



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ UBER ΚΑΙ ΤΗΣ AIRBNB**

ΠΛΩΤΑ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 2022

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στο πλαίσιο των προπτυχιακών σπουδών στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας.

Κατά την διάρκεια της συγγραφής έγινε αρκετή μελέτη στα θέματα της εργασίας από επιστημονικά βιβλία και άρθρα σε διεθνή ιστοσελίδες.

Η εργασία στο 1^ο κεφάλαιο αναφέρεται εκτενώς στην οικονομία διαμοιρασμού και παρουσιάζει τις πτυχές της. Παράλληλα επικεντρώνεται και στην συνεργατική οικονομία. Γίνεται ιστορική αναδρομή ενώ αντιπαρέρχονται και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της.

Στο 2^ο κεφάλαιο αναλύεται η βασικότερη μορφή της οικονομίας διαμοιρασμού, το Airbnb. Περιγράφεται πως λειτουργεί η πλατφόρμα αλλά και ποια είναι η παρουσία της στην Ελλάδα.

Το 3^ο κεφάλαιο επικεντρώνεται στις μεταφορές και στην περίπτωση της Uber. Γίνεται μία ιστορική ανάλυση για το πώς ξεκίνησε ενώ παρουσιάζεται και ο τρόπος λειτουργίας. Επιπλέον αναφέρεται και στις αντιπαραθέσεις που έχουν δημιουργηθεί.

Τέλος γίνεται σύγκριση των δύο περιπτώσεων και εξαγωγή συμπερασμάτων μέσα από έρευνα που διεξήχθη.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αναλυθούν τα χαρακτηριστικά των δυο παραπάνω εταιριών ενώ να παρουσιαστεί και το αντίκτυπο που έχουν στην χώρα μας.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η οικονομία του διαμοιρασμού είναι μια νέα μορφή οικονομίας όπου μέσω του διαδικτύου παρέχει την δυνατότητα στους υποψήφιους πελάτες να κάνουν χρήση αγαθών ή υπηρεσιών που παρέχονται από ιδιώτες χωρίς μεσάζοντες. Η εξέλιξη εταιριών τέτοιου τύπου είναι σαφώς μεγάλη επειδή οι ρυθμοί ζωής μας κάνουν να ψάχνουμε για τα πάντα μέσω διαδικτύου. Έτσι ο καταναλωτής ψάχνει για το καλύτερο αγαθό ή υπηρεσία στην πιο συμφέρουσα τιμή για αυτόν.

Υπάρχουν αρκετοί κλάδοι που βασίζουν την φιλοσοφία τους στην οικονομία του διαμοιρασμού. Για παράδειγμα ο τουρισμός είναι ένας από αυτούς. Η Airbnb είναι η βασικότερη εταιρία η οποία θα αναλυθεί παρακάτω. Ιδιοκτήτες ακινήτων απ' όλο τον κόσμο ενοικιάζουν τα ακίνητα τους έναντι αμοιβής για μικρό χρονικό διάστημα ενώ υπόκεινται κανονικά σε φορολογία.

Από την άλλη πλευρά στον τομέα των μεταφορών έχει εξελιχθεί ο συνεπιβατισμός μέσω της Uber. Οποιοσδήποτε είναι κάτοχος άδειας οδήγησης και έχει αυτοκίνητο μπορεί να το χρησιμοποιήσει ως ταξί έναντι αμοιβής.

Αξίζει να σημειωθεί πως και οι δύο εταιρίες έχουν φέρει αναταραχές στις περισσότερες χώρες που προσπάθησαν να εδραιωθούν ενώ από άλλες εκδιώχθηκαν.

Λέξεις – Κλειδιά

Οικονομία διαμοιρασμού, κοινοχρησία, συνεπιβατισμός, Airbnb, Uber, νεοφυείς επιχείρηση

ABSTRACT

The sharing economy is a new economy type which through the internet the potential customers make use of goods or services without intermediaries. The evolution of such companies is clearly great because the pace of life makes us to search for everything online. So the consumer is looking for the best service at the most advantageous price for him.

There are several fields that base their philosophy on sharing economy. For example tourism is one of them. Airbnb is the main company which will be analyzed below. Property owners around the world rent their houses for fee for a short period of time and are normally subject to taxation.

On the other hand, in the field of transport, passenger transportation has evolved through Uber. Anyone who holds a driver's license and has a car can use it as a taxi for fee.

It is worth saying that both companies have brought unrest to most countries that have tried to establish themselves while are being expelled from others.

Key words

Sharing economy, co-passenger, Airbnb, Uber, start-up business

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | | |
|-------------|--|----|
| <i>i.</i> | <i>Πρόλογος</i> | 2 |
| <i>ii.</i> | <i>Περίληψη</i> | 3 |
| <i>iii.</i> | <i>Abstract</i> | 4 |
| | | |
| 1. | <i>Εισαγωγή</i> | 7 |
| | | |
| 2. | <i>Οικονομία διαμοιρασμού</i> | |
| 2.1. | <i>Τι είναι;</i> | 8 |
| 2.2. | <i>Ιστορική εξέλιξη του όρου «sharing economy»</i> | 12 |
| 2.3. | <i>Κίνητρα συμμετοχής</i> | 14 |
| 2.4. | <i>Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα</i> | 15 |
| | | |
| 3. | <i>Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό</i> | 16 |
| 3.1. | <i>Η περίπτωση της Airbnb</i> | 17 |
| 3.2. | <i>Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Airbnb</i> | 19 |
| 3.3. | <i>Νομικό πλαίσιο – φορολογία</i> | 23 |
| 3.4. | <i>Η Airbnb στην Ελλάδα και οι επιπτώσεις της στα ξενοδοχεία</i> | 26 |
| | | |
| 4. | <i>Η οικονομία διαμοιρασμού στις μεταφορές</i> | |
| 4.1. | <i>Η περίπτωση της Uber</i> | 29 |
| 4.2. | <i>Οφέλη – Κίνδυνοι</i> | 31 |
| 4.3. | <i>Νομικό πλαίσιο</i> | 32 |
| 4.4. | <i>Η Uber στην Ελλάδα</i> | 33 |

| | |
|----------------------------------|----|
| 5. Σύγκριση Airbnb και Uber..... | 35 |
| 6. Έρευνα – Πρακτικό μέρος..... | 36 |
| | |
| Συμπεράσματα..... | 49 |
| Βιβλιογραφία..... | 52 |

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι έντονοι ρυθμοί της καθημερινότητας μας καθώς και η άνοδος της τεχνολογίας έχουν αλλάξει κατά πολύ την καθημερινότητα μας. Παράλληλα με σημείο αναφοράς το 2008 ως έναρξη της οικονομικής κρίσης οδήγησε στην άνθιση επιχειρησιακών μοντέλων των λεγόμενων «peer-to-peer sharing economy platforms». Τα μοντέλα αυτά στηρίζονται στην ιδέα του διαμοιρασμού καθώς και στη συνεργατική κατανάλωση. Η ραγδαία ανάπτυξη των τεχνολογιών του διαδικτύου προσφέρει ένα εύφορο έδαφος για την ανάπτυξη τέτοιων μοντέλων. Τα περισσότερα στοιχεία που σχετίζονται με αυτή την μορφή οικονομίας ενοποποιούνται για την επεξήγηση των δύο ηγετικών εταιριών του συγκεκριμένου κλάδου, την Airbnb και την Uber. Λέγεται πως οι περισσότερες εταιρίες που ακολουθούν αυτό το μοντέλο έχουν σχεδόν αντιγράψει τις στρατηγικές που ακολούθησαν οι εν λόγω εταιρίες. Ιδιαίτερη μνεία γίνεται στους κλάδους των μεταφορών και της τουριστικής διαμονής, η λεγόμενη «βραχυχρόνια μίσθωση» όπου οι ιδιοκτήτες διαθέτουν τα ακίνητα ή ένα μέρος αυτών έναντι κάποιου κόστους στους τουρίστες. Λαμβάνοντας υπόψιν τα παραπάνω οι κρατικοί φορείς καλούνται να κατασκευάσουν εκ νέου ένα νομικό πλαίσιο μέσω του οποίου θα λειτουργούν σωστά αυτές οι νεοφυείς εταιρίες αλλά δεν θα λειτουργούν εις βάρος των παραδοσιακών επιχειρήσεων.

Ο τουρισμός είναι μια ισχυρή βιομηχανία στην οποία στηρίζονται αρκετές οικονομίες ενώ σε συνδυασμό με την τεχνολογία έχει ισχυρό αντίκτυπο στην οικονομία. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στο οποίο θα αναφερθούμε εκτενέστερα στην συνέχεια είναι η Airbnb η οποία διαθέτει πάνω από 4εκ. διαθέσιμα καταλύματα σε 191 χώρες ενώ το εισόδημα το 2015 με στοιχεία της Ευρωπαϊκής επιτροπής να φτάνει στα 28δισ στις ευρωπαϊκές χώρες. Πρόκειται για ένα σεβαστό νούμερο λαμβάνοντας υπόψιν ότι τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να αναπτύσσονται τέτοιες πλατφόρμες.

Παράλληλα οι έντονοι ρυθμοί ζωής εντείνουν το πρόβλημα της κυκλοφοριακής συμφόρησης το οποίο τα τελευταία χρόνια τείνει να μειωθεί με την εξεύρεση εναλλακτικών τρόπων μετακίνησης όπως η κοινοχρησία αυτοκινήτων που επιτρέπει στα άτομα να πληρώνουν για να τους μεταφέρουν. Η **Uber** είναι μία τέτοια εταιρία όπου ένας απλός πολίτης δίχως την ειδική άδεια ταξί έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει το αυτοκίνητό του ως ταξί έναντι κάποιου αντιτίμου φυσικά. Η εταιρία ιδρύθηκε πριν 10 χρόνια στο Σαν Φρανσίσκο και έχει κοινόχρηστα επεκταθεί στις μεγαλύτερες χώρες του κόσμου ενώ τα έσοδα υπολογίζονται στα 68 εκατ. δολάρια τον Σεπτέμβριο του 2016.

2.1 : Τι είναι η οικονομία διαμοιρασμού;

Τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης η ψηφιακή συνεργατική οικονομία θεωρείται από τις σημαντικότερες εξελίξεις επηρεάζοντας την καθημερινότητά μας. Αρκετοί νέοι επιχειρηματίες βασίζονται σε νεοφυείς επιχειρηματικές ιδέες που συνδέονται με την έννοια του διαμοιρασμού αυξάνοντας τα κέρδη¹ τους. Ο όρος «οικονομία διαμοιρασμού», ή «συνεργατική οικονομία» ή «συμμετοχική οικονομία» ή «οικονομία της πρόσβασης» ή «οικονομία της ανταλλαγής», γνωστή με πολλά ονόματα, επιθυμώντας να περιγράψουν ή να τονίσουν διαφορετικά χαρακτηριστικά (Dredge and Gyimothy, 2015). Στην ουσία πρόκειται για ένα εναλλακτικό τρόπο παροχής υπηρεσιών όπου οι καταναλωτές αποκτούν πρόσβαση σε ένα αγαθό ή υπηρεσία και αποσκοπώντας σε ένα επιπλέον εισόδημα ή και το κύριο έσοδο σε αρκετές περιπτώσεις. Η οικονομία του διαμοιρασμού μας απέδειξε πως δεν είναι μια εφήμερη πηγή εσόδων αλλά το έναυσμα για μια νέα εναλλακτική οικονομία που στηρίζεται κατά κύριο λόγο στο ίντερνετ. Σύμφωνα με τον Belk (2014), "το ίδιο το Διαδίκτυο είναι ένα τεράστιο κοινόχρηστο περιεχόμενο, που μπορεί να προσεγγιστεί από οποιονδήποτε". Η Demary (2014) επισημαίνει την ανομοιομορφία σαν το κύριο ενδεικτικό της συνεργατικής οικονομίας γιατί περιέχει πολυάριθμους τύπους επιχειρήσεων, κάτι που είναι σχεδόν ακατόρθωτο να συμπεριληφθούν σε μια έννοια. Οι πλατφόρμες κοινής χρήσης υπάρχουν σε διάφορους τομείς της οικονομίας, όπως η μεταφορά, η στέγαση και η εργασία. Οι περισσότεροι χρήστες δεν είναι επαρκώς ενημερωμένοι για τους κανόνες που διέπουν στη λειτουργία της εκάστοτε πλατφόρμας. Αν και υπάρχουν οι όροι χρήσης δεν είναι απόλυτα σαφείς έχοντας ως αποτέλεσμα την δημιουργία παρεξηγήσεων, όπως πρόσφατα έγινε και στην χώρα μας με τις διαμαρτυρίες των οδηγών ταξί, έχοντας ως αποτέλεσμα την απομάκρυνση της Uber. Για αυτόν τον λόγο υπάρχει ένας διχασμός σχετικά με την έννοια διότι συχνά προκύπτουν προβλήματα νομικού περιεχομένου. Αντίθετα με τις παραδοσιακές οικονομίες η οικονομία διαμοιρασμού δεν χρειάζεται ιδιαίτερους πόρους και κεφάλαιο. Κατά τους Kumar, Rajan, Gupta και Dalla Pozza (2019) οι συνταγές μάρκετινγκ για την οικονομία κοινής χρήσης εξαρτώνται από την προσαρμοστικότητα και διατήρηση των πελατών. Η οικονομία κοινής χρήσης δεν διαφέρει από τις παραδοσιακές αρχές μάρκετινγκ, καθώς δημιουργεί συχνά θετική αξία στην κοινότητα μέσω δομημένου ανταγωνισμού και έξυπνων στρατηγικών μάρκετινγκ υπηρεσιών που βασίζονται στη δύναμη και την αδυναμία μιας εταιρείας. Επιπλέον αλλάζει την έννοια του αγοραστή και του πωλητή μιας και ο οποιοσδήποτε έχει την δυνατότητα να γίνει

¹ Christopher Koopman, Mitchell M, Thiere A, "The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change", 8 J. Bus. Entrepreneurship & L. 529 (2015)

καταναλωτής ή παραγωγός παράγοντας αξία από ένα περιουσιακό² του στοιχείο. Σύμφωνα με την PWS υπολογίζεται πως τα έσοδα των κλάδων θα φτάσουν τα \$335δισ³. Επιπρόσθετα η ραγδαία ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού μπορεί να φέρει σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία⁴, όπως μια αλλαγή στα πρότυπα του ηλεκτρονικού εμπορίου που γνωρίζαμε μέχρι σήμερα που μπορεί να έχει αρκετές επιπτώσεις στις πωλήσεις. Το 2015 σύμφωνα με στοιχεία που προκύπτουν από την Ευρωπαϊκή επιτροπή τα κέρδη από πλατφόρμες «κοινοχρησίας» ήταν στα 28 δις στις Ευρωπαϊκές χώρες. πολύ μεγάλο ποσό.

Η ευρωπαϊκή ένωση στάθηκε υπέρ της πλατφόρμας τον Μάιο του 2015 με την προϋπόθεση πως όλες οι δραστηριότητες της θα ακολουθούν τους κανόνες με σημαντικότερο αυτόν για τις συνθήκες εργασίας. Από την άλλη πλευρά το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο τον Φεβρουάριο του επόμενου έτους επιβεβαίωσε το ενδεχόμενο της προοπτικής εξέλιξης της οικονομίας διαμοιρασμού, επισημαίνοντας ότι πρέπει να ακολουθεί το θεσμικό και νομικό πλαίσιο τις εκάστοτε χώρες έχοντας ως αποτέλεσμα την δημιουργία μίας υγιούς ανταγωνιστικότητας.

Από την άλλη πλευρά υπάρχει μεγάλος αντίλογος σχετικά με τη φορολογία⁵ και την νομοθεσία που αναπτύσσεται πάνω σε αυτές τις πλατφόρμες καθώς επίσης μπορεί να υπάρχουν κίνδυνοι για τους καταναλωτές που μπορεί να βρεθούν μπροστά σε διάφορα ευτράπελα⁶. Παράλληλα υπάρχουν αρκετοί υποστηρικτές που προβλέπουν μια μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Εξαιτίας της μεγάλης ανάπτυξης του μοντέλου αυτού συνεχώς δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις προς όφελος των καταναλωτών. Η αύξηση των χρηστών μόνο θετικά αποτελέσματα⁷ μπορεί να έχει.

Η οικονομία του διαμοιρασμού δημιουργεί αξία με τους εξής τρόπους:

- A. Δίνουν την ευκαιρία στους ανθρώπους να χρησιμοποιήσουν το αυτοκίνητο ή το σπίτι κάποιου άλλου που δεν χρησιμοποιούσαν και να του δώσει έσοδα μέσω αυτού
- B. Προσελκύοντας μεγάλο πλήθος αγοραστών και πωλητών έχει ως αποτέλεσμα την ανταγωνιστικότητα των τιμών.

⁵<https://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/20595>

⁶<https://www.mononews.gr/society/ta-eftrapela-tis-airbnb-meta-tis-skines-tis-gavdou-irthe-i-enikiasi-skias-pics>

⁷https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_currency_of_the_new_economy_is_trust/transcript#t-82290

C. Με την μείωση του κόστους ανεύρεσης αγοραστών μειώνεται το γενικότερο κόστος

Όλοι αυτοί οι παράμετροι βοηθούν στην ευημερία του καταναλωτικού κοινού διότι παρέχουν καινοτομίες μέσα από πολλές υπηρεσίες αλλά και καλύτερη ποιότητα και τιμή. Κατά βάση η συνεργατική οικονομία γίνεται επιτυχημένα σε τοπικό επίπεδο⁸.

Η «**Οικονομία του Διαμοιρασμού**» («**Sharing Economy**»)⁹, ορίζεται ως ο διαμοιρασμός πόρων και περιουσιακών στοιχείων σε κατάσταση αδράνειας (υπό-εκμετάλλευση δυναμικότητας) για οικονομικό, περιβαλλοντικό και / ή κοινωνικό όφελος. Τα μοντέλα και οι πλατφόρμες της οικονομίας του διαμοιρασμού μπορούν να αποτιμηθούν σε χρήμα (π.χ. απόκτηση εισοδήματος από τον διαμοιρασμό αγαθών και υπηρεσιών) ή να μην περιλαμβάνουν χρηματικές συναλλαγές (π.χ. πλατφόρμες ανταλλαγής ή δωρισμού). Παράλληλα σύμφωνα με τον Olson¹⁰, M. J. Και τον Kemp S. J. ορίζεται ως ένα κοινωνικοοικονομικό μοντέλο στο οποίο η πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες με πλεονάζουσα παραγωγική ικανότητα παρέχεται στους χρήστες σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες μέσω διαδικτύου».

Με τον όρο «**Συνεργατική Οικονομία**» («**Collaborative Economy**») εννοούμε την οικονομία που βασίζεται σε εκτενή δίκτυα συνδεδεμένων ατόμων και κοινοτήτων και όχι σε κεντρικά όργανα. Καθιστά δυνατά νέα επιχειρηματικά μοντέλα και τρόπους διασύνδεσης, απελευθερώνοντας πλούτο και δημιουργώντας νέες πηγές αξίας. Έχουν επιτεύχθη αρκετές έννοιες προσπαθώντας να περιγράψουν την οικονομία του διαμοιρασμού. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή επιτροπή (2016) «ο όρος «*συνεργατική οικονομία*» αναφέρεται σε επιχειρηματικά μοντέλα όπου τις δραστηριότητες διευκολύνουν συνεργατικές πλατφόρμες. Οι συνεργατικές πλατφόρμες δημιουργούν μια ανοικτή αγορά για την προσωρινή χρήση αγαθών ή υπηρεσιών που συχνά παρέχουν ιδιώτες». Κατά το λεξικό της Οξφόρδης ο όρος αναφέρεται «σε ένα οικονομικό σύστημα στο οποίο αγαθά και υπηρεσίες μοιράζονται μεταξύ ατόμων, είτε δωρεάν είτε με πληρωμή μέσω διαδικτύου». Οι *Botsman & Rogers* στο βιβλίο τους *What's mine Is Yours* υποστηρίζουν ότι αυτός ο τύπος οικονομίας αποδίδει μεγάλο πλεονέκτημα στην εμπιστοσύνη, η οποία θεωρείται ότι είναι το κύριο νόμισμά της. Χωρίς εμπιστοσύνη, η συνεργασία δεν θα ήταν δυνατή και η κατανομή της οικονομίας θα απέτυχε.

⁸ George A. Akerlof, "The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism, 84.3 Q. J. ECON 488-500 (1970)

⁹ Sacks, D. (2011). The sharing economy. *Fast Company, Issue 155, (p88-131)*. May 2011, <http://www.fastcompany.com/magazine/155/the-sharingeconomy.html>.

¹⁰ Olson, M. J. & Kemp S. J. (2015). An In-Depth Look At Its Evolution & Trajectory Across Industries.

Γενικότερα όπως προκύπτει φαίνεται ότι δημιουργείται μια ευρύτερη έννοια η οποία συμπεριλαμβάνει μεγάλη ποικιλία εννοιών.

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες επιχειρηματικών μοντέλων της οικονομίας διαμοιρασμού.

α) Αγοραστικά μοντέλα (Marketplace)

β) μοντέλα για παροχή υπηρεσίας (Access-Based) και

γ) μοντέλα για παροχή υπηρεσιών που εξαρτώνται από την αγοραστική ζήτηση

(On-Demand Service Provider).

Marketplace business model

Σε αυτόν τον τύπο οι σχέσεις είναι κυρίως αυτοματοποιημένες. Το μοντέλο αυτό στοχεύει στο να διευκολύνει τις συναλλαγές ανάμεσα στις δύο πλευρές όπως το Airbnb που συνδέει αυτούς που ψάχνουν ένα σπίτι για να μείνουν κάποιο χρονικό διάστημα με αυτούς που το προσφέρουν ή το Uber που ο καθένας μπορεί να προσφέρει το προσωπικό του αυτοκίνητο ως ταξί. Ανάλογα με τη φύση της οργάνωσης οι βασικές δραστηριότητες ποικίλουν. Το συγκεκριμένο μοντέλο προσφέρει ασφαλέστερη και ταχύτερη πρόσβαση στην αγορά για τους συμμετέχοντες. Στην ουσία πρόκειται για μια σύνδεση ανάμεσα στην αγορά και στον προμηθευτή μέσω μιας on-line πλατφόρμας. Το marketplacebusinessmodel στην ουσία διευρύνει την παραδοσιακή έννοια της αγοράς δημιουργώντας παράλληλα μια ανταγωνιστική αγορά.

Access – Based

Το μοντέλο αυτό έχει ως βάση την πλήρη αξιοποίηση διαφόρων «ανεργών» πόρων. Συνεπώς είναι ευρέως γνωστό σαν το μοντέλο της πλεονάζουσας παραγωγικής δυναμικότητας το οποίο παρέχεται μέσω διαδικτύου. Το μεγαλύτερο μέρος του αγοραστικού κοινού τίθεται υπέρ της προσωρινής χρησιμοποίησης ενός προϊόντος. Σπουδαίο παράδειγμα είναι η εταιρία Floow2 με έδρα το Λουξεμβούργο όπου έχει αναπτύξει ένα δίκτυο ανταλλαγής εξοπλισμών μεταξύ επιχειρήσεων κάτι που βοηθά στην μείωση των αποβλήτων και την παράλληλη αύξηση των εσόδων.

On Demand Service Provider Model

Σε αυτόν τον τύπο η προσοχή μας είναι στραμμένη στον πελάτη και στην παροχή υπηρεσιών σύμφωνα με τις ανάγκες του. Οι χρήστες χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, σε αυτούς που παρέχουν τις υπηρεσίες και σε αυτούς που κάνουν χρήση αυτών. Η αξία παράγεται από την ταυτόχρονη συνύπαρξη των δύο κατηγοριών. Η υπηρεσίες παρέχονται από μία ηλεκτρονική πλατφόρμα

που αυξάνει την ασφάλεια των συναλλαγών ενώ υπάρχει και η δυνατότητα αξιολόγησης.

2.2 Ιστορική εξέλιξη του όρου «sharing economy»

Στις περισσότερες κοινωνίες πριν από τη Βιομηχανική Επανάσταση, η οικονομία βασιζόταν στο εμπόριο μεταξύ των ατόμων συνεπώς αναφερόμενοι στον διαμοιρασμό μιλάμε για ένα αρκετά νέο φαινόμενο. Κατά τις δεκαετίες 1990 και 2000 το διαδίκτυο εισήγαγε με έναν διαφορετικό τρόπο τον διαμοιρασμό μεταξύ των ανθρώπων διότι άρχισαν να μοιράζονται γνώσεις, αρχεία και πληροφορίες. Όπως αναφέρθηκε πιο πάνω έχουν αναπτυχθεί διάφοροι όροι οι οποίοι προσπαθούν να περιγράψουν τον όρο της <<κοινοχρησίας>> χωρίς να έχει εδραιωθεί κάποιος ως ο κύριος ορισμός. Για λόγους σαφήνειας χρησιμοποιείται ο όρος οικονομία του διαμοιρασμού διότι είναι ο πιο διαδεδομένος στη θεωρία της οικονομίας Ο Weitzman¹¹ ήταν ο πρώτος που αναφέρθηκε στην οικονομία του διαμοιρασμού το 1986 ενώ το 2015¹² έγινε η πρώτη εμφάνιση του όρου στο λεξικό της Οξφόρδης ενώ απέδειξε πως δεν είναι απλά μια νέα μόδα άντλησης εσόδων αλλά μια νέα αρχή μιας εναλλακτικής οικονομίας . Τον Μάιο του 2016 το ευρωπαϊκό κοινοβούλιο¹³ αναγνώρισε την οικονομία του διαμοιρασμού ως ένα νέο μοντέλο που θα βασίζεται σε μια υγιείς οικονομία και στον ευγενή ανταγωνισμό. Με ηγέτες τους Rachel Botsman και ο Roo Rogers το 2010 έγινε η πρώτη αναφορά στην κοινή οικονομική δραστηριότητα όπου η συνεργατική οικονομία αυξάνει την χρησιμοποίηση των στοιχείων που υπάρχουν στην ιδιοκτησία κάποιου μέσω αποτελεσματικών τύπων κατανομής.

Όταν αναπτύχθηκε το eBay το 1995, ο κόσμος είδε μια νέα οπτική μέσω της οποίας οι πολίτες προσεγγίζουν αγαθά. Ο πωλητής και ο αγοραστής μέσω μιας διαδικτυακής πλατφόρμας έχουν την ευκαιρία να ανταλλάσσουν μεταξύ τους προϊόντα ή υπηρεσίες. Η ανάπτυξη ήταν τόσο ραγδαία με χαρακτηριστικό παράδειγμα την πώληση αγαθών αξίας 7,2 εκατομμυρίων δολαρίων τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του¹⁴ συνεπώς έπρεπε να ακολουθήσουν αυτή την ανάπτυξη. Το κλειδί ήταν η συνεργασία.

Έπειτα το 2005 ακολούθησε το Etsy το οποίο επικεντρώνεται στην αγοροπωλησία χειροποίητων και Vintage προϊόντων. Η οικονομία του διαμοιρασμού απογειώθηκε το 2008 μετά την οικονομική κρίση και την

¹¹ The Share Economy Symposium: A Reply MARTIN L. WEITZMAN

¹² Botsman, Rachel "Defining the sharing economy. What is Collaborative Consumption. And what isn't?", 2015

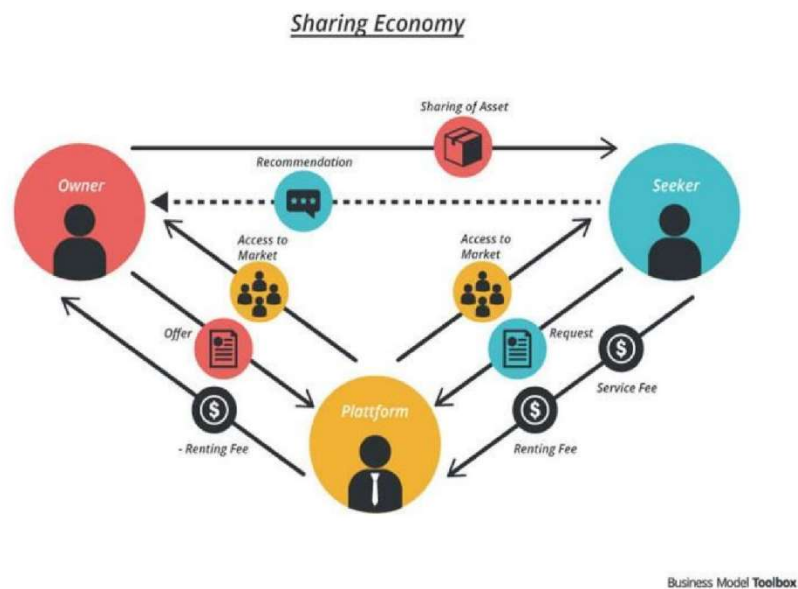
¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016AE0933&from=SL>

¹⁴ <https://www.ebayinc.com/our-company/our-history/>

εμφάνιση του Airbnb ενώ το 2009 ακολούθησε η Uber. Σημαντικό ρόλο έπαιξε η άνοδος των smartphones έκανε τις πλατφόρμες διαθέσιμες στους ανθρώπους παντού ανά πάσα στιγμή.

Peer to peer economy

Στο μοντέλο peer to peer δυο συμβαλλόμενοι αλληλοεπιδρούν με σκοπό να επέλθουν σε συναλλαγή που θα τους αποφέρει κέρδη δίχως μεσάζοντες. Συνήθως πρόκειται για συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών. Κατά τους Botsman και Roges πρόκειται για ένα νέο μοντέλο που εξελίχθηκε με την βοήθεια της τεχνολογίας και επιτρέπει την ανταλλαγή υπηρεσιών. Το μοντέλο peer-to-peer¹⁵ εμφανίστηκε το 1995 με το ebay.



¹⁵ <https://www.investopedia.com/terms/p/peertopeer-p2p-economy.asp>

2.3 Κίνητρα συμμετοχής στην Οικονομία διαμοιρασμού

- Μέσω του διαδικτύου άνθρωποι από όλο τον κόσμο προσπαθούν να συνεργαστούν. Πράγματα τα οποία έμοιαζαν ουτοπικά πλέον μπορούν να γίνουν από μακριά. Εκτός από τα οικονομικά οφέλη που απορρέουν σημαντική είναι και η φήμη¹⁶ που αποκτάται. Έτσι από το «Εγώ» πάμε στο «Εμείς» όπου είναι αποτέλεσμα της συνεργατικής οικονομίας.
- Η εξέλιξη των κοινωνικών δικτύων έχει βοηθήσει αρκετά στην ανάπτυξη της συνεργατικής οικονομίας. Επιπλέον βοηθούν στην μείωση του κόστους. Συνεπώς μέσω της ανάπτυξης διαφόρων applications αντιμετωπίστηκε η δυσκολία στις συναλλαγές.
- Η αναθεώρηση της οικονομίας. Η οικονομία του διαμοιρασμού δημιουργήθηκε το 2008 παράλληλα με την οικονομική κρίση. Υπήρξε επιτακτική ανάγκη για εναλλακτικές πηγές εισοδήματος μέσω της αξιοποίησης ανεκμετάλλευτων πόρων.

| Επιχείρηση που λειτουργεί με βάση την οικονομία διαμοιρασμού | Παραδοσιακή επιχείρηση |
|---|---|
| Μεγάλοι ρυθμοί ανάπτυξης | Μικρότερη ανάπτυξη |
| Περισσότερα κέρδη με λιγότερο κόστος | Λιγότερα κέρδη με μεγάλα κόστη |
| Ικανοποίηση των σύγχρονων αναγκών | Περιορισμένες εώς και καθόλου καινοτομίες |

¹⁶ The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology Hamari, Juho & Sjöklint, Mimmi & Ukkonen, Antti. (2016).

2.4 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα οικονομίας διαμοιρασμού

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Στην συνεργατική οικονομία δεν υπάρχει μεσάζοντας συνεπώς μειώνεται η τελική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- Η οικονομία του διαμοιρασμού μειώνει στο ελάχιστο τις δαπάνες για εύρεση πελατών και παράλληλα τα κόστη¹⁷.
- Το κύριο χαρακτηριστικό της οικονομίας διαμοιρασμού είναι πως δεν επικεντρώνεται στην αύξηση κερδών συνεπώς οι τιμές είναι σε αρκετά χαμηλά επίπεδα.
- Δημιουργεί θέσεις εργασίας για τον οποιοδήποτε ενδιαφερόμενο χωρίς ιδιαίτερα προσόντα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- Δεν υπάρχει σταθερότητα στην προσφορά διότι συνεχώς αλλάζουν ανάλογα με τις ανάγκες.
- Δεν υπάρχει κάποια συγκεκριμένη νομοθεσία που να ισχύει παντού, συνεπώς δεν υπόκεινται κάτω από τους ίδιους νόμους με τις κλασικές επιχειρήσεις.

Συμπερασματικά, η οικονομία του διαμοιρασμού δεν είναι ευρέως αποδεκτή από το σύνολο της αγοράς αλλά γίνεται αντικείμενο κριτικής. Αντίθετα οι πολέμιοι της επικεντρώνονται στο ότι τα αρνητικά είναι περισσότερα από τις θετικές επιδράσεις.

¹⁷ https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337

3. Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό

Η οικονομία του διαμοιρασμού στον τουρισμό είναι μία νέα μορφή επιχειρηματικότητας. Το βασικό στοιχείο του φαινομένου είναι πως θέλει να εξαλείψει τις απρόσωπες συναλλαγές από τους μεσάζοντες δίνοντας την ευκαιρία στους ίδιους τους οικοδεσπότες να προωθήσουν μόνοι τους τα καταλύματα τους. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει έντονη ανησυχία σχετικά με την επιρροή στις παραδοσιακές ξενοδοχειακές μονάδες και κατά πόσο απομακρύνουν τους ταξιδιώτες από αυτές. Η νέα γενιά τουριστών των Millennials, όπου ανήκουν μεταξύ 18 και 35 ετών. Στην ουσία πρόκειται για τους μελλοντικούς ταξιδιώτες που θα διαμορφώσουν την παγκόσμια αγορά του τουρισμού την επόμενη εικοσαετία, ψάχνουν καινούργιες εμπειρίες και προγραμματίζουν το ταξίδι τους προσπερνώντας τους ως τώρα γνωστούς τρόπους οργάνωσης ταξιδιών¹⁸. Κατά βάση οι τουρίστες είναι παρακινούμενοι από άλλους τουρίστες διότι θέλουν να αντλήσουν πληροφορίες από διάφορες πλατφόρμες όπου μοιράζονται τις εμπειρίες τους (Tripadvisor). Οι περισσότεροι μέσω των smartphones σχεδιάζουν τα ταξίδια τους συνεπώς έχουν πρόσβαση σε πληθώρα επιλογών απαιτώντας πραγματικές εμπειρίες σαν να ήταν ντόπιοι. Παράλληλα η οικονομική κρίση τους οδήγησε στο να είναι δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην τιμή και την παρεχόμενη υπηρεσία. Αυτοί οι παράγοντες ευνόησαν στην ανάπτυξη της οικονομίας του διαμοιρασμού στον τουρισμό.¹⁹ Τα αποτελέσματα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού δείχνουν πως τα 2/3 των τουριστικών προσφορών προέρχονται από το sharing economy έναντι του 1/3 που προέρχεται από τους κλασσικούς ταξιδιωτικούς παρόχους.²⁰ Σύμφωνα με μελέτες του Παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού (UNWOTO)²¹, οι αφίξεις για το 2020 θα ξεπεράσουν τα 1,5 δις παγκοσμίως ανεξαρτήτως από τον εσωτερικό τουρισμό της κάθε χώρας. Οι υποστηρικτές της οικονομίας του διαμοιρασμού λένε πως έτσι οι τουρίστες έχουν πρόσβαση σε περισσότερες παροχές ανώτερες από αυτές των παραδοσιακών καταλυμάτων. Όμως στην αντίπερα όχθη δημιουργούνται θέματα αθέμιτου ανταγωνισμού, φορολογίας καθώς και ασφάλειας των τουριστών.

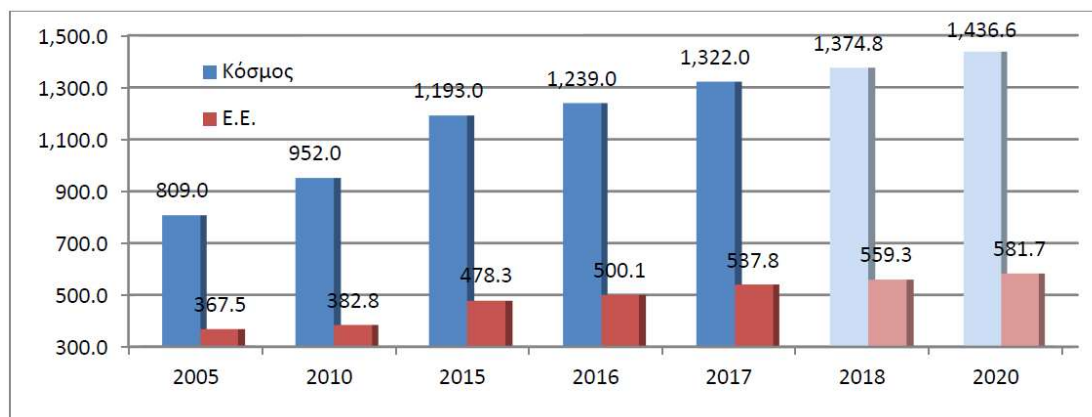
¹⁸ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA\(2015\)568343_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA(2015)568343_EN.pdf)

¹⁹ <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2016-en.pdf?expires=1601997339&id=id&accname=guest&checksum=868A48C910CE96042C1E77E2C22DC8EB>

²⁰ <https://www.travelstyle.gr/77181-2/>

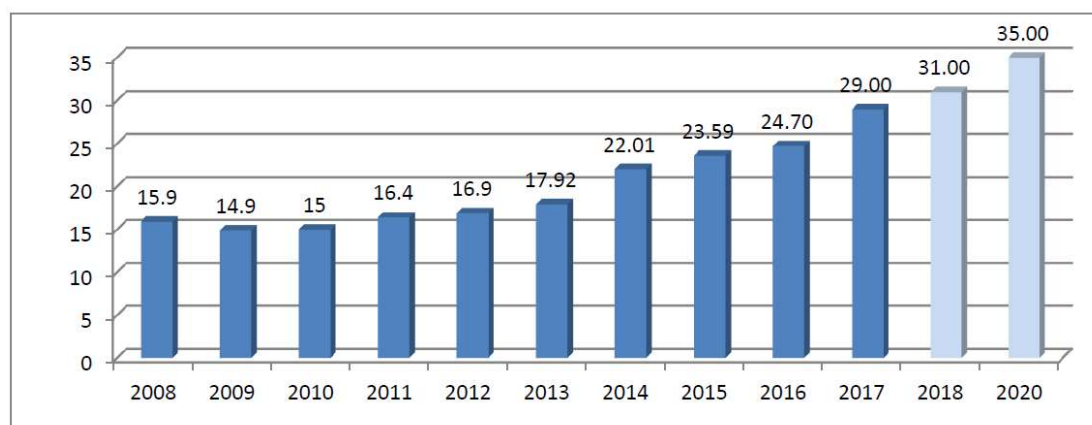
²¹ https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2018_01.pdf

Διάγραμμα 1:Εξέλιξη παγκόσμιου και Ευρωπαϊκού τουρισμού



Πηγή: UNWTO, (2018 σελ.3)

Διάγραμμα 2: Εξέλιξη του τουρισμού στην Ελλάδα

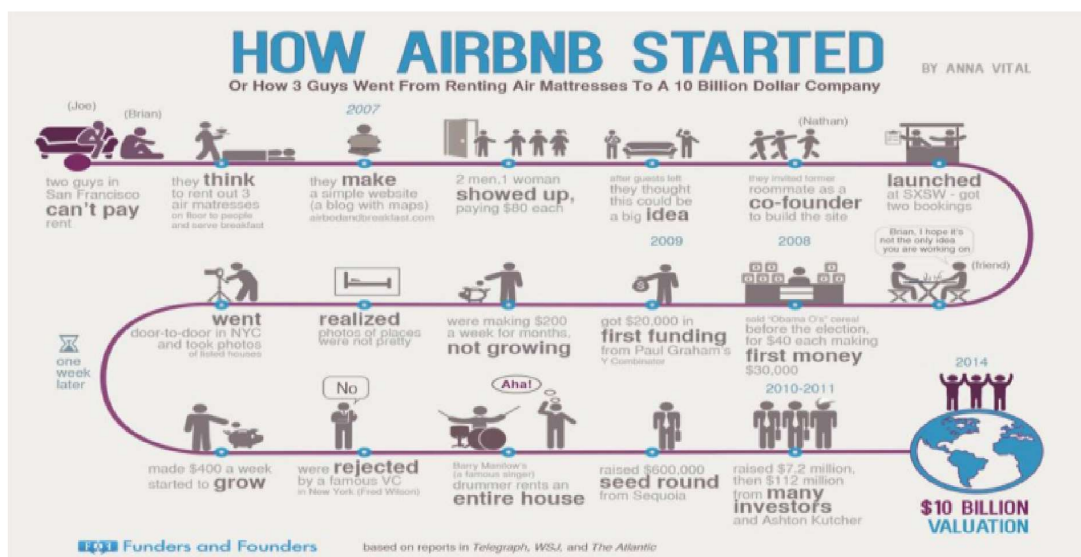


Πηγή : Τάπης Παναγιώτης: «Οικονομία Διαμοιρασμού Και Τουρισμός. Η Περίπτωση Της Airbnb Στον Νομό Θεσσαλονίκης» (2018)

Η νέα ηλεκτρονική πλατφόρμα έχει αρκετά θετικά, λαμβάνοντας υπόψιν πως έως τώρα έχει δημιουργήσει πάνω από 1.000 θέσεις εργασίας, ενώ το αντίκτυπο που έχει στην οικονομία είναι περίπου 30.000.000 ευρώ. Παράλληλα, η Airbnb έχει αποκτήσει το 25% της Ελληνικής αγοράς. Αν υπάρξουν οι κατάλληλες ενέργειες και ένα εύφορο έδαφος συνεργασίας όπου θα τηρούνται οι κανόνες τα κέρδη μπορούν να αυξηθούν κατα 330.000.000 ευρώ. Πρόκειται ουσιαστικά για μια συνεργατική κατανάλωση που

αναπροσαρμόζει τις σχέσεις που επικρατούν στην αγορά, ενώ παράλληλα προωθεί τη φιλοξενία με έναν διαφορετικό τρόπο θέτοντας νέους κανόνες στην τουριστική αγορά.²²

3.1 Η περίπτωση της Airbnb



Weber & Burde 2016: 6

Όλα ξεκίνησαν τον Οκτώβριο του 2007 από δυο συμφοιτητές τον Brian Chesky και τον Joe Gebbia όταν συγκατοίκησαν και κατάλαβαν πως δεν μπορούσαν να ανταπεξέλθουν οικονομικά στις απαιτήσεις του σπιτιού. Έτσι αποφάσισαν να βάλουν ένα αερόστρωμα (Air) στο σαλόνι τους και να προσφέρουν υπηρεσίες bedandbreakfast (BnB) για όσους δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν στις τιμές των ξενοδοχείων. Έπειτα προστέθηκε και ο τρίτος συνεργάτης ο Nathan Blecharczyk ο οποίος ήταν προγραμματιστής και ο άνθρωπος που έφτιαξε την πλατφόρμα. Σαν μια νεοφυής επιχείρηση και οι τρεις συνεργάτες είχαν δαπανήσει τα χρήματα τους και είχαν χρεωθεί επιπλέον όμως θέλοντας να αυξήσουν τα κέρδη τους χρειαζόντουσαν επιπλέον χρηματοδότηση προκειμένου η ιδέα τους να διαδοθεί. Έτσι λίγο πριν τις εκλογές δημιούργησαν τα δημητριακά «Obama's O'S» με σκοπό να τα πουλήσουν βγάζοντας έτσι κέρδη έως και 30.000 δολάρια. Με αυτές τις ενέργειες αυτή η startup εταιρία κέντρισε το ενδιαφέρον μιας επενδυτικής εταιρίας που την ένταξε σε πρόγραμμα χρηματοδότησης. Επιπλέον χρηματοδοτήθηκε και από τον Ashton Kutcher²³. Έτσι εξελίχθηκε ως η δεύτερη ταχύτερα αναπτυσσόμενη startup εταιρία μετά την Uber όπως θα

²²

http://www.jmc.uoa.gr/fileadmin/jmc.pspa.uoa.gr/uploads/PDFs/20170424_I_oikonomia_toy_Diamoirasmoy_ston_Toyrismo_GKOYRI.pdf

²³ <https://www.nytimes.com/2011/05/26/technology/26ashton.html>

δούμε παρακάτω. Η ιδέα έγινε ευρέως γνωστή πολύ γρήγορα και έτσι κατάφερε τον Φεβρουάριο του 2011 να έχει ήδη 1.000.000 διανυκτερεύσεις αριθμός ρεκόρ για μια νεοφυής πλατφόρμα. Ουσιαστικά είναι μια ηλεκτρονική πλατφόρμα μέσω της οποίας επικοινωνεί ο επικείμενος ενοικιαστής με τον οικοδεσπότη, ενώ παράλληλα είναι και υπεύθυνη για την σωστή τήρηση των κανόνων και την ολοκλήρωση της κράτησης. Ένα από τα μοτο της εταιρίας είναι πως το Airbnb είναι ο πιο απλός τρόπος να κερδίζουν οι άνθρωποι χρήματα από τον χώρο που διαθέτουν στο σπίτι τους και δεν τον χρησιμοποιούν. Στην ουσία πρόκειται για μία πλατφόρμα στην οποία προσφέρεις έναν χώρο του σπιτιού σου ή και όλο το σπίτι προς ενοικίαση χωρίς χρέωση. Οι οικοδεσπότες ανεβάζουν φωτογραφίες από τους χώρους και προσθέτουν τα χαρακτηριστικά του σπιτιού. Οι επισκέπτες μπορούν να επιλέξουν το κατάλυμα που θέλουν και ο οικοδεσπότης μπορεί είτε να αποδεχτεί είτε να το απορρίψει. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι πως ο ταξιδιώτης μπορεί να βαθμολογήσει τον οικοδεσπότη ώστε να γνωρίζουν οι επόμενοι ταξιδιώτες. Για λόγους ασφαλείας ο μισθωτής παραλαμβάνει το ποσό της κράτησης μια μέρα μετά αφότου φτάσουν οι ενοικιαστές. Η εγγραφή και η δημιουργία λογαριασμού είναι δωρεάν. Τα έσοδα προέρχονται από την προμήθεια²⁴ που παρακρατεί η πλατφόρμα από κάθε κράτηση που γίνεται ενώ οι οικοδεσπότες χρεώνονται με 3-5% και οι επισκέπτες 5-15% επί της εκάστοτε τιμής. Σε περίπτωση ακύρωσης της κράτησης η προμήθεια δεν επιστρέφεται στον ταξιδιώτη. Από την άλλη πλευρά εάν ακυρώσει ο οικοδεσπότης τότε επιστρέφεται εξ' ολοκλήρου το ποσό. Για λόγους ασφαλείας η εταιρία έχει πολιτικές προστασίας οι οποίες εξασφαλίζουν τους οικοδεσπότες για έως και \$1 εκατ. ζημιές²⁵. Βέβαια τα ευτράπελα συμβαίνουν όπως το γεγονός στο Παρίσι²⁶ το 2017 όταν μια γυναίκα ενοίκιασε τη μεζονέτα της σε έναν καθώς πρέπει κύριο και έπειτα από 3 εβδομάδες το βρήκε με ζημιές έως και 11,000€.

3.2 Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του Airbnb

- **Πλεονεκτήματα**

Το Airbnb ως μια νέα καινοτομία έχει αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τον παραδοσιακό τουρισμό όπως τον ξέραμε προσφέροντας αρκετά

²⁴ <https://www.airbnb.gr/help/article/1857/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CE%B7-%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%AE%CE%B8%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CF%85%CF%80%CE%B7%CF%81%CE%B5%CF%83%CE%B9%CF%8E%CE%BD-%CF%84%CE%B7%CF%82-airbnb>

²⁵ <https://www.airbnb.gr/host-protection-insurance>

²⁶ <https://www.gazzetta.gr/plus/article/1133204/noikiase-spiti-tis-gia-3-evdomades-kai-vrike-me-zimies-11000-eyro-pics-vids>

πλεονεκτήματα στην σημερινή κοινωνία. Αρχικά η επιλογή του καταλύματος έχει γίνει πιο εύκολη διότι υπάρχουν πολλές επιλογές για διαφορετικά εισοδήματα συνεπώς ο τουρίστας με τα ίδια χρήματα μπορεί να αυξήσει τον αριθμό των διακοπών του συμβάλλοντας έτσι στην αύξηση της τοπικής οικονομίας αφού τα χρήματα που εξοικονομεί από το κατάλυμα τα επενδύει εκεί.

Επιπλέον μέσω του Airbnb ο τουρίστας έχει τη δυνατότητα να ζήσει σαν ντόπιος μένοντας σε ένα νεοκλασικό σπίτι στο κέντρο της πόλης που υπό άλλες συνθήκες αυτό θα ήταν αδύνατον προσφέροντας του έτσι μια πιο αυθεντική εμπειρία. Αυτό είναι πιο εύκολο να επιτευχθεί διότι ο τουρίστας μπορεί να κάνει εξειδικευμένη αναζήτηση όπως οι παροχές και η γλώσσα του οικοδεσπότη.

Παράλληλα ένα ακόμα πλεονέκτημα είναι πως ο τουρίστας ξεφεύγει από τους παγωμένους τοίχους ενός ξενοδοχείου και νιώθει τη ζεστασιά του σπιτιού καθώς πέρα από ένα κρεβάτι διαθέτει κουζίνα, μπάνιο κλπ. Πρόσφατά έχουν προστεθεί και κάποιες άλλες δυνατότητες όπως οι διαθέσιμες δραστηριότητες²⁷ που λαμβάνουν χώρα τις συγκεκριμένες ημερομηνίες ενώ οι οικοδεσπότες μπορούν να προτείνουν τα καλά σημεία της πόλης όπως είναι τα εστιατόρια.

| | ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ | ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ |
|----------------------|---|--|
| ΤΙΜΗ | Τα κόστη καθορίζονται βάσει νομοθεσίας συνεπώς είναι πιο υψηλές οι τιμές | Η τιμή είναι σαφώς χαμηλότερη γιατί εξαρτάται από το χαμηλό κόστος |
| ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ | Οι παροχές είναι ίδιες σε όλες τις επιχειρήσεις | Οι τουρίστες πιστεύουν ότι ζουν σαν τους ντόπιους |
| ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ | Οι πληροφορίες σχετικά με τα καταλύματα είναι διασταυρωμένες από το υπουργείο τουρισμού | Πολλές πληροφορίες μπορεί να είναι αναληθής |
| ΑΣΦΑΛΕΙΑ | Οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν λάβει τις απαραίτητες άδειες και μέτρα ασφαλείας | Δεν υπάρχουν διαβεβαιώσεις για τους τουρίστες. Είναι υπεύθυνοι των συνεπειών |
| ΠΟΙΟΤΗΤΑ | Οι συνεχείς έλεγχοι παρέχουν το ελάχιστο επίπεδο ποιότητας | Η ποιότητα είναι άγνωστη μπορεί μόνο να καθοριστεί από |

²⁷ <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp>

| | | |
|--|--|-------------------------------------|
| | | προηγούμενα σχόλια άλλων πελατών |
|--|--|-------------------------------------|

Πηγή: Queensland Tourism Industry Council, "The Sharing Economy", July 2014

- **Μειονεκτήματα**

Σε αντίθεση με τα οφέλη που προσφέρει η Airbnb υπάρχουν και κάποια μειονεκτήματα αυτής της νέας μορφής τουρισμού

Ένα αξιοσημείωτο μειονέκτημα είναι πως πολλοί ενοικιαστές αφού τελειώσουν τις διακοπές τους αφήνουν το σπίτι με τρομερή ακαταστασία ή έχοντας προκαλέσει μεγάλες ζημιές. Συνεπώς όταν ο ιδιοκτήτης επιστρέψει για να ετοιμάσει το σπίτι για τους επόμενους ενοικιαστές έρχεται αντιμέτωπος με ένα τρομερά άσχημο θέαμα.

Επιπλέον η κράτηση του καταλύματος δεν είναι κράτηση σε μεγάλη ξενοδοχειακή μονάδα που σας διαβεβαιώνει ότι το δωμάτιο είναι όπως ακριβώς φαίνεται. Ωστόσο οι προηγούμενοι επισκέπτες αφήνουν κάποια σχόλια τα οποία μπορούν να προσφέρουν μια πιο αντικειμενική άποψη.

Ένα ακόμα μειονέκτημα είναι πως οι ταξιδιώτες που βρίσκονται στα καταλύματα πρέπει να σέβονται το μέρος που τους φιλοξενεί. Αρκετοί νιώθουν αμήχανα στην ιδέα πως κάποιος θα μείνει στο σπίτι τους ενώ λείπουν.

Hotels



| | | |
|--|--|--|
| Normally more expensive (depending on the city) | | Mostly cheaper (depending on the city) |
| Less personal, hence no contact with hosts | | Meet new people and experience the city like a local |
| Need a creditcard and personal information | | Need to verify profile |
| Full payment might be required, but it is also possible to pay later | | A full or downpayment might be required |
| Breakfast is included in most cases | | Breakfast is rarely included |
| Reception service | | Chance to insider tips (the host) |
| Room service | | No room service |
| In many cases might be cheaper for 2 people | | Cheaper for a group or family |
| More expensive for longer stays | | Cheaper for longer stays |
| Need to spend money with restaurants | | Save with food by cooking at the place |
| No kitchen; sometimes mini bar | | Kitchen might not be fully equipped |
| Check-in and checkout times aren't so flexibles | | Check-in and checkout times are mostly flexible |
| No cleaning fee | | Cleaning fee |
| Offers a safe | | No safe |
| Access to everything in your room | | You can't always access everything in the house |
| May offer wellness | | No wellness |

In Common

- ✓ Budget to luxury options
- ✓ Restrict and flexible cancellation policies
- ✓ May allow pets

3.3. Νομικό πλαίσιο – φορολογία

Η οικονομία του διαμοιρασμού είναι ένα σχετικά νεοφυές επιχειρηματικό μοντέλο που δημιουργεί μια ανοιχτή ψηφιακή αγορά μέσω διάφορων πλατφόρμων στο διαδίκτυο ή και σε εφαρμογές για τα κινητά τηλέφωνα μέσω των οποίων επικοινωνούν οι συμβαλλόμενοι. Όντας ένα νέο φαινόμενο στην οικονομία που επηρεάζει την κοινωνία προσπαθούν να κατανοήσουν ή και να προβλέψουν τις μελλοντικές επιπτώσεις στην βιομηχανία του τουρισμού. Οι περισσότερες πλατφόρμες έχουν κάποιους κανόνες τους οποίους πρέπει να ακολουθούν οι χρήστες αλλά πολλές φορές δεν είναι ξεκάθαροι έχοντας ως αποτέλεσμα την δημιουργία παρεξηγήσεων ή διαμαρτυριών όπως έγινε πρόσφατα στην Ελλάδα για την Uber. Για τον λόγο αυτό είναι ένα αρκετά διαφορούμενο μοντέλο όσο αναφορά τα νομικά προβλήματα που προκύπτουν. Παρόλο τους βασικούς κανόνες που είναι σχεδόν οι ουσιώδεις στις περισσότερες χώρες υπάρχουν κάποιες χώρες που έχουν θέσει διαφορετικούς όρους για την ομαλή συνεργασία. Για παράδειγμα στις Βρυξέλλες ο εκμισθωτής πρέπει να έχει άδεια από τον διαχειριστή της εκάστοτε πολυκατοικίας καθώς και το σπίτι του να έχει συγκεκριμένα έπιπλα. Στην Βαρκελώνη ο ιδιοκτήτης του σπιτιού είναι απαραίτητη προϋπόθεση να είναι παρόν καθ' όλη την διάρκεια διαμονής του τουρίστα. Στην Μαδρίτη είναι δεδομένο πως το σπίτι παρέχει δωρεάν Wi-Fi αλλά και η παραμονή του ενοικιαστή πρέπει να είναι το λιγότερο 5 ημέρες. Επιπλέον, στην Ολλανδία ο κάθε ιδιοκτήτης έχει το δικαίωμα να κάνει χρήση της βραχυχρόνιας μίσθωσης για 60 ημέρες συνολικά τον χρόνο ενώ πρέπει να διαθέτει όλα τα μέσα που χρειάζονται σε περίπτωση πυρκαγιάς. Τα προβλήματα βασιζόνταν κυρίως στον ανταγωνισμό που πρόκυπτε από τα παραδοσιακά ξενοδοχεία όπου τα πάγια έξοδα τους ξεπερνούσαν κατά πολύ αυτά των ιδιοκτητών Airbnb. Ένα δεύτερο θέμα που τέθηκε ήταν η διαδικασία της φορολόγησης αυτής της νέας καινοτομίας. Στην Ελλάδα νομιμοποιήθηκε²⁹ με την εφαρμογή του Άρθρου 111 του Ν. 4446/2016 όπως τροποποιήθηκε από το Άρθρο 84 του Ν. 4472/2017 όπου δίνει την δυνατότητα σε κάθε ιδιοκτήτη που καλύπτει τις απαραίτητες προϋποθέσεις να προσφέρει το ακίνητο του για μίσθωση λιγότερη των 12 μηνών καταχωρώντας το στην αντίστοιχη πλατφόρμα (Airbnb). Το ελληνικό φορολογικό πλαίσιο υποχρεώνει τους παρόχους υπηρεσιών να επισυνάπτουν τα απαραίτητα στοιχεία σχετικά με τις μισθώσεις, διαφορετικά θα υποχρεώνονται να κατεβάσουν τις σελίδες από το ελληνικό ίντερνετ. Σε περίπτωση που αρνηθούν να διαβιβάσουν τις απαραίτητες πληροφορίες προβλέπονται πρόστιμα από 30.000 έως και 100.000 για τις ιστοσελίδες και από 5.000 έως 3.000 μισθωτές. Στα ακίνητα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για βραχυχρόνια μίσθωση περιλαμβάνονται και οι

²⁹ <http://www.taxhorizon.club/el/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-7/%CE%B1%CF%81%CE%B8%CF%81%CE%BF%CE%B3%CF%81%CE%B1%CF%86%CE%AF%CE%B1-69/%CE%B2%CF%81%CE%B1%CF%87%CF%85%CF%87%CF%81%CF%8C%CE%BD%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BC%CE%AF%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%BF%CE%B9%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-23096>

μεμονομένοι χώροι μέσα στα διαμερίσματα. Για την διαχείριση της μίσθωσης ορίζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που αναλαμβάνει την διαδικασία προβολής του ακινήτου στις διαδικτυακές πλατφόρμες με σκοπό τη προώθηση του ακινήτου. Επιπλέον ο διαχειριστής πρέπει να είναι είτε κύριος του ακινήτου ή νομέας ή επικαρπωτής ή υπεκμισθωτής. Διευκρινίζεται ότι κύριοι επι της αμοιβής της μίσθωσης δύνανται να είναι τα πρόσωπα που έχουν πλήρη κυριότητα αλλά και την επικαρπία ή και οι υπεκμισθωτές του. Στην περίπτωση που υπάρχουν παραπάνω από ένας ιδιοκτήτης επί του ακινήτου ο κάθε ένας από αυτόν φορολογείται για το ποσοστό αναλόγως επί του ακινήτου, εκτός εάν έχουν παραχωρήσει ποσοστά ιδιοκτησίας τους μέσω υπεκμισθωσης διαχειριστή του ακινήτου, συνεπώς αυτός φορολογείται ολοκληρωτικά ως κύριος δικαιούχος του εισοδήματος. Ο ιδιοκτήτης πρέπει υποχρεωτικά να είναι καταχωρημένος στο μητρώο της Α.Α.Δ.Ε³⁰ η οποία βάση των νόμων 4446/2016 άρθρο 111 Παράγραφος 7 «μπορεί να ζητεί από κάθε ψηφιακή πλατφόρμα, η οποία δραστηριοποιείται στην οικονομία του διαμοιρασμού, κάθε πληροφορία η οποία είναι απαραίτητη για την ταυτοποίηση των διαχειριστών ακινήτων, καθώς και των ακινήτων που αναρτώνται σε αυτές». Αν δεν το πράξουν και εντοπιστούν από τις ελεγκτικές αρχές τότε θα βρεθούν αντιμέτωποι με την επιβολή προστίμου έως 5.000 ευρώ. Το πρόστιμο επιβάλλεται και εισπράττεται από την Α.Α.Δ.Ε.. Έπειτα από την παράβαση ο διαχειριστής καλείται μέσα σε διάστημα 15 ημερών να συμμορφωθεί ως προς τους κανονισμούς. Από τους 45.000³¹ ιδιοκτήτες μόνο οι 27.000 έχουν δηλώσει το ακίνητο τους στην Α.Δ.Ε.Ε. Στην περίπτωση όμως που δεν εκμισθώνει μέσω ψηφιακών πλατφορμών δεν χρειάζεται να εγγραφεί στο μητρώο διότι δεν εμπίπτει³² σε ό,τι ορίζει η ΠΟΛ.1187/2017 Απόφαση του Διοικητή της Α.Α.Δ.Ε., έχει όμως τις υποχρεώσεις που ορίζει η ΠΟΛ.1162/2018.

Οι προϋποθέσεις της βραχυχρόνιας μίσθωσης είναι οι εξής:

- Δεν επιτρέπεται η μίσθωση παραπάνω από δύο ακίνητα ανά ΑΦΜ
- Η μέγιστη διάρκεια είναι 90 ημέρες ενώ για τα νησιά με λιγότερους απο 10.000 κατοίκους οι 60 ημέρες τον χρόνο. Η υπέρβαση των ορίων γίνεται βάση το εισόδημα του μισθωτή.
- Οι κατοικίες θα πρέπει να είναι επιπλωμένες.

³⁰<https://www.taxheaven.gr/laws/view/index/law/4446/year/2016/article/111/paragraph/7/hl/%CE%B2%CF%81%CE%B1%CF%87%CF%85%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%B1%20%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7>

³¹<http://athina984.gr/wp-site/2018/11/07/i-oikonomia-toy-diamoirasmoy-se-arithmoys-to-fainomeno-poy-dichazei/>

³²https://www.aade.gr/sites/default/files/2019-02/FAQs_vrax_misth_akinitwn_06022019.pdf

Σύμφωνα με το νέο άρθρο 39³³ Α που προστέθηκε στον Κώδικα Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013) η φορολογική μεταχείριση του εισοδήματος από βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων στο πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η εξής:

1. Τα εισοδήματα που αποκτώνται από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτου της οικονομίας διαμοιρασμού είναι εισοδήματα από ακίνητη περιουσία και εφαρμόζονται οι διατάξεις του άρθρου 39 και της παρ. 4 του άρθρου 40 του ν. 4172/2013, όπως ισχύουν, εφόσον τα ακίνητα εκμισθώνονται επιπλωμένα χωρίς την παροχή οποιασδήποτε υπηρεσίας πλην της παροχής κλινοσκεπασμάτων. Σύμφωνα με το άρθρο 40 του ΚΦΕ, το ετήσιο εισόδημα από ακίνητη περιουσία φορολογείται με την ακόλουθη κλίμακα:

0 έως 12000€: 15% - 12000 έως 35000: 35% - 35001 και άνω: 45%

2. Το εισόδημα που αποκτάται από νομικά πρόσωπα ή νομικές οντότητες, από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτου της οικονομίας διαμοιρασμού, όπως ορίζεται στην προηγούμενη παράγραφο, θεωρείται εισόδημα από ακίνητη περιουσία.
3. Οι διατάξεις των προηγούμενων παραγράφων ισχύουν για τα εισοδήματα που αποκτώνται από το φορολογικό έτος που αρχίζει από 1.1.2017 και εφεξής.”
4. Το εισόδημα που αποκτάται στο πλαίσιο των διατάξεων του άρθρου 39Α του ν. 4172/2013 (Α΄167) απαλλάσσεται του ΦΠΑ³⁴ και των ασφαλιστικών εισφορών του ΕΦΚΑ

Πηγή: <https://www.taxheaven.gr/news/40485/oi-braxyxronies-misowseis-akinhtwn-h-seira-twn-energeiwn-ti-isxyei-kai-ti-den-isxyei-h-forologikh-matia>

³³ <https://www.taxheaven.gr/news/40485/oi-braxyxronies-misowseis-akinhtwn-h-seira-twn-energeiwn-ti-isxyei-kai-ti-den-isxyei-h-forologikh-matia>

³⁴ <http://www.taxhorizon.club/el/%CE%B2%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7-9/%CE%B2%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7-178/%CF%80%CE%BF%CE%BB-1059-23-03-2018-%CE%B5%CF%86%CE%B1%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%B3%CE%AE-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%84%CE%AC%CE%BE%CE%B5%CF%89%CE%BD-%CF%86%CF%80%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%B2%CF%81%CE%B1%CF%87%CF%85%CF%87%CF%81%CF%8C%CE%BD%CE%B9%CE%B5%CF%82-%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B1%CE%BA%CE%B9%CE%BD%CE%AE%CF%84%CF%89%CE%BD-%CF%83%CF%84%CE%BF-%CF%80%CE%BB%CE%B1%CE%AF%CF%83%CE%B9%CE%BF-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%BF%CE%B9%CF%81%CE%B1%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-27660>

3.4. Η Airbnb στην Ελλάδα και οι επιπτώσεις της στα ξενοδοχεία



35

Τα τελευταία χρόνια η Airbnb έχει κάνει την εμφάνιση της στην Ελλάδα προσφέροντας μια μεγαλύτερη γκάμα καταλυμάτων (σχεδόν 12.000) είτε για τους τουρίστες είτε για αυτούς που κάνουν επαγγελματικά ταξίδια. Σύμφωνα με έρευνα της εταιρίας την χρησιμοποίησαν πάνω από 1.400.00 επισκέπτες για διακοπές προερχόμενοι από 150 και περισσότερες χώρες με μέσω όρο διανυκτερεύσεων τις 28 ημέρες. Στην Αθήνα τα ποσοστά ενοικίασης ξεπερνάνε το 500% δημιουργώντας προβληματισμούς στους ξενοδόχους.

³⁵ https://www.alfavita.gr/koinonia/284806_ereyna-airbnb-stin-ellada-se-arithmoys

Σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου Αθηνών για το διάστημα 2013-2014 καλύφθηκαν 1000 θέσεις εργασίας. Η αύξηση του τουρισμού έχει βοηθήσει τις επιχειρήσεις σε τοπικό επίπεδο με την δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Μελέτη της Grant Thornton που έγινε στην Ελλάδα αναφέρει πως το 10% των ετήσιων εσόδων από τον τουρισμό είναι από ενοικιάσεις τύπου Airbnb. Παράλληλα η κεντρική ιδέα βασίζεται στην φιλοξενία που σχετίζεται με την ελληνική νοοτροπία.

Η ραγδαία ανάπτυξη της δημοτικότητας της Airbnb έθεσε αρκετούς προβληματισμούς στους ιδιοκτήτες τουριστικών επιχειρήσεων καθώς είδαν τις κρατήσεις τους να μειώνονται. Πλέον η πλατφόρμα μετρά περισσότερες από 3.000.000 καταχωρήσεις κάτι που εντείνει τις ανησυχίες των ιδιοκτών. Το 2020 υπήρχαν 12.213³⁶ διαθέσιμα καταλύματα στην Αθήνα εκ των οποίων τα περισσότερα δημοφιλή βρίσκονται σε μικρές γειτονίες της Αθήνας. Επιπλέον οι τουρίστες που διαλέγουν αυτόν τον τύπο διαμονής είναι μια συγκεκριμένη αγορά³⁷ μεταξύ 25-34 όπου ταξιδεύουν με χαμηλότερο προϋπολογισμό που σε κάθε άλλη περίπτωση να μην έρχονταν ποτέ στην χώρα μας. Γενικά νοείται ως ένας εναλλακτικός τρόπος διακοπών ο οποίος αναπτύχθηκε εν μέσω οικονομικής κρίσης σε παράλληλα με την άνοδο του διαδικτύου βοηθάει τους μελλοντικούς ταξιδιώτες να βρίσκουν το ιδανικό ισοζύγιο ποιότητας και τιμής. Όπως έχει αποδειχθεί αυτό το νέο φαινόμενο έχει δώσει την δυνατότητα σε ταξιδιώτες να επισκεφθούν την χώρα μας, που υπό άλλες συνθήκες να μην την επισκέπτονταν ποτέ.

Όλα τα παραπάνω έχουν προκαλέσει αναταραχές στους ξενοδοχειακούς κλάδους καθώς βλέπουν τον τζίρο τους να μειώνεται εξαιτίας της έλλειψης πελατών. Πρόκειται για ένα ανεξέλεγκτο φαινόμενο με σοβαρές παρενέργειες στις ξενοδοχειακές μονάδες όπως είπε με εισήγηση του στο ΑΜΕ -ΜΠΕ ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Αλέξανδρος Βασιλικός «Πλέον δεν μπορεί να μιλάμε για οικονομία του διαμοιρασμού όταν εταιρίες και άλλα φυσικά πρόσωπα διαχειρίζονται 300 και 400 σπίτια, άλλο να ενοικιάζεις για έναν μήνα και άλλο να έχεις στήσει μια επιχείρηση προσφέροντας ξενοδοχειακές υπηρεσίες με διαφορετικούς όρους φορολόγησης». Πλέον το «επικοινωνιακό μότο» της Airbnb «έλα να ζήσεις σαν ντόπιος» δεν υφίσταται αφού σε περιοχές όπως η Πλάκα και τα Κουκάκι δεν έχουν μείνει ντόπιοι αφού οι περισσότεροι έχουν αφήσει τα ακίνητα τους για να τα ενοικιάσουν μέσω της βραχυχρόνιας μίσθωσης. Ο κ. Βασιλικός επισημαίνει πως η επιχειρηματική λογική του εύκολου κέρδους θα σκάσει όπως έγινε και παλαιότερα (Frozen yogurt) με μεγάλες συνέπειες στην κοινωνία. Για παράδειγμα στην Σαντορίνη αυξήθηκαν κατά 3000 οι κλίνες. Οι συνέπειες σε αυτές τις περιοχές είναι αυξημένες συνεπώς θα στιγματιστεί ότι δεν αντέχει

³⁶ <https://thesparrow.gr/mi-katigoriopiimeno/synedrio-bnb-guest-2020-statistika-airbnb-gia-ellada-to-2019/>

³⁷ <https://www.statista.com/statistics/796646/airbnb-users-by-age-us-europe/>

άλλους τουρίστες. Αρχικά η συνεργατική οικονομία απορροφά πελατεία από τα ξενοδοχεία με αποτέλεσμα οι πελάτες να είναι πλέον διαχωρισμένοι σε αυτούς που θέλουν την πολυτέλεια ενός ξενοδοχείου και σε αυτούς που ζητάνε την ζεστασιά του σπιτιού τους ακόμα και στις διακοπές.

Άρα στην ουσία πρόκειται για έναν «διαμοιρασμό της πίτας» εξάλλου και από τις δύο πλευρές το κράτος είναι κερδισμένο μιας και εισπράττει κανονικά τους αντίστοιχους φόρους από τα καταλύματα Airbnb όπως είδαμε παραπάνω εφόσον είναι νόμιμα καταγεγραμμένα στο μητρώο. Σύμφωνα με την ΑΑΔΕ για το φορολογικό έτος 2018 είχαν δηλωθεί 51.513 ακίνητα προς βραχυχρόνια μίσθωση ενώ ο αντίστοιχος τζίρος που προέκυψε από τα Ε2 ήταν 186.000.000.

Ο μεγαλύτερος όγκος καταλυμάτων βρίσκεται στις περιφέρειες Αττικής, Κρήτης και Ν. Αιγαίου κατακτώντας το 60% των συνολικών κρατήσεων. Έπειτα ακολουθεί η Κ. Μακεδονία τα νησιά του Ιονίου πελάγους και η Πελοπόννησος.

Η Airbnb είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της τουριστικής αγοράς. Η ραγδαία αυτή ανάπτυξη προκάλεσε άγχος στους ξενοδόχους οι οποίοι δεν μπορούν να ανταποκριθούν στην ζήτηση που έχει προκληθεί. Συνεπώς τα ξενοδοχεία έχουν γίνει υποκατάστατα του Airbnb διότι όταν κάποιος τουρίστας δεν βρίσκει κάποιο διαθέσιμο Airbnb καταλήγει σε ένα παραδοσιακό κατάλυμα.

Αποτελέσματα μελέτης Grant Thornton³⁸

- Ραγδαία αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης και παράλληλη μείωση της μακροχρόνιας μίσθωσης ακινήτων έχοντας ως συνέπεια την αύξηση των τιμών των ενοικίων.
- Στην Αθήνα για κάθε 1 ακίνητο που μισθώνεται μέσω της πλατφόρμας δύο άλλα ακίνητα μένουν εκτός από την μακροχρόνια μίσθωση ενώ παράλληλα αυξάνονται τα ενοίκια κατά ποσοστό 9,3%
- Σε εθνικό επίπεδο η αγορά των ακινήτων προς ενοικίαση όλο και μικραίνει με αποτέλεσμα τα ενοίκια να αυξάνονται έως και 8,3%
- Για τα έτη 2016 έως 2018 υπολογίζεται πως χάθηκαν από το ταμείο του κράτους 300 εκατ. Ευρώ ενώ έμειναν άνεργοι 36.560 άτομα που θα μπορούσαν να εργάζονται σε ξενοδοχεία
- Τα απόβλητα έχουν αυξηθεί κατά 21% κάτι το οποίο δεν είναι καθόλου αδιάφορο

³⁸ https://atlantea.news/25_i_etisia_ayxisi_stin_oikonomia_diamoirasmou/

- Παρατηρείται αύξηση των αντιπαραθέσεων που καταλήγουν σε δικαστικές αίθουσες πράγμα που εγκίρει ανησυχίες όσο αναφορά την δημόσια ασφάλεια

4. Η οικονομία του διαμοιρασμού στις μεταφορές

4.1: Η περίπτωση της Uber

Πως ξεκίνησε;

Η κοινή χρήση των αυτοκινήτων εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην Ευρώπη και συγκεκριμένα στη Ζυρίχη το 1948 λειτουργώντας από μικρούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Παρόμοια ιστορία με αυτή του Airbnb είναι η δημιουργία της εταιρίας Uber που κατάφερε να γίνει ο μεγαλύτερος εχθρός των παραδοσιακών ταξί. Όλα ξεκίνησαν από δύο φίλους τον Travis Kalanick και Garrett Camp, το 2008 αποφάσισαν να δημιουργήσουν μια νέα εταιρία εκμίσθωσης αυτοκινήτων μετά από μια προσωπική τους εμπειρία, όταν δηλαδή ήταν αδύνατον να βρουν στο Παρίσι ταξί. Ο Kalanick ως ένας νέος επιχειρηματίας που ήθελε να γίνει κατάσκοπος ξεκίνησε από πωλητής γυρνώντας από πόρτα σε πόρτα και πουλώντας μαχαίρια. Έπειτα από μια σειρά αποτυχημένων πρακτικών και επενδύσεων σε startups γνώρισε τον Chris Sacca τωρινός επενδυτής και χρηματοδότης της Uber. Έτσι στις αρχές του 2008 δημιουργείται στο Σαν Φρανσίσκο μια εφαρμογή που επιτρέπει στους υποψήφιους πελάτες να έχουν τη δυνατότητα από το κινητό τους να καλέσουν ταξί. Σχεδόν ένα χρόνο μετά πραγματοποιήθηκε η πρώτη διαδρομή μέσω της εφαρμογής ενώ τον αμέσως επόμενο χρόνο η εταιρία καταφθάνει στο Παρίσι. Αρχικά ονομάστηκε Ubercab αλλά λίγο καιρό μετά το αρμόδιο υπουργείο ζήτησε ειδική άδεια για ταξί και συνεπώς μετονομάστηκε σε Uber. Σύμφωνα με τον CEO Travis Kalanick « Οποιοδήποτε αμάξι μπορεί να χρησιμοποιηθεί για το Uber » Τον Δεκέμβριο του 2015 οι διαδρομές της Uber ανέρχονταν στο 1 δις.

Πως λειτουργεί;

Αντίθετα με τους συμβατικούς τύπου παροχής υπηρεσιών μεταφοράς, η Uber δεν διατηρεί ιδιόκτητα αυτοκίνητα ή οδηγούς. Αντ' αυτού οι οδηγοί είναι ανεξάρτητοι εταίροι που διαθέτουν δικά τους οχήματα και καθορίζουν μόνοι τους την εργασία τους. Όσοι θέλουν να ενταχθούν στο εργατικό δυναμικό της εταιρίας ως μη επαγγελματίες οδηγοί, θα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το 21 έτος της ηλικίας τους αλλά και να έχουν καθαρό ποινικό μητρώο ενώ αυτονόητο είναι πως θα πρέπει να έχει δικό του όχημα αλλά και δίπλωμα οδήγησης το λιγότερο τρία έτη και να μην έχουν καταλογιστεί σε βάρος οδικές παραβάσεις.

Όσο αναφορά τις προδιαγραφές του αυτοκινήτου, θα πρέπει να είναι τετράπορτο και όχι παλαιότερο από το 2001. Η μισθοδοσία του εκάστοτε οδηγού διαμορφώνεται βάση των διαδρομών που πραγματοποιεί για τον λόγο αυτό υπάρχει και ελευθερία στην διαμόρφωση των ωραρίων.

Στην ουσία πρόκειται για μία πλατφόρμα στην οποία οι υποψήφιοι πελάτες αναζητούν ταξί, έτσι τους εμφανίζονται οι πλησιέστεροι οδηγοί οι οποίοι πρέπει να αποδεχτούν το αίτημά τους. Παράλληλα οι πελάτες έχουν την δυνατότητα να δουν τον οδηγό σε φωτογραφία καθώς και την πινακίδα του αυτοκινήτου ενώ μπορούν να δουν και κριτικές άλλων πελατών για τον συγκεκριμένο οδηγό ενώ μπορούν και να απορρίψουν κάποιον. Αρχικά ο πελάτης μέσω της εφαρμογής θα επιλέξει τον κοντινότερο οδηγό που βρίσκεται στην τοποθεσία του μέσω του GPS που διαθέτει το κάθε αυτοκίνητο. Ο πελάτης θα πρέπει να έχει καταχωρημένη χρεωστική κάρτα έτσι ώστε να χρεωθεί αυτόματα το κόστος της διαδρομής. Ακόμα ένα βασικό πλεονέκτημα της εφαρμογής είναι πως οι πελάτες μπορούν να γνωρίζουν εκ των προτέρων το κόστος της διαδρομής ενώ στο τέλος οι πελάτες βαθμολογούν τους οδηγούς και αυτοί με την υψηλότερη βαθμολογία παίρνουν bonus από την εταιρία. Για κάθε διαδρομή η Uber κρατάει το 20% του συνόλου και το υπόλοιπο αποδίδεται στους οδηγούς. Από το 2012 έχει υιοθετηθεί από την εταιρία ένα μοντέλο που αυξάνει την τιμή ανάλογα με την εκάστοτε ζήτηση.³⁹ Η uber υπάρχει σε περισσότερες από 785 χώρες σε όλο τον κόσμο και προσφέρει μεγάλη γκάμα υπηρεσιών ανάλογα με την εκάστοτε πόλη. Οι υπηρεσίες διαχωρίζονται ανάλογα με τον οδηγό δηλαδή αν είναι επαγγελματίας ή όχι, ανάλογα με το είδος της μεταφοράς διότι εκτός από την μεταφορά προσώπων παρέχει και την δυνατότητα μεταφοράς των κατοικίδιων. Η δυνατότητα παροχής διαφόρων υπηρεσιών βοηθά στην προσέλκυση πελατών με σκοπό την κάλυψη των αναγκών τους.

Η Uber διαθέτει αρκετά μεγάλη ποικιλία στις κατηγορίες οχημάτων. Αρχικά τα UberX και UberXL είναι η βασική κατηγορία με τα τυπικά SUV. Έπειτα τα UberBLACK και το UberSUV είναι πολυτελή οχήματα που ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένους πελάτες. Το UberWAV περιλαμβάνει τα οχήματα με πρόσβαση σε αναπηρικά καροτσάκια. Το UberPOOL επιτρέπει σε έναν και περισσότερους επιβάτες να χρησιμοποιούν ταυτόχρονα το ίδιο ταξί με σκοπό να μοιράσουν τα έξοδα της διαδρομής. Η χρέωση για κάθε διαδρομή προσδιορίζεται από τους υπεύθυνους λαμβάνοντας υπόψιν την διαδρομή καθώς και τις τιμές των ταξί. Όταν υπάρχει μεγάλη ζήτηση η τιμή αυξάνεται βάσει συνάρτησης. Έτσι κινητοποιεί τους οδηγούς⁴⁰ ώστε να έχουν μεγαλύτερα έσοδα. Οι οδηγοί που εργάζονται σε αργίες και σαββατοκύριακα λαμβάνουν μεγαλύτερη αμοιβή.

Μέσα στα λίγα χρόνια που έχει καθιερωθεί η uber έχει καταφέρει να κερδίσει μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών ταξί στις περισσότερες χώρες που λειτουργεί. Βέβαια υπάρχουν και αντιδράσεις διότι οι

³⁹ Diakopoulos, N., (2015) How Uber surge pricing really works.

⁴⁰ M. K. Lee, D. Kusbit, E. Metsky, and L. Dabbish. (2015) Working with Machines: The Impact of Algorithmic and Data-Driven Management on Human Workers. Chicago

οδηγοί ταξί διαμαρτύρονται για τα δικαιώματά τους. Σε διάφορες χώρες έχει κατηγορηθεί για παράνομη λειτουργία και αθέμιτο ανταγωνισμό θέτοντας ως βασικό ζήτημα το θέμα της ασφάλειας από μη επαγγελματίες οδηγούς.

Η Uber ως μια νέα υπηρεσία στον κλάδο των μεταφορών δημιούργησε αρκετές αντιδράσεις έτσι προχώρησε στην συνεργασία με τους ήδη υπάρχοντες επαγγελματίες δημιουργώντας το UberTaxi και το UberPOP. Στην ουσία μετατρέπει τους απλούς οδηγούς σε επαγγελματίες και η Uber απλά παρέχει την πλατφόρμα. Τα υπόλοιπα τα κανονίζουν ο οδηγός και ο χρήστης. Όταν πρόκειται δυο πελάτες να μοιραστούν την ίδια διαδρομή πρέπει η έναρξη της διαδρομής και ο προορισμός να είναι σε κοντινή απόσταση.

4.2: ΟΦΕΛΗ - ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Μελετώντας την περίπτωση της Uber καταλήγουμε σε αρκετά συμπεράσματα σχετικά με τα πλεονεκτήματα. Σαν μια τυπική επιχείρηση με βάση την οικονομία διαμοιρασμού προσπαθεί να αυξήσει την ωφέλεια του χρήστη εξοικονομώντας χρήματα αλλά και του οδηγού ο οποίος βλέπει τις απολαβές του να αυξάνονται.

Κατά βάση τα οφέλη τα αποκομίζουν οι πελάτες μιας και απολαμβάνουν ποιοτικότερες υπηρεσίες και γίνεται ευκολότερη η καθημερινότητα μιας και η πλατφόρμα είναι πολύ εύκολη στην χρήση. Η χρήση της εφαρμογής είναι η ίδια σε κάθε χώρα έτσι δεν χρειάζεται απαραίτητη προσαρμογή σε κάθε χώρα. Μακροπρόθεσμα η υπηρεσία θα επεκταθεί σε όλες τις πόλεις και μέσα σε λίγα λεπτά θα γίνονται οι μετακινήσεις. Ως ένα νέο μοντέλο πρόκειται να καταργήσει το μονοπώλιο των παραδοσιακών ταξί όπου προσφέρουν αρκετά υψηλές τιμές ειδικά σε τουριστικές περιοχές.

Επιπλέον μπορεί να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας για τους οδηγούς μιας και το ωράριο απασχόλησης καθορίζεται από τον ίδιο τον οδηγό. Ο κάθε ένας που έχει δίπλωμα οδήγησης και πληροί τις προϋποθέσεις της εταιρίας είναι ένας υποψήφιος οδηγός.

Παράλληλα ως ένας εναλλακτικός τρόπος μεταφοράς ο οποίος προβάλλει τον συνεπιβατισμό μακροπρόθεσμα θα μειώνονταν οι ρίποι στο περιβάλλον μιας και ο κάθε ένας δεν θα χρησιμοποιούσε το δικό του αυτοκίνητο γιατί θα πήγαιναν πολλά άτομα σε ένα.

Από την άλλη πλευρά η Uber θα μπορέσει να έχει μονοπώλιο στις μεταφορές επιβατών συνεπώς θα μπορεί να ελέγχει την αγορά δηλαδή τους πελάτες, και τις τιμές. Όντας μια εταιρία που δεν έχει έδρα σε κάθε χώρα τα έσοδα θα πηγάζουν στην μητρική στις ΗΠΑ. Ακόμα θα καταργήσει τα παραδοσιακά ταξί που σημαίνει ότι θα μειωθούν αρκετές θέσεις εργασίας.

4.3: ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Κατά την πλειονότητα των περιπτώσεων οι νόμοι καθορίζονται σε εθνικό επίπεδο καθώς επηρεάζονται από τους εκάστοτε νόμους και διατάξεις της κάθε χώρας. Πρίν εδραιωθεί σε κάθε πόλη πρώτα μελετάται το νομικό πλαίσιο της κάθε περιοχής με σκοπό να είναι έτοιμοι για τυχόν αντιδράσεις των ντόπιων επαγγελματιών.

Λαμβάνοντας υπόψιν την ραγδαία εξάπλωση της Uber μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού, έχουν περιοριστεί τα κλασικά ταξί. Συνεπώς οι σύλλογοι αντιδρούν και επηρεάζουν τις ελεγκτικές αρχές οι οποίες προσπαθούν να εντοπίσουν όποιο στοιχείο αντιτίθεται στην νομιμότητα της επιχείρησης.

Για παράδειγμα στην Φρανκφούρτη αλλά και στο Παρίσι επιβλήθηκαν πρόστιμα σε οδηγούς αλλά και στους αρμοδίους διότι η νομοθεσία της χώρας επιτρέπει να μεταφέρει κάποιος πελάτες έναντι αντιτίμου μόνο εάν είναι κάτοχος ειδικής επαγγελματικής άδειας. Η εταιρία επιβάλλει στους οδηγούς να έχουν την άδεια έτσι ώστε να μην δημιουργούνται προβλήματα. Παράλληλα έχει και την στήριξη του Ευρωπαϊκού συμβουλίου το οποίο έκανε γνωστό στις εκάστοτε κυβερνήσεις πως δεν πρέπει να εκδιώκεται η εταιρία ενώ η «κομισιόν» προσπαθεί να εντοπίσει έναν τρόπο ανάπτυξης καινοτόμων υπηρεσιών χωρίς όμως να παραγκωνίζονται άλλες υπηρεσίες.

Οι υπεύθυνοι στην Γαλλία Τιμπο Σιμφάλ και Πιέρ Γκόρ Κότι είναι αντιμετώπι με κατηγορίες που μπορούν να οδηγήσουν και ως 2 χρόνια φυλάκιση. Τους κατηγορούν για παράνομες υπηρεσίες μεταφορών και παραπλανητική διαφήμιση. Τους έχει ασκηθεί ποινική δίωξη από 3 ομοσπονδίες ταξί οι οποίες ζητούν 100 εκατομμύρια ευρώ. Αρκετές είναι βέβαια και οι επιθέσεις σε οδηγούς Uber.

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΟΥ ΛΟΝΔΙΝΟΥ⁴¹

Το Λονδίνο είναι η 11^η χώρα όπου δραστηριοποιήθηκε η Uber και η πρώτη σε ευρωπαϊκό επίπεδο το 2012. Αρχικά πρόσφερε υπηρεσίες πολυτελών αυτοκινήτων μέσα από μια μεγάλη γκάμα οδηγών δίνοντας στον πελάτη να καταλάβει πως είναι εκεί όποτε τους χρειαστεί. Προσπάθησε να τραβήξει το ενδιαφέρον αρκετά σύντομα διότι έδινε 25 λίρες στους οδηγούς για κάθε ώρα ανεξάρτητα αν έκαναν κάποια διαδρομή έτσι έγινε πηγή γρήγορου χρήματος.

⁴¹ <https://www.theguardian.com/technology/2016/apr/27/how-uber-conqueredlondon>

Έπειτα ξεκίνησε την λειτουργία του UberX μια υπηρεσία παροχής αυτοκινήτων τύπου Van αλλά σε χαμηλότερες τιμές από άλλα αντίστοιχα. Οι οδηγοί ταξί προχώρησαν σε απεργία έχοντας ως αποτέλεσμα το αντίθετο από αυτό που περίμεναν διότι η εταιρία απέκτησε φήμη και η εφαρμογή αύξησε τα downloads σε 850%. Έτσι αυξήθηκε ο όγκος εργασιών για τους οδηγούς μειώνοντας και τον χρόνο που περίμεναν για νέο πελάτη. Κατά την εταιρία οι οδηγοί έχουν περισσότερα κέρδη με λιγότερα έσοδα ανά πελάτη συνεπώς μειώνονται οι τιμές αλλά αυξάνεται ο όγκος εργασιών.

Το επόμενο βήμα ήταν να δημιουργηθεί το UberPool όπου οι πελάτες μοιράζονται την διαδρομή και συνεπώς το κόστος με άλλους πελάτες σαν μια πολύ φθηνή επιλογή μεταφοράς

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Πέρα της μεγάλης επιτυχίας που έχει γνωρίσει η Uber έχει έρθει αντιμέτωπη με αρκετά προβλήματα. Ενώ αποτελεί άμεσο συνώνυμο της οικονομίας διαμοιρασμού κατηγορείται πως δεν ακολουθεί αυτό το μοτίβο πλέον.⁴²

Η αύξηση των τιμών έχει συμβάλλει αρκετά ώστε να δημιουργηθεί αυτή η άποψη. Παράλληλα η επιθετική στρατηγική και η συνεχής ανάπτυξη ενάντια των ανταγωνιστών συντελούν στην άποψη πως δεν είναι μέρος της οικονομίας του διαμοιρασμού. Επιπλέον κατηγορείται πως ανταγωνίζεται τα ταξί και δεν ακολουθεί τους εκάστοτε κανόνες και προσπαθεί να εδραιωθεί ως μονοπώλιο. Επίσης αρκετοί επισημαίνουν πως τα αυτοκίνητα του στόλου δεν είναι καλοσυντηρημένα ενώ παράλληλα κατηγορείται και για παραβίαση της εργασιακής νομοθεσίας. Θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα νομοθετικό πλαίσιο το οποίο θα εξασφαλίζεται η ασφάλεια του πελάτη ενώ οι οδηγοί θα διατηρήσουν τα υψηλά επίπεδα παροχής υπηρεσιών. Έτσι τα παραδοσιακά ταξί θα φροντίσουν να εκσυγχρονιστούν⁴³ ώστε να μην χάσουν του πελάτες τους.

4.3 Η UBER ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στα τέλη του 2014 η uber έκανε την εμφάνιση της στην ελληνική αγορά ως μια αμφιλεγόμενη εταιρία. Λειτουργήσε με την UberX αλλά και την UberTaxi.

⁴² <https://www.fastcompany.com/3040863/stop-saying-uber-is-part-of-the-sharing-economy>

⁴³ Berger, T., Chinchih, C., Frey, C. B., (2017), "Drivers of Disruption? Estimating the Uber Effect," working paper.

Η UberX έγινε ιδιαίτερα αποδεκτή στο ελληνικό κοινό γιατί σύμφωνα με στοιχεία της εταιρίας συνεργάστηκε με 1300 οδηγούς ενώ μετέφερε 450000 άτομα. Αρχικά ήρθε αντιμέτωπη με το συνδικάτο αυτοκινητιστών ταξί Αττικής. Η εταιρία βρισκόταν στην αναζήτηση συνεργατών είτε επαγγελματίες είτε ιδιώτες που θα έκαναν τις διαδρομές έναντι αντιτίμου. Αρχικά λειτούργησε μόνο με επαγγελματίες οδηγούς βάση νομοθεσίας. Η Ελλάδα είναι μια ιδιαίτερη αγορά διότι στις περισσότερες πόλεις κυκλοφορούν περισσότερα ταξί από όσα χρειάζονται. Στην Αθήνα η αναλογία είναι 2,5 ταξί για 1000 κατοίκους, κάτι που ξεπερνά ακόμα και το ποσοστό της Ρώμης.

Στην χώρα μας ο νόμος 4093/2012 ορίζει πως ο ελάχιστος χρόνος μίσθωσης οδηγού επί του αυτοκινήτου είναι 6 ώρες. Έτσι δεν εμπίπτει στις διατάξεις του νόμου μια μεταφορά όπου καθημερινώς καλύπτεται από ένα ταξί ενώ αν η διαδρομή είναι μεγαλύτερη των 50χλμ τότε αυξάνεται η χρέωση. Μετά από αντιδράσεις των οδηγών η εταιρία έκανε μια κίνηση μέσω της οποίας οι οδηγοί θα γλίτωναν τον έλεγχο της τροχαίας «Θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε πως απαιτείται από την ελληνική νομοθεσία, η συμπλήρωση ενός εγγράφου που σας δίνει ο οδηγός πριν την έναρξη της μετακίνησής σας. Μετά το τέλος της διαδρομής μπορείτε να κρατήσετε το έγγραφο αυτό»

Τον Απρίλιο του 2018 βάση του νόμου 4530/2018 διέκοψε την λειτουργία της στην χώρα μας λόγω νομοθετικών διαφορών. Παρακάτω παρατίθεται η ανακοίνωση⁴⁴ της εταιρίας «Ξεκινώντας από μία απλή ιδέα, να μετακινείσαι με το πάτημα ενός κουμπιού, η Uber έχει γίνει παγκοσμίως μία εφαρμογή που διευκολύνει ημερησίως 15 εκατομμύρια μετακινήσεις σε πάνω από 600 πόλεις σε 65 χώρες.

Από τότε που ήρθαμε στην Ελλάδα το 2015, το uberX έχει γίνει μία από τις πλέον δημοφιλείς επιλογές στην Αθήνα για ασφαλή μετακίνηση στην πόλη. Περισσότεροι από 450.000 κάτοικοι και τουρίστες από ολόκληρο τον κόσμο έχουν πραγματοποιήσει τις μετακινήσεις τους μέσα από την εφαρμογή μας. Ωστόσο, ένα νέο νομοθετικό πλαίσιο ψηφίστηκε πρόσφατα με διατάξεις που επηρεάζουν τις υπηρεσίες ridesharing. Θα πρέπει να αξιολογήσουμε εάν και πώς μπορούμε να λειτουργήσουμε σύμφωνα με αυτό το νέο πλαίσιο και θα αναστείλουμε το uberX στην Αθήνα από την επόμενη Τρίτη μέχρι να βρούμε μία κατάλληλη λύση. Ελπίζουμε να συνεργαστούμε με όλους τους σχετικούς φορείς στη χώρα, ώστε να μπορέσουμε να βρούμε ένα τρόπο να δώσουμε τη δυνατότητα στους Έλληνες να απολαύσουν τα οφέλη των σύγχρονων τεχνολογιών όπως της Uber.

⁴⁴ <https://www.uber.com/el-GR/blog/uberxupdate/>

Παραμένουμε αποφασισμένοι να συνεισφέρουμε στην Ελλάδα και θα συνεχίσουμε να προσφέρουμε την υπηρεσία uberTAXI στην Αθήνα. Τις επόμενες μέρες, θα κάνουμε ό,τι μπορούμε για να στηρίξουμε τους συνεργάτες και τους οδηγούς που βασίστηκαν στην εφαρμογή μας κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων.»

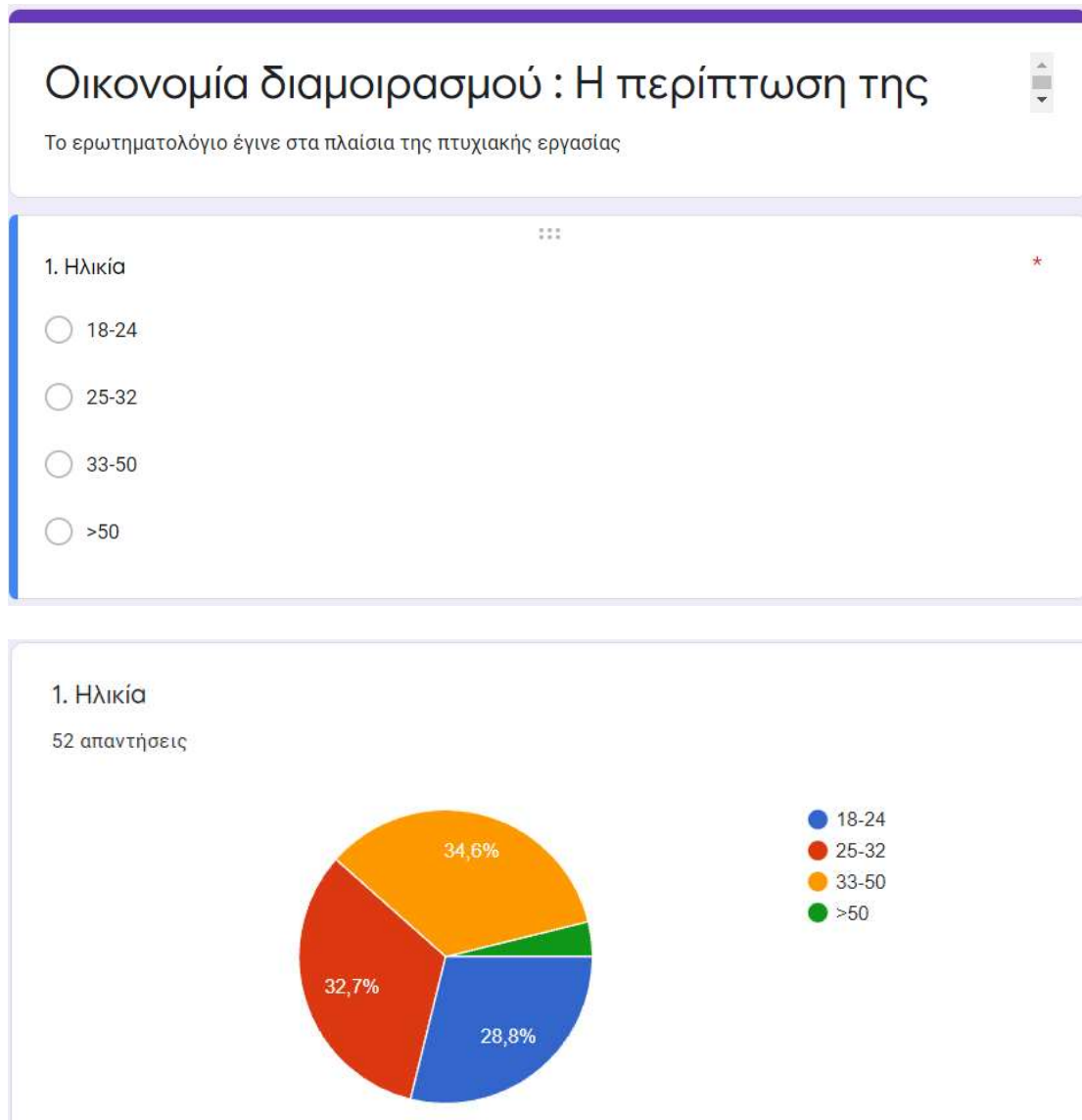
5. ΣΥΓΚΡΙΣΗ AIRBNB ΚΑΙ UBER

Πρόκειται για δύο εταιρίες όπου δραστηριοποιούνται μέσω διαδικτύου και μοιράζονται άυλους πόρους που προσφέρονται μεταξύ ιδιωτών. Συνεπώς μειώνονται τα λειτουργικά έξοδα και αυξάνεται η αξία. Δίχως την βοήθεια της τεχνολογίας δεν θα είχαν κατακτήσει την θέση που βρίσκονται σήμερα. Παρακολουθώντας τις εξελίξεις και την αύξηση της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ως peer to peer πλατφόρμες η Airbnb επικεντρώνεται στην δημιουργία μιας μεγάλης κοινότητας πελατών ενώ η Uber θέλει απλά να αυξάνεται η ικανοποίηση των πελατών. Σχετικά με τις τιμές η Airbnb συμβαδίζει με τις τιμές της αγοράς γιατί βασίζεται στις σχέσεις με τους πελάτες ενώ αντίθετα η Uber καθορίζει την τιμή βάσει της εκάστοτε ζήτησης.

Συγκρίνοντας τα συμπεραίνουμε πως η δημιουργία σχέσεων μεταξύ πελατών είναι το σημαντικότερο χαρακτηριστικό για επιχειρήσεις τέτοιου είδους. Επιπλέον είναι σημαντική η ικανοποίηση του πελάτη αλλά και η συνεχόμενη προσπάθεια εύρεσης τρόπων που θα τους βοηθήσουν να αυξήσουν την παρεχόμενη αξία στον πελάτη.

| | ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ | ΤΙΜΟΛΟΓΙΣΗ | ΤΥΠΟΣ | ΔΟΜΗ |
|---------------|---|----------------------|--------------|-----------------------|
| AIRBNB | Χρήση για συναλλαγές αλλά και δημιουργία κοινότητας | Σύμφωνα με την αγορά | Peer to peer | Διαπροσωπικές σχέσεις |
| UBER | Χρήση μόνο για συναλλαγές | Σύμφωνα με τη ζήτηση | Peer to peer | Κανάλια |

6. Έρευνα – Πρακτικό μέρος



Σε 52 απαντήσεις που λάβαμε το μεγαλύτερο ποσοστό (34,6%) ανήκει στην ηλικία μεταξύ 33-50 έπειτα το 32,7% μεταξύ 25-32, το 28,8% ανήκει στις ηλικίες 18-24 ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (3,8%) ανήκει σε ηλικίες άνω των 50 ετών.

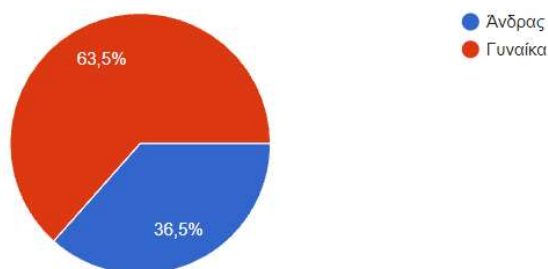
2. Φύλο *

Άνδρας

Γυναίκα

2. Φύλο

52 απαντήσεις



Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος ανήκει σε γυναίκες (63,5%) και μόνο το 36,5% ανήκει σε ανδρικό πληθυσμό.

3. Εκπαίδευση *

Πρωτοβάθμια

Δευτεροβάθμια

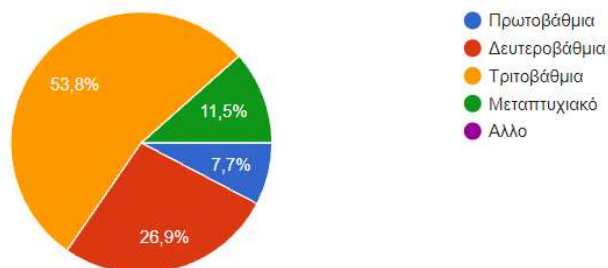
Τριτοβάθμια

Μεταπτυχιακό

Άλλο

3. Εκπαίδευση

52 απαντήσεις



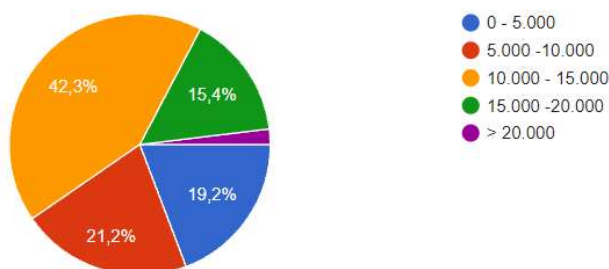
Σχετικά με την εκπαίδευση το μισό σχεδόν δείγμα (53,8%) ανήκει στην τριτοβάθμια εκπαίδευση και το υπόλοιπο μοιράστηκε στις υπόλοιπες βαθμίδες με το μικρότερο ποσοστό να ανήκει στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση (7,7%).

4. Ετήσιο εισόδημα (ατομικά) *

- 0 - 5.000
- 5.000 -10.000
- 10.000 - 15.000
- 15.000 -20.000
- > 20.000

4. Ετήσιο εισόδημα (ατομικά)

52 απαντήσεις



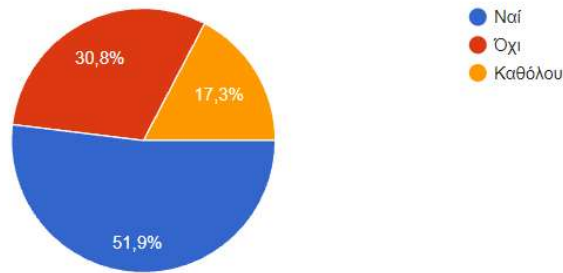
Το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος (42,3%) έχει εισόδημα 10000 έως 15000 ευρώ έπειτα το 21,2% έχει 5000 έως 10000, το 15,4% κυμαίνεται από 15000 έως 20000 και μόλις το 1,9% έχει πάνω από 20000 εισόδημα.

5. Είστε εξοικειωμένος με την τεχνολογία; *

- Ναι
- Όχι

5. Είστε εξοικειωμένος με την τεχνολογία;

52 απαντήσεις



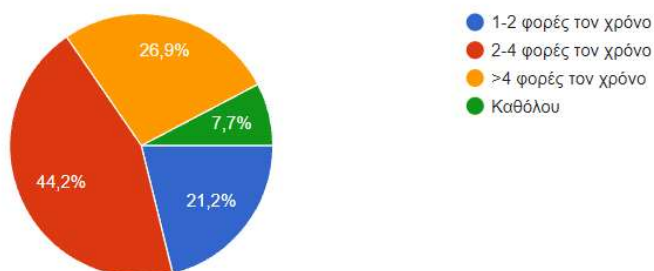
Το 51,9% είναι αρκετά εξοικειωμένο με την τεχνολογία ενώ το υπόλοιπο δείγμα όχι και τόσο.

6. Πόσο συχνά ταξιδεύετε; *

- 1-2 φορές τον χρόνο
- 2-4 φορές τον χρόνο
- >4 φορές τον χρόνο
- Καθόλου

6. Πόσο συχνά ταξιδεύετε;

52 απαντήσεις



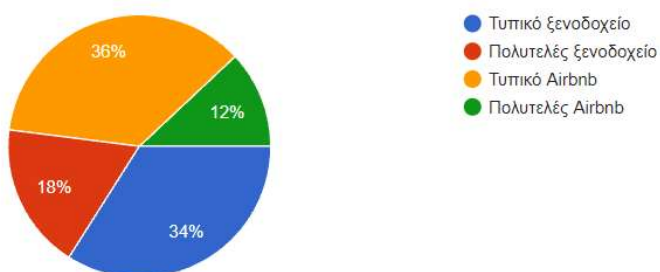
Το 44,2% ταξιδεύει από 2 έως 4 φορές τον χρόνο που μας βοηθά να εξάγουμε αποτελέσματα και μόλις το 7,7% δεν ταξιδεύει καθόλου μέσα στον χρόνο.

7. Τι τύπο διαμονής προτιμάτε;

- Τυπικό ξενοδοχείο
- Πολυτελές ξενοδοχείο
- Τυπικό Airbnb
- Πολυτελές Airbnb

7. Τι τύπο διαμονής προτιμάτε;

50 απαντήσεις



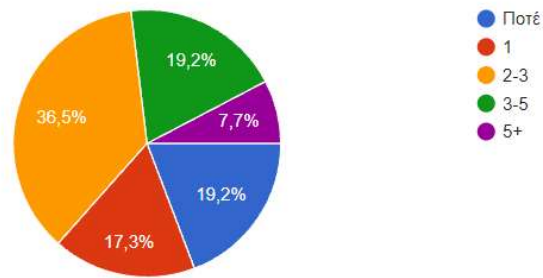
Εδώ το δείγμα μας έχει ουσιαστικά μοιραστεί διότι το μεγαλύτερο ποσοστό (36%) προτιμά ένα τυπικό κατάλυμα Airbnb το αμέσως επόμενο (34%) προτιμά ένα τυπικό ξενοδοχείο, το 18% ένα πολυτελές ξενοδοχείο ενώ το μικρότερο ποσοστό (12%) ένα πολυτελές Airbnb.

8. Πόσες φορές έχετε μείνει σε Airbnb; *

- Ποτέ
- 1
- 2-3
- 3-5
- 5+

8. Πόσες φορές έχετε μείνει σε Airbnb;

52 απαντήσεις



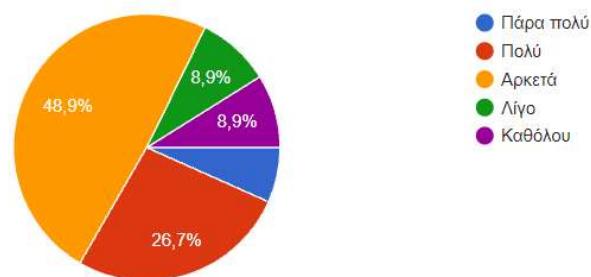
Το μεγαλύτερο ποσοστό (36,5%) έχει μείνει 2 με 3 φορές σε Airbnb ενώ μόνο το 19,2% δεν έχει μείνει ποτέ σε Airbnb

9. Αν έχετε μείνει σε Airbnb πόσο ικανοποιημένος μείνατε;

- Πάρα πολύ
- Πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Καθόλου

9. Αν έχετε μείνει σε Airbnb πόσο ικανοποιημένος μείνατε;

45 απαντήσεις



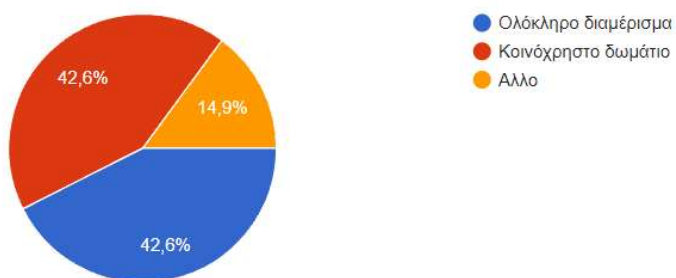
Το 91,9% του δείγματος έχει μείνει έστω και λίγο ικανοποιημένο από το Airbnb ενώ μόνο το 8,9% δεν έχει ικανοποιηθεί.

10. Σε τι τύπο καταλύματος μέινετε;

- Ολόκληρο διαμέρισμα
- Κοινόχρηστο δωμάτιο
- Άλλο

10. Σε τι τύπο καταλύματος μέινετε;

47 απαντήσεις



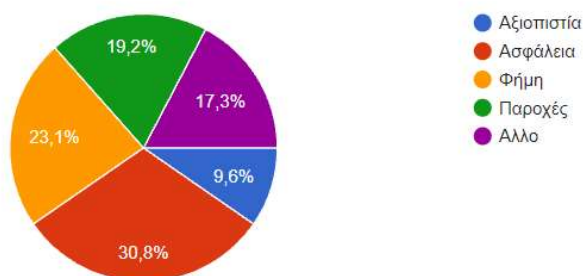
Το δείγμα μοιράστηκε και το 42,6% έμεινε σε διαμέρισμα το άλλο 42,6% σε κοινόχρηστο δωμάτιο και το 14,9% σε κάτι άλλο. (πχ μονοκατοικία)

11. Ποιο είναι το πλεονέκτημα από την επιλογή Airbnb έναντι τυπικού ξενοδοχείου; *

- Αξιοπιστία
- Ασφάλεια
- Φήμη
- Παροχές
- Άλλο

11. Ποιο είναι το πλεονέκτημα από την επιλογή Airbnb έναντι τυπικού ξενοδοχείου;

52 απαντήσεις



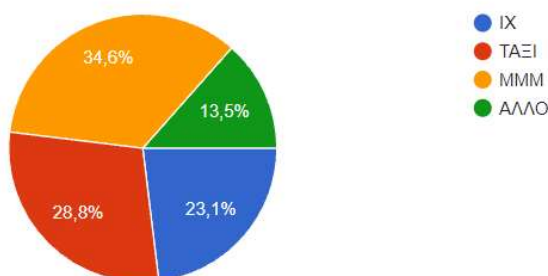
Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λάβαμε το βασικότερο πλεονέκτημα του Airbnb είναι η ασφάλεια (30,8%), έπειτα ακολουθεί η φήμη του καταλύματος με 23,1%, η φήμη με 19,2%, το 9,6% βασίζεται στην αξιοπιστία ενώ το 17,3% σε κάτι άλλο όπως η ηρεμία που παρέχει ένα Airbnb έναντι της φασαρίας ενός ξενοδοχείου.

12. Ποιο μέσο μετακίνησης χρησιμοποιείτε; *

- ΙΧ
- ΤΑΞΙ
- ΜΜΜ
- ΑΛΛΟ

12. Ποιο μέσο μετακίνησης χρησιμοποιείτε;

52 απαντήσεις



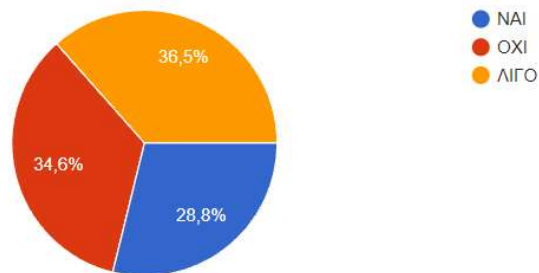
Το 34,6% χρησιμοποιεί τα ΜΜΜ, το 28,8% ταξί, το 23,1% ΙΧ και το 13,5% κάποιο άλλο μέσο.

13. Χρησιμοποιείτε ταξί; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- ΛΙΓΟ

13. Χρησιμοποιείτε ταξί;

52 απαντήσεις



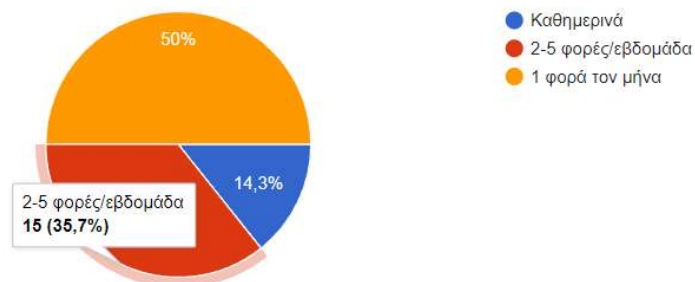
Το 28,8% χρησιμοποιεί ταξί, το 36,5% το χρησιμοποιεί λίγο διότι ίσως συνδυάζεται και με άλλα μέσα ενώ το 34,6% δεν χρησιμοποιεί καθόλου

14. Αν ναι, πόσο συχνά;

- Καθημερινά
- 2-5 φορές/εβδομάδα
- 1 φορά τον μήνα

14. Αν ναι, πόσο συχνά;

42 απαντήσεις



Το μισό δείγμα χρησιμοποιεί ταξί έστω και μια φορά τον μήνα, το 35,7% από 2 έως 5 φορές την εβδομάδα και μόλις το 14,3% καθημερινά

15. Πόσο εύκολο είναι να βρείτε ταξί

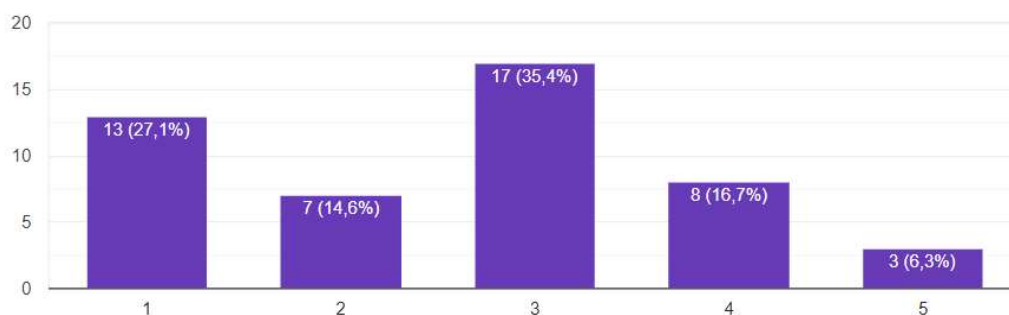
⋮

1 2 3 4 5

λίγο πολύ

15. Πόσο εύκολο είναι να βρείτε ταξί

48 απαντήσεις



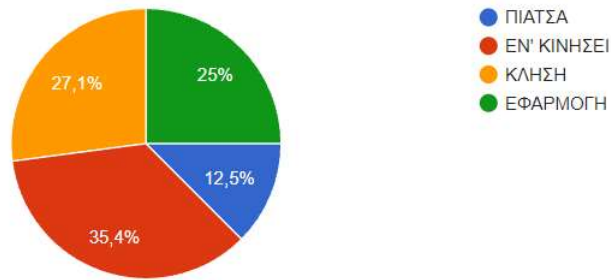
Μόλις το 6,3% βρίσκει πολύ εύκολα ταξί ενώ το 35,4% βρίσκεται σχεδόν στην μέση κάνοντας την διαδικασία εύρεσης ταξί όχι και τόσο εύκολη

16. Πως βρίσκετε ταξί συνήθως;

- ΠΙΑΤΣΑ
- ΕΝ' ΚΙΝΗΣΕΙ
- ΚΛΗΣΗ
- ΕΦΑΡΜΟΓΗ

16. Πως βρίσκετε ταξί συνήθως;

48 απαντήσεις



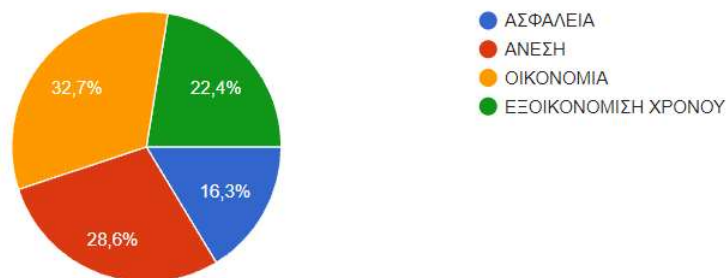
Το 35,4% βρίσκει ταξί εν κινήσει και το 25% μέσω εφαρμογής. Το 27,9% προτιμά την κλήση στο κέντρο ενώ το 12,5% από πιάτσα ταξί

17. Για ποιον λόγο χρησιμοποιείτε αυτόν τον τρόπο;

- ΑΣΦΑΛΕΙΑ
- ΑΝΕΣΗ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ
- ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΙΣΗ ΧΡΟΝΟΥ

17. Για ποιον λόγο χρησιμοποιείτε αυτόν τον τρόπο;

49 απαντήσεις



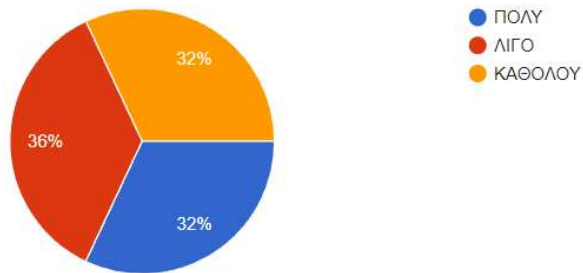
Οι περισσότεροι απάντησαν πως χρησιμοποιούν τον εκάστοτε τρόπο για οικονομία αλλά και για άνεση.

18. Χρησιμοποιείτε εφαρμογές για εύρεση ταξί;

- ΠΟΛΥ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

18. Χρησιμοποιείτε εφαρμογές για εύρεση ταξί;

50 απαντήσεις



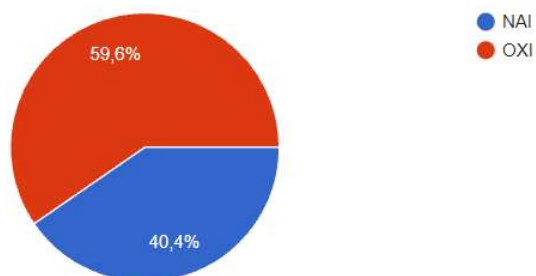
Το 32% δεν χρησιμοποιεί καθόλου εφαρμογές για την εύρεση ταξί.

19. Έχετε χρησιμοποιήσει την Uber; *

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

19. Έχετε χρησιμοποιήσει την Uber;

52 απαντήσεις



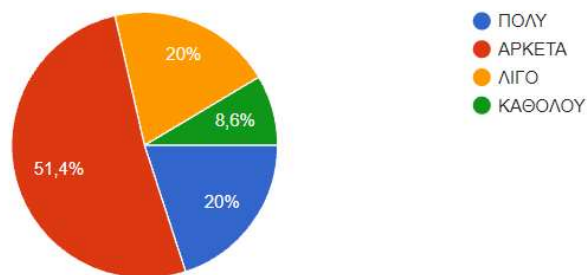
Το μεγαλύτερο ποσοστό (59,6%) δεν έχει χρησιμοποιήσει την Uber.

20. Αν ναι, πόσο ικανοποιημένος μείνατε;

- ΠΟΛΥ
- ΑΡΚΕΤΑ
- ΛΙΓΟ
- ΚΑΘΟΛΟΥ

20. Αν ναι, πόσο ικανοποιημένος μείνατε;

35 απαντήσεις



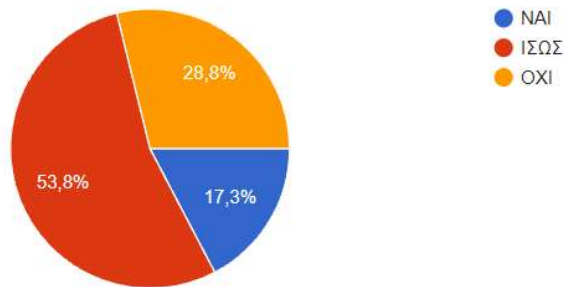
Το μισό και πλέον δείγμα τουλάχιστον έχει μείνει ικανοποιημένο από την εφαρμογή και μόλις το 8,6% δεν έχει ικανοποιηθεί

21. Θα γινόσασταν οδηγός στην Uber;

- ΝΑΙ
- ΙΣΩΣ
- ΟΧΙ

21. Θα γινόσασταν οδηγός στην Uber;

52 απαντήσεις



Το 53,8% ίσως και να γινόταν οδηγοί στην Uber ενώ το 28,8% σίγουρα πως όχι

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στα παραπάνω κεφάλαια αναλύσαμε τις βασικότερες εταιρίες που εμπλέκονται στην οικονομία διαμοιρασμού. Οι νέες αυτές διαστάσεις που αναλύσαμε πρόκειται να λάβουν μεγαλύτερη ανάπτυξη στα επόμενα έτη. Έχουν δημιουργηθεί ευκαιρίες οι οποίες βοηθούν στην ανάπτυξη περιουσιακών στοιχείων που βρίσκονται στην αδράνεια αλλά και πρόσθετα έσοδα. Ιδιαίτερα σε περιοχές που η αγορά εργασίας είναι περιορισμένη η οικονομία διαμοιρασμού δημιουργεί νέες ευκαιρίες. Ύστερα από την ραγδαία ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού υπήρξαν πολλοί επικριτές οι οποίοι εναντιώθηκαν στις αξίες. Για παράδειγμα κατηγορήθηκαν πως φοροδιαφεύγουν ή δεν είναι ασφαλείς για τους καταναλωτές.

Βασικό στοιχείο της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η εμπιστοσύνη. Για να μοιραστεί κάποιος το σπίτι του ή το αυτοκίνητο του θα πρέπει να υπάρχει εμπιστοσύνη και από τις δύο πλευρές. Αρχικά πρέπει να εμπιστευτείς αυτόν που σου παραχωρεί ως προς την ποιότητα και την ασφάλεια αλλά και το άτομο που χρησιμοποιεί την υπηρεσία να κάνει ορθή χρήση και να μην καταστρέψει πχ. Το σπίτι το οποίο ενοικιάζει για ένα βράδυ. Η εμπιστοσύνη δημιουργείται από την ασφάλεια που παρέχουν οι εκάστοτε πλατφόρμες με πλήθος κριτικών για τον κάθε οικοδεσπότη ή οδηγό αλλά και από παλαιότερες εμπειρίες που έχουν οι χρήστες από τις πλατφόρμες.

Λαμβάνοντας υπόψιν την έρευνα διαπιστώνουμε πως το κοινό θέλει να δοκιμάσει κάτι καινούργιο το οποίο βεβαίως συνεπάγεται και με αρκετά οφέλη. Φαινομενικά και οι δύο εταιρίες βασίζονται στην καινοτομία δημιουργώντας νέες αγορές εκεί που δεν υπάρχουν. Μέσω των πλατφορμών γίνονται οι

συναλλαγές με σχεδόν μηδενικό κόστος. Οι περισσότεροι ταξιδιώτες και εν δυνάμει ταξιδιώτες επιλέγουν την νέα μορφή διαμονής το Airbnb ως κάτι το εναλλακτικό που μπορεί να προσφέρει και χαμηλή τιμή αλλά και άψογη ποιότητα μιας και υπάρχουν και αρκετά πολυτελή καταλύματα. Η βραχυχρόνια μίσθωση παρουσιάζει ιδιαίτερη αύξηση στην χώρα μας λόγω της μεγάλης ποικιλίας ενώ ταυτόχρονα κάνει τους ταξιδιώτες να έχουν μια καθημερινότητα σαν να ήταν ντόπιοι. Όλο ένα και περισσότεροι είναι οι ιδιοκτήτες ακινήτων που επιλέγουν να ενοικιάσουν τα σπίτια τους από την πλατφόρμα. Γενικά αυτή η δραστηριότητα έδωσε μια ώθηση στην Ελληνική οικονομία την στιγμή που το χρειαζόταν.

Είναι απολύτως λογικό να υπάρχουν αρκετές περιοχές που κατά βάσει αποτελούνται από καταλύματα Airbnb διότι λόγω της θέσης τους σε κοντινά αξιοθέατα αυτό το κάνει πιο εύκολο. Η πολιτεία θα πρέπει να μεριμνήσει για την ομαλή εξάπλωση τους και στην ύπαρξη ισορροπίας στις πόλεις.

Οι εκάστοτε κυβερνόντες θα πρέπει να λάβουν κάποια μέτρα σχετικά με τα προβλήματα που προκύπτουν. Αρχικά θα πρέπει να ξεκαθαριστεί το θέμα της φορολόγησης των εσόδων που προκύπτουν από την πλατφόρμα. Επιπλέον θα πρέπει να καθοριστεί ένας αριθμός επισκεπτών που μπορεί να φιλοξενήσει κάθε περιοχή έτσι ώστε να μπορούν να τους διαχειριστούν οι επιχειρηματίες αλλά και να μην υπάρχουν μόνο οι τουρίστες στην περιοχή.

Ένα άλλο βασικό θέμα είναι η ασφάλεια των εμπλεκόμενων από τους υπαλλήλους ως τους επισκέπτες. Οι ιδιοκτήτες Airbnb δεν έχουν κάποιο συγκεκριμένο πλαίσιο λειτουργίας. Παράλληλα πρέπει να διασφαλιστεί και η προστασία των καταναλωτών από τους οικοδεσπότες κάτι που είναι αρκετά δύσκολο να παρακολουθηθεί.

Τέλος τα δύο βασικότερα θέματα που χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας είναι ο ευγενής ανταγωνισμός δηλαδή να μην υπάρχουν ιδιοκτήτες που νοικιάζουν την κατοικία τους χωρίς να διαθέτουν τις απαραίτητες προϋποθέσεις και να παίρνουν με αυτόν τον τρόπο πελάτες από τα παραδοσιακά ξενοδοχεία. Για τον λόγο αυτό είναι απαραίτητη η δημιουργία ενός νομικού πλαισίου όπου θα καθορίζει την ομαλή συνύπαρξη των νέων εταιριών αλλά και των ήδη υπαρχόντων. Θα πρέπει να υπάρχει μια ισορροπία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και το κράτος ώστε να διατηρήσουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα βάση των κανόνων της εκάστοτε χώρας. Σε περίπτωση που δεν επιτευχθεί η συνεργασία ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τις αρχές θα οδηγηθούν σε αντίθετα αποτελέσματα από αυτά που επιδιώκουν.

Παράλληλα μετά την έξαρση της οικονομίας διαμοιρασμού έχει δυσκολέψει αρκετά διαδικασία εύρεσης κατοικίας διότι οι ιδιοκτήτες προτιμούν να ενοικιάσουν για λίγο το σπίτι τους με ένα αρκετά μεγάλο αντίτιμο παρά να έχουν έναν σταθερό ενοικιαστή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Ως αποτέλεσμα η ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού αύξησε τον αριθμό των τουριστών πάρα έκανε κακό στα παραδοσιακά ξενοδοχεία διότι έδωσε την ευκαιρία για διακοπές με πιο προσιτό τρόπο σε άτομα που ίσως και να μην πήγαιναν ποτέ σε κάποια μέρη. Αυτό παρατηρείται σε πόλεις που δεν υπήρχε καν τουρισμός να έχει αναπτυχθεί αρκετά.

Εταιρείες όπως η Uber είναι στην κορυφή της ανάπτυξης τους στον κλάδο των επιβατικών μετακινήσεων. Οι μεγάλες όμως αντιπαραθέσεις με τα παραδοσιακά ταξί δυσχεραίνουν την ανάπτυξη τους. Τις περισσότερες φορές όμως λειτουργεί ως συμπληρωματικό μέσο μεταφοράς καλύπτοντας τα κενά τα οποία συναντώνται. Στις περισσότερες χώρες οι οδηγοί έχουν εναντιωθεί στην εταιρεία.

Το συμπέρασμα προήλθε μελετώντας το ιστορικό της Uber η οποία ήταν αρνητική προς τους κρατικούς νόμους η διεθνής νομολογία γύρισε εναντίον της έτσι σε πολλές περιοχές απαγορεύτηκε η λειτουργία της. Βάση της απόφασης του δικαστηρίου η Uber πρέπει να αλλάξει την ραχοκοκαλιά της λειτουργίας της αλλιώς θα έρθει αντιμέτωπη με τις συνέπειες.

Ολοκληρώνοντας, η οικονομία του διαμοιρασμού κατέχει ένα αρκετά μεγάλο μερίδιο της αγοράς τα τελευταία χρόνια. Η υιοθέτηση του συνεπάγεται με μειώσεις της κοστολόγησης και αυξήσεις στις θέσεις εργασίας. Από την άλλη πλευρά έχει μεγάλο αντίκτυπο και στις παραδοσιακές επιχειρήσεις. Παράλληλα πρέπει να δημιουργηθεί ένα ισχυρό νομοθετικό πλαίσιο όπου θα καθορίζει το πώς θα λειτουργούν αυτές οι επιχειρήσεις και να εξασφαλίζει την προστασία των καταναλωτών.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Gyimóthy, Szilvia ,The collaborative Economy and Tourism Critical perspectives, questionable claims and silenced voices Dredge, Dianne;
- Vera Demary, Competition in the Sharing Economy
- Susan Shaheen, A Short History of Carsharing in the 90's January 1999
- Business Models of the Sharing Economy CatalanMikhail BARBU1
ReduceStefan BRATU2 Elena Madelina SÎRBU3
- Tourism and the sharing economy, Maria Juul | European Parliamentary Research Service 2017
- Marten, L., (2015). *Assessing the demand for Uber*, Northwestern University (NU)
- Sharing economy shakes up traditional business models. (n.d.). Retrieved June 28, 2017,
- Fraiberger, Samuel P. and Sundararajan, Arun, Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy (September 2017). NYU Stern School of Business Research Paper
- Strowel A. και Vergote W., «Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate? ,
Message to Regulators: Fix the Economics First, Then Focus on the Right Regulation»,
- Rachel Boston, “*The Sharing Economy Lacks a Shared Definition*”, FAST COMPANY (Nov. 21, 2013)
- Daniel M. Rothschild, “*How Uber and Airbnb Resurrect ‘Dead Capital’*”,
- Owyang, J., Samuel, A., & Grenville, A. (2014). Sharing is the new buying: How to win in the collaborative economy (Report). Vision Critical Blog. San Francisco, CA: Crowd Companies, available at:
<https://www.visioncritical.com/resources/collaborativeeconomy-report/>
- F. Russo, «*Defining the relevant market in the sharing economy*», at:
<https://policyreview.info/articles/analysis/defining-relevant-market-sharing-economy>

Matzler, K., Veider, V., & Kathan, W. (2015). *Adapting to the sharing economy*

Mobility-as-a-service: Turning transportation into a software industry. (2014).
from <https://venturebeat.com/2014/12/13/mobility-as-a-service-turningtransportation-into-a-software-industry/>

V. Kumar, B. Rajan, S. Gupta, I. Dalla Pozza

[Customer engagement in service](#)

[Journal of the Academy of Marketing Science, 47 \(1\) \(2019\)](#)

Jaconi, M. (2014, July 13). The 'On-Demand Economy' Is Revolutionizing Consumer

Behavior - Here's How from <http://www.businessinsider.com/the-on-demand-economy-2014-7>

Lawler, R., (2012) "Will Regulations Kill The Sharing Economy?" TechCrunch
(<http://social.techcrunch.com/2012/11/04/will-regulations-kill-thesharing-economy/>).

Βασιλεία Μανάρη, 2018 Η οικονομία διαμοιρασμού από τη σκοπιά του εργατικού δικαίου, του δικαίου προστασίας προσωπικών δεδομένων και του δικαίου ανταγωνισμού

<https://www.cleverism.com/introduction-to-sharing-economy/>

https://ec.europa.eu/growth/content/accessibility-based-business-models-peer-peer-markets_en

<https://fede.gr/portfolio-items/%CF%84%CE%BF-%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-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%B2%CF%81%CE%B1%CF%87%CF%85%CF%87%CF%81%CF%8C%CE%BD%CE%B9%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%B9/>

<https://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/31300/hl/%CE%B2%CF%81%CE%B1%CF%87%CF%85%CF%87%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%B1%20%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7>

<https://www.kefaloniapress.gr/2019/11/29/airbnb-choris-chronikoys-periorismoys-i-toyristiki-misthosi-spition-stin-ellada/>

<https://www.zarpanews.gr/airbnb-prosochi-oi-syntelestes-kai-o-foros-poy-thaplirosoyn-oi-idioktites/>

<https://el.wikipedia.org/wiki/Airbnb>

<https://www.cna.gr/tourism/istoria-tis-airbnb-pou-simera-apotimate-sta-255-dis-dolaria/>

https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_82_vol_8_5__2019_egypt.pdf

<https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/032814/pros-and-cons-using-airbnb.asp>

https://www.huffingtonpost.gr/entry/to-fainomeno-airbnb-kai-oi-pareneryeies-sten-toeristike-viomechania_gr_5b4f34b0e4b0de86f4887956

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI\(2015\)568345_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI(2015)568345_EN.pdf)

<https://www.pwc.co.uk/who-we-are/regional-sites/scotland/press-releases/uks-sharing-economy-could-be-worth-9-billion-a-year-by-2025.html>

<https://www.floow2.com/about-en.html>

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA\(2015\)568343_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2015/568343/EPRS_IDA(2015)568343_EN.pdf)

<http://www.fastcoexist.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>

http://sump-network.eu/fileadmin/user_upload/PROSPERITY_Innovation_Brief_UBER_web_GR.pdf

<https://hbr.org/2014/11/what-airbnb-uber-and-alibaba-have-in-common>

<https://www.businessinsider.com/uber-and-airbnb-similarities-2017-2>

<https://www.fastcompany.com/3058203/making-sense-of-the-many-business-models-in-the-sharing-economy>

<https://www.entrepreneur.com/article/289157>

<http://theumlaut.com/2014/04/09/how-uber-and-airbnb-resurrect-dead-capital>

<https://www.economist.com/finance-and-economics/2014/03/29/pricing-the-surge>

<https://the-airbnb-analyst.com/>

<https://www.fortunegreece.com/article/to-fenomeno-airbnb-stin-ellada-i-antidrasis-ke-i-parenergies/>