της Airbnb για τους οικοδεσπότες; (2020) α , <https://www.airbnb.gr/help/article/576/%CF%80%CE%BF%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%BF%CE%B9-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B1%CF%80%CE%B1%CE%B9%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%B7%CF%82-airbnb-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%B4%CE%B5%CF%83%CF%80%CF%8C%CF%84%CE%B5%CF%82>

Τι φορολογικές υποχρεώσεις έχει ένας οικοδεσπότης; (2020) β, <https://www.airbnb.gr/help/article/481/%CF%84%CE%B9-%CF%86%CE%BF%CF%81%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%85%CF%80%CE%BF%CF%87%CF%81%CE%B5%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%AD%CF%87%CE%B5%CE%B9-%CE%AD%CE%BD%CE%B1%CF%82-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%B4%CE%B5%CF%83%CF%80%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%82>

Ιωάννης Πρωτοπαπαδάκης (2017), Πώς τα ξενοδοχεία μπορούν να αντιμετωπίσουν την Airbnb <https://www.epixeiro.gr/article/3344>

Αυτές είναι οι ανταγωνίστριες της Airbnb (2017), <https://www.insider.gr/toyrismos/70692/aytes-einai-oi-antagonistries-tis-airbnb>

Το ΒΗΜΑ (2019), Ακήρυκτος πόλεμος των ξενοδόχων με την Airbnb <https://www.tovima.gr/2019/07/22/finance/akiryktos-polemos-ton-ksenodoxon-me-tin-airbnb/>

Airbnb VS μακροχρόνια μίσθωση : Τα υπέρ και τα κατά, Οκτώβριος 2019 <https://www.in.gr/2019/10/11/economy/airbnb-vs-makroxronia-misthosi-ta-yper-kai-ta-kata/>

Airbnb: Ποια μέτρα περιορισμού ισχύουν στην Ευρώπη, Ιούνιος 2020 <https://www.capital.gr/agora-akiniton/3462534/airbnb-poia-metra-periorismou-isxuoun-stin-europi>

Airbnb: Ποιες είναι οι αρνητικές επιπτώσεις των βραχυχρόνιων μισθώσεων, Φεβρουάριος 2019 [https://www.ethnos.gr/oikonomia/19877\\_airbnb-ποιες-einai-oi-arnitikes-epiptoseis-ton-brahyhronion-misthoseon](https://www.ethnos.gr/oikonomia/19877_airbnb-ποιες-einai-oi-arnitikes-epiptoseis-ton-brahyhronion-misthoseon)

Το ΒΗΜΑ (2019), Airbnb: Ποιοι είναι οι περιορισμοί που θέτει η κυβέρνηση <https://www.tovima.gr/2019/02/28/finance/airbnb-ποιοι-einai-oi-periorismoι-pou-thetei-i-kyvernisi/>

G. Trovato (Airbnb): Δύσκολη η επόμενη μέρα για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, Μάιος 2020 <https://www.capital.gr/sunenteuxi/3450888/g-trovato-airbnb-duskoli-i-eromeni-mera-gia-tis-braxuxronies-misthoseis>

Από το Airbnb στην μακροχρόνια ενοικίαση λόγω κοροναϊού, Ιούνιος 2020 <https://www.in.gr/2020/06/02/economy/oikonomikes-eidiseis/apo-airbnb-stin-makroxronia-enoikiasi-logo-koronaïou/>

Οι συνέπειες του κορωνοϊού στον τουρισμό, Νοέμβριος 2020 <https://www.dw.com/el/%CE%BF%CE%B9-%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%AD%CF%80%CE%B5%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%89%CE%BD%CE%BF%CF%8A%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C/g-55584779>

ΕΥ: Οι επιπτώσεις του κορονοϊού στον ελληνικό τουρισμό, Ιούνιος 2020 <https://www.capital.gr/epikairota/3461959/ey-oi-epiptoseis-tou-koronoïou-ston-elliniko-tourismo>

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**  
**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

## Έρευνα των παρενεργειών της AIRBNB στα ελληνικά ξενοδοχεία και τον τουρισμό τους.

Το παρών ερωτηματολόγιο συντάχθηκε στα πλαίσια της πτυχιακής μου εργασίας, του τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών (πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας), με θέμα << Τα AIRBNB και οι παρενέργειες στην τουριστική βιομηχανία>>. Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση του κατά πόσο έχουν πληγεί τα ελληνικά ξενοδοχεία και ο τουρισμός τους από το φαινόμενο αυτό. Η βοήθειά σας είναι πολύτιμη και θα την εκτιμούσα πολύ απαντώντας στο παρακάτω ερωτηματολόγιο. Ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Κανελλάκη Μαρία- Σοφία

\*(Η πτυχιακή εργασία και το ερωτηματολόγιο συντάχθηκαν πριν την εξάπλωση της νόσου Covid-19)

\* Απαιτείται

---

1. Τι κατηγορία ξενοδοχείου έχετε; (αστέρια) \*

1-3 αστέρια

3-5 αστέρια

Άλλο: \_\_\_\_\_



2.Τι αριθμό εργαζομένων απασχολείτε; \*

- 5-20
- 20-35
- >35

3.Ποια είναι η χωρητικότητα του ξενοδοχείου σας; (κλίνες) \*

Η απάντησή σας

---

4.Χρησιμοποιείτε σελίδες ηλεκτρονικών κρατήσεων; (πχ [booking.com](https://www.booking.com))

- Ναι
- Όχι

5. Πόσο έχει αυξηθεί η πληρότητα σας μέσω των ηλεκτρονικών κρατήσεων;

- |      |                       |                       |                       |                       |                       |        |
|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|--------|
|      | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |        |
| Λίγο | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | Αρκετά |

6. Πόσο πιστεύετε ότι έχει πληγεί η οικονομία του τουρισμού;

	0	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Αρκετά

---

7. Πιστεύετε πως τα AIRBNB έχουν καταστρέψει την τουριστική οικονομία;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

---

8. Πόσο θεωρείται ότι έχετε πληγεί εσείς από τα AIRBNB;

	0	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

9. Θεωρείτε απειλή τους οικοδεσπότες της Airbnb που προσφέρουν προς ενοικίαση δέκα σπίτια αντί ενός; Αφού μιλάμε για ξενοδοχειακή επιχείρηση πλέον.

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Αρκετά

10. Σας οδήγησε αυτό το φαινόμενο σε περικοπές μισθών λόγω μειωμένης κίνησης ή απολύσεις εργαζομένων;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

11. Σκεφτήκατε ποτέ να βάλετε λουκέτο στην επιχείρησή σας;

- Ναι
- Όχι

12. Έχετε αλλάξει τις παροχές σας και την εικόνα σας για να προσελκύσετε τους τουρίστες, ώστε να σας επιλέξουν καλύτερα από ένα AIRBNB; \*

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Αρκετά

13. Ως προς τι αλλάξατε τις παροχές σας και την εικόνα του ξενοδοχείου σας;

- Ανακαίνιση δωματίων και χώρων
- Εμπλουτισμός του μενού
- Εξειδικευμένο και φιλικό προσωπικό
- Κοινόχρηστο μπαρ
- Παροχή τουριστικών οδηγών και ποδηλάτων
- 24ωρη ρεσεψιόν

14. Τι θεωρείτε πως διαθέτετε εσείς που τα AIRBNB δεν μπορούν να παρέχουν;

Η απάντησή σας

---

15. Μέχρι στιγμής σε τι ποσοστό κυμαίνεται η πληρότητα σας για τους καλοκαιρινούς μήνες;

- 20-40%
- 40-60%
- 60-80%
- 80-100%

16. Είστε σύμφωνοι με τη νέα φορολογία που επιβλήθηκε στην AIRBNB σχετικά με τις ηλεκτρονικές αποδείξεις και το φορολογητέο εισόδημα στο 45%;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πάρα πολύ

17. Τα υγειονομικά μέτρα της Airbnb στην Ελλάδα είναι πιο χαλαρά και όχι τόσο αυστηρά όσο σε άλλες χώρες. Υπάρχει η ίδια αντιμετώπιση και στον ξενοδοχειακό τομέα;

Η απάντησή σας

---

18. Θεωρείτε πως και οι πελάτες και οι ιδιοκτήτες πρέπει να συμμορφώνονται με το πρωτόκολλο καθαριότητας;

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Αρκετά

19, Τι περιλαμβάνετε εσείς στην καθαριότητα των κλινών σας;

- Καθαρισμό
- Απολύμανση
- Και τα δύο

20, Οι πληρωμές των καταλυμάτων στην πλατφόρμα γίνονται μόνο μέσω αυτής καθώς απαγορεύεται η άμεση πληρωμή για λόγους ασφαλείας. Εσείς τι τρόπους πληρωμής διαθέτετε;

- Άμεση πληρωμή
- Ηλεκτρονική πληρωμή
- Πληρωμή μέσω web

21, Ποιές είναι οι βασικές προδιαγραφές που τηρείτε;

Έγκαιρη ανταπόκριση στα ερωτήματα πελατών μέσω ηλεκτρονικών κρατήσεων.

Έγκαιρη ανταπόκριση στις κρατήσεις.

Αποφυγή των ακυρώσεων μετά το πέρας της προθεσμίας.

Βασικές παροχές καταλύματος( χαρτί υγείας, σαπούνι χεριών και σώματος, πετσέτες, κλινοσκεπάσματα,μαξιλάρια)

Άλλο: \_\_\_\_\_

