

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΑΙΓΑΙΟΥ – ΤΜΗΜΑ  
ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΚΑΙ  
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ  
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ –  
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
«ΨΗΦΙΑΚΗ  
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ»

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : Αριάδνη  
Νικολάρα του Εμμανουήλ  
Α.Μ. 16071



### **[ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΔΙΠΛΩΜΑΤΟΣ « AIRBNB – ΜΙΑ ΑΝΑΤΡΕΠΤΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ»]**

Όσο κι αν είναι μόνο 6 γράμματα στη σειρά, είναι 4 δύσκολα σύμφωνα στη σειρά. Κι όμως αυτά τα 6 γράμματα συνέθεσαν μια νέα ανατρεπτική καινοτομία που σίγουρα θα μείνει στην ιστορία του 21ου αιώνα, όσο και αν οι εξελίξεις αυτού του αιώνα τρέχουν ιλιγγιωδώς κι εμείς τρέχουμε ξοπίσω τους να τις προλάβουμε. Μπορεί να μην είναι η μόνη, μπορεί να ανήκει σε ένα σύνολο ανατρεπτικών καινοτομιών, όμως σίγουρα η AIRBNB θα μείνει στην ιστορία, γιατί έφερε τον κόσμο ανάποδα, εξαπλώθηκε ταχύτατα σε όλη τη σφαίρα, δημιούργησε μια νέα «σχολή» για μίμηση και από άλλα επιχειρηματικά πεδία, εκλαΐκευσε την έννοια του τουρισμού. Για την ιστορία, η ονομασία AIRBNB είναι ακρωνύμιο του αρχικού ονόματος Airbedandbreakfast (φουσκωτό στρώμα και πρωινό).

## **AIRBNB – ΜΙΑ ΑΝΑΤΡΕΠΤΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ**

---

Η Διπλωματική Εργασία  
παρουσιάστηκε ενώπιον  
του Διδακτικού Προσωπικού του  
Πανεπιστημίου Αιγαίου

---

Σε Μερική Εκπλήρωση  
των Απαιτήσεων για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα του  
Μηχανικού Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων – Κατεύθυνση «Ψηφιακή  
Καινοτομία Και Επιχειρηματικότητα»

---

της

**ΝΙΚΟΛΑΡΑ ΑΡΙΑΔΝΗΣ**

Εαρινό εξάμηνο 2019

Η ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΔΙΔΑΣΚΟΝΤΩΝ ΕΠΙΚΥΡΩΝΕΙ  
ΤΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
ΤΗΣ ΝΙΚΟΛΑΡΑ ΑΡΙΑΔΝΗΣ :

---

ΛΟΥΚΗΣ ΕΥΡΥΠΙΔΗΣ, ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και  
Επικοινωνιακών Συστημάτων

---

ΧΑΡΑΛΑΜΠΙΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ, Μέλος

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και  
Επικοινωνιακών Συστημάτων

---

ΚΟΚΟΛΑΚΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ, ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ, Μέλος

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και  
Επικοινωνιακών Συστημάτων

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΕΑΡΙΝΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2019

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία αυτή θελήσαμε να αναλύσουμε την απότομη άνοδο της AIRBNB ως ανατρεπτικής καινοτομίας μέσα σε μία δεκαετία σε παγκόσμιο επίπεδο και να αναδείξουμε τόσο τα θετικά στοιχεία, όσο και τις δύσκολες και ακραίες επιπτώσεις που επέφερε στις ζωές πολλών πολιτών αλλά και επιχειρηματιών, ενώ ταυτόχρονα αύξαινε τους μιμητές της, που προσπαθούν να αντιγράψουν το επιτυχημένο επιχειρηματικό της μοντέλο.

Αναλύουμε τόσο το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή η πλατφόρμα και οι παρόμοιές της αναπτύχθηκαν, αλλά και τις προβλέψεις για το μέλλον αυτών των ψηφιακών πολυεθνικών επιχειρήσεων. Ειδική αναφορά γίνεται για την αντιπαλότητά της με τον ξενοδοχειακό κλάδο, γίνονται οι ανάλογοι συσχετισμοί και διαφοροποιήσεις.

Στην έρευνα που συνόδεψε το θεωρητικό μας πλαίσιο, εξετάσαμε τις θέσεις των ελλήνων εκμισθωτών (hosts) της AIRBNB που ανήκουν σε ομάδα ενός δημοφιλούς κοινωνικού δικτύου. Μέσα από τριάντα ερωτήματα ανοικτού και κλειστού τύπου, μαθαίνουμε για το προφίλ τους και τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν την ενασχόλησή τους αυτή, ως κύρια επαγγελματική ή συμπληρωματική των λοιπών τους δραστηριοτήτων. Εξήχθησαν χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία πιστεύουμε πως μπορούν να αξιοποιηθούν θετικά από διάφορους φορείς, διότι φάνηκε πως η AIRBNB αύξησε τον τουρισμό και μεγάλωσε την τουριστική πίτα, παρά ότι λειτούργησε ανταγωνιστικά του κλασσικού τουριστικού προϊόντος.

© 2019

Της ΝΙΚΟΛΑΡΑ ΑΡΙΑΔΝΗΣ

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

## **ABSTRACT**

In this master thesis we sought to analyze AIRBNB's sharp rise as a disruptive innovation worldwide over a decade, and we wanted to highlight both the positive and the difficult and extreme impacts it has had on the lives of many citizens and entrepreneurs, whereas at the same time it has increased its followers, who are trying to copy its successful business model.

We analyze both the socio-economic context within which this platform and its similar were developed, as well as the projections for the future of these digital multinational businesses. Special mention is made of its rivalry with the hotel industry, the corresponding correlations and differences being made.

In the research that followed our theoretical framework, we examined the positions of Greek AIRBNB hosts belonging to a group of a popular social network. Through thirty open-ended and closed-ended questions, we learn about their profile and how they deal with this occupation as their main occupation or complement to their other activities. Useful conclusions were drawn which we believe can be positively exploited by various entities, as it appeared that AIRBNB increased tourism and magnified the tourism pie, despite competing with the traditional tourism product.

© 2019

NIKOLARA ARIADNI

Department of Information and Communication Systems Engineering

UNIVERSITY OF THE AEGEAN

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ – ΑΦΙΕΡΩΣΕΙΣ**

*Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά και δημόσια τον διδάσκοντα και επιβλέποντα καθηγητή μου κο Λουκή Ευρυλίδη για την αμέριστη υποστήριξή του προς τη συμμετοχή μου σε αυτό το πρόγραμμα που ήταν όνειρο και απόφαση ζωής για εμένα, μετά από 20 έτη απομάκρυνσής μου από τα φοιτητικά έδρανα...*

*Τους λοιπούς καθηγητές που με γέμισαν γνώσεις και νέες εμπειρίες σε αυτή τη νέα ακαδημαϊκή μου στροφή.*

*Τους συμφοιτητές μου που βρέθηκαν στο δρόμο μου για να ομορφύνουν αυτή την κοινή μας πορεία και για την υποστήριξή τους σε στιγμές αδυναμίας μέχρι την ολοκλήρωση αυτού του εγχειρήματος.*

*Τον σύζυγό μου για τις στιγμές που του στέρησα προκειμένου να μελετήσω και να παραστώ στις εξετάσεις μου, αλλά και τα τρία θαυμάσια παιδιά μου για την υπομονή τους στα συχνά μου ταξίδια. Σε κείνα θα αφιερώσω αυτό το τρίτο και ώριμο πια «ταξίδι» στη γνώση για να είμαι για εκείνα το ζωντανό παράδειγμα πως η γνώση δεν έχει τέλος και αρχή και πως είναι αναφαίρετο δικαίωμα και υποχρέωσή μας να την αναζητούμε σε κάθε στιγμή της ζωής μας, με όποιο κόστος.*

*Κάποιες «συναντήσεις» στη ζωή μας είναι καρμικές κι εμείς πρέπει να έχουμε τα μάτια και τα ώτα μας ανοιχτά για να λάβουμε τα μηνύματα που μας δίνονται, έτσι ώστε να ξέρουμε το πότε είναι η κατάλληλη ώρα για κάτι. Ακόμη και 20 χρόνια μετά....*

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	<b>11</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΤΟ ΝΕΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ / ΤΟ ΟΝΟΜΑ (THE NEW PHENOMENON / THE NAME)</b> .....	<b>13</b>
1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΤΡΕΠΤΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ; .....	14
1.2 Η ΓΕΝΝΗΣΗ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ (THE BIRTH OF THE PLATFORM) .....	17
1.3 ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ .....	17
1.4 ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ	21
1.4.1 Lyft .....	21
1.4.2 Uber .....	22
1.4.3 Περισσότερες εφαρμογές.....	23
1.5 ΠΑΛΑΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑ;.....	24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΤΟ ΟΡΑΜΑ (THE VISION)</b> .....	<b>28</b>
2.1 ΤΟ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ «ΕΔΑΦΟΣ» (THE SUITABLE “SOIL”) .....	29
2.1.1 Παγκοσμιοποίηση / κύματα μετανάστευσης.....	29
2.1.2. Αυξημένες ανάγκες διακοπών και αλλαγής περιβάλλοντος.....	29
2.1.3. Εξάπλωση του ίντερνετ .....	30
2.1.4. Μείωση τιμών αεροπορικών εισιτηρίων / αύξηση πτήσεων και προορισμών.....	30
2.1.5. Περισσότερα χρήματα στους νέους από τους γονείς.....	31
2.1.6. Λιγότεροι γάμοι / αύξηση ορίου ηλικίας δημιουργίας υποχρεώσεων .....	31
2.1.7. Σπουδές σε άλλες χώρες (Erasmus programs) .....	31
2.1.8. Εργασία σε άλλες χώρες .....	31
2.1.9. Διόγκωση τουριστικών προορισμών – ανάγκη για νέα καταλύματα .....	32
2.1.10 Βελτίωση βιοτικού επιπέδου / καλοπέραση / άνεση .....	32
2.1.11 Ανάγκη αξιοποίησης παθητικών ακινήτων (παράδειγμα Ελλάδας και όχι μόνο-υποθηκευμένα ακίνητα).....	33
2.1.12 Η ιδέα της περιουσίας (creating assets) .....	33
2.1.13 Ανάγκη για επιχειρηματικότητα .....	33
2.1.14 Global citizenship ή Πολίτες του κόσμου.....	34
2.2. Η ΕΥΜΑΡΕΙΑ (THE EASY MONEY).....	34
2.3. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	35
2.3.1. Booking.com .....	36



2.3.2. HomeAway .....	36
2.3.3 TripAdvisor, Inc .....	37
2.3.4 RentalHomes .....	37
2.3.5 VRBO.....	37
2.3.6 Couchsurfing .....	38
2.3.7 ΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ.....	39
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - Η ΕΞΑΡΣΗ (THE OUTBREAK).....</b>	<b>40</b>
3.1 ΟΛΕΣ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ.....	40
3.1.1 Εδιμβούργο.....	40
3.1.2 Βαρκελώνη.....	40
3.1.3 Παρίσι.....	41
3.1.4. Σαν Φραντσίσκο .....	41
3.1.5 Καναδάς (Βανκούβερ, Τορόντο και Μόντρεαλ) .....	41
3.1.6 Αθήνα .....	41
3.2 ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ Ή ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ; .....	46
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΟΙ ΟΦΕΛΕΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ (THE BENEFITS AND THE SIDE EFFECTS).....</b>	<b>48</b>
4.1 ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΑΓΟΡΑΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ .....	48
4.2 GENTRIFICATION / ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ .....	49
4.2.1 ΚΟΥΚΑΚΙ .....	50
4.2.2. ΠΑΡΟΣ.....	50
4.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	51
4.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	52
4.5 ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΗ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ .....	53
4.5.1.Ισπανία .....	53
4.5.2 Ν. Υόρκη .....	53
4.5.3Λισαβόνα.....	54
4.5.4Βερολίνο.....	54
4.5.5 Ελλάδα.....	55
4.5.5.1 Μεσίτες.....	55
4.5.5.2 Πολίτες .....	56
4.5.5.3 Ξενοδοχεία.....	57
4.5.5.4 Μαζικός τουρισμός.....	58
4.5.5.5 Οι τουρίστες.....	59

4.5.5.6 Η δύση του «ρουμς του λετ» η ανατολή του ψηφιακού οικοδεσπότη.....	59
4.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΦΟΒΙΑ .....	60
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΕΡΕΥΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΩΝ ΕΚΜΙΣΘΩΤΩΝ AIRBNB ΕΛΛΑΔΟΣ (OUR RESEARCH AMONG GREEK AIRBNB HOSTS).....</b>	<b>62</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΤΡΕΧΟΝΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ .....</b>	<b>85</b>
6.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ Η ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΣΤΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΚΛΑΔΟ .....	85
6.2 Η ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ AIRBNB ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	87
6.3 Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΗΣ AIRBNB – ΟΜΟΙΟΓΕΝΟΠΟΙΗΣΗ.....	89
6.4 ΤΟ ΑΥΡΙΟ ΤΗΣ AIRBNB ΚΑΙ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΩΝ.....	91
6.5 Η ΔΙΚΗ ΜΑΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ.....	94
6.6 ΝΕΑ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΗΝ AIRBNB.....	95
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>97</b>
<b>Βιβλιογραφία .....</b>	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

<b>Εικόνα</b>	<b>Περιγραφή</b>	<b>Σελίδα</b>
1	Το προφίλ των οδηγών της Lyft	21
2	Κρεβάτι, κεφαλάρι, ακόμη και παντόφλες φτιαγμένες με Lego, σε αυτό το διαμέρισμα AIRBNB που έχει ως θέμα τα LEGO	35
3	Ανερχόμενες γειτονιές της Αθήνας	41
4	Οι γειτονιές με το μεγαλύτερη απόδοση ακινήτων	41
5	Μέσος χρόνος κράτησης στην Αθήνα	42
6	Η παρουσία της AIRBNB στην Αθήνα, το προφίλ των καταχωρήσεων	43
7	Το προφίλ των επαγγελματιών hosts και το ποσοστό πρώιμων κρατήσεων σε όλη τη χώρα	44
8	Σύγκριση AIRBNB / HOMEAWAY σε 10 πόλεις της χώρας	45
9	Trivago Hotel Price Index για τις δημοφιλέστερες πόλεις της Ευρώπης	84
10	Τα 4 σενάρια για το μέλλον της AIRBNB	91

# AIRBNB – ΜΙΑ ΑΝΑΤΡΕΠΤΙΚΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία καταπιαστήκαμε με τη νέα διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα της AIRBNB, η οποία υπόκειται στα πλαίσια και της ψηφιακής επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας και της ανατρεπτικής ιδέας. Μελετήσαμε τη διεθνή της πορεία, αλλά δώσαμε έμφαση στον Ελληνικό χώρο, στον οποίο εν μέσω της κρίσης, έδωσε μία λύση σε πολλούς ανθρώπους που είναι κάτοχοι ακίνητης περιουσίας, είτε ασχολούνταν με τον τουρισμό, είτε ξεκινούν τώρα.

Στο Κεφάλαιο 1 αναλύουμε τις έννοιες της ανατρεπτικής καινοτομίας και της οικονομίας διαμοιρασμού και δίνουμε παραδείγματα τέτοιων οικονομιών, αφού μιλήσαμε και για τη γέννηση της πλατφόρμας της AIRBNB. Τέλος αποδεικνύουμε ότι η φιλοξενία αυτού του τύπου είναι μια παλιά ιστορία, απλά τώρα έγινε ηλεκτρονική, σύμφωνα με την εποχή.

Στο Κεφάλαιο 2 μιλάμε για το όραμα που υπάρχει πίσω από τη γέννηση της πλατφόρμας και για ποιους λόγους βρήκε αυτή το κατάλληλο έδαφος να βλαστήσει. Σημειώνουμε δεκατέσσερις σημαντικούς παράγοντες, βάση στους οποίους πάτησε και αναπτύχθηκε τόσο ραγδαία η πλατφόρμα. Στη συνέχεια μιλάμε για την ευμάρεια που έφερε αυτό, σε ανθρώπους που αποφάσισαν να συμμετέχουν. Αναλύουμε τα χαρακτηριστικά των κύριων ανταγωνιστών του χώρου, που βαδίζουν στα πρότυπα της πλατφόρμας και βλέπουμε τις ομοιότητες και τις διαφορές τους και τέλος μαθαίνουμε το πώς γίνεται ο συγχρονισμός των πλατφορμών για κάποιους που θέλουν μια πιο επαγγελματική εμφάνιση και άποψη για την επιχειρηματική τους αυτή δραστηριότητα.

Στο Κεφάλαιο 3 θα δούμε την έξαρση του φαινομένου και πώς αυτή παρατηρείται στις χώρες του εξωτερικού, αλλά και στην Ελλάδα, ειδικά σε περιοχές όπου παρατηρείται μεγάλη συγκέντρωση και τέλος εξετάζουμε αν αυτή η ενασχόληση είναι ένα συμπληρωματικό εισόδημα για τους πολλούς ή μια νέα τουριστική βιομηχανία για ολίγους.

Στο Κεφάλαιο 4 θα μιλήσουμε για τις ωφέλειες και τις παρενέργειες που έχει επιφέρει γενικά η AIRBNB στην οικονομία. Ανάμεσα στις ωφέλειες είναι α) η ανάκαμψη της αγοράς των ακινήτων, β) ο εξευγενισμός κάποιων τοποθεσιών (όρος που συναντήσαμε κατά την έρευνά μας και θελήσαμε να αναλύσουμε διεξοδικά), γ) η συμβολή στην οικονομία και δ) οι νέες επαγγελματικές ευκαιρίες. Ανάμεσα στις παρενέργειες αναφέρουμε ένα κύριο πρόβλημα που συναντήσαμε σε πολλές χώρες του εξωτερικού αλλά και στην Ελλάδα και αφορά στην εκτόξευση των τιμών των ενοικίων αλλά και τη μείωση των ελεύθερων προς διάθεση διαμερισμάτων/ οικιών για μακρόχρονη ενοικίαση. Ειδικά για την Ελλάδα μπήκαμε στα άδυτα διαφόρων κλάδων που μας μιλούν ο καθένας για τον δικό του αντίκτυπο κι έτσι έχουμε τον κλάδο των μεσιτών, των απλών πολιτών, των ξενοδοχείων, του μαζικού τουρισμού-τουριστικών γραφείων, των ιδίων των τουριστών και των παλαιών rooms to let. Τέλος

σαν παρενέργεια θα αναφέρουμε την τουρισμοφοβία, η οποία προέρχεται από την υψηλή συγκέντρωση μεγάλου όγκου τουριστών σε έναν τόπο, ο οποίος συνήθως δεν έχει τις υποδομές για να ανταπεξέλθει, κάνοντας τη ζωή του ντόπιου πληθυσμού δύσκολη και ασφυκτική.

Στο Κεφάλαιο 5 παρατίθεται η έρευνά μας, η οποία έγινε με τη μορφή ερωτηματολογίου 30 ερωτήσεων και η οποία διερεύνησε τα χαρακτηριστικά και τις απόψεις των ελλήνων εκμισθωτών της AIRBNB, αφού διανεμήθηκε εντός της ομάδας Greek Airbnb Hosts στο Facebook, ομάδας που αριθμεί 30.268 μέλη.

Στο Κεφάλαιο 6 θα μιλήσουμε για τρέχοντα αλλά και μελλοντικά θέματα που απασχολούν τους εμπλεκόμενους με την πλατφόρμα. Κανείς δεν γνωρίζει με ακρίβεια το μέλλον αυτού του κλάδου και αν αυτή η ανατρεπτική καινοτομία θα κρατήσει ή θα αποτραβηχτεί απότομα, όσο απότομα ξεκίνησε. Θα δούμε την ανησυχία που γεννήθηκε στον ξενοδοχειακό κλάδο και τις κινήσεις του κλάδου για να αντέξει στον ανταγωνισμό. Θα μιλήσουμε για το φορολογικό καθεστώς που υπάρχει αυτή τη στιγμή και τις προβλέψεις για το μέλλον. Αναλύουμε διεξοδικά το φαινόμενο της ομοιογενοποίησης στην αρχιτεκτονική των καταλυμάτων, πράγμα που γίνεται μάλλον δυσμενές στην Ελλάδα, θα αναλύσουμε επίσης το αύριο της AIRBNB και των λοιπών ηλεκτρονικών πλατφορμών γενικότερα. Θα μιλήσουμε για τη δική μας προσωπική εμπειρία από την πλευρά του host και τέλος θα αποδείξουμε ότι η AIRBNB έχει αρχίσει να ξεφεύγει από το αρχικό δημοκρατικό της όραμα και να βαδίζει σε νέα πιο καπιταλιστικά πρότυπα, με αποτέλεσμα να μετατρέπεται σε τουριστική βιομηχανία.

Τέλος στο Κεφάλαιο 7 συνοψίζουμε με τα συμπεράσματα που προέκυψαν τόσο από το θεωρητικό πλαίσιο που κινηθήκαμε, όσο και από την εμπειρική έρευνα που ακολουθήσαμε.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΤΟ ΝΕΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ / ΤΟ ΟΝΟΜΑ (THE NEW PHENOMENON / THE NAME)

Έχει μια δυσκολία να το προφέρει, είναι σίγουρο ότι ακόμη και οι αγγλόφωνοι χρήστες θα δυσκολεύονται. Όπως μία πάθηση που σου ανακοινώνει ο γιατρός και σου είναι αδύνατον να την προφέρεις δεύτερη φορά, παρά μόνο αν το σημειώσεις σε χαρτί και το έχεις πάντα πάνω σου για να το διαβάζεις. Πολλοί θέλησαν να δοκιμάσουν χωρίς καν να μπορούν να αναλύσουν τί σημαίνει, όπως το ναρκωτικό που απλά πιστεύουν ότι μπορεί να ανακουφίσει και δεν νοιάζει κανέναν ούτε πώς το λένε, ούτε τί παρενέργειες έχει. Το βρήκαν σαν λύση στα προβλήματά τους που σίγουρα ήταν οικονομικής φύσεως. Κανείς δεν το δοκίμασε από ιδεαλισμό, κανείς δεν το έκανε από ιδεολογία. Όλοι ξεκίνησαν για να κερδίσουν χρήματα. Το όνομα κατέρριψε όλους τους μαρκετίστικους μύθους πως οι φίρμες (brand names) πρέπει να είναι εύηχες και σύντομες. Όσο κι αν είναι μόνο 6 γράμματα στη σειρά, είναι 4 δύσκολα σύμφωνα στη σειρά. Κι όμως αυτά τα 6 γράμματα συνέθεσαν μια νέα ανατρεπτική καινοτομία που σίγουρα θα μείνει στην ιστορία του 21ου αιώνα, όσο και αν οι εξελίξεις αυτού του αιώνα τρέχουν ιλιγγιωδώς κι εμείς τρέχουμε ξοπίσω τους να τις προλάβουμε. Μπορεί να μην είναι η μόνη, μπορεί να ανήκει σε ένα σύνολο ανατρεπτικών καινοτομιών, όμως σίγουρα η AIRBNB θα μείνει στην ιστορία, γιατί έφερε τον κόσμο ανάποδα, εξαπλώθηκε ταχύτατα σε όλη τη σφαίρα, δημιούργησε μια νέα «σχολή» για μίμηση και από άλλα επιχειρηματικά πεδία, εκλαΐκευσε την έννοια του τουρισμού. Για την ιστορία, η ονομασία AIRBNB είναι ακρωνύμιο του αρχικού ονόματος Airbedandbreakfast (φουσκωτό στρώμα και πρωινό).

Η AIRBNB άρχισε αργά, αντιμετωπίζοντας το πρόβλημα της κρίσιμης μάζας που κάνουν όλες οι αγορές - οι αγοραστές θέλουν περισσότερους πωλητές και το αντίστροφο. Υπήρξε επίσης ένα κοινωνικό στίγμα γύρω από τη διανομή. Πολλοί άνθρωποι είπαν στον Chesky ότι η ενοικίαση σε ξένους ήταν ένα "παράξενο πράγμα, μια τρελή ιδέα". Για να προσελκύσουν περισσότερους οικοδεσπότες, οι ιδρυτές της AIRBNB πήγαν στη Νέα Υόρκη το 2009, όπου πολλοί από τους χρήστες τους ζούσαν, για να τους συναντήσουν προσωπικά - το αντίθετο από αυτό που συνήθως κάνει μια επιχείρηση Διαδικτύου - και να μάθουν πώς να βελτιωθούν.

Ο ιστότοπος εκείνη τη χρονιά έκλεισε με 100.000 διανυκτερεύσεις σε κράτηση, αλλά η ανάπτυξη άρχισε να χτυπάει γρηγορότερα μετά την προσθήκη χαρακτηριστικών όπως πληρωμές μεσεγγύησης και επαγγελματικές υπηρεσίες φωτογράφισης και επιτρέποντας να καταχωρηθούν διαφορετικά είδη χώρων όπως ολόκληρα σπίτια, γκαράζ και εισοδοί, ακόμα και κάστρα και δεντρόσπιτα. Μέχρι το 2010 ο ιστότοπος είχε γίνει διεθνής και οι διανυκτερεύσεις των φιλοξενούμενων αυξήθηκαν στις 750.000. Έως το 2011 ξεπέρασαν τα 2 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις συνολικά. Έχει επιτευχθεί ένας σημαντικός όγκος διανυκτερεύσεων. (Geron, 2013)[1]

## 1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΝΑΤΡΕΠΤΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ;

Πολλοί ερευνητές, συγγραφείς και σύμβουλοι χρησιμοποιούν τον όρο «ανατρεπτική καινοτομία» για να περιγράψουν κάθε κατάσταση στην οποία μια βιομηχανία συνταράσσεται και όλοι οι προηγούμενος επιτυχημένοι και εν ενεργεία σκοντάφτουν. Απλά είναι πολύ ευρεία αυτή η χρήση. Γιατί διαφορετικοί τύποι καινοτομίας απαιτούν διαφορετικές στρατηγικές προσέγγισης. Για να το θέσουμε διαφορετικά, τα μαθήματα που έχουμε διδαχθεί σχετικά με το να επιτύχεις ως ανατρεπτικός καινοτόμος (ή να αμυνθείς απέναντι σε έναν ανατρεπτικό διεκδικητή), δεν έχουν εφαρμογή σε κάθε εταιρεία σε μία μετακινούμενη αγορά).

Με το “disruption” περιγράφουμε μια διαδικασία όπου μια μικρότερη επιχείρηση με λιγότερα εφόδια είναι ικανή να συναγωνισθεί επιτυχημένα εν ενεργεία επιτυχημένες επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα τέτοιων εταιρειών ήταν στο πρόσφατο παρελθόν η Easyjet και η Ryanair, οι οποίες «απέιλησαν» κολοσσούς τύπου British Airways και KLM (Charitou & Markides, 2003). Πιο συγκεκριμένα καθώς οι εν ενεργεία επιτυχημένες επιχειρήσεις δίνουν βάρος στο να βελτιώνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους για τους πιο απαιτητικούς (και συνήθως πιο προσοδοφόρους) πελάτες τους, υπερβαίνουν τις ανάγκες κάποιων τμημάτων της αγοράς τους και αγνοούν τις ανάγκες άλλων. Οι νεοεισαγόμενοι στον χώρο που είναι ανατρεπτικοί αρχίζουν στοχεύοντας επιτυχημένα σε αυτά τα παραμελημένα τμήματα της αγοράς, παίρνοντας ένα βήμα μεταφέροντας πιο κατάλληλη λειτουργικότητα – συχνά σε κατώτερη τιμή. Οι εν ενεργεία, κυνηγώντας υψηλή κερδοφορία σε πιο απαιτητικά κομμάτια της αγοράς, φαίνονται να μην ανταποκρίνονται σθεναρά. Οι νεοεισαγόμενοι τότε κινούνται σε πιο ανεβασμένες αγορές μεταφέροντας την απόδοση που απαιτούν οι πελάτες της κύριας αγοράς των εν ενεργεία επιχειρήσεων, ενώ διατηρούν και τα πλεονεκτήματα που οδήγησαν στην πρώιμή τους επιτυχία. Όταν οι πελάτες της κύριας αγοράς αρχίσουν να υιοθετούν τις προσφορές των νεοεισαγόμενων με όγκο κατανάλωσης, τότε έχει επέλθει η «ανατροπή».

Αναλύοντας αν είναι ή δεν είναι ανατρεπτική καινοτομία η Uber, εξερευνούμε τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ανατρεπτικής καινοτομίας. 1) Οι ανατρεπτικές καινοτομίες ξεκινούν από παραμελημένα κομμάτια της αγοράς ή καινούργιες αγορές, πράγμα που η Uber δεν έχει. Ειδικά στις καινούργιες αγορές οι ανατρεπτικοί δημιουργούν μία αγορά εκεί που δεν υπάρχει ή αλλιώς βρίσκουν έναν τρόπο να μετατρέψουν τους μη πελάτες σε καταναλωτές. 2) Οι ανατρεπτικές καινοτομίες δεν προσπαθούν να γίνουν δημοφιλείς σε πελάτες της κύριας αγοράς μέχρις ότου η ποιότητά τους να φτάσει τα στάνταρντ τους, πράγμα που επίσης η Uber δεν έχει, καθώς εισχώρησε κατευθείαν στην κύρια αγορά. Η Uber πέτυχε κάνοντας το αντίθετο, έκανε δηλαδή την εμφάνισή της στο Σαν Φραντσίσκο, σε μια αγορά που εξυπηρετούνταν πλήρως με ταξί και οι πελάτες της ήταν άνθρωποι που ήταν ήδη εξοικειωμένοι με την ιδέα των ενοικιαζόμενων διαδρομών.

Οι ανατρεπτικοί καινοτόμοι αρχικώς θεωρούνται κατώτεροι από τους πελάτες των παραδοσιακών εταιρειών. Τυπικά, οι πελάτες αυτοί δεν έχουν πρόθεση να μεταβούν από εκεί που είναι προς τη νέα προσφορά, απλώς επειδή είναι φθηνότερη. Αντί αυτού περιμένουν έως ότου η ποιότητα των καινοτόμων ανεβεί αρκετά ώστε να τους ικανοποιεί. Από τη στιγμή που αυτό συμβεί, υιοθετούν το νέο προϊόν και με χαρά αποδέχονται και τη χαμηλότερή του τιμή (κάπως έτσι η ανατρεπτικότητα ρίχνει και τις τιμές σε μία αγορά).

Το να ανιχνεύσεις την πραγματική ανατρεπτική καινοτομία τελικώς είναι περίπλοκο. Έχουν παρατηρηθεί τέσσερα σημαντικά σημεία που υπάρχει παράβλεψη ή παρερμηνεία:

1. Η αναστάτωση (ανατροπή) είναι μία διαδικασία. Ο όρος «ανατρεπτική καινοτομία» είναι παραπλανητικός όταν χρησιμοποιείται για να αναφερθεί σε ένα προϊόν ή μία υπηρεσία σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή ενώ θα έπρεπε να αναφέρεται στην εξέλιξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας στην πορεία του χρόνου.
2. Οι ανατροπείς συχνά κατασκευάζουν επιχειρηματικά μοντέλα που είναι πολύ διαφορετικά από αυτά των παραδοσιακών εταιρειών. Παράδειγμα στον ιατρικό κλάδο το κλασικό επιχειρηματικό μοντέλο «το κατάστημα με τις λύσεις», έναντι του ανατρεπτικού επιχειρηματικού μοντέλου «της διαδικασίας».
3. Κάποιες ανατρεπτικές καινοτομίες επιτυγχάνουν, κάποιες όχι. Ένα τρίτο κοινό λάθος είναι να επικεντρώνεσαι στα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν.
4. Το ρητό «διαταράσσω ή να είμαι ανατρεπτικός» μπορεί να μας αποπροσανατολίσει. (Christensen, Raynor, McDonald, 2015)

Για ανατρεπτική καινοτομία μιλάει επίσης ο Daniel Guttentag (Guttentag, 2015) Λόγω της έλλειψης ακαδημαϊκών δημοσιεύσεων γύρω από την AIRBNB και ο Guttentag χρησιμοποιεί πολλά άρθρα από τον τύπο και ακαδημαϊκή λογοτεχνία γύρω από τον Τουρισμό, τις Επιχειρήσεις και άλλα συναφή θέματα (Guttentag, 2017) .

Η καινοτόμος προσέγγιση των τουριστικών καταλυμάτων που υιοθετεί η Airbnb και άλλες παρόμοιες εταιρείες μπορούν καλύτερα να προβληθούν μέσα από το φακό της θεωρίας της ανατρεπτικής καινοτομίας, που προτάθηκε και έγινε δημοφιλής από τον Clayton Christensen σε διάφορες επιδραστικές δουλειές του ( Bower & Christensen , 1995) ; (Christensen, 1997) ; (Christensen & Raynor , 2003). Αυτή η θεωρία περιγράφει μια διαδικασία μέσω της οποίας ένα ανατρεπτικό προϊόν μετασχηματίζει μια αγορά, μερικές φορές μέχρι το σημείο του να ανανεώνει προηγούμενες δεσπόζουσες εταιρείες. Ένα ανατρεπτικό προϊόν θα είναι γενικά πιο υποβαθμισμένο στη μορφή σε σχέση με τα βασικά χαρακτηριστικά των επιδόσεων των προϊόντων που επικρατούν, αλλά θα προσφέρει ένα ξεχωριστό σύνολο παροχών, συνήθως επικεντρωμένο γύρω από το να είναι φθηνότερο, πιο βολικό, ή απλούστερο. Ως εκ τούτου, το ανατρεπτικό προϊόν απευθύνεται στην κατώτερης ποιότητας αγορά ή δημιουργεί μια εντελώς νέα αγορά. Αυτή η αρχική αγορά είναι περιορισμένη σε



μέγεθος και περιθώρια κέρδους, οπότε είναι άδικο να οδηγούνται εκεί εταιρείες που είναι προσανατολισμένες στο να επικεντρώνονται στην πιο κερδοφόρα τους αγορά και να συνεχίζουν με μικρά περιθώρια κέρδους να βελτιώνουν τα προϊόντα τους ώστε να εναρμονιστούν με την καινοτομία. Παρ' όλα αυτά, με την πάροδο του χρόνου βελτιώνεται το ανατρεπτικό προϊόν, απευθύνεται σε μεγαλύτερο αριθμό πελατών και προσελκύει όλο και αυξανόμενο ρεύμα από την κύρια αγορά. Αυτή η μετατόπιση μπορεί τελικά να έλξει την προσοχή από τις κορυφαίες εταιρείες, αλλά μέχρι τότε το ανατρεπτικό προϊόν μπορεί να είναι τόσο εδραιωμένο, ώστε οι προηγούμενες κορυφαίες εταιρείες να δώσουν αγώνα για να το ανταγωνιστούν. Με άλλα λόγια, η θεωρία της ανατρεπτικής καινοτομίας περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο οι εταιρείες μπορεί να χάσουν τη δύναμή τους όχι με το να πέσουν πίσω από το ρυθμό προόδου ή αγνοώντας τους βασικούς τους καταναλωτές, αλλά μάλλον παραβλέποντας την ανοδική καταστρατήγηση ενός ανατρεπτικού προϊόντος που υπολείπεται μεν παραδοσιακά ευνοούμενα χαρακτηριστικά αλλά προσφέρει εναλλακτικά οφέλη ( Bower & Christensen , 1995) ; (Christensen, 1997) ; (Christensen & Raynor , 2003) ; (Schmidt & Druehl, 2008).

Εκτός από την προσφορά μιας εναλλακτικής φιλοξενίας που είναι φθηνή και προσφέρει διάφορα πλεονεκτήματα που συνδέονται με τη διαμονή σε μια τοπική κατοικία, η AIRBNB έχει εισάγει συνεχείς βελτιώσεις σε τομείς στους οποίους είναι υποδεέστερη, όπως η θεωρία της ανατρεπτικής καινοτομίας προβλέπει. Για παράδειγμα, για να βοηθήσουμε να μετριάσουμε τους φόβους ασφαλείας και τις γενικές αβεβαιότητες που σχετίζονται με τη διαμονή με έναν άγνωστο, η AIRBNB έχει δρομολογήσει προοδευτικούς μηχανισμούς επαλήθευσης ταυτότητας, εγκατέστησε 24ωρη τηλεφωνική ανοικτή γραμμή και άρχισε να προσφέρει στους hosts δωρεάν πρόσβαση σε επαγγελματίες φωτογράφους των οποίων οι φωτογραφίες παίρνουν το υδατογράφημα της AIRBNB (Airbnb, 2013d), (Airbnb, 2013f) (Airbnb, 2013i) (Myers, 2011) (Kincaid, 2011) (Lawler, 2013c) . Επί πλέον, για να ταιριάζει με τις υπηρεσίες θυρωρείων των ξενοδοχείων, η AIRBNB εισήγαγε το δικό της 24ωρο τηλέφωνο υπηρεσίας θυρωρού (Airbnb, 2013c) (Van Grove, 2011) .

Η θεωρία της ανατρεπτικής καινοτομίας υποδεικνύει ότι ένα ανατρεπτικό προϊόν πρέπει να απολαμβάνει περιορισμένη αρχική δημοτικότητα, αλλά στη συνέχεια αυξάνεται σε μέγεθος καθώς εισέρχεται ολοένα και περισσότερο στη συνηθισμένη αγορά. Αυτό το μοντέλο περιγράφει τέλεια την ανάπτυξη της AIRBNB, καθώς μετά από πολλά χρόνια οριακής δημοτικότητας, η AIRBNB παρουσίασε εκρηκτική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Κι ενώ η επίσημη ίδρυση της AIRBNB έγινε στα μέσα του 2008, χρειάστηκε μέχρι τον Φεβρουάριο του 2011 για την εταιρεία να γίνει η κράτηση του πρώτου εκατομμυρίου διανυκτερεύσεων, αλλά τον Ιούνιο του 2011 η AIRBNB είχε κλείσει το δεύτερο της εκατομμύριο νύχτες, μέχρι τέλη Ιανουαρίου 2012 είχε κλείσει συνολικά πέντε εκατομμύρια νύχτες, και μέχρι τα τέλη Ιουνίου 2012 είχε κλείσει συνολικά 10 εκατομμύρια νύχτες, (Airbnb , 2011) (Airbnb, 2012c)

## 1.2 Η ΓΕΝΝΗΣΗ ΤΗΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑΣ (THE BIRTH OF THE PLATFORM)

Η αρχική ιδέα γεννήθηκε, όταν τον Οκτώβριο του 2007 έλαβε χώρα στο Σαν Φρανσίσκο ένα διεθνές συνέδριο σχεδιαστών. Οι τότε συγκάτοικοι Joe Gebbia και Brian Chesky, νεαροί απόφοιτοι της Σχολής Σχεδίου του Ρόουντ Άιλαντ, καθώς δεν μπορούσαν να πληρώσουν το ενοίκιο του διαμερίσματός τους, αποφάσισαν να μετατρέψουν το σαλόνι τους σε ξενώνα bed and breakfast, προσφέροντας σε τρεις συμμετέχοντες του συνεδρίου στέγη, φουσκωτά στρώματα (αέρα) και σπιτικό πρωινό έναντι πληρωμής. (wikipedia)[2]. Την επόμενη μέρα δημιούργησαν μία ιστοσελίδα και σύντομα προσέλαβαν έναν απόφοιτο της επιστήμης των υπολογιστών, τον Nathan Blecharczyk, για να δουλέψει πάνω σε αυτό. Έτσι γεννήθηκε η AIRBNB (Salter, 2012) [3]

Η επιχείρηση άνθισε και γρήγορα έγινε διεθνής. Γέννησε επίσης και μιμητές. Μέχρι το 2017 μόνη της η AIRBNB απέφερε στην οικονομία της Σκωτίας 1 εκ. λίρες την ημέρα. Βοήθησε να δημιουργηθεί η έννοια της «Οικονομίας Διαμοιρασμού», η οποία ορίστηκε ως «Ο διαμοιρασμός των υπο-χρησιμοποιούμενων περιουσιακών στοιχείων, που μετατρέπονται ή όχι σε χρήμα, με τρόπους που βελτιώνουν την αποδοτικότητα, τη βιωσιμότητα και την τοπική κοινωνία» (Rinne, 2017) [4].

Το επιχειρηματικό μοντέλο της AIRBNB ως μεσίτη, χρεώνει τόσο τους επισκέπτες όσο και τους επισκέπτες. Οι επισκέπτες χρεώνονται συνήθως το 5% έως 15% του συνολικού ποσού της κράτησης. Εν τω μεταξύ, οι οικοδεσπότες επιβαρύνονται με χρέωση 3% κάθε φορά που η κράτηση ολοκληρώνεται με την AIRBNB. Και για κάθε εμπειρία, η AIRBNB θα χρεώσει ένα τέλος υπηρεσίας 20% στον διοργανωτή της (Franklin, 2019) [5]. Σε ανταπόδοση η εταιρεία προσφέρει υποστήριξη πελατών, διαχείριση πληρωμών και ασφάλιση για τους οικοδεσπότες και το ακίνητό τους του 1 εκατομμυρίου δολαρίων (Geron, 2013)[6] και (Airbnb) [7]

## 1.3 ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΠΟΙΕΣ ΟΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

Οι άνθρωποι έχουν βρει τρόπους για την οργάνωση της κοινής χρήσης πόρων εδώ και χιλιετίες. Η κοινή χρήση αυτοκινήτων ξεκίνησε για πρώτη φορά το 1948 στη Ζυρίχη και ήταν πολύ δημοφιλής ιδιαίτερα στη Βόρεια Ευρώπη τη δεκαετία του 1980 και λειτούργησε από πολλούς μικρούς και κοινοτικούς μη κερδοσκοπικούς συνεταιρισμούς (Shaheen et al., 1999). Στην αναλογική εποχή, το κόστος πληροφόρησης ήταν υψηλό και οι πρωτοβουλίες αυτού του είδους δεν αυξήθηκαν, αλλά παρέμειναν περιορισμένες σε μικρές και στενά δεμένες κοινότητες. Με την άνοδο της ψηφιακής τεχνολογίας και του Διαδικτύου, το κόστος πληροφόρησης μειώθηκε απότομα, όπως και το κόστος συντονισμού για τις δραστηριότητες ανταλλαγής. Αυτό προκάλεσε μια έκρηξη στις δραστηριότητες κοινής χρήσης μέσω του Διαδικτύου, οι οποίες βγήκαν από την σφαίρα της κοινότητας και εισήλθαν στη

σφαίρα των μεγάλων επιχειρήσεων. Η πρώτη σύγχρονη επιχείρηση που εκμεταλλεύτηκε αυτή την άνοδο ήταν το eBay. Η ιδέα πίσω από το eBay είναι απλή, αλλά πολύ αποτελεσματική. Δημιούργησε έναν εικονικό χώρο, όπου οι άνθρωποι μπορούν να δημοπρατήσουν τα προσωπικά τους αντικείμενα. Είναι αξιοσημείωτο, πως ο Pierre Omidyar ίδρυσε το eBay ακριβώς επειδή ήθελε να δημιουργήσει μια τέλεια αγορά (Cohen et al, 2003). Πράγματι, το e-Bay κινείται σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά. Είναι μια αγορά με πολλούς αγοραστές και πολλούς πωλητές, οι οποίοι, λόγω του ότι είναι πολυπληθείς, δεν έχουν καμία εξουσία και δεν επηρεάζουν την τιμή των αγαθών. Υπάρχει ελευθερία εισόδου και παρέχονται τέλειες πληροφορίες - χάρη στην αυξημένη ικανότητα επίλυσης προβλημάτων των χρηστών, οι οποίοι χρησιμοποιούν τα χαρακτηριστικά αναζήτησης και αξιολόγησης. Έγινε σαφές πολύ σύντομα πόσο ριζική ήταν η αλλαγή. Μεταξύ 1997-2000 δημιουργήθηκαν αρκετές νέες εταιρείες που βασίζονται στο Διαδίκτυο (κοινώς γνωστές ως dot-coms), και όλες ενσωμάτωσαν την ίδια φιλοσοφία «peer-to-peer». Μεταξύ αυτών υπήρξε, για παράδειγμα, το Wikipedia, όπου οι εθελοντές συμβάλλουν στην δημιουργία ενός κοινού αποθετηρίου ανθρώπινης γνώσης και το YouTube, όπου τα βίντεο μεταφορτώνονται και μοιράζονται παγκοσμίως. Όπως σημειώνεται από τον Μπελκ (Belk, 2014), «το ίδιο το Διαδίκτυο είναι ένα τεράστιο κοινόχρηστο περιεχόμενο, που μπορεί να προσεγγιστεί από οποιονδήποτε».

Η Οικονομία διαμοιρασμού, έχει ως βάση την χρήση αδρανών ή ανεκμετάλλετων πόρων και περιουσιακών στοιχείων που έχει στην κατοχή του ένας καταναλωτής. Η καινούρια αυτή αγορά διαμορφώνει τα πλαίσια για την αλλαγή του τρόπου κάλυψης των αναγκών. Το φαινόμενο προέρχεται από μια αυξανόμενη επιθυμία των καταναλωτών, να έχουν ενεργό έλεγχο της κατανάλωσης τους, έναντι μιας παθητικής στάσης που από κάποιες πλευρές επικρίνεται ως στείρος υπερκαταναλωτισμός (Schneider & Williams, 2013).

Τα τελευταία χρόνια η Οικονομία κοινής χρήσης ή αλλιώς Οικονομία Διαμοιρασμού (Sharing Economy) επεκτείνεται σε όλο και περισσότερους τομείς και η χρήση της γίνεται συνεχώς πιο αποδεκτή, από ένα μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού, το οποίο βρίσκει ευκολότερα λύσεις για καθημερινά προβλήματα. Οι πλατφόρμες «κοινής χρήσης» καλύπτουν όλο και περισσότερο σημαντικούς τομείς της οικονομίας, όπως τη μεταφορά, τη στέγαση και την ενοικίαση, τη λιανική πώληση, τη χρηματοδότηση και την αγορά εργασίας. Λειτουργούν σε αγορές κεφαλαίου, εργασίας, αλλά και στις αγορές αγαθών και υπηρεσιών και επομένως επηρεάζουν ολόκληρη την οικονομία. Πολλοί ακαδημαϊκοί και μάνατζερ (Bauwens et al, 2012) (Botsman & Rogers, 2010) (Schor Juliet, 2014), βλέπουν αυτό, ως μια τρίτη βιομηχανική επανάσταση, καθώς η κοινή οικονομία προκαλεί ένα νέο πρότυπο όσον αφορά στην παραγωγή και την κατανάλωση, προκαλώντας τεχνολογικές αλλά και κοινωνικές αλλαγές. Φυσικά πολλοί από τους χρήστες της οικονομίας διαμοιρασμού δεν είναι απόλυτα ενημερωμένοι για όλους τους κανόνες λειτουργίας της, ιδιαίτερα από τη στιγμή που σε κάθε χώρα έχουν τεθεί κάποιοι διαφορετικοί όροι. Οι περισσότερες ηλεκτρονικές πλατφόρμες, αν και ενημερώνουν τον χρήστη για τους

κανόνες που χρειάζεται να ακολουθήσει, δεν διευκρινίζουν με λεπτομέρεια ποιι ακριβώς είναι αυτοί, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται παρεξηγήσεις για παράδειγμα μεταξύ του οικοδεσπότη και του φιλοξενούμενου στις περιπτώσεις ανταλλαγής οικιών ή τις έντονες διαμαρτυρίες των οδηγών ταξί, που συνέβησαν πρόσφατα και στην χώρα μας, με αφορμή την πλατφόρμα Uber. Για αυτόν τον λόγο συχνά τονίζεται από την κοινή γνώμη, ο διαφορούμενος χαρακτήρας της οικονομίας αυτής, με αφορμή τα διάφορα νομικά θέματα που προκύπτουν.

Η Οικονομία κοινής χρήσης, είναι ένας όρος ομπρέλα, με ένα εύρος σημασιών, που χρησιμοποιείται συχνά για να περιγράψει την οικονομική δραστηριότητα που περιλαμβάνει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Αρχικά εξελίχθηκε από την κοινότητα ανοικτού πηγαίου κώδικα (open source community) για να ορισθεί η ανταλλαγή πρόσβασης σε αγαθά και υπηρεσίες από ομότιμους χρήστες. Ο όρος χρησιμοποιείται τώρα, με μια ευρύτερη έννοια για να περιγράψει τυχόν συναλλαγές πώλησης που πραγματοποιούνται μέσω ηλεκτρονικής αγοράς ακόμη και εκείνες που είναι μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business – B2B). Για το λόγο αυτό, ο όρος οικονομία κοινής χρήσης έχει κριθεί ως παραπλανητικός. Μερικοί υποστηρίζουν ότι ακόμη και οι υπηρεσίες που επιτρέπουν την ανταλλαγή μεταξύ ομότιμων χρηστών, μπορούν να είναι κερδοσκοπικές. Ωστόσο, πολλοί σχολιαστές ισχυρίζονται ότι ο όρος εξακολουθεί να ισχύει, ως μέσο περιγραφής μιας γενικά πιο εκδημοκρατισμένης αγοράς, ακόμη και όταν εφαρμόζεται σε ένα ευρύτερο φάσμα υπηρεσιών. Εναλλακτικά, η Συνεργατική κατανάλωση ή η Οικονομία κοινής χρήσης αναφέρεται σε συστήματα κυκλοφορίας των πόρων που επιτρέπουν σε έναν καταναλωτή να διαδραματίζει διμερή ρόλο, όπου οι καταναλωτές μπορούν να ενεργούν τόσο ως φορείς παροχής πόρων όσο και ως αποδέκτες πόρων (Wikipedia).

Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη διεθνών εμπειρογνομόνων του «Toposophy», η οποία εκπονήθηκε για το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο της Ελλάδος και παρουσιάστηκε στη Γενική Συνέλευση της HOTREC στις 27 Απριλίου του 2015 στο Λουξεμβούργο (έκθεση - μελέτη της εταιρείας μάρκετινγκ «Toposophy» για την HOTREC στο διαδίκτυο (2015) [8], η «Συνεργατική Οικονομία» («Collaborative Economy») περιλαμβάνει τους ακόλουθους τομείς δραστηριότητας: α) η «Συνεργατική κατανάλωση» («Collaborative Consumption») ορίζεται ως, ο μετασχηματισμός του τι καταναλώνουμε και του τρόπου που καταναλώνουμε, με τις προτιμήσεις να μετατοπίζονται από την ιδιοκτησία, στην πρόσβαση σε αγαθά και υπηρεσίες. Αυτή η πρόσβαση επιτυγχάνεται μέσα από διάφορα συστήματα, συμπεριλαμβανομένων των αγορών αναδιανομής, των συστημάτων προϊόντων και υπηρεσιών και του συνεργατικού τρόπου ζωής, που όλα τους περιλαμβάνουν πρακτικές, όπως ο «αντι-πραγματισμός», η ενοικίαση, ο δανεισμός, η εμπορία, η μίσθωση, η ανταλλαγή, η μεταπώληση και η εναλλάξ χρήση (ανταλλαγή). β) Η «Συνεργατική παραγωγή» («collaborative production») ορίζεται ως μια, επανίδρυση του τρόπου σχεδιασμού, παραγωγής και διανομής αγαθών μέσω της ενεργούς συμμετοχής ομάδων ή δικτύων ιδιωτών. Αυτή περιλαμβάνει την «Συνεργατική μάθηση» (εκδημοκρατισμός της εκπαίδευσης και της μάθησης – ανταλλαγή

δεξιοτήτων, online μαθήματα, συλλογική επίλυση προβλημάτων), την «Συνεργατική χρηματοδότηση» {αποδέσμευση της χρηματοδότησης, της δανειοδότησης και των επενδυτικών υπηρεσιών από το πλαίσιο των παραδοσιακών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων – ομότιμος δανεισμός (peer to peer lending), crowdfunding} και «Οικονομία Ομότιμων» (“Peer to Peer Economy”- P2P) η οποία επικεντρώνεται σε ομότιμα δίκτυα και συναλλαγές μεταξύ ομότιμων, όπου οι άνθρωποι χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές πλατφόρμες για ενοικίαση, πώληση, δανεισμό ή κοινή χρήση πραγμάτων με άλλους, χωρίς τη μεσολάβηση καταστημάτων, τραπεζών ή οργανισμών (Kostakis V. & Bauwens M. , 2014).

Διάφορες ονομασίες που βρίσκουμε στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία για την Οικονομία Κοινής Χρήσης είναι : Νέα Οικονομία (DeLong, 2001) , Οικονομία Κοινής Χρήσης (Lessig, 2008) (Sacks D, 2011) (Belk R, 2010) (Zervas et al, 2015), Συνεργατική Κατανάλωση (Felson & Spaeth, 1978) (Algar R, 2007) (Botsman & Rogers , 2010) (Belk, 2014) , Οικονομία peer-to-peer (Rodrigues R. & Druschel P, 2010), Οικονομία Gig (Kreider B., 2015), Αποσυντιθέμενη Οικονομία (Disaggregated economy) (Rauch D. & Schleicher D, 2015), ή "Οικονομία Πρόσβασης" (Bardhi F. & Eckhardt G, 2012) , (Denning S, 2014) . (Σάρρος, 2018) [9].

Η Μαριάννα Σιγάλα, καθηγήτρια του Πανεπιστημίου South Australia, ονομάζει το φαινόμενο Συνεργατικό Εμπόριο (Collaborative Commerce) και στο άρθρο της εξερευνάει την έννοια αυτή καθώς και την επίδραση του φαινομένου αυτού στον τουρισμό. Κατά την έρευνά της διαπίστωσε πως το φαινόμενο τύπου AIRBNB έχει φτάσει να απειλεί σοβαρά τον παγκόσμιο ξενοδοχειακό κλάδο, ξενοδοχειακές αλυσίδες, όπως η Accor, Hyatt, Wyndham, ακόμη και τα Ιντερκοντινένταλ.

Ο τουρισμός δεν αποτελεί εξαίρεση από τις εξελίξεις που επέφερε το Web 2.0 και τα κοινωνικά δίκτυα (Sigala, Christou, & Gretzel, 2012). Η φύση του τουριστικού προϊόντος (μια καλή εμπειρία που είναι δύσκολο να εκτιμηθεί πριν από την αγορά) απαιτεί από τους πελάτες να ψάξουν και να διαβάσουν πολλές πληροφορίες για να μειώσουν το κόστος συναλλαγών και τους κινδύνους, όπως (Devaraj, Fan, & Kohli, 2002) (Sigala, 2012a) : α) το κόστος που βασίζεται στις τιμές (π.χ. ιστότοποι αγοράς ομάδας και διαφάνεια στο διαδίκτυο μειώνουν την τιμή αγοράς), β) το κόστος του χρόνου / προσπάθειας που καταναλώνονται για την αναζήτηση και την αξιολόγηση αγαθών / προμηθευτών) και γ) το κόστος που βασίζεται στην ψυχολογία (π.χ. ψυχολογικό στρες, κίνδυνοι αγοράς, συναισθηματικό άγχος, απογοήτευση, θυμός, δυσαρέσκεια από το προϊόν). Συνολικά, η πρόσβαση στις γνώσεις της αγοράς και οι εμπειρίες εμπνέουν και υποστηρίζουν τους ταξιδιώτες στην κατανόηση των σκοπών και αναγκών για τις αγορές, τους καθώς και στην λήψη πιο ενημερωμένων και ακριβέστερων αποφάσεων αγοράς (Sigala, 2012b) .

Το κοινωνικό εμπόριο ωφελεί επίσης τις τουριστικές επιχειρήσεις, επειδή μπορούν να καταγράψουν τις συμπεριφορές των πελατών και τις ανάγκες τους, που με τη σειρά του τους βοηθά να κατανοήσουν τις εμπειρίες αγορών των πελατών και

τις προσδοκίες για την οικοδόμηση υποστήριξης πελατών, σχέσεων, αναγνωρισιμότητα στη φίρμα και πιστότητα (Huang & Benyoucef, 2013) ; (Kim & Park, 2013); (Wang & Zhang, 2012). Έτσι, το κοινωνικό εμπόριο δημιουργεί αμοιβαία οφέλη για την τουριστική ζήτηση και τους προμηθευτές. Ωστόσο, οι τρέχουσες εξελίξεις προκαλούν αυτή την κερδίζω-κερδίζεις κατάσταση, καθώς οι ταξιδιώτες είναι πλέον εξουσιοδοτημένοι να γίνουν ακόμα πιο συμμετοχικοί παίκτες στις εμπορικές συναλλαγές: αντί να είναι μόνο οι έμποροι και οι διαμεσολαβητές των εμπορικών διαδικασιών, οι πελάτες μπορούν επίσης να γίνουν προμηθευτές και πωλητές των δικών τους τουριστικών αγαθών. Αυτή η εξέλιξη φέρνει τους ταξιδιώτες σε έναν άμεσο ανταγωνισμό με τους τουριστικούς προμηθευτές.

Το συνεργατικό εμπόριο επηρεάζει επίσης τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι βιώνουν και / ή καταναλώνουν τουριστικά αγαθά. Για παράδειγμα, οι συναλλαγές C2C επιτρέπουν στους ταξιδιώτες να έχουν πιο αυθεντική εμπειρία και να βιώνουν «το σπίτι μακριά από το σπίτι». Για πολλούς ταξιδιώτες, η εμπειρία της εντοπιότητας και της κοινωνικότητας μπορεί να αποτελέσει πολύ ισχυρότερο οδηγό για τη χρήση του συνεργατικού εμπορίου, καθώς η παραγωγή και η παροχή τέτοιων συναισθημάτων «σπιτικού» είναι κάτι που κανείς δεν μπορεί ποτέ να αγοράσει και να πάρει στην παραδοσιακή τουριστική βιομηχανία. Ωστόσο, το να εμπλέκεσαι στο συνεργατικό εμπόριο συνεπάγεται επίσης κινδύνους τόσο σε οικονομικό, συναισθηματικό, όσο και προσωπικό επίπεδο (υγεία και ασφάλεια).

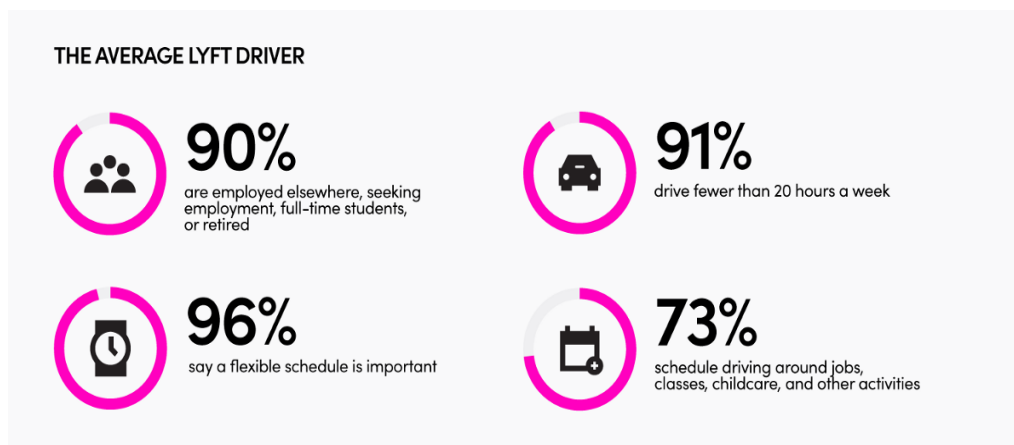
## **1.4 ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ**

### **1.4.1 Lyft**

Στο επιτυχημένο πρότυπο της AIRBNB αλλά στον κλάδο του αυτοκινήτου, πάλι στις Ηνωμένες Πολιτείες, κερδίζει έδαφος η Lyft, πλατφόρμα ενοικίασης ιδιωτικών ταξί. Σίγουρα βοήθησε η νομοθεσία της χώρας αφού το επάγγελμα δεν κατοχυρώνεται με στενά πλαίσια κι έτσι ο καθένας μπορεί να μετατρέψει το αυτοκίνητό του σε ταξί για λίγες ώρες και να εργαστεί με αυτό, που είναι περιουσιακό του στοιχείο και μένει ανεκμετάλλευτο, κερδίζοντας ένα αξιοπρεπές ποσό.

«Όταν ξεκινήσαμε, κανείς δεν μπορούσε να προβλέψει ότι μόνο το 2018, το 1% του εργατικού δυναμικού των ΗΠΑ - σχεδόν 2 εκατομμύρια οδηγοί - θα στραφούν στην Lyft για να κερδίσουν εισόδημα όταν θέλουν και από την αρχή οι οδηγοί θα κερδίσουν συλλογικά περισσότερα από 10 δισεκατομμύρια δολάρια. Συζητήστε με οποιονδήποτε οδηγό rideshare, και γίνεται φανερό γιατί: Οι σημερινοί εργαζόμενοι χρειάζονται ευέλικτους τρόπους να κερδίσουν περισσότερα χρήματα επιλέγοντας το δικό τους χρονοδιάγραμμα. Και ψάχνουν όλο και περισσότερο για το Lyft ως την επιλογή που τους δουλεύει. Πιστεύουμε ότι είναι ευθύνη μας να κάνουμε το Lyft να εργάζεται για όσους προσπαθούν να παρέχουν στον εαυτό τους και τις

οικογένειές τους την οικονομία: βετεράνοι, μετανάστες, γονείς, ηλικιωμένους, χιλιετίες, καλλιτέχνες, επιχειρηματίες. Οι οδηγοί στην πλατφόρμα μας είναι ενεργά μέλη των κοινοτήτων τους, και η πλειοψηφία οδηγούν στον ελεύθερο χρόνο τους για να συμπληρώσουν το εισόδημά τους», λέει ο Μάλκολμ, οδηγός ο ίδιος και μέλος του Συμβουλίου της Συμβουλευτικής των Οδηγών (McNeil, 2019) [10]



Εικόνα 1 : Το προφίλ των οδηγών της Lyft

#### 1.4.2 Uber

Σε παρόμοιο μοτίβο και ίσως πιο γνωστή από τη Lyft, η Uber, που εδρεύει όπως και η AIRBNB στο Σαν Φραντσίσκο. Προσφέρει online παροχές υπηρεσιών μεταφοράς προσώπων σε πολλές πόλεις παγκοσμίως. Οι υπηρεσίες *UberX* και *UberBlack* παρέχουν στους επιβάτες ενοικιαζόμενα οχήματα με οδηγό και η *UberPop* τους μεταφέρει με ιδιώτη οδηγό σε ιδιόκτητο αυτοκίνητο. Η *UberTaxi* παρέχει κανονικά ταξί. Η διαμεσολάβηση επιβάτη-οδηγού πραγματοποιείται μέσω μίας εφαρμογής για κινητά ή μίας ιστοσελίδας. Η επιχείρηση χρεώνει προμήθεια έως 20% της τιμής της διαδρομής. Η εφαρμογή συγκαταλέγεται στις εφαρμογές ταξί.

Το όνομα "Uber" είναι αναφορά στη συνήθη (και κάπως δημώδη) λέξη "uber", που σημαίνει "ανώτατος" ή "σούπερ", και έχει τις ρίζες της στη γερμανική λέξη *über*, που σημαίνει "πάνω (από)" (Wikipedia) [11].

Όπως είπαμε, είναι πλατφόρμα της οικονομίας διαμοιρασμού, αλλά και πάλι με ιδιωτικά αυτοκίνητα ως ταξί. Η διαφήμισή της στη Google μας καλεί όπως και η AIRBNB να εγγραφούμε κι εμείς και να γίνουμε συμμετοχοί σε αυτήν την οικονομία.

Τρεις είναι οι πυλώνες της «προτροπής» για τη δική μας συμμετοχή στην πλατφόρμα: Το κέρδος, το ελεύθερο ωράριο και η ασφάλεια του να συνεργάζεσαι με μία μεγάλη εταιρεία – πλατφόρμα.

### *Κερδίστε πολλά χρήματα*

Μπορείτε να οδηγείτε και να κερδίζετε όσα χρήματα θέλετε. Μάλιστα, όσο περισσότερο οδηγείτε, τόσο περισσότερα χρήματα μπορείτε να κερδίζετε. Επίσης, οι πληρωμές σας θα κατατίθενται αυτόματα κάθε εβδομάδα.

### *Καθορίστε το δικό σας πρόγραμμα*

Οδηγήστε μόνο όταν σας βολεύει. Χωρίς αφεντικά και ώρες γραφείου. Αυτό σημαίνει ότι πάντα θα ξεκινάτε και θα σταματάτε όποτε θέλετε. Γιατί, με το Uber, εσείς είστε το αφεντικό.

### *Ασφάλεια στο τιμόνι*

Η Uber είναι αφοσιωμένη στη διασφάλιση της ασφάλειας των ατόμων στον δρόμο. Με την τεχνολογία που διαθέτουμε μπορούμε να εστιάσουμε στην ασφάλεια του οδηγού πριν, κατά τη διάρκεια και μετά από κάθε διαδρομή (Uber)[12]

## **1.4.3 Περισσότερες εφαρμογές**

Η "οικονομία του gig", η πληθώρα των μικροεπιχειρήσεων που τροφοδοτούνται από τις online αγορές που προσφέρουν και γεμίζουν μια σειρά πληρωμένων καθηκόντων και γραφείων, έχει καλά τεκμηριωθεί και ιστοσελίδες όπως το TaskRabbit, το Exec και το Mechanical Turk της Amazon, συνεχίζουν να αναπτύσσονται γρήγορα. Αυτό που συναντά ο Λάρσον, συνταξιούχος και διάσημος φωτορεπόρτερ όμως είναι κάτι λιγότερο αντιληπτό και δυνητικά πολύ πιο ανατρεπτικό - μια οικονομία διαμοιρασμού, όπου οι ιδιοκτήτες περιουσιακών στοιχείων χρησιμοποιούν ψηφιακά γραφεία συμψηφισμού για να εκμεταλλευτούν την αχρησιμοποίητη ικανότητα των πραγμάτων που έχουν ήδη, και οι καταναλωτές ενοικιάζουν από τους συνομηλικούς τους αντί να νοικιάσουν ή να αγοράσουν από μια μεγάλη εταιρεία.

Ενώ το Airbnb είναι το πιο γνωστό παράδειγμα αυτού του φαινομένου (για τους πιο περιστασιακούς παρατηρητές, είναι το μοναδικό παράδειγμα), τα τελευταία τέσσερα χρόνια τουλάχιστον 100 εταιρείες έχουν βλαστήσει για να προσφέρουν στους ιδιοκτήτες μια μικρή ροή εσόδων από δεκάδες τύπους περιουσιακών στοιχείων, χωρίς να χρειάζεται να αγοράσουν τίποτα. "Η οικονομία διαμοιρασμού είναι μια πραγματική τάση. Δεν νομίζω ότι αυτό είναι κάτι μικρό", λέει ο Joe Kraus, γενικός συνεργάτης στο Google GOOG - 1,77% Ventures, ο οποίος έχει υποστηρίξει δύο ιστότοπους που μοιράζονται αυτοκίνητα, το RelayRides και το Sidecar. "Οι άνθρωποι πραγματικά ξεετάζουν αυτό για οικονομικούς, περιβαλλοντικούς και λόγους lifestyle. Κάνοντας αυτήν την πρόσβαση τόσο άνετη όσο και η ιδιοκτησία, οι εταιρείες βλέπουν μια σημαντική αλλαγή".

Η έννοια της κοινής χρήσης δημιούργησε αγορές από πράγματα που δεν θα είχαν θεωρηθεί αξιοποιήσιμα οικονομικώς ως περιουσιακά στοιχεία μέχρι τώρα. Μερικές δεκάδες τετραγωνικά πόδια σε ένα δρόμο μπορούν τώρα να παράγουν



εισοδήμα μέσω του Parking Panda. Ένα δωμάτιο φιλικό για ζώα στο σπίτι σας μετατρέπεται ξαφνικά σε ένα ρετιρέ για κατοικίδια μέσω του DogVacay. Στο Rentoid, μπορεί κάποιος να νοικιάσει με 10 δολάρια/ ημέρα μία μωρουδιακή τέντα που δεν χρησιμοποιείται ποτέ, σε έναν κάτοικο της πόλης που διαφορετικά θα έπρεπε να αγοράσει μία. Στο SnapGoods, ένα τρυπάνι που βρίσκεται σε αγρανάπαυση σε ένα γκαράζ μπορεί να γίνει πηγή εισοδήματος με 10 δολάρια/ ημέρα από έναν ιδιοκτήτη σπιτιού που χρειάζεται απλώς να βάλει μία γυψοσανίδα. Στο Liquid, ένα ακρησιμοποιήτο ποδήλατο γίνεται ένας τρόπος για έναν ταξιδιώτη να φτάσει φθηνά, ενώ επισκέπτεται την πόλη για 20 δολάρια/ ημέρα (Geron, 2013).

Η FORBES εκτιμά ότι τα έσοδα που θα εισρεύσουν μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού απευθείας στα πορτοφόλια των ανθρώπων θα ξεπεράσουν τα 3,5 δισ. δολάρια φέτος (2013), με αύξηση άνω του 25%. Με αυτό τον ρυθμό, η κοινή χρήση ανάμεσα σε ομότιμους πηγαίνει από την ενίσχυση του εισοδήματος στη στάσιμη αγορά μισθών σε μια ανατρεπτική οικονομική δύναμη. Η τεχνολογία έχει βελτιωθεί πάρα πολύ στις αγγελίες των εφημερίδων που μεσολάβησαν για την εκμετάλλευση των περιουσιακών στοιχείων για έναν ολόκληρο αιώνα. Το πολυδύναμο σύστημα βαθμολόγησης και κριτικών του Ebay προσδίδει εμπορική αξιοπιστία στα άτομα. Με το Facebook μπορείτε να προχωρήσετε περισσότερο, ελέγχοντας τα προφίλ των ανθρώπων πριν τους νοικιάσετε. Οι εφαρμογές smartphone επιτρέπουν στους συμμετέχοντες να πραγματοποιούν συναλλαγές οπουδήποτε, να βλέπουν ό,τι κοινοποιείται και να πληρώνουν επιτόπου. "Περνάμε από έναν κόσμο όπου ήμασταν οργανωμένοι γύρω από την ιδιοκτησία σε έναν οργανωμένο κόσμο γύρω από την πρόσβαση σε περιουσιακά στοιχεία", λέει η Lisa Gansky, η οποία ξεκίνησε τον ιστότοπο O-foto photo-sharing, πριν το πουλήσει το 2001 στον Eastman Kodak (Geron, 2013) [13]

## 1.5 ΠΑΛΑΙΑ ΙΣΤΟΡΙΑ;

Όμως η ιστορία των βραχυχρόνιων μισθώσεων δεν είναι καινούργια ιστορία. Στην τουριστική Ελλάδα της δεκαετίας του 1980-1990, όπου τα καταλύματα ήταν λιγιστά και οι τιμές τους υπερτιμημένες, είχαμε μια πρώιμη AIRBNB. Χωρίς την πυξίδα του ιντερνέτ, ο τουρίστας ξεκινούσε από τη χώρα του σαν σε περιπέτεια, και ειδικά το μήνα Αύγουστο, να κάνει τις διακοπές του, παίρνοντας την πολυπόθητη άδειά του που την περίμενε έναν ολόκληρο χρόνο, για να ανακαλύψει φτάνοντας στις Κυκλάδες με τα μαγικά νησιά τους πως το μόνο ελεύθερο κατάλυμα εκείνη τη στιγμή ήταν... τα αστέρια! Ακόμη και τα camping ήταν γεμάτα κι έτσι κατέφευγε σε ταράτσες, παραλίες ή παρακαλώντας κάποιον κάτοικο να του δώσει μία γωνιά στο σπίτι του! Έτσι γεννήθηκε λοιπόν η ιδέα, να παραχωρήσω ένα δωμάτιο από το σπίτι μου, έναντι αμοιβής για τη φιλοξενία, σε κάποιον που εκ των πραγμάτων δεν έχει πού να μείνει. «Θυμάμαι τη μητέρα μου, να φεύγει από την κρεβατοκάμαρα της με το μπαμπά κι εμάς τα παιδιά να μας κοιμίζει στο σαλόνι, για να δώσει το δωμάτιο σε ένα ζευγάρι Ιταλών που εκλιπαρούσε για ένα χώρο να μείνει!», μας λέει ο Φραγκούλης

από την Πάρο. Ακόμη και να υπήρχαν δωμάτια-τρώγλες πολλές φορές, αυτά κοστολογούνταν στις 10.000 δρχ. τη βραδιά, όσο δηλαδή κόστιζε τότε να μείνεις στο Χίλτον των Αθηνών! Βλέποντας τη ζήτηση να αυξάνει, άρχισαν μαζικά να φτιάχνονται μικρές μονάδες ενοικιαζόμενων δωματίων, οι οποίες επί δεκαετίες έτρεφαν ικανοποιητικά τους ιδιοκτήτες τους, οι οποίοι άφηναν σιγά σιγά τα παραδοσιακά τους επαγγέλματα ή τη γη και στρέφονταν προς τον τουρισμό, χωρίς κάποια κρατική στρατηγική ή τη στοιχειώδη τουριστική εκπαίδευση. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι ιδιοκτήτες δωματίων υπάγονται ακόμη στον ΟΓΑ, για αριθμό ως πέντε (5) δωμάτια, γι' αυτό και στις Κυκλάδες δεν δημιουργήθηκαν ιδιαίτερα μεγάλες τουριστικές μονάδες. Ήταν μια παράλληλη με τη γεωργική δραστηριότητα λοιπόν, κυρίως για τη γυναίκα, που συμπλήρωνε το οικογενειακό εισόδημα και της εξασφάλιζε μία αγροτική σύνταξη (ΟΓΑ) [14].

Άλλο παράδειγμα χαρακτηριστικό στην Ευρώπη αποτελεί το Εδιμβούργο. Ήδη από τον Αύγουστο του 1947 όπου συστάθηκε το διάσημο φεστιβάλ του, χιλιάδες είναι οι άνθρωποι που συρρέουν κάθε χρόνο για να το επισκεφθούν. Αυτή η εισροή κόσμου συνοδεύεται παράλληλα με μία αντίστοιχη εκροή, αφού κατ' αυτό το διάστημα οι Σκωτσέζοι κανονίζουν τις ετήσιες διακοπές τους και έτσι βρίσκουν μία καλή ευκαιρία να τις χρηματοδοτήσουν ενοικιάζοντας τα σπίτια τους σε επίδοξους ηθοποιούς, τραγουδιστές, μουσικούς, τεχνικούς ή απλούς επισκέπτες του φεστιβάλ. Χωρίς αυτές τις βραχυχρόνιες εκμισθώσεις η πόλη πιθανόν να μην μπορούσε να ανταπεξέλθει σε αυτόν τον υπέρογκο πληθυσμό, που τα ξενοδοχεία από μόνα τους δεν θα μπορούσαν να φιλοξενήσουν (Hague Cliff, 2018) [15].

Αν πάμε ακόμη παλαιότερα οι ταξιδευτές του 18<sup>ου</sup> αιώνα στις Μεγάλες Περιηγήσεις τους στην Ευρώπη, μερικές φορές εύρισκαν καταφύγιο σε ιδιωτικά σπίτια, όταν δεν υπήρχαν πανσιόν και χάνια. Η περίοδος αυτή για την Ελλάδα συνέπεσε με τις απαρχές του ελληνικού τουρισμού. Ως παγκόσμιο φαινόμενο, ο περιηγητισμός ξεκίνησε από την αναζήτηση μιας νέας Ευρωπαϊκής ταυτότητας βασισμένης στην Ουμανιστική παιδεία και τις κλασικές σπουδές. Αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της γεωγραφικής και οικονομικής επέκτασης Ευρωπαϊκών χωρών, δραματικών πολιτικών γεγονότων και τεχνολογικών αλλαγών.

Από τον 18ο αιώνα, η άνοδος των εισοδημάτων στο Βορρά, τα νέα καταναλωτικά πρότυπα, η βελτίωση των μεταφορών, η μείωση του κόστους ταξιδιού και η επιμήκυνση του ελεύθερου χρόνου διέυρναν την εμβέλεια των περιηγήσεων. Αρχαιολάτρες ταξιδιώτες ακολουθούσαν τα βήματα του Πausανία, του Ηροδότου, του Πλίνιου. Παρατηρούσαν τη φύση, θαύμαζαν αρχαία ερείπια και μνημεία, έδειχναν ενδιαφέρον για τις παραδόσεις και συμπεριφορές των πληθυσμών που συναντούσαν, εμπνέονταν από την ελληνική φιλοσοφία και γοητεύονταν από την ελληνική μυθολογία.

Ο τρόπος μετακίνησης των περιηγητών κατά τους 18ο -19ο αιώνα ήταν η «Μεγάλη Περιοδεία» (Grand Tour). Νέοι, εύποροι αριστοκράτες περιόδευαν συνοδευόμενοι από φίλους, υπηρέτες, δασκάλους, γιατρούς, καλλιτέχνες και

επιστήμονες. Εξασφάλιζαν φιλοξενία και προστασία από υψηλόβαθμους διπλωμάτες, τοπικούς άρχοντες και Έλληνες δημοσίους υπαλλήλους, ενώ τις μετακινήσεις τους συντόνιζαν ντόπιοι «οδηγοί». Έντονες συγκινήσεις, ελευθεριότητα και μύηση στον εξωτισμό της μυστηριακής Ανατολής, αποτελούσαν μέρος της εμπειρίας. Ο θαυμασμός για τη βουκολική «Αρκαδία» δεν απέκλειε λεηλασία ή καταστροφή μνημείων. Οι περιηγητές κατέγραφαν τις εντυπώσεις τους και απεικόνιζαν σε σχέδια και ζωγραφικούς πίνακες ό,τι έβλεπαν. Πολλοί υπήρξαν Φιλέλληνες ανάμεσά τους ο εμβληματικός ρομαντικός ποιητής George Gordon Byron (Lord Byron) που υποστήριξε τον Αγώνα για Ανεξαρτησία της Ελλάδας και παράλληλα προήγαγε τον τουρισμό. Άσκησε βαθειά και διαρκή θετική επίδραση στην Ευρωπαϊκή κοινή γνώμη του 19ου αιώνα υπέρ της Ελλάδας.

Ο περιηγητισμός ενόησε ιδιαίτερα την Αθήνα – πρωτεύουσα του Ελληνικού Βασιλείου, από το 1834. Ιδρύθηκε το Αρχαιολογικό Μουσείο το 1837, διοργανώθηκαν διεθνείς εκθέσεις και αναβίωσαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες το 1896. Από το 1870, η προσέλευση περιηγητών και επιφανών ξένων επιδιώχθηκε συνειδητά για να προβληθεί ο εκσυγχρονισμός της χώρας και να υποστηριχθούν οι εθνικές προσδοκίες. Κάθε ξένος «περιηγητής» θεωρείτο συνώνυμος του φιλέλληνα και οι εφημερίδες περιέγραφαν του ταξιδιώτες ως «καταμαγευμένους και ευτυχείς» από την ελληνική φιλοξενία ή ως «ανοιξιάτικα χελιδόνια». Στις αρχές του 20ου αιώνα, ενώ οι Αθηναίοι αστοί ανακάλυπταν την φυσιολατρεία και ίδρυναν φυσιολατρικούς συλλόγους, οι όροι περιηγητής και περιηγητισμός κυριαρχούσαν στην ελληνική γλώσσα μέχρι τα χρόνια του Μεσοπολέμου (Δρίτσα Μ.).

Στη διάρκεια του 18ου αιώνα οι κεντρικοί οδικοί άξονες του ηπειρωτικού ελληνικού χώρου είχαν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι του εμπορικού δικτύου της Βαλκανικής. Επάνω τους κινούνταν από την άνοιξη ως τις αρχές του χειμώνα οργανωμένες πολυάνθρωπες αποστολές, τα караβάνια. Μέσα στο караβάνι συνταξίδευαν για μεγάλο διάστημα, το οποίο σε κάποιες περιπτώσεις ξεπερνούσε και τον ένα χρόνο, έμποροι ή αντιπρόσωποι εμπορικών συμφερόντων, αγωγιάτες, οδηγοί, φρουροί αλλά και προσκυνητές και ιερωμένοι, ακόμα και περιηγητές από τη δυτική Ευρώπη. Ο αριθμός τους οριζόνταν από την αρχή του ταξιδιού και συνήθως δεν ξεπερνούσε τα τριάντα άτομα. Πριν ξεκινήσουν από την κεντρική πλατεία της πόλης-αφετηρίας του ταξιδιού τους, είχαν προηγηθεί συναντήσεις και συμφωνίες των συμμετεχόντων και αρκετές εβδομάδες προετοιμασίας της αποστολής. Όταν ξεκινούσε το караβάνι, προπορεύονταν ο γηραιότερος ή ο οργανωτής της αποστολής μαζί με κάποιο υποζύγιο που έδινε το ρυθμό της πορείας. Ακολουθούσαν έφιπποι οι οδηγοί (ή οι κυρατζήδες στο τέλος του αιώνα) πίσω από τα ζώα που μετέφεραν τον κύριο όγκο των εμπορευμάτων. Τη μακριά φάλαγγα συμπλήρωναν οι υπόλοιποι συνταξιδιώτες, πάνω σε άλογα ή σε μουλάρια.

Η μετακίνηση στην ενδοχώρα με ζώα ή άμαξες διαρκούσε ημέρες και συχνά εβδομάδες. Για το λόγο αυτό ήταν αναγκαίοι οι σταθμοί ξεκούρασης και διανυκτέρευσης των ταξιδιωτών. Σε τακτά διαστήματα στο μήκος μεγάλων και μικρότερων οδικών αρτηριών ήταν χτισμένα αρχικά τα zaviye, είδος ξενώνων, που

διευθύνονταν από *δερβίσηδες*. Εκεί οι ταξιδιώτες μπορούσαν να βρουν στέγη και τροφή για να περάσουν τη νύχτα. Σε σημεία της διαδρομής, όπου δεν υπήρχε στέγη, τα караβάνια σταματούσαν σε κάποιο τόπο με νερό και σκιά, σχημάτιζαν κύκλο με τα ζώα και άναβαν φωτιά στη μέση. Κάποιοι φρουρούσαν την ομάδα όλη τη νύχτα από επιθέσεις ζώων και ληστών, χωρίς μεγάλη επιτυχία πάντα.

Μετά την αύξηση της εμπορικής κίνησης στο εσωτερικό και εξωτερικό της Αυτοκρατορίας, οι διευρυμένες ανάγκες για κατάλυμα, οδήγησαν στην ανέγερση ειδικών κτισμάτων. Γνωστά ως χάνια και карабанσεράγια, τα κτίσματα αυτά περιβάλλονταν από τείχος για την προστασία των ενοίκων, ενώ η κάτοψή τους είχε σχήμα τετραγώνου με μια αυλή στο κέντρο. Γύρω απ' αυτήν αναπτύσσονταν χώροι υποδοχής των ταξιδιωτών. Τα απλούστερα κτίσματα περιλάμβαναν μόνο την αυλή, όπου απέθεταν τα φορτία και παρέμεναν τα ζώα τη νύχτα, και κάποια δωμάτια γύρω, ενώ τα μεγαλύτερα διέθεταν κουζίνα, αποθήκες, αποχωρητήρια καθώς και μαγαζιά. Τα μεγάλα карабанσεράγια αποτέλεσαν συχνά κέντρο εμπορικών δραστηριοτήτων. Έμποροι και τεχνίτες τα χρησιμοποιούσαν ως μόνιμη κατοικία, προσελκύοντας μ' αυτό τον τρόπο και άλλους, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται καινούργιες πόλεις γύρω απ' αυτά.

Συχνές είναι οι μαρτυρίες ταξιδιωτών, ιδίως ξένων περιηγητών, για τις ελάχιστα ικανοποιητικές συνθήκες διαβίωσης και υγιεινής. Στα μικρά карабанσεράγια, ζώα και άνθρωποι αναγκάζονταν να διαμένουν στον ίδιο χώρο, την αυλή. Ακόμα και στα μεγαλύτερα οι ανέσεις ήταν περιορισμένες. Με το πέρασμα του χρόνου και καθώς εμφανίζονταν εναλλακτικοί τρόποι ταξιδιού και διαμονής, τα σημάδια εγκατάλειψης και παρακμής στα χάνια και карабанσεράγια γίνονταν έντονα. Οι ταξιδιώτες αναγκάζονταν να μένουν σε βρώμικους χώρους, γεγονός που προκαλούσε έντονες διαμαρτυρίες.

Από το 19ο αιώνα, όταν άρχισαν να χρησιμοποιούνται ταχυδρομικές άμαξες, οι ταξιδιώτες φιλοξενούνταν στα ταχυδρομικά κτίρια δωρεάν από τον προϊστάμενο του ταχυδρομείου. Στη διάρκεια της διαδρομής υπήρχαν και χάνια του ταχυδρομείου, ενώ αλλού χτίστηκαν ιδιωτικά. Αυτά ήταν μικρότερα κτίρια, που χρησίμευαν μόνο για τη διαμονή των ταξιδιωτών και δεν εξελίχθηκαν ποτέ σε εμπορικά κέντρα, όπως τα παλιότερα.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 - ΤΟ ΟΡΑΜΑ (THE VISION)

Η AIRBNB από τότε που ιδρύθηκε το 2008, υπάρχει για να δημιουργήσει έναν κόσμο όπου ο καθένας μπορεί να ανήκει οπουδήποτε, παρέχοντας υγιεινά ταξίδια που είναι τοπικά, αυθεντικά, ποικίλα, χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμα. Η AIRBNB αξιοποιεί με μοναδικό τρόπο την τεχνολογία για να ενισχύσει οικονομικά εκατομμύρια ανθρώπους σε όλο τον κόσμο, που ξεκλειδώνουν και αποκομίζουν χρήματα από τον χώρο τους, το πάθος τους και τα ταλέντα τους, έτσι ώστε να γίνουν επιχειρηματίες φιλοξενίας. Η αγορά καταλυμάτων της AIRBNB παρέχει πρόσβαση σε 5+ εκατομμύρια μοναδικά μέρη για διαμονή σε περισσότερες από 81.000 πόλεις και 191 χώρες. Με τις «Εμπειρίες», η AIRBNB προσφέρει άνευ προηγουμένου πρόσβαση στις τοπικές κοινότητες και συμφέροντα μέσω 15.000+ μοναδικών δραστηριοτήτων που πολλές φορές είναι αποτέλεσμα χειροποίητης δημιουργίας και που διοργανώνονται από οικοδεσπότες σε 1.000+ αγορές σε όλο τον κόσμο. Η πλατφόρμα της AIRBNB «Από Άνθρωπο – σε Άνθρωπο», ωφελεί όλους τους ενδιαφερόμενους, συμπεριλαμβανομένων των φιλοξενουμένων, των επισκεπτών, των εργαζομένων και των κοινοτήτων στις οποίες δραστηριοποιείται (Airbnb) [16]. Όντως αυτό το όραμα φαντάζει πολύ δημοκρατικό, αφού δίνει μια επαγγελματική λύση σε εκατομμύρια ανθρώπους σε κάθε χώρα, φτώχη ή πλούσια, αναπτυσσόμενη ή υπανάπτυκτη. Φαίνεται τόσο ιδανικό αλλά παράλληλα και τόσο εφικτό να το αγγίξει ο καθένας. Επιχείρηση χωρίς κεφάλαιο, το να διαθέσεις ένα δωμάτιο του σπιτιού σου και να αμειφθείς γι' αυτό, να κερδίσεις χρήματα χωρίς να ταλαιπωρηθείς ιδιαίτερα, να γνωρίσεις νέους ανθρώπους από άλλες χώρες και να τους μνήσεις στα μυστικά της χώρας σου, της πόλης σου ή των ιδιαίτερων ταλέντων σου, τα οποία επίσης μπορούν να γίνουν εμπορεύσιμα.

Όπως εξήγησε ο καθηγητής του Πανεπιστημίου Emeritus, Cliff Hague, στο συνέδριο που διοργάνωσε το Cockburn Association τον Μάρτιο του 2018 στο Εδιμβούργο, πρόκειται για ένα επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο δημιουργεί αξία, με το να διευκολύνει τις ανταλλαγές μεταξύ δύο ή περισσότερων αλληλοεξαρτώμενων ομάδων, που είναι συνήθως καταναλωτές και παραγωγοί. Η πλατφόρμα είναι ο ενδιάμεσος γιατί δεν κατέχει περιουσιακά στοιχεία. Η παγκόσμια προσέγγιση του ιντερνέτ, το έχει κάνει εφικτό να δημιουργούνται μεγάλα και διαβαθμισμένα δίκτυα χρηστών και πόρων, στα οποία μπορεί κάποιος να έχει πρόσβαση όταν τα χρειαστεί. Παρόμοιο επιχειρηματικό μοντέλο και πολύ γνωστό πλέον αποτελεί το UBER. Και συνεχίζουν να δημιουργούνται συνεχώς και άλλα τέτοια μοντέλα και τα ήδη υπάρχοντα συνεχίζουν να αναπτύσσονται αλματωδώς. Μόνο στη Μ. Βρετανία η δραστηριότητα των πλατφορμών διαμοιρασμού προβλέπεται να διευρύνεται κατά 30% κάθε χρόνο μέσα στην επόμενη δεκαετία, δημιουργώντας συναλλαγές αξίας 140 δις λιρών κάθε χρόνο ως το 2025 (PwC, 2016) .

## **2.1 ΤΟ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ «ΕΔΑΦΟΣ» (THE SUITABLE “SOIL”)**

Πάντα πριν από κάθε μεγάλη ανακάλυψη και νεωτερισμό υπάρχει το κατάλληλο «έδαφος» για να ευδοκιμήσει και να αναπτυχθεί αυτή και είτε να κάνει τον κύκλο της και να ολοκληρωθεί εξασθενώντας είτε να δυναμώσει και να απογειωθεί. Το ίδιο συνέβη και στην περίπτωση της AIRBNB. Αδυναμίες, ελλείψεις, κενά, παγκόσμιες αλλαγές, νέες συνθήκες και ανάγκες, παγκόσμια οικονομική κρίση αποτέλεσαν το πρόσφορο έδαφος για να γεννηθεί και να αναπτυχθεί τόσο ραγδαία.

### **2.1.1 Παγκοσμιοποίηση / κύματα μετανάστευσης.**

Πολλοί λαοί βρίσκονται υπό διωγμό, είτε λόγω πολέμου, είτε λόγω οικονομικής εξαθλίωσης, είτε λόγω πολιτικών ταραχών, είτε λόγω μεγάλων οικολογικών καταστροφών. Στον κόσμο υπάρχουν περίπου 258 εκατομμύρια άνθρωποι που βρίσκονται σε κίνηση και μεταναστεύουν, δηλαδή το 3,4% του παγκόσμιου πληθυσμού. Περισσότερες από 80% των μετακινήσεων μεταξύ των χωρών γίνονται με νόμιμο τρόπο. Όσον αφορά την παράτυπη μετανάστευση, περισσότεροι από 60.000 άνθρωποι έχουν χάσει τη ζωή τους από το 2000 στη διάρκεια του περίπου τους, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΟΗΕ [17].

Από τις χώρες της Λατινικής Αμερικής υπάρχει έντονη μετανάστευση προς τις Ηνωμένες Πολιτείες, από τις χώρες της Μέσης Ανατολής και Αφρικής υπάρχουν κύματα που καταφεύγουν στις αναπτυγμένες χώρες της Ευρώπης, από χώρες όπως η Κίνα και η Ρωσία υπάρχει κύμα μετανάστευσης για λόγους επενδυτικούς (Χρυσή Βίτσα) σε χώρες όπως η Ελλάδα, η Κύπρος και η Τουρκία (Κώστας Κετσειτζής, 2019)[18].

Όλα αυτά δημιουργούν έντονες οικιστικές ανάγκες για αγορά στέγης ή έστω προσωρινής διαμονής από τα σύντομα «περάσματα» των πληθυσμών. Ένα άλλο πάλι κύμα ευρωπαίων (Γάλλων, Βέλγων, Ελβετών, Ιταλών, Γερμανών, Ισραηλινών) που βλέπουν την Ελλάδα αλλά και άλλες φτωχές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης σαν επενδυτικούς παράδεισους εν μέσω κρίσης, αξιοποιούν / εκμεταλλεύονται την τουριστική καλοκαιρινή κίνηση της Ελλάδας και αγοράζουν ακίνητα όχι μόνο για τις δικές τους διακοπές αλλά και για βραχυχρόνιες μισθώσεις προς άλλους τουρίστες (παράδειγμα Πάρου, εννέα στις δέκα πωλήσεις ακινήτων γίνονται σε αλλοδαπούς, κυρίως πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης).

### **2.1.2. Αυξημένες ανάγκες διακοπών και αλλαγής περιβάλλοντος**

Παγκοσμίως η ανάγκη για διακοπές έχει αυξηθεί μαζί με την αύξηση του βιοτικού επιπέδου. Η διαβίωση σε μεγάλες, σχεδόν γιγαντιαίες πόλεις, σε ουρανοξύστες και θλιβερές πολυκατοικίες, πολλές φορές χωρίς φυσικό φωτισμό και η εντατικοποίηση της εργασίας με μέσο όρο τη 10ωρη απασχόληση, σε πολυεθνικές που συνθλίβουν τους εργαζομένους, χαρίζοντάς τους το πολύ κάποια επαγγελματικά ταξίδια ως δέλεαρ με το οποίο νιώθουν τυχεροί, ενώ στην ουσία περνούν τον χρόνο τους σε ξενοδοχεία, αεροδρόμια και εταιρικά γραφεία, όλα αυτά έχουν κάνει τους

εργαζομένους να αναζητούν συνεχείς ευκαιρίες διακοπών πέραν του καθιερωμένου ετήσιου 15ήμερου της δεκαετίας του 1990, κατά το οποίο ξεροψήνονταν γύρω από την πισίνα ενός ξενοδοχείου με πακέτο all inclusive και βγαίνοντας από εκεί μόνο για να φύγουν πάλι προς το αεροδρόμιο. Οι απαιτήσεις άλλαξαν και οι συνθήκες ζητούν περισσότερη εμπλοκή με το τοπικό στοιχείο και την αναζήτηση εμπειριών στον τόπο διακοπών, που σε βγάζουν από την καθημερινή ρουτίνα και ας μην σε ξεκουράζουν επαρκώς. Έτσι τα προγράμματα εμπλουτίστηκαν με θαλάσσια σπορ, ορειβατικές εκδρομές, μαθήματα μαγειρικής και γευσιγνωσίας, οινογνωσία, ποδηλασία, αναρρίχηση, αρχαιολογικούς περιπάτους (Airbnb)[19]. Τέτοιες εμπειρίες ως τώρα δεν είχαν τη δυνατότητα να τις λάβουν μέσω μαζικού τουρισμού μέσω γκρουπ, tour operators και πακέτων ξενοδοχείων. Και φυσικά η AIRBNB κι εδώ πρωτοπόρος αφού προτρέπει τους διοργανωτές εμπειριών να ανακοινώσουν και να «πουλήσουν» μία τέτοια εμπειρία σε επίδοξους πελάτες μέσω της πλατφόρμας της, είτε σαν μεμονωμένη υπηρεσία είτε σε συνδυασμό με ένα δικό τους κατάλυμα. Αντίστοιχα προτρέπει τους πιθανούς πελάτες να αγοράσουν μία εμπειρία ή μία περιπέτεια, που μπορεί να είναι ένα πολυήμερο «πακέτο» φτιαγμένο από ειδικούς (Airbnb)[20].

### **2.1.3. Εξάπλωση του ίντερνετ**

Όταν ήρθε το ίντερνετ ήταν σα να άνοιξε ένα παράθυρο στον κόσμο, σα να ήρθε ο κόσμος πιο κοντά. Ειδικά για όσους δεν είχαν την ευκαιρία να ταξιδεύουν συχνά και να γνωρίζουν τον κόσμο. Αυτό έφερε ανατροπές στον κόσμο του εμπορίου, των μεταφορών, των τηλεπικοινωνιών, της εκπαίδευσης, του τουρισμού, αλλά και σε άλλα μικρότερα τμήματα και υποκατηγορίες ενδιαφέροντος (niches). Με αυτό τον τρόπο οπτικοποιήθηκαν όλες οι βαθύτερες επιθυμίες των ανθρώπων και γεννήθηκαν νέες επιθυμίες και νέες ανάγκες. Η πρόσληψη γνώσης για καθετί έγινε αστραπιαία. Η λήψη πληροφόρησης πιο εφικτή από ποτέ. Η επαφή των ανθρώπων ευκολότερη και συχνότερη. Νέες καινοτόμες ιδέες ταξίδεψαν σε όλον τον κόσμο απίστευτα γρήγορα και διαδόθηκαν, εμπλουτίστηκαν, αντιγράφηκαν πιο γρήγορα από ποτέ. Η τεχνολογία κάλπασε και οι ανανεώσεις αυτής (updates) δεν προλαβαίνουν να ενσωματωθούν λόγω ταχύτητας. Ο όγκος των δεδομένων έγινε τόσο μεγάλος, που στήθηκαν γιγαντιαίες μονάδες για να τον φιλοξενήσουν. Οι πλατφόρμες που δημιουργήθηκαν, από μικρά πειραματικά sites μετατράπηκαν σε πολυεθνικές εταιρείες αξίας δισεκατομμυρίων δολαρίων (παράδειγμα AIRBNB, Booking.com και AMAZON (Wikipedia)[21]

### **2.1.4. Μείωση τιμών αεροπορικών εισιτηρίων / αύξηση πτήσεων και προορισμών**

Μέσω του ίντερνετ και του «χρηματιστηρίου» των αεροπορικών εισιτηρίων, βελτιώθηκαν κατά πολύ οι τιμές και έγιναν πιο προσιτές για το μέσο καταναλωτή (Claimcompass.eu) [22]. Η χρήση εξελιγμένων συστημάτων και πλατφορμών βελτίωσε τα κόστη, τους χρόνους και αύξησε τις πτήσεις και τους προορισμούς. Έτσι εύκολα βρίσκεις τον τρόπο για να ταξιδέψεις πια οπουδήποτε στον κόσμο, χωρίς να χρειάζεται να αλλάξεις παρά μόνο 2αεροπλάνα και να μειώσεις το συνολικό κόστος

του ταξιδιού σου. Αυξήθηκαν εξάλλου και οι αεροπορικές εταιρείες φθηνού κόστους, με αποτέλεσμα τον έντονο ανταγωνισμό με τις παραδοσιακές (happytraveller.gr) [23].

### **2.1.5. Περισσότερα χρήματα στους νέους από τους γονείς**

Ποτέ πριν οι νέοι δεν είχαν στα χέρια τους τόσα πολλά χρήματα από τους γονείς τους όσο σήμερα. Πολλές φορές χωρίς ακόμη να έχουν αρχίσει να κερδίζουν μόνοι τους τα προς το ζην, και έχοντας εξασφαλίσει την καθημερινή τους διαβίωση (λογαριασμοί, φαγητό, διαμονή) από τους γονείς τους, χρησιμοποιούν το χαρτζιλίκι τους για να ταξιδεύουν στον κόσμο συλλέγοντας εμπειρίες και να περνούν όμορφα στο παρόν, χωρίς προγραμματισμό για το μέλλον. Παίζει ρόλο βέβαια η επιρροή από τα πρότυπα που κυκλοφορούν και από τους φίλους, αλλά γενικότερα και η ευμάρεια που υπάρχει και έχει προσφερθεί από τους γονείς (dianeosis.org)[24].

### **2.1.6. Λιγότεροι γάμοι / αύξηση ορίου ηλικίας δημιουργίας υποχρεώσεων**

Κατ' επέκταση έχουμε και λιγότερους γάμους ανάμεσα στους νέους που αρνούνται να αναλάβουν υποχρεώσεις και να προγραμματίσουν το μέλλον τους θεωρώντας πως είναι εργασιακά αβέβαιο, άρα εφόσον δεν υπάρχει εκροή εσόδων προς την οργάνωση και στήσιμο ενός νοικοκυριού και την απόκτηση παιδιών εντός οικογενείας, όλα τα έσοδα των νέων διατίθενται σε ταξίδια, ευζωία και συλλογή εμπειριών. Η λέξη αποταμίευση έχει προσωρινό χαρακτήρα και σίγουρα αποσκοπεί στην οργάνωση ενός ακόμη ταξιδιού.

### **2.1.7. Σπουδές σε άλλες χώρες (Erasmus programs)**

Οι νέοι σήμερα αναζητούν περισσότερες εκπαιδευτικές εμπειρίες. Πολύ εύκολα και μέσω διαδικτύου πλέον διενεργούν συνεντεύξεις στα καλύτερα πανεπιστήμια της Ευρώπης και της Αμερικής, υποβάλλουν τις αιτήσεις τους ηλεκτρονικά και με τα υψηλά προσόντα τους γίνονται δεκτοί, έτσι ώστε εύκολα παίρνουν την απόφαση να ζήσουν μόνοι τους μακριά, πολλές φορές επηρεαζόμενοι από φίλους, αδέρφια, αναρτήσεις και φόρουμς που διάβασαν και γενικότερα ενημέρωση που πήραν για το επίπεδο των σπουδών που θα λάβουν και τις ευκαιρίες που θα έχουν εκεί μετά το πέρας των σπουδών τους. Επίσης μέσω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων Erasmus, προγράμματα ανταλλαγών φοιτητών των ευρωπαϊκών πανεπιστημίων, εκμεταλλεύονται της ευκαιρίας να ανοίξουν τους ορίζοντές τους και σε άλλες χώρες, έστω για ένα εξάμηνο. Αυτό προϋποθέτει την εξεύρεση προσωρινής κατοικίας στη χώρα και την πόλη υποδοχής για τουλάχιστον ένα εξάμηνο σε αντίστοιχα διαμερίσματα βραχυχρόνιας μίσθωσης που διατίθενται γι' αυτόν τον σκοπό (Facebook)[25].

### **2.1.8. Εργασία σε άλλες χώρες**

Αντίστοιχα έχει αυξηθεί η κινητικότητα των εργαζομένων από χώρα σε χώρα. Τη δεκαετία του 1990 φαινόταν αξιοπερίεργο για ένα νέο να φύγει π.χ. από την Καρδίτσα και να πάει στη Θεσσαλονίκη να ψάξει για δουλειά ενώ είχε σπουδάσει στην Αθήνα. Ή να το πάμε ακόμη παλαιότερα, όποιος νέος πήγαινε σε μεγάλη πόλη



να σπουδάσει συνήθως εκεί έμενε και για δουλειά. Ήταν τα χρόνια της αστικοποίησης και της γιγάντωσης των πόλεων. Στο εξωτερικό είχαν καταφύγει άνθρωποι που δεν ήταν μορφωμένοι και συνήθως ήταν και ανειδίκευτοι τις δεκαετίες 1950-1960. Οι μορφωμένοι και ειδικευμένοι παρέμεναν στην Ελλάδα και γενικότερα στις χώρες τους. Μεγάλο κύμα βαλκάνιων οικονομικών μεταναστών, ακόμη και μορφωμένων παρατηρήθηκε από τη δεκαετία του 1990 και συνεχίζει ακόμη. Παράλληλα όμως στην Ελλάδα δημιουργήθηκε νέο κύμα οικονομικών μεταναστών υψηλού μορφωτικού επιπέδου προς τις χώρες της Ευρώπης, αλλά και χώρες της Μέσης Ανατολής και τις Ηνωμένες Πολιτείες για εξεύρεση αξιοπρεπούς εργασίας σύμφωνα με τα υψηλά στάνταρντ των σπουδών τους (Αλεξόπουλος Κίμων, 2012) [26]. Έτσι πολύ εύκολα κάποιος φεύγει για εργασία στο Λονδίνο και πολύ εύκολα επίσης θα το εγκαταλείψει για καλύτερη και υψηλότερα αμειβόμενη εργασία στο Ντουμπάι. Να προσθέσουμε επίσης και τους εργαζομένους ανά τον κόσμο που ταξιδεύουν συνεχώς από ήπειρο σε ήπειρο για τις ανάγκες της πολυεθνικής εταιρείας όπου εργάζονται και έχουν ανάγκη από μία άνετη διαμονή ή και ένα δεύτερο σπίτι για λίγο καιρό.

### **2.1.9. Διόγκωση τουριστικών προορισμών – ανάγκη για νέα καταλύματα**

Κάποιοι τουριστικοί προορισμοί ένεκα κάποιου γεγονότος (γύρισμα εκπομπής πχ.Survivor), κάποιας διοργάνωσης εποχιακού χαρακτήρα (Grand Prix), δημιουργίας ενός νέου τουριστικού προϊόντος / αξιοθέατου (εκμετάλλευση θερμοπηγών / Disneyland), κλπ, αυξάνουν την επισκεψιμότητά τους τόσο πολύ που οι τοποθεσίες αυτές δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν άμεσα στις ανάγκες κατοίκησης μεγάλου όγκου πληθυσμού και τα κλασσικά ξενοδοχεία δεν έχουν τη δυναμικότητα και τις υποδομές να φιλοξενήσουν τόσο κόσμο, με αποτέλεσμα να απαιτείται φιλοξενία των τουριστών από κατοίκους της περιοχής σε οικίες όπου διαμένουν μόνιμα με τις οικογένειές τους και όπου αυτοί μπορούν να διαθέσουν ελεύθερα δωμάτια έναντι αμοιβής. Το κοντινότερό μας παράδειγμα είναι η Σαντορίνη, όπου οι ειδικοί κρούουν τον κώδωνα του κινδύνου για τη διόγκωση του προορισμού. «Η έλλειψη τουριστικής διακυβέρνησης και στρατηγικής συνεργασίας μεταξύ των τοπικών και των εθνικών αρχών θα μπορούσε να θέσει το μέλλον του προορισμού σε κίνδυνο», αναφέρει χαρακτηριστικά η έκθεση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, που στο εξώφυλλο της φιλοξενεί φωτογραφία συνωστισμού τουριστών στα σοκάκια της Οίας σε μια θλιβερή «πρωτιά» της Σαντορίνης μεταξύ δεκάδων κορεσμένων προορισμών της Ευρώπης (Μπέλλος Ηλίας, 2019) [27].

### **2.1.10 Βελτίωση βιοτικού επιπέδου / καλοπέραση / άνεση**

Πιο πολύ από ποτέ και πέραν της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, ο σημερινός άνθρωπος έχει βελτιώσει το βιοτικό του επίπεδο, έχει την εργασία του και κερδίζει τα προς το ζην, τρέφεται καλά, προσέχει την υγεία του, ζει περισσότερο, θέλει να απολαμβάνει περισσότερο τη ζωή σε σχέση με 50-70 χρόνια πριν. Αναζητάει τρόπους λοιπόν να εργάζεται λιγότερο, να κερδίζει περισσότερα, να απολαμβάνει περισσότερες στιγμές με την οικογένειά του, να ταξιδεύει στον κόσμο κλπ. Έχουν

μιλήσει πολλές φορές οι ειδικοί για τα οφέλη των ταξιδιών και για το πόσο αυτά βελτιώνουν την υγεία μας, την ψυχολογία μας, κλπ. Όσο περισσότερο αυξάνεται το στρες μας, τόσο περισσότερο πρέπει να δημιουργούμε διαλλείματα αποτοξίνωσης και φυγής από την καθημερινότητα (claimcompass.eu)[28]. Για όλα αυτά χρειάζεται χρήματα και έτσι ψάχνει έξυπνους τρόπους ανάπτυξης που δεν υπήρχαν παλαιότερα. Επενδύσεις, αξιοποίηση παγίων, πωλήσεις ακινήτων που δεν αποφέρουν, κλπ.

### **2.1.11 Ανάγκη αξιοποίησης παθητικών ακινήτων (παράδειγμα Ελλάδας και όχι μόνο-υποθηκευμένα ακίνητα)**

Ανά τον κόσμο όλοι όσοι αγόρασαν ακίνητο με δάνειο και υποθήκευση του ίδιου του ακινήτου σίγουρα έχουν βιώσει την αγωνία της αποπληρωμής του, καθώς οι όροι είναι συνήθως δυσβάστακτοι, ειδικά σε ορίζοντα 20ετίας ή 30ετίας (eurora.eu)[29]. Εκατομμύρια άνθρωποι ξύπνησαν το πρωί για να πάνε στην εργασία τους γιατί υπήρχε από πάνω τους ο βραχνάς του δανείου. Χιλιάδες άνθρωποι ανακουφίστηκαν την ημέρα που πληρώθηκε η τελευταία τους δόση και επιτέλους το ακίνητο τους ανήκε ολοκληρωτικά και δεν υπήρχε πια η σκιά της τράπεζας πάνω τους. Η ανάγκη αξιοποίησης των ακινήτων – κατοικιών περαιτέρω, πλέον της κατοίκησης από τους ιδιοκτήτες έγινε επιτακτική κάτω από αντίξοες συνθήκες και πολλές φορές έγινε μονόδρομος σε περιπτώσεις π.χ. απώλειας κάποιου μέλους της οικογενείας, άρα του ενός μηνιαίου μισθού ή ανεργίας (απώλειας εργασίας). Η υπενοικίαση, η συγκατοίκηση, η βραχυχρόνια μίσθωση κατά τη διάρκεια διακοπών, η χρήση χώρου ως εργαστηρίου, κλπ., ήταν λύσεις για περιπτώσεις παθητικών ακινήτων που έφεραν επιπλέον και το βάρος ενός δανείου.

### **2.1.12 Η ιδέα της περιουσίας (creating assets)**

«Κανείς δεν μπορεί να με εμποδίσει να χρησιμοποιήσω / αξιοποιήσω την περιουσία μου κατά το δοκούν». Η οικονομική κρίση και η ανασφάλεια που αυτή έχει δημιουργήσει, εργάζεται τέχνας όπως λένε. Οι άνθρωποι πάντα σε τέτοιες περιπτώσεις μηχανεύονταν τρόπους / δικλίδες ασφαλείας για να ανταπεξέλθουν, να επιβιώσουν. Συνήθως αυτοί ήταν η αναζήτηση ευκαιριών που πωλούνται σε χαμηλές τιμές και η αξιοποίηση αυτών προς ίδιο όφελος (David Greene, 2018) [30]. Έτσι συμβαίνει και με τα ακίνητα. Εν μέσω κρίσης πολλοί άνθρωποι πούλησαν τα ακίνητά τους για ένα κομμάτι ψωμί, όσοι είχαν χρήματα να διαθέσουν τα αγόρασαν, τα ανακαίνισαν και κατόπιν τα ξαναπούλησαν σε πολύ καλύτερες τιμές. Άλλοι πάλι που διέθεταν περιουσία σκέφτηκαν πιο επιχειρηματικά και έτσι αποφάσισαν πως θέλουν να αξιοποιήσουν με καλύτερο τρόπο την περιουσία τους και όχι να την αναλώνουν ενοικιάζοντας με το μήνα/ χρόνο και παραλαμβάνοντας στην καλύτερη περίπτωση κάποια στιγμή το ακίνητό τους πίσω σαν βομβαρδισμένο τοπίο και με απλήρωτους λογαριασμούς (Σιατίτσα Δήμητρα, 2019) [31].

### **2.1.13 Ανάγκη για επιχειρηματικότητα**

Η ανεργία, οι ατέλειωτες ώρες γραφείου, η αναζήτηση νέων τρόπων ζωής και η τελμάτωση των στελεχών / εργαζομένων στα πλαίσια του 9-5 ή 9-9. Πολλοί νέοι

είτε γιατί δεν βρίσκουν άλλη εργασία, είτε γιατί κουράστηκαν να βρίσκονται σε ένα γραφείο ατέλειωτες ώρες, είτε γιατί κληρονόμησαν από την οικογένειά τους ακίνητη περιουσία, είτε γιατί είναι γυναίκες και θέλουν να κάνουν οικογένεια και να δραστηριοποιηθούν γύρω από αυτή, βρήκαν ως βέλτιστη λύση την ενασχόληση με την αξιοποίηση των ακινήτων τους σε βραχυχρόνια βάση, τόσο στην Ελλάδα όσο και σε όλη την υφήλιο, σε πόλεις με τουριστικό ενδιαφέρον και ιδιαίτερα σε κοινότητες φτωχικές με όχι ιδιαίτερους πόρους. Σε αυτό να προσθέσουμε και τη μερίδα των συνταξιούχων που βλέποντας τα συνταξιοδοτικά τους δικαιώματα να μειώνονται, αγωνιούν για τα δύσκολα χρόνια των γηρατειών και φροντίζουν εγκαίρως για μία τέτοια επιχειρηματική κίνηση που θα συμπληρώσει το εισόδημά τους. Βέλγος συνταξιούχος αγόρασε μία παλαιά οικία στην Πάρο και την ανακαίνισε δημιουργώντας 3 μικρά διαμερίσματα και ευελπιστώντας να κερδίζει από αυτά, 1.500€ από το καθένα, την εβδομάδα, τους 3 θερινούς μήνες της υψηλής ζήτησης.

#### **2.1.14 Global citizenship ή Πολίτες του κόσμου**

Πολλοί νέοι επιζητούν την αναζήτηση εμπειριών ταξιδεύοντας σε όλον τον κόσμο. Η παγκόσμια ιθαγένεια δεν είναι η ίδια με την παγκοσμιοποίηση. Η παγκοσμιοποίηση - η διαδικασία με την οποία οι οργανώσεις αναπτύσσουν διεθνή επιρροή ή λειτουργούν σε διεθνή κλίμακα - καθοδηγείται από την οικονομία, τις επιχειρήσεις και τα χρήματα. Πρόκειται για τη ροή προϊόντων, κεφαλαίου, ανθρώπων και πληροφοριών. Η παγκόσμια ιθαγένεια, από την άλλη πλευρά, καθοδηγείται από ταυτότητα και αξίες. Οι παγκόσμιοι πολίτες χτίζουν γέφυρες, μετριάζουν τον κίνδυνο και προστατεύουν την ανθρωπότητα. Ενώ η παγκοσμιοποίηση βρίσκεται σήμερα υπό καυτή συζήτηση, ποτέ ως τώρα δεν χρειαζόμασταν τόσους πολλούς πολίτες του κόσμου (Rinne April) **32**].

#### **2.2. Η ΕΥΜΑΡΕΙΑ (THE EASY MONEY)**

Τα στοιχεία μιλούν από μόνα τους για το πώς αυτή η αρχική Startup έγινε σήμερα η επιχείρηση του 21<sup>ου</sup> αιώνα πάνω στη φιλοξενία ταξιδιωτών σε ολόκληρο τον κόσμο. Μία εταιρεία ανάμεσα στις κορυφαίες όπως η Google, η Amazon, η Walmart, η Apple, κλπ. Η εταιρεία έκλεισε το 2018 με έσοδα 2,6 δις δολάρια και καθαρά κέρδη 93 εκατομμύρια δολάρια, ξεπερνώντας τις προσδοκίες που είχαν από το 2017. Μέχρι το τέλος του α τετάρτου του 2019 αναμένεται πως η εταιρεία θα έχει συνολικά παραπάνω από 500 εκατομμύρια κρατήσεις από τη μέρα της ίδρυσής της το 2008, ενώ 250 εκατομμύρια είναι τα reviews που έχουν ανταλλάξει οι επισκέπτες με τους οικοδεσπότες (Gmelich Krista, 2019)[**33**].

Η AIRBNB προβάλλει ότι θα κερδίσει (πριν από τους τόκους και τους φόρους και τις αποσβέσεις) έως και 3,5 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως έως το 2020, σύμφωνα με πηγές γύρω από την εταιρεία. Αυτό είναι κάτι περισσότερο από το κατώτατο όριο του 85% των εταιρειών της Fortune 500. Θα ήταν επίσης μια αύξηση

3.400% σε σχέση με την αντίστοιχη κερδοφορία της εταιρείας πέρυσι, βάσει των αριθμών που παρέχονται από αυτές τις πηγές.

Η κατώτατη αύξηση θα ήταν ένα τεράστιο επίτευγμα για την εταιρεία διανομής κατοικιών και διαμερισμάτων που μόλις πριν από μερικά χρόνια ήταν μεταξύ πολλών λεγόμενων Unicorns που φαινόταν να έχουν πολλές δυνατότητες, αλλά όχι πολύ στα κέρδη. Θα έκανε επίσης την AIRBNB την πρώτη εταιρεία που θα αποδείξει ότι η λεγόμενη οικονομία διαμοιρασμού μπορεί να μετατραπεί σε βιώσιμη επιτυχία. Αυτό είναι κάτι που η Uber, το άλλο σούπερ σταρ του τομέα, δεν έχει ακόμη αποδείξει.

Αυτά όλα αναλύει στο βιβλίο της «The AIRBNB Story: How Three Ordinary Guys Disrupted an Industry, Made Billions . . . and Created Plenty of Controversy», η δημοσιογράφος του Fortune, Leigh Gallagher, που υπογράφει και το συγκεκριμένο άρθρο (Gallagher Leigh, 2017)[34].

Η Gallagher διερευνά την επιτυχία της AIRBNB μαζί με την πιο αμφιλεγόμενη πλευρά της ιστορίας της. Οι ρυθμιστικές αρχές θέλουν να περιορίσουν την ταχεία επέκτασή της. Οι ηγέτες της βιομηχανίας ξενοδοχείων παλεύουν με τη διατάραξη που τους προκάλεσε και οι κάτοικοι και οι πελάτες αγωνίζονται με τις απρόβλεπτες συνέπειες του ανοίγματος ιδιωτικών κατοικιών για δημόσια κατανάλωση. Αυτή είναι και η πρώτη εμπειριστατωμένη μελέτη του αρχηγού της AIRBNB, Brian Chesky, του ιδιόρρυθμου και περίεργου νέου CEO, καθώς κατευθύνει την εταιρεία σε νέες αγορές και σε όλο και πιο αγνότατα νερά.

### **2.3. Ο ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ**

Βλέποντας την τεράστια επιτυχία της AIRBNB ως ανατρεπτικής καινοτομίας, πολλοί ανταγωνιστές μπήκαν στο παιχνίδι, είτε παλιοί στον χώρο του τουρισμού, είτε νέοι. Οι πλατφόρμες αυξήθηκαν κατακόρυφα και πολλές φορές ειδικεύτηκαν και περιορίστηκαν σε συγκεκριμένα κομμάτια της αγοράς (niches), για να κερδίσουν το δικό τους μερίδιο. Βέβαια τα ποσοστά των περισσότερων είναι μικρά, ίσως γιατί η έννοια της πλατφόρμας βραχυχρόνιων μισθώσεων έγινε συνώνυμη με την AIRBNB, το brand name που δημιουργήθηκε είναι τόσο ισχυρό που επισκίασε όλα τα άλλα. Ας δούμε όμως τους κύριους ανταγωνιστές και πώς αυτοί διαφοροποιούνται έναντι της AIRBNB.



Εικόνα 2 : Κρεβάτι, κεφαλάρι, ακόμη και παντόφλες φτιαγμένες με Lego, σε αυτό το διαμέρισμα AIRBNB που έχει ως θέμα τα LEGO

### 2.3.1. Booking.com

Ξεκίνησε σαν ιστοσελίδα on line κρατήσεων ξενοδοχείων το 1996 στην Ολλανδία. Στην ουσία το bookings.nl, που ιδρύθηκε το 1996 από τον Geert-Jan Bruinsma, συγχωνεύθηκε το 2000 με το Bookings Online, το οποίο ιδρύθηκε από τους Sicco και Alec Behrens, τον Marijn Muysen και τον Bas Lemmens, που λειτουργούσαν ως Bookings.org. Το όνομα και η διεύθυνση URL άλλαξαν στη διεύθυνση Booking.com και ο Stef Noorden διορίστηκε ως CEO. Το 1997, ο Bruinsma ήθελε να δημοσιεύσει μια διαφήμιση στην ολλανδική εφημερίδα De Telegraaf με την υψηλότερη κυκλοφορία. Η διαφήμιση απορρίφθηκε, δεδομένου ότι η De Telegraaf δεχόταν διαφημίσεις μόνο με τον αριθμό τηλεφώνου και όχι με έναν ιστότοπο. Το 2002, η Expedia αρνήθηκε να αγοράσει την bookings.nl (wikipedia) [35].

Στην Ελλάδα τα περισσότερα ξενοδοχεία ήταν στη Booking.com. Ακόμη και τα μικρά συγκροτήματα ενοικιαζόμενων δωματίων. Βλέποντας τη μεγάλη άνθηση της AIRBNB πριν τρία χρόνια (2016) μπήκε και η Booking στην αγορά των βραχυχρόνιων μισθώσεων, δίνοντας στους ιδιοκτήτες μεγαλύτερη πληρότητα στα καταλύματά τους. Η προμήθεια που χρεώνει στον Host είναι κατά μέσο όρο 15% και ο πελάτης πληρώνει συνήθως κατευθείαν στην πλατφόρμα.

### 2.3.2. HomeAway

Είναι μια αγορά ενοικίασης διακοπών με πάνω από 2.000.000 ενοικιαζόμενων χώρων σε 190 χώρες που είναι καταχωρημένες στην ιστοσελίδα της. Λειτουργεί μέσω 50 ιστότοπων σε 23 γλώσσες μέσω των οποίων προσφέρει ενοικιάσεις καμπινών, καταλυμάτων, κάστρων, βιλών, αγυρώνων και αγροικιών.

Ιδρύθηκε το Φεβρουάριο του 2005 και έχει την έδρα της στο Ώστιν του Τέξας και εισήχθη στο χρηματιστήριο το 2011. Η Expedia απέκτησε την HomeAway στις 15 Δεκεμβρίου 2015 (wikipedia)[36].

### **2.3.3 TripAdvisor, Inc**

Είναι μια αμερικανική εταιρεία ταξιδιών και εστιατορίων που παρουσιάζει κριτικές ξενοδοχείων και εστιατορίων, κρατήσεις καταλυμάτων και γενικά ταξιδιωτικό περιεχόμενο. Περιλαμβάνει επίσης διαδραστικά φόρουμς ταξιδιών.

Το TripAdvisor είναι ο μεγαλύτερος ιστοχώρος κοινωνικού ταξιδιού στον κόσμο, με περίπου 315 εκατομμύρια χρήστες-κριτικούς (ενεργούς και ανενεργούς) και περίπου 500 εκατομμύρια κριτικές ξενοδοχείων, εστιατορίων, αξιοθέατων και άλλων επιχειρήσεων που σχετίζονται με ταξίδια. Το TripAdvisor ήταν από τις πρώτες εταιρείες που υιοθέτησαν το μοντέλο δημιουργίας περιεχομένου από χρήστες. Οι υπηρεσίες του ιστότοπου είναι δωρεάν για τους χρήστες, οι οποίοι παρέχουν το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου και η ιστοσελίδα υποστηρίζεται από μια παροχή ξενοδοχειακών κρατήσεων και ένα διαφημιστικό επιχειρηματικό μοντέλο (wikipedia)[37].

### **2.3.4 RentalHomes**

Η αποστολή της είναι να ταιριάσει κάθε ταξιδιώτη με την τέλεια διαμονή. Το RentalHomes.com, είναι μέρος του μεγαλύτερου παγκόσμιου δικτύου των μηχανών αναζήτησης διακοπών. Βρίσκουν και συγκρίνουν πάνω από 10 εκατομμύρια καταχωρήσεις από όλο τον κόσμο για να κάνουν την αναζήτηση εύκολη.

Οι συνεργάτες τους περιλαμβάνουν το Booking.com, το HomeAway, το VRBO, το AIRBNB, το VacationRentals.com, το Hotels.com και διάφορα άλλα (rentalhomes)[38].

### **2.3.5 VRBO**

Το VRBO είναι η συντομογραφία για το Vacation Rental By Owner, και όπως υποδηλώνει το όνομα, ειδικεύεται σε ενοίκια διακοπών όλων των τύπων: σπίτια, διαμερίσματα, condos, βίλες κλπ. Ο ιστότοπος ιδρύθηκε το 1995 και επιτρέπει στους ιδιοκτήτες ακινήτων να διαφημίζουν λίστες ακινήτων στους ενοικιαστές. Το 2006, το VRBO αποκτήθηκε από τη HomeAway και εντάχθηκε στο δίκτυο HomeAway, το οποίο περιλαμβάνει και άλλα sites όπως το VacationRentals.com.

Όπως η AIRBNB, έτσι και το VRBO χρεώνει επίσης τους ιδιοκτήτες σπιτιού και τους επισκέπτες. Οι επισκέπτες χρεώνονται συνήθως με χρέωση υπηρεσιών 6% έως 12%. Το τέλος εξυπηρέτησης είναι πιο περίπλοκο για τους ιδιοκτήτες σπιτιού. Για να καταχωρήσετε μια ενοικίαση στο VRBO, πρέπει να

πληρώσετε μια συνδρομή. Υπάρχουν δύο βασικά σχέδια πληρωμής συνδρομής για τους οικοδεσπότες του VRBO: πληρωμή ανά κράτηση, στην οποία χρεώνονται 8% για κάθε κράτηση που λαμβάνεται μέσω του ιστότοπου (η VRBO συνιστά αυτή την επιλογή για νέους μισθωτές ή άτομα που νοικιάζουν για λιγότερο από έξι εβδομάδες ανά έτος) και μια ετήσια συνδρομή πληρωμής, η οποία χρεώνει ιδιοκτήτες σπιτιού ένα κατ'αποκοπή τέλος 499\$ προκαταβολικά για το έτος (Η εταιρεία συνιστά αυτή την επιλογή για τους οικοδεσπότες που ενοικιάζουν όλο το χρόνο). Αντί να απαριθμεί μικρότερους χώρους όπως μονόκλινα δωμάτια, ο VRBO παραθέτει μόνο μεγαλύτερους χώρους - ολόκληρα σπίτια, διαμερίσματα ή διαμερίσματα που οι πελάτες θα έχουν για τον εαυτό τους, αντί να μοιράζονται με τον ιδιοκτήτη σπιτιού ή άλλους επισκέπτες. Στην πραγματικότητα, το "μην μοιραστείτε" έγινε σημείο μάρκετινγκ σε μια διαφήμιση του 2016 σχετικά με την AIRBNB vs. HomeAway (μητρική εταιρεία του VRBO). Έτσι, ενώ το VRBO προσφέρει λιγότερες καταχωρήσεις, οι χρήστες μπορούν να είναι σίγουροι ότι ο χώρος που θα βρουν θα είναι τελείως δικός τους (mashable)[39].

Η VRBO πρόσφατα ανασχεδίασε το επιχειρηματικό της μοντέλο. Για να καταλάβουμε γιατί ο VRBO προχώρησε σε επανασχεδιασμό, ξεκινάμε με την εμπειρία του χρήστη. "Θέλουμε οι άνθρωποι ξοδεύοντας το χρόνο τους να νιώθουν ενθουσιασμένοι για ένα ταξίδι παρά να απογοητεύονται από τον προγραμματισμό του", δήλωσε ο Tina Weyand, επικεφαλής του προϊόντος της VRBO. Το VRBO έχει ήδη χιλιάδες κατακόρυφες περιπλανήσεις 360 μοιρών σε καταχωρήσεις ακινήτων με ιδιότητες που δίνουν στους ταξιδιώτες μια καλύτερη εικόνα για το κατάλυμα πριν από την κράτηση. Αλλά θα μπορούσε να προσφέρει περισσότερα; (Elliott Christopher, 2019)[40]

### 2.3.6 Couchsurfing

Ο καναπές που όλοι έχουμε στα σαλόνια μας, αποτέλεσε την αφορμή για τη δημιουργία αυτής της πλατφόρμας – κοινότητας μελών. Περίπου όπως το ξεκίνημα της AIRBNB δηλαδή, με μόνη και μεγαλύτερη διαφορά, τη δωρεάν προσφορά φιλοξενίας. Όπως μας αναφέρει ο Daniel Guttentag (2013), αντίθετα με την AIRBNB, με την CouchSurfing έχουν ασχοληθεί πολλοί ερευνητές. Και εδώ υπάρχει η έννοια του Host και του Guest, αλλά εδώ είναι ξεκάθαρο πως η φιλοξενία γίνεται μόνο καλή τη θέληση και με μόνη ανταμοιβή κάποια εκδούλευση εκ μέρους του καλεσμένου, του στυλ, θα μαγειρεύει εκείνος το δείπνο ή θα βοηθήσει στις δουλειές του σπιτιού, ίσως και μια υπόσχεση ανταπόδοσης φιλοξενίας, στο ίδιο στυλ, δηλαδή στον καναπέ του σαλονιού του (couchsurfing)[41].

Υπάρχει μεγάλη ζήτηση πραγματικά και διαπιστώθηκε αυτό μόλις ανοίξαμε κι εμείς στην πορεία αυτής της εργασίας έναν λογαριασμό στην πλατφόρμα για να διαπιστώσουμε τη λειτουργικότητά της και όλα όσα θέλει να μοιραστεί με το κοινό της. Η διαπίστωσή μας λοιπόν είναι πως ανταγωνιστικά με το AIRBNB, Booking.com, κλπ πλατφόρμες, υπάρχουν χιλιάδες άνθρωποι εκεί έξω, κυρίως νέοι και φοιτητές που επιζητούν αυτόν τον τρόπο (δωρεάν) διακοπών. Αν αναλογιστούμε

λοιπόν πως αν δεν υπήρχε και αυτή η πλατφόρμα, πόσοι παραπάνω πελάτες θα ήταν καταγεγραμμένοι ως guests των άλλων – επί πληρωμή – πλατφορμών, τότε ο παγκόσμιος τουρισμός θα ήταν ασύλληπτος σε μεγέθη. Αν σκεφτούμε πόσες άτυπες φιλοξενίες υλοποιούνται και στα ελληνικά νοικοκυριά, αλλά και στο εξωτερικό, με φιλοξενίες μεταξύ φίλων άνευ πληρωμής, πραγματικά τα μεγέθη θα ήταν πολύ μεγαλύτερα. Άρα οι πολέμιοι των πλατφορμών, ας σκεφθούν και αυτή την άποψη, πως δεν κινδυνεύουν τελικώς μόνο από την AIRBNB.

### **2.3.7 ΣΥΓΧΡΟΝΙΣΜΟΣ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ**

Λόγω της τεράστιας και παγκόσμιας αποδοχής όλων αυτών των πλατφορμών βραχυχρόνιων μισθώσεων και για την αποφυγή κενών στα ημερολόγια των κρατήσεων, πολλοί είναι οι Hosts οι οποίοι επιλέγουν να καταχωρήσουν τα καταλύματά τους σε 2 και 3 πλατφόρμες ταυτόχρονα. Και εφόσον ξεπεράσαμε το στάδιο χαρτί και μολύβι, άντε και κανένα excel στον υπολογιστή, δημιουργήθηκαν πολλές εταιρείες Startups, οι οποίες δημιούργησαν λειτουργικό πρόγραμμα συγχρονισμού των πολλαπλών καναλιών κρατήσεων, έτσι ώστε να αποφεύγονται οι διπλοκρατήσεις. Μία τέτοια εταιρεία στην Ελλάδα, η οποία παρέχει κυρίως αυτή την υπηρεσία είναι η SyncBnb.

Η Syncbnb είναι η πρώτη και μοναδική υπηρεσία παγκοσμίως που μπορεί να συγχρονίσει κρατήσεις ανάμεσα σε πάνω από 200 κανάλια με 100% ποσοστό επιτυχίας και εγγύηση επιστροφής χρημάτων.

Στην καρδιά της πλατφόρμας βρίσκεται ένας Μηχανισμός Ποιοτικού Ελέγχου που ελέγχει όλες τις κρατήσεις μία μία για να σιγουρευτεί ότι έχουν ενημερωθεί σε ΟΛΑ τα κανάλια. Αν για τον οποιονδήποτε λόγο μια κράτηση δεν ενημερωθεί σωστά με την πρώτη μέθοδο ενημέρωσης, το Σύστημα ξαναπροσπαθεί με την δεύτερη μέθοδο, και μετά την τρίτη, κτλ μέχρι να ενημερωθεί σωστά το κάθε κανάλι. Αυτή η διαδικασία εξασφαλίζει 100% επιτυχία στην ενημέρωση όλων των καναλιών. Η εταιρεία δουλεύει με το συνδρομητικό μοντέλο και συντονίζει οποιοδήποτε κανάλι στον κόσμο, αρκεί να έχει αγγλική έκδοση και να το ζητήσουν τουλάχιστον 2 πελάτες τους. Χρησιμοποιούν τεχνικές machine learning και AI σε συνδυασμό με ανθρώπινο ποιοτικό έλεγχο για να παρέχουν την καλύτερη δυνατή υπηρεσία στην καλύτερη δυνατή τιμή. Το κόστος της υπηρεσίας ξεκινάει από 15\$/το μήνα ανά κατάλυμα (syncbnb) [42].



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - Η ΕΞΑΡΣΗ (THE OUTBREAK)**

### **3.1 ΟΛΕΣ ΟΙ ΜΕΓΑΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ**

Η AIRBNB άλλαξε το τουριστικό τοπίο σε όλες τις μεγάλες πόλεις του κόσμου. Παλιά κτίρια αγοράζονται από επενδυτές και ανακαινίζονται εκ βάθρων για να μετατραπούν σε διαμερίσματα προς ενοικίαση. Οι μόνιμοι κάτοικοι εγκαταλείπουν το κέντρο καθώς τα διαθέσιμα διαμερίσματα προς μακροχρόνια ενοικίαση όλο και λιγοστεύουν, με αποτέλεσμα να πρέπει να αναζητούν νέες κατοικίες σε προάστια, όπου υπάρχουν περισσότερες μόνιμες κατοικίες.

#### **3.1.1 Εδιμβούργο**

Χαρακτηριστικό το παράδειγμα του Εδιμβούργου, όπου στο κέντρο της πόλης αντιστοιχεί μία καταχώρηση διαμερίσματος στην AIRBNB για κάθε 11 κατοίκους. Η Ρόζμαρι Μαν που είναι κάτοικος στο κέντρο για 40 χρόνια, αναφέρει πως ενώ στο συγκρότημά της υπήρχε μόνο ένα διαμέρισμα από τα οκτώ, το οποίο διατίθονταν σε βραχυχρόνια μίσθωση, σήμερα έγιναν έξι, ενώ υπάρχει μόνο ένας μόνιμος κάτοικος-ιδιοκτήτης! Αυτό ελλοχεύει διάφορους κινδύνους αφού τελικά αυτός ο μόνος ιδιοκτήτης που παραμένει έχει στην ευθύνη του όλο το συγκρότημα για τις σωληνώσεις, τους κοινόχρηστους χώρους, την ταράτσα, κλπ. σε κτίρια του 19<sup>ου</sup> αιώνα, που στις περισσότερες περιπτώσεις δεν έχουν ούτε ασανσέρ (Hague Cliff, 2018)[43].

#### **3.1.2 Βαρκελώνη**

Ο Ραφαέλ, Ιταλός, ζει στη Βαρκελώνη. Εδώ και 2 χρόνια ενοικιάζει το μεγαλύτερο από τα δωμάτια του διαμερίσματός του σε τουρίστες ως παροχή Bed & Breakfast. Το δωμάτιο αυτό είναι μία από τις τουλάχιστον 5.000 καταχωρήσεις της Βαρκελώνης που υπάρχουν στην πλατφόρμα. Λόγω προβλήματος στην υγεία του δεν μπορεί να εργαστεί σε άλλη δουλειά και έτσι η ενασχόλησή του αυτή αποδείχθηκε σωτήρια, διαφορετικά έπρεπε να επιστρέψει στο πατρικό του σπίτι πίσω στην Ιταλία. Είναι ένας από τους 500 hosts που κατέβηκε στην πλατεία Σεντ Τζωμ, να διαμαρτυρηθεί για το πρόστιμο που επέβαλε η καταλανική κυβέρνηση στην AIRBNB και για την απειλή της να ρίξει το site αν η πλατφόρμα δεν απομακρύνει τους hosts που δεν διαθέτουν τουριστική άδεια. Άνθρωποι σαν τον Ραφαέλ έχουν σωθεί επειδή συμμετέχουν σε αυτή την οικονομία διαμοιρασμού, επειδή εκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο μπορούν να κερδίσουν και να ξοδέψουν χρήματα και να συμμετάσχουν σε αγορές που άλλοτε ήταν δύσκολο να προσεγγίσουν. Είναι όμως αυτό το χρήμα διανεμημένο με καλύτερο τρόπο;

Ο Ραφαέλ διαμαρτύρεται γιατί πιστεύει πως είναι άλλο να ενοικιάζεις ένα απλό δωμάτιο στο διαμέρισμά σου και άλλο να ενοικιάζεις ένα ολόκληρο διαμέρισμα ή πολλά διαμερίσματα. Τότε αρχίζει και γίνεται μία πραγματική επιχείρηση, όπως λέει. Επίσης πιστεύει πως δεν υπάρχει συναγωνισμός με τα μεγάλα ξενοδοχεία, επειδή αυτός που ενοικιάζει το δικό του δωμάτιο, δεν θα πήγαινε έτσι κι αλλιώς σε ένα τέτοιο ξενοδοχείο.

Επίσης ο κάθε πελάτης του συνεισφέρει στην τοπική κοινωνία και οικονομία, εφόσον καταναλώνει εκεί (Herman Pierre) [44].

### **3.1.3 Παρίσι**

Το Παρίσι είναι ο πιο δημοφιλής προορισμός της AIRBNB με περίπου 40.000 καταχωρήσεις σήμερα. Οι αρχές της πόλης, όπως και στη Βαρκελώνη ένωσαν την ανάγκη να θέσουν περιορισμούς, τουλάχιστον να είναι νόμιμα καταχωρημένα τα ακίνητα, διαφορετικά επισύρεται πρόστιμο της τάξης των 25.000€. Επίσης μπήκε ο περιορισμός των 120 ημερών ενοικίασης ανά έτος. Αν ξεπεράσει το όριο των ημερών τότε θεωρείται «εμπορικό ακίνητο» και φορολογείται διαφορετικά.

### **3.1.4. Σαν Φραντσίσκο**

Η πόλη του AIRBNB που έχει κατακλεισθεί από καταχωρήσεις, αναγκάστηκε να εισάγει αυστηρότερους περιορισμούς με το να απαιτήσει την καταχώρηση των ακινήτων σε μητρώο με χρέωση 250\$ και επιβάλλοντας πρόστιμο 1.000\$/ημέρα σε περίπτωση παράβασης. Το 2014 εισήγαγε τον περιορισμό των 90 ημερών για απόντες ιδιοκτήτες, ενώ δεν υπάρχει περιορισμός ημερών αν ζεις εκεί στο κατάλυμα και ο ίδιος.

### **3.1.5 Καναδάς (Βανκούβερ, Τορόντο και Μόντρεαλ)**

Πολλές γειτονιές στο Μόντρεαλ έχουν μετατρέψει το 2-3% των κατοικιών σε εν δυνάμει ξενοδοχεία. Μόλις το 10% των hosts συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό εισοδήματος που παράγεται (Hague Cliff, 2018)[45].

### **3.1.6 Αθήνα**

Χρήσιμα στατιστικά στοιχεία για τα καταλύματα που διαρκώς αυξάνονται, τις τιμές, τις τοποθεσίες που έχουν ανοδική πορεία, δίνει η εταιρεία AIR DNA. Η AirDNA είναι η μεγαλύτερη εταιρεία στον κόσμο από πλευράς δεδομένων βραχυχρόνιας μίσθωσης, καθώς συλλέγει καθημερινά όλες τις κρατήσεις και τις τιμές από περισσότερα από 5.000.000 καταλύματα που είναι καταχωρημένα στην AIRBNB και την HOMEAWAY, και σύντομα θα συλλέγει data και από την BOOKING. Στις 24 Ιανουαρίου 2019, διεξήχθη στην Αθήνα το συνέδριο 1ο BnBGuest Conference, όπου κεντρικός ομιλητής ήταν ο Thomas Caton, Chief Revenue Officer της AirDNA. Κατά την διάρκεια της ομιλίας του, ο κος Caton αποκάλυψε πολύ σημαντικές πληροφορίες σχετικά με την βραχυχρόνια μίσθωση σε όλη την ελληνική επικράτεια, με κάποια από τα στατιστικά που ανέφερε να δείχνουν σημαντικές μεταβολές σε κρίσιμα metrics όπως πληρότητες και μέσες τιμές ανά περιοχή, που κανένας host δεν μπορεί να αγνοήσει, αν τον ενδιαφέρει η διατήρηση ή η αύξηση του εισοδήματός του.

Όπως βλέπουμε και στον πίνακα παρακάτω οι περισσότερες καταχωρήσεις στην Αθήνα τόσο το 2017 αλλά και το 2018 βρίσκονται στο Εμπορικό Τρίγωνο (Ομόνοια, Σύνταγμα, Μοναστηράκι) με το YOY (Year over Year) Listing Growth να σημειώνει αύξηση της τάξεως του 41%. Το μεγαλύτερο RevPAR (Revenue per Active Rental) τα δύο τελευταία χρόνια το συναντάμε σε καταλύματα που βρίσκονται

στο Γκάζι και το YOY RevPAR Growth φτάνει στο 6% για τη συγκεκριμένη περιοχή.

## Athens: Up-and-coming neighborhoods

TOP 5 NEIGHBORHOODS BY LISTING GROWTH

		Active Listings 2017	Active Listings 2018	YOY Listing Growth	YOY RevPAR Growth
1	Patisia	26	52	100%	-12%
2	Agίου Konstantino	178	282	58%	-5%
3	Commercial Triangle	633	895	41%	2%
4	Neos Kosmos	232	319	38%	1%
5	Koukaki-Makrygianni	277	377	36%	0%

Source: AirDNA

TOP 5 NEIGHBORHOODS BY REVPAR

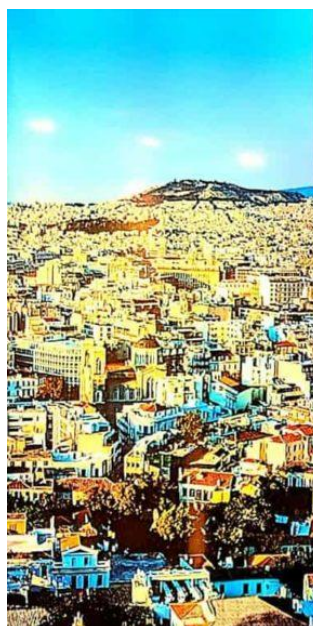
		RevPAR 2017	RevPAR 2018	YOY RevPAR Growth	YOY Listing Growth
1	Ano Patisia	€ 14.77	€ 18.48	25%	4%
2	Lycabettus	€ 38.46	€ 42.46	10%	-2%
3	Goudi	€ 28.70	€ 31.14	9%	16%
4	Kolonos	€ 21.97	€ 23.49	7%	0%
5	Gazi	€ 44.27	€ 47.08	6%	0%

Source: AirDNA

AIRDNA

Εικόνα 3: Ανερχόμενες γειτονίες της Αθήνας

Το Ζάππειο κατακτά την κορυφή σε ό,τι αφορά το Avg Daily RevPAR (έσοδο ανά κατάλυμα) με την τιμή να φτάνει στα €58.00 την νύχτα. Ακολουθεί η περιοχή της Ακρόπολης με €54.27 και το Εμπορικό Τρίγωνο με €52.58.



## Athens: Top 10 Neighborhoods by RevPAR

	Neighborhood	Avg Daily RevPAR
1	Zappeion	€ 58.00
2	Acropolis	€ 54.27
3	Commercial Triangle	€ 52.58
4	Kolonaki	€ 46.04
5	Thiseio	€ 45.83
6	Gazi	€ 45.46
7	Lycabettus	€ 44.70
8	Koukaki - Makrygianni	€ 41.29
9	Kerameikos	€ 41.12
10	Stadiou	€ 40.31

AIRDNA

Εικόνα 4: Οι γειτονίες με το μεγαλύτερη απόδοση ακινήτων

Σε μια άλλη κάρτα βλέπουμε κατά μέσο όρο πόσες μέρες πριν το ταξίδι ο guest κάνει την κράτηση. Παρατηρούμε ότι τους καλοκαιρινούς μήνες ο μέσος όρος φτάνει στις 57 ημέρες πριν την κράτηση το οποίο είναι και το πιο ψηλό σε σχέση με τους υπόλοιπους μήνες όπου ο guest δεν φοβάται τόσο την διαθεσιμότητα και νιώθει πιο άνετος να κλείσει το κατάλυμά του λιγότερες μέρες πριν το ταξίδι. Με βάση αυτά τα στοιχεία ο host μπορεί να προγραμματίσει την τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθήσει και τότε. Για παράδειγμα μπορεί να κάνει κάποιες εκπτώσεις 2 μήνες πριν το καλοκαίρι εφόσον γνωρίζει ότι κατά μέσο όρο 2 μήνες πριν ο guest κάνει έρευνα για το ποιο κατάλυμα θα κλείσει. Ή ίσως να κάνει κάποιες ενέργειες marketing εκείνη την περίοδο για να προωθήσει το κατάλυμά του.

## Athens: Booking Lead Time

BOOKING LEAD TIME BY MONTH (ALL RENTALS)

Booking Lead Time

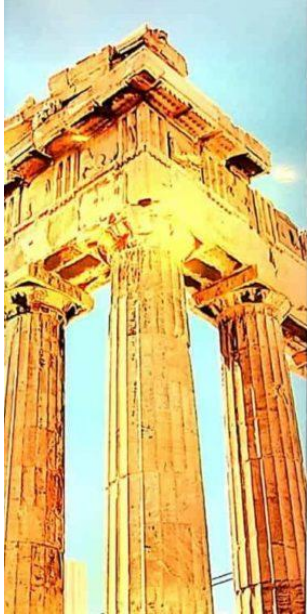


Source: AirDNA MarketMinder

AIRDNA

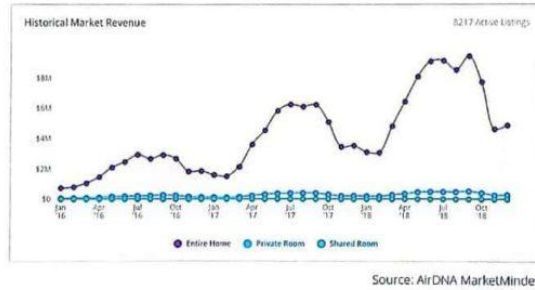
Εικόνα 5: Μέσος χρόνος κράτησης στην Αθήνα

Σε ό,τι αφορά την Αθήνα τα στατιστικά δείχνουν πως το 88% των καταλυμάτων που ενοικιάζονται βραχυπρόθεσμα στην AIRBNB ενοικιάζονται ολόκληρα, το 11% ενοικιάζονται σαν ιδιωτικά δωμάτια και μόλις το 1% νοικιάζονται σαν κοινόχρηστα δωμάτια. Στο γράφημα παρακάτω φαίνεται πως το market revenue σε ότι αφορά τα καταλύματα που ενοικιάζονται ολόκληρα, κλιμακωτά αυξάνεται με αποκορύφωμα το 2018 και πιο συγκεκριμένα τους μήνες Ιούλιο - Οκτώβριο που άγγιξε τα 8 εκατομμύρια δολάρια.



## Athens: Overview of Airbnb presence

- Market Grade 'A'
- 88% Entire Home rentals, 11% Private Rooms, 1% Shared Rooms
- 1.5 bedrooms on average, accommodating 4.2 guests



AIRDNA

Εικόνα 6: Η παρουσία της AIRBNB στην Αθήνα, το προφίλ των καταχωρήσεων

Μεγάλο ενδιαφέρον έχει η επόμενη εικόνα, στο οποίο φαίνεται πως στην Αθήνα υπάρχουν αυτή τη στιγμή 4,847 ενεργοί hosts εκ των οποίων το 35% είναι Superhosts. Το 54% των καταλυμάτων που ενοικιάζονται βραχυπρόθεσμα τα διαχειρίζονται hosts που διαχειρίζονται και άλλα καταλύματα ταυτόχρονα, πολύ πιθανόν εταιρίες διαχείρισης καταλυμάτων. Σε πανελλαδική κλίμακα η Ζάκυνθος είναι πρώτη με το 84% των καταλυμάτων που ενοικιάζονται βραχυπρόθεσμα να έχει ενοικιαστεί από 1-3 μήνες μέσα στον τελευταίο χρόνο. Ακολουθεί η Κως με 79%, η Μύκονος με 76%, η Κρήτη και η Κέρκυρα με 73%, η Θεσσαλονίκη με 61%, η Αθήνα με 55% και η Σαντορίνη με 44%.

## Athens: Professional Hosts

- 4,847 active hosts: 22% multi-listing hosts, 35% Superhosts
- 54% of properties are managed by multi-listing hosts
- In Athens, 55% of properties were booked 1-3 months in the last twelve months

Market	Booked 1-3 Months LTM	Booked 7-12 Months LTM
Zakynthos	84%	17%
Kos	79%	21%
Mykonos	76%	24%
Crete	73%	27%
Corfu	73%	27%
Thessaloniki	61%	17%
Athens	55%	22%
Santorini	44%	16%

Source: AirDNA

Εικόνα 7: Το προφίλ των επαγγελματιών hosts και το ποσοστό πρώιμων κρατήσεων σε όλη τη χώρα

Στην τελευταία εικόνα, βλέπουμε μία σύγκριση της AIRBNB με την HOMEAWAY σε ότι αφορά τον αριθμό των καταλυμάτων που μετράει η κάθε πλατφόρμα σε συγκεκριμένες πόλεις της Ελλάδας. Τα περισσότερα καταλύματα που ενοικιάζονται τόσο στη μία όσο και στην άλλη πλατφόρμα είναι αδιαμφισβήτητα στην Κρήτη. 17.118 στην AIRBNB και 6.565 στην HOMEAWAY (syncbnb)[46].



## Airbnb and HomeAway presence in Greece



Εικόνα 8 : Σύγκριση AIRBNB / HOMEAWAY σε 10 πόλεις της χώρας

### 3.2 ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ Ή ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ;

Κι ενώ η AIRBNB ισχυρίζεται το αντίθετο, δύο σημαντικές μελέτες έχουν δείξει ότι hosts σαν τον Ραφαέλ στη Βαρκελώνη που ενοικιάζουν μόνο ένα δωμάτιο στο διαμέρισμά τους δεν είναι πια το στάνταρ. Μία μελέτη ανάμεσα σε 90.000 hosts σε 18 διαφορετικές χώρες έδειξε ότι το 40% είχε πολλαπλές καταχωρήσεις, ενώ μία άλλη η οποία διενεργήθηκε από την εφημερίδα Σαν Φραντσίσκο Κρόνικλ, έδειξε ότι περίπου 5.000 καταχωρήσεις στην πόλη αφορούσαν ολόκληρα διαμερίσματα ή οικίες.

Σε ολόκληρο τον κόσμο, καθώς η παγκόσμια οικονομία γίνεται διαρκώς και αυξανόμενα εξαρτώμενη από την τεχνολογία και το ιντερνέτ, η γενική τάση είναι ο πλούτος να συρρικνώνεται διαρκώς από την εργατική και τη μεσαία τάξη και να συγκεντρώνεται στα χέρια των λίγων, με αυτούς που δεν είναι ιδιαίτερα εξοικειωμένοι με τις επιχειρήσεις διαρκώς να μπαίνουν στο περιθώριο, να θεωρούνται παραπανήσιοι και παρείσακτοι και να καταληστεύονται επίτηδες από το κράτος (Herman Pierre)[47].

Γι αυτό και πιστεύουμε ότι κι αυτή η ανατρεπτική καινοτομία από δημοκρατική και σοσιαλιστική που ξεκίνησε στην αρχή, τείνει να μετατραπεί σε άλλη μια καπιταλιστική κοινοτυπία.

Ο ίδιος ο Brian Chesky, ο συν-ιδρυτής και CEO της υπηρεσίας ανταλλαγής φιλοξενίας AIRBNB εξήγησε τις σκέψεις του πάνω στο θέμα σε μια ομιλία του στο Oxford Union. Απαντώντας σε μία ερώτηση που προήλθε από το κοινό, είπε ότι δεν ήταν ενήμεροι για το αρνητικό αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων που προέκυψαν από εμπορικούς hosts της AIRBNB, οι οποίοι έχουν περισσότερες καταχωρήσεις στην πλατφόρμα. Τέλος η ίδια η AIRBNB επίσημα αντέδρασε στους ισχυρισμούς που αφορούν τον αντίκτυπο που επέφερε στις αυξήσεις των τιμών των ενοικίων και τη μείωση των διαθέσιμων κατοικιών για μακροχρόνιες μισθώσεις και εξήγησε ότι

χάρη στο γεγονός ότι οι hosts βάζουν τα σπίτια τους στην πλατφόρμα, δεν εκτοπίζονται από αυτά (appjobs)[48].



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΟΙ ΟΦΕΛΕΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΑΡΕΝΕΡΓΕΙΕΣ (THE BENEFITS AND THE SIDE EFFECTS)

### 4.1 ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΑΓΟΡΑΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Πολλαπλές οι ωφέλειες που επέφερε η ανατρεπτική αυτή καινοτομία της AIRBNB που άλλαξε τον τρόπο που ταξιδεύουμε πλέον. Είναι πάρα πολλοί οι υπέρμαχοι του «κινήματος», ειδικά όσοι το είδαν σαν μια μεγάλη επενδυτική ευκαιρία. Τα επιτόκια των τραπεζών που βρίσκονται σε εξευτελιστικά επίπεδα και δεν αποδίδουν, το μεγάλο ρίσκο των χρηματιστηρίων και η αντίληψη της αξίας της «γης» ακόμη και στους ξένους, που δεν είχαν αυτήν την πεποίθηση στο DNA τους, όσο οι έλληνες, ήταν από τους λόγους που έγινε η μεγάλη στροφή προς την ιδιοκτησία. Ακόμη και άνθρωποι που είχαν κατοικίες κλειστές και ανεκμετάλλευτες, άρχισαν να αλλάζουν γνώμη γι αυτές από την ώρα που το κράτος επέβαλε δυσβάστακτους φόρους, με αποτέλεσμα είτε να τις πουλήσουν για να εκμεταλλευτούν αυτό το έσοδο διαφορετικά ή επιτέλους τις έβαλαν να «δουλέψουν» γι' αυτούς και να τους αποφέρουν εισόδημα.

Από την άλλη έλληνες και ξένοι επενδυτές βγήκαν προς αναζήτηση διαμερισμάτων στην Αθήνα κυρίως. Μεγάλα δικηγορικά γραφεία στην Αθήνα, μας ανέφερε μεσιτικό γραφείο, πως είναι εκπρόσωποι ξένων επενδυτών και αναζητούν διαρκώς μέσω μεσιτικών site επενδυτικές ευκαιρίες για πελάτες τους που τις περισσότερες φορές δεν εμφανίζονται καν οι ίδιοι. Αναζητούν μεγάλα κτίρια και πολυκατοικίες στο κέντρο της Αθήνας για αγορά και πλήρη ανακαίνιση με σκοπό την εκμετάλλευσή τους μέσω AIRBNB. Η πολυτέλεια είναι το νέο στοίχημα, ο ανταγωνισμός έχει αυξηθεί κατακόρυφα και έτσι είσαι υποχρεωμένος να μπεις κι εσύ που διαθέτεις 1-2 διαμερίσματα στο παιχνίδι της πολυτέλειας για να μπορέσεις να κρατήσεις τις κρατήσεις σου σε υψηλά επίπεδα. Ολόκληρες γειτονιές και συνοικίες μεταμορφώθηκαν σε τουριστικούς προορισμούς. Τα αστικά διαμερίσματα-κλουβιά της δεκαετίας του 1960, δεν είναι πλέον κατοικήσιμα από τους παλιούς τους ενοίκους ή πλέον αυτοί έχουν φύγει από τη ζωή, με αποτέλεσμα οι κληρονόμοι τους να τα πουλάνε γιατί πολλές φορές έχουν δημιουργήσει χρέη και χρειάζονται χρήματα για να τα αποπληρώσουν, δηλαδή σε πολλές των περιπτώσεων πουλάνε ένα παλιό ακίνητο για να «σώσουν» ένα άλλο. Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και η ασφυκτική πίεση των ελληνικών τραπεζών για πλειστηριασμούς ενυπόθηκων ακινήτων, δημιουργεί μεγαλύτερη ανάγκη για εκποίηση περιουσιών, που πολλές φορές αλλάζουν χέρια για πολύ μικρό αντίτιμο. Στη γωνία караδοκούσαν και караδοκούν «κοράκια» γύρω από τους πλειστηριασμούς για να αγοράσουν συστηματικά ακίνητα που ήταν «φιλέτα». Χαρακτηριστικό παράδειγμα το Κουκάκι, μια γειτονιά που μεταμορφώθηκε κυριολεκτικά και διώχνει δυστυχώς τους μόνιμους κατοίκους της όπως έγινε και στην περίπτωση του Εδιμβούργου που είδαμε νωρίτερα αλλά και της Βαρκελώνης. Σήμερα αποτελεί μια πολυεθνική και πολύχρωμη κοινότητα επισκεπτών και έχει μετονομαστεί ως Notting Hill της Αθήνας. Εξάλλου οι ξένοι αρέσκονται να βρίσκουν όπου ταξιδεύουν σημεία που τους θυμίζουν δικά τους μέρη (Περρή Κρίστου, 2019)[49].

## 4.2 GENTRIFICATION / ΕΞΕΥΓΕΝΙΣΜΟΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΩΝ

Μία άλλη σημαντική παράμετρος του θέματος που εξετάζουμε είναι ο όρος “Gentrification”. Παρόλο που ο όρος χρησιμοποιήθηκε περίπου 5 δεκαετίες πριν, σήμερα επανήλθε στο προσκήνιο και έγινε ένα καυτό θέμα συζήτησης στις καθημερινές κουβέντες των ανθρώπων, χάρη στη δημοτικότητα των υπηρεσιών ενοικίασης σπιτιών και την έξαρση της οικονομίας διαμοιρασμού. Σύμφωνα με τον ορισμό από το Oxford Learner’s Dictionary είναι «η διαδικασία της αλλαγής μιας περιοχής ή ατόμου έτσι ώστε να γίνει κατάλληλο ή να αναμιχθεί με ανθρώπους από ανώτερη κοινωνική τάξη που δεν μπορούσε πριν.

Το Macmillan Dictionary εξηγεί την έννοια του Gentrification, ως τη διαδικασία με την οποία μια περιοχή σε μία πόλη όπου ζούσαν φτωχοί άνθρωποι μετατρέπεται σε περιοχή διαμονής ανθρώπων μέσης τάξης, εφόσον αγοράζουν τα σπίτια της και τα ανακαινίζουν.

Γενικά λοιπόν μπορούμε να πούμε πως το Gentrification ορίζεται ως μία μετακίνηση προς έναν τρόπο ζωής πιο αστικό (arrjobs)[50].

Η Wikipedia το μεταφράζει ως «Εξευγενισμό» από την άποψη της πολεοδομίας και το θεωρεί ως ένα κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο. Χαρακτηρίζεται από την αγορά και ανακαίνιση κατοικιών και καταστημάτων σε υποβαθμισμένες αστικές γειτονιές, η οποία με τη πάροδο του χρόνου οδηγεί στην αναβάθμιση της συνοικίας και στην αύξηση της αξίας των ακινήτων και των ενοικίων. Συνεπώς η έννοια του εξευγενισμού είναι αλληλένδετη με τη μετατόπιση των αρχικών κατοίκων όπως επίσης και των μικρών επιχειρήσεων, των οποίων το εισόδημα δεν είναι πλέον βιώσιμο για την εν λόγω περιοχή. Εξευγενισμός είναι συνήθως το αποτέλεσμα του αυξημένου ενδιαφέροντος σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον. Πρώιμοι εξευγενιστές ήταν πιθανώς καλλιτέχνες με χαμηλό εισόδημα και μποέμ κοινότητες, οι οποίες αύξαναν την ελκυστικότητα και την αίσθηση ενός συγκεκριμένου αστικού τοπίου μέσω της τέχνης τους. Ο εξευγενισμός περιλαμβάνει στοιχεία τοπικής ανάπτυξης, αυξημένη προσέλκυση επιχειρήσεων και τα χαμηλότερα ποσοστά εγκληματικότητας. Ο εξευγενισμός δεν προκύπτει σε όλες τις υποβαθμισμένες συνοικίες αλλά κυρίως σε αυτές που παρουσιάζουν ελκυστικά χαρακτηριστικά όπως μικρή απόσταση από κάποιο αξιοθέατο, καλή θέα, πράσινο, αρχιτεκτονική και που γενικά αποτελούν έναν εναλλακτικό τόπο κατοικίας ή εργασίας. Παραδείγματα συνοικιών στην Ελλάδα που έχουν εξευγενιστεί ή εξευγενίζονται επί του παρόντος είναι στην Αθήνα το Γκάζι, το Ψυρρή και το Μεταξουργείο και στη Θεσσαλονίκη τα Λαδάδικα.

Ωστόσο, εκτός από αυτά τα δυνητικά οφέλη, ο εξευγενισμός μπορεί να οδηγήσει σε εσωτερική πληθυσμιακή μετανάστευση (wikipedia)[51].

#### 4.2.1 ΚΟΥΚΑΚΙ

Ο μηχανικός χωροταξίας και ανάπτυξης Φώτης Εμμανουήλ στην διπλωματική εργασία που εκπόνησε με θέμα τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, και την οποία παραχώρησε προς χρήση στο ΑΠΕ-ΜΠΕ, αναφέρει ότι περιοχές, όπως το Κουκάκι στην Αθήνα, αποτελούν παράδειγμα επιτυχημένης βραχυχρόνιας μίσθωσης όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο. Θεωρείται μία από τις δέκα πιο περιζήτητες γειτονιές στον κόσμο βάση σχετικής λίστας του AIRBNB. Εάν αποπειραθεί κάποιος παρατηρητής να αναλύσει ποια είναι τα αίτια επιλογής της συγκεκριμένης περιοχής σε σύγκριση με άλλες, θα αντιληφθεί ότι μόνο τυχαία δεν θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν. Η περιοχή Κουκάκι χωροθετείται στον κέντρο του πολεοδομικού συγκροτήματος της Αθήνας, γειτνιάζει με αρχαιολογικούς χώρους και χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος, όπως είναι το μουσείου της Ακρόπολης και ο λόφος του Φιλοπάππου, ενώ τέλος η περιοχή εμπνέει αίσθημα ασφάλειας λόγω της επαρκούς αστυνόμευσης. Μάλιστα από το παραπάνω παράδειγμα προκύπτει σύμφωνα με τον κ. Εμμανουήλ το συμπέρασμα ότι, «τα κύρια κριτήρια των επισκεπτών είναι η τοποθεσία, η πρόσβαση, η ασφάλεια και τα πολιτιστικά δρώμενα που λαμβάνουν χώρα σε αυτήν, διότι αποτελούν την γενική φυσιογνωμία της». Ένας σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης της βραχυχρόνιας μίσθωσης στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον κ. Εμμανουήλ είναι και το ιδιοκτησιακό καθεστώς των ακινήτων που επικρατεί. Στην Ελλάδα το 74% των κατοικιών βρίσκονται υπό καθεστώς ιδιοκατοίκησης, ποσοστό ιδιαίτερα μεγάλο. Στις βαλκανικές χώρες το ποσοστό αυτό είναι ιδιαίτερα αυξημένο κοντά στο 90%, ενώ στις δυτικές χώρες το αντίστοιχο ποσοστό βρίσκεται κοντά στο 60% (Χατζηγεωργίου Αλεξάνδρα, 2019)[52]

#### 4.2.2. ΠΑΡΟΣ

Όσον αφορά την Πάρο, η ανάπτυξη σε πολλές περιπτώσεις ήταν επιτυχημένη. Αυτή ξεκίνησε ήδη εδώ και 15 χρόνια όταν ακόμη δίδονταν δάνεια από τις ελληνικές τράπεζες και οι ξένοι απλά έψαχναν ένα μικρό και οικονομικό εξοχικό σπίτι για να αγοράσουν. Έτσι έβρισκαν παλαιά και εγκαταλειμμένα σπίτια στον παραδοσιακό οικισμό που παλαιότερα έμεναν οικογένειες και οι οποίες τώρα άρχισαν να κτίζουν εκτός οικισμών σε μονοκατοικίες για περισσότερη ιδιωτικότητα αλλά και άπλετους χώρους, κήπους για τα παιδιά, γκαράζ, κλπ. Πολλά σπίτια στον οικισμό και ειδικά όσα δεν ήταν σε καλή κατάσταση ενοικιάζονταν μαζικά σε οικονομικούς μετανάστες (από Αλβανία, Βουλγαρία, Πακιστάν, κλπ) δημιουργώντας μικρά «γκέτο» και όπου ο ντόπιος απέφευγε και να περάσει. Στην ουσία λοιπόν ο οικισμός υποβαθμίστηκε για πολλά χρόνια, μέχρι που φτάσαμε στην εποχή του AIRBNB. Τώρα οι Ευρωπαίοι πολίτες αναζητούν πάλι μικρά και οικονομικά σπιτάκια στον παραδοσιακό οικισμό αλλά όχι απλά για να περνούν χρόνο οι ίδιοι στο νησί, αλλά να μπορούν να τα ενοικιάζουν στις πλατφόρμες. Έγινε λοιπόν επιτυχημένα το Gentrification εκεί, απλά τώρα περάσαμε στο άλλο άκρο όπου το μεγαλύτερο μέρος του οικισμού ανήκει σε ξένους, Γερμανούς, Ιταλούς, πάρα πολλούς Γάλλους, Ελβετούς, κλπ, οι οποίοι βλέπουν την Πάρο ως Ελ Ντοράντο και αναπτύσσουν παράλληλα και άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες (εμπορικά καταστήματα μόδας, εστιατόρια, μπαρ,

τζελατερίες, κλπ), στοχεύοντας κυρίως σε δικούς τους συμπατριώτες και όχι μόνο. Τα στοιχεία που έχουμε για τις πλατφόρμες στην Πάρο δείχνουν μια συνεχόμενη και ανοδική πορεία και στις 23/06/2019 είδαμε 2.386 ενεργές καταχωρήσεις (έναντι 1.958 στην αρχή του μήνα), το 76% των οποίων στην AIRBNB, το 12% στην HOMEAWAY και το 12% και στις δύο παράλληλα. Η πληρότητα κατά τη μέρα αυτή αγγίζει το 35%, που σίγουρα δεν θεωρείται ικανοποιητικό σύμφωνα με τις προβλέψεις. (airdna)[53]. Γνωρίζοντας το επίπεδο των ακινήτων που καταχωρούνται στην HOMEAWAY (πανάκριβες και πολυτελείς βίλες για ευκατάστατους), καταλαβαίνουμε πως το 12% αυτών των καταχωρήσεων μπορεί να αποφέρει τα ίδια έσοδα που αποφέρουν όλες οι καταχωρήσεις της AIRBNB μαζί. Υπάρχουν εκατοντάδες ακίνητα από την άλλη, τα οποία συνήθως είναι πολυτελείας και δεν καταχωρούνται σε καμία πλατφόρμα, αλλά διακινούν τουρισμό μέσα από τα δικά τους site και πρόκειται για εταιρείες διαχείρισης βιλών σε όλη την Ελλάδα. Έχει γίνει λόγος βέβαια πως στην AIRBNB έχουν δηλωθεί οικήματα που δεν τηρούν καμία προδιαγραφή, καθώς ανεξέλεγκτα και χωρίς πρόβλεψη μετατρέπονται εν μία νυκτί στάνες και αγροικίες σε διαμερίσματα και σε πολλές περιπτώσεις δεν είναι καν δηλωμένα στο Μητρώο Βραχυχρόνιων Μισθώσεων του Υπουργείου Οικονομικών. Πολλοί hosts λοιπόν πιστεύουν πως επειδή έχει πέσει πολύ το επίπεδο και ο συναγωνισμός έχει αυξηθεί κατακόρυφα, πρέπει η ίδια η πλατφόρμα να επέμβει και να καθαρίσει εαυτόν από «παράσιτα».

### 4.3 Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Σε εκδήλωση που έγινε στο Impact Hub Athens για να συζητηθεί το φαινόμενο και το αν η «Βραχυχρόνια μίσθωση κατοικιών είναι μια νέα ευκαιρία ή πρόβλημα», το μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Πανελληνίου Συλλόγου Διαχειριστών Ακινήτων βραχυχρόνιας μίσθωσης Γιώργος Ιντζιάδης από την πλευρά του δήλωσε πως παλιότερα κανείς δεν ήθελε αυτά τα ακίνητα, έμεναν αναξιοποίητα μέχρι που εμφανίστηκε το φαινόμενο της βραχυχρόνιας μίσθωσης. Εκτίμησε πως κάποια στιγμή θα υπάρξει αυτορρύθμιση και θα μειωθεί ο αριθμός των διαθέσιμων ακινήτων.

Εξάλλου σύμφωνα με έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών που διενεργήθηκε την περίοδο 2013 - 2016, το 68% των ιδιοκτητών ακινήτων βραχυχρόνιας μίσθωσης δήλωσαν πως γλίτωσαν τις εξώσεις από τα σπίτια τους επειδή τα νοίκιασαν μέσω της πλατφόρμας AIRBNB. Ενδιαφέρον είναι επίσης πως το 50% της συνολικής δαπάνης των τουριστών που μένουν σε AIRBNB παραμένουν στην τοπική οικονομία, ενώ ένας στους τέσσερις τουρίστες λέει ότι δεν θα επισκεπτόταν την Αθήνα αν δεν υπήρχε η πλατφόρμα. Η συμβολή του φαινομένου AIRBNB στην οικονομία, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, αποτιμάται στα 65 εκατομμύρια ευρώ την τριετία 2013 -2016, στη δημιουργία 1000 θέσεων εργασίας και στην αναζωογόνηση επαγγελματιών που σχετίζονται με τον κατασκευαστικό κλάδο ο οποίος είχε πληγεί καθοριστικά την περίοδο της κρίσης.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί πως οι βραχυχρόνιες μισθώσεις συνέβαλαν στην αλματώδη αύξηση των τουριστών στη χώρα μας καθώς από τα 12 εκατομμύρια τουρίστες το 2008, ξεπεράσαμε τα 30 εκατομμύρια τη χρονιά που έκλεισε (2018) [54].

#### 4.4 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Ας ξαναγυρίσουμε πάλι στην αναζωογόνηση των επαγγελμάτων που σχετίζονταν με τον κατασκευαστικό κλάδο. Με την οικονομική κρίση και τη διακοπή δανειοδότησης των ελληνικών νοικοκυριών από τις τράπεζες, ο οικοδομικός κλάδος υπέστη καθίζηση. Επί χρόνια κατασκευαστικές εταιρείες έκλειναν η μία μετά την άλλη καθώς δεν χτίζονταν πια νέες οικοδομές. Με την άφιξη της AIRBNB στην Ελλάδα, δημιουργήθηκε η ανάγκη για ανακατασκευές, ανακαινίσεις, αναπαλαιώσεις κτιρίων και έτσι υπήρξε επανεκκίνηση της κατασκευαστικής βιομηχανίας. Συστάθηκαν νέες εταιρείες εξ ολοκλήρου για ανακαινίσεις, με συνεργεία όλων των ειδικοτήτων για βελτιστοποίηση των χρόνων παράδοσης των έργων αλλά και για καλύτερη διαχείριση αυτών. Οι περισσότεροι εργοδότες – μικροϊδιοκτήτες δεν είχαν ιδιαίτερες γνώσεις αλλά είχαν και άλλη απασχόληση, άρα μηδενικό χρόνο για να επιστατήσουν μία ανακαίνιση. Βρήκαν δουλειά πάλι οι εργολάβοι οικοδομών, τα συνεργεία τοποθέτησης γυψοσανίδων που έγιναν ιδιαίτερα δημοφιλείς για εξοικονόμηση χρόνου και νέες διαρρυθμίσεις χώρων. Τα επαγγέλματα που ανέβηκαν ιδιαίτερα είναι οι μάντρες με υλικά οικοδομής, οι ηλεκτρολόγοι, οι υδραυλικοί, οι ελαιοχρωματιστές, οι μονώσεις, ο κλιματισμός, άνθισαν τα καταστήματα με είδη σπιτιού και λευκά είδη για τον εξοπλισμό τους, τα καταστήματα επίπλων εγχώρια και ξένα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επίσης ανέβηκε για τους ίδιους λόγους γιατί στο διαδίκτυο μπορείς να βρεις και να παραγγείλεις τα πάντα από την άνεση του σπιτιού σου και του γραφείου σου. Λόγω και της ελαστικότητας των νόμων, αγροικίες, αποθήκες και γκαράζ μετατράπηκαν σε στούντιο, αλλά και νέες γκαρσονιέρες στήθηκαν εκ θεμελίων στο βωμό του AIRBNB. Τα συνεργεία καθαρισμού δεν προλαβαίνουν, εταιρείες πλυντηρίων για ξενοδοχειακό ιματισμό στήθηκαν, εταιρείες διαχείρισης ακινήτων επίσης, οι κηπουροί για βίλες και συγκροτήματα είναι δυσεύρετοι, οι διακοσμητές, αρχιτέκτονες και τοπογράφοι το ίδιο [55].

Γενικά κινήθηκε και αναζωογονήθηκε ολόκληρη η αγορά. Βιοτεχνίες κατασκευής λευκών ειδών, εισαγωγικές εταιρείες, φυτώρια, ξυλουργεία, εταιρείες εισαγωγής κουφωμάτων, εταιρείες πώλησης ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών, τηλεπικοινωνιακά συστήματα και κεραίες, είδη υγιεινής, σωληνώσεις, κλπ. Είναι λογικό λοιπόν εφόσον πολλοί κλάδοι ωφελούνται, να υπάρχουν χιλιάδες υποστηρικτές της ιδέας. Μακροπρόθεσμα σίγουρα δεν κοιτάζει κανείς, εφησυχάζουν όλοι ότι έχουν δουλειά ή ότι πουλάνε και δεν τους ενδιαφέρει το αύριο, μέχρι να ξεφουσκώσει η επόμενη νέα «φούσκα» [56].

## 4.5 ΕΚΤΟΞΕΥΣΗ ΕΝΟΙΚΙΩΝ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΗ ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΩΝ

Σε μείζον θέμα για την εύρεση ακινήτων προς ενοικίαση έχει αναδειχθεί η υπερμεγέθυνση της αγοράς βραχυχρόνιων μισθώσεων σε μεγάλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες επηρεάζοντας ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες που βρίσκονται προς αναζήτηση στέγης. Παράλληλα, με τον περιορισμό των διαθέσιμων ακινήτων οι τιμές των εναπομεινάντων προς ενοικίαση ακινήτων έχουν εκτοξευθεί. Μεγαλύτερο πρόβλημα αντιμετωπίζουν η Μαδρίτη και η Λισαβόνα. Αλλά πλέον το θέμα αγγίζει και την Ελλάδα σε πολλά επίπεδα.

### 4.5.1. Ισπανία

Η Ισπανία είναι μία από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης στις οποίες μόνο ένα μικρό ποσοστό του πληθυσμού ενοικιάζει κατοικία. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Eurostat (2017), το 22,9% του πληθυσμού δηλώνει ότι ζει σε ενοικιαζόμενες κατοικίες. Αντίθετα, το αντίστοιχο ποσοστό σε άλλες μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες είναι πολύ μεγαλύτερο, με ηγέτες της ηπειρωτικής Ευρώπης τη Γερμανία, με ποσοστό 48,6% και την Αυστρία με 45%. Ο τομέας της ιδιοκτησίας κατοικιών στην Ισπανία έχει μετατρέψει την ενοικίαση κατοικιών σε πολιτικό πρόβλημα καθώς η αύξηση της εκδίωξης των ενοικιαστών - η οποία αποδίδεται σύμφωνα με τοπικά δημοσιεύματα στις βραχυχρόνιες ενοικιάσεις τύπου AIRBNB - και η αύξηση των ενοικίων έχουν αλλάξει την κοινωνική και πολιτική αντίληψη που επικρατεί.

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία, από το 2017, η μέση τιμή ενός μονόχωρου διαμερίσματος μη επιπλωμένου στη Μαδρίτη, βρίσκεται στα 890 ευρώ. Το ποσό είναι ταυτόσημο με αυτό της Λισαβόνας και υπερβαίνει αυτό των Βρυξελλών, το οποίο είναι 770 ευρώ. Ακολουθούν η Ρώμη (930 ευρώ), το Βερολίνο (960 ευρώ), η Βιέννη (980 ευρώ), το Παρίσι (1.150 ευρώ) και η υψηλότερη μέση τιμή βρίσκεται στο Λονδίνο (1.750 ευρώ). Η συγκεκριμένη μελέτη προέρχεται όμως από «κατοικημένες περιοχές καλής ποιότητας», εκείνες όπου ζουν κατά προτίμηση οι Ευρωπαίοι αξιωματούχοι. Επομένως, δεν λαμβάνει υπόψη την επιρροή της δημόσιας στέγασης, η οποία είναι καθοριστικός παράγοντας, π.χ., στην πρωτεύουσα της Αυστρίας ή πρωτεύουσες της Ευρώπης, στις οποίες υπάρχουν στρατηγικές που περιορίζουν την αύξηση των τιμών [57].

### 4.5.2 Ν. Υόρκη

Η εφημερίδα The Guardian σε πρόσφατη έρευνά της αποδεικνύει ότι κάποια συγκεντρώνουν πλούτο και μάλιστα χωρίς φόρους. Στο άρθρο κατονομάζονται άνθρωποι που δουλεύουν με πλήρη απασχόληση κερδίζοντας από 10.000-90.000\$ απλά ενοικιάζοντας δωμάτια στο σπίτι τους. Σε αυτή τη μελέτη που βασίστηκε σε στατιστικά της ίδιας της AIRBNB, οι 40 κορυφαίοι hosts της Ν. Υόρκης στην AIRBNB κερδίζουν από 400.000\$ στα τελευταία 3 χρόνια, συνολικά δηλαδή πάνω από 35 εκ.\$ Οι 100 μεγαλύτεροι hosts την ίδια περίοδο κέρδισαν πάνω από 54 εκ.\$. Άρα δύσκολα αυτό το αποκαλείς ανακατανομή πλούτου και δημοκρατική καινοτομία. Και φανταστείτε πόσα εκατομμύρια είναι οι Hosts.

Φοβούμενοι λοιπόν ότι η AIRBNB και οι hosts της δεν φορολογούνται γι' αυτή την δραστηριότητά τους όπως πρέπει, τοπικές και κρατικές κυβερνήσεις με την υποστήριξη των μεγάλων ξενοδοχειακών αλυσίδων που βλέπουν το μερίδιο αγοράς τους να συρρικνώνεται, προχώρησαν σε κανονιστική συμμόρφωση της νέας αυτής βιομηχανίας. Η πόλη λοιπόν κατάφερε να κλείσει δεκάδες τέτοια παράνομα «ξενοδοχεία» και μετά από συμφωνία της πόλης με την πλατφόρμα, σύντομα θα μπορεί να έχει πρόσβαση σε στοιχεία των Hosts για να ελεγχθεί η νομιμότητά τους [58].

#### **4.5.3 Λισαβόνα**

Σε διάστημα πέντε ετών, οι τιμές ενοικίασης στην πορτογαλική πρωτεύουσα έχουν αυξηθεί κατά 71%. Η πίεση από την άθηση του τουρισμού στη χώρα από το 2014 συνέπεσε με απορρύθμιση του νόμου των κατοικιών που ξεκίνησε κατά τα έτη της κρίσης, επιτρέποντας τις ελεύθερες συμβάσεις. Η τουριστική πίεση δεν ευνόησε τις φτωχότερες γειτονίες της Λισαβόνας όπως την Alfama και τη Mouraria, όπου το μεγαλύτερο μέρος των κατοίκων της είναι συνταξιούχοι με ελάχιστο εισόδημα. Γέροντες που γεννήθηκαν στο σπίτι όπου κατοικούν αναγκάστηκαν να φύγουν λόγω της υπέρογκης αύξησης του ενοικίου και έτσι το 58% του συνόλου των εξώσεων έλαβε χώρα στη Λισαβόνα και το Πόρτο. Στα τέλη του περασμένου έτους, το πορτογαλικό κοινοβούλιο ενέκρινε ένα νέο νόμο για τη στέγαση στην οποία, τα άτομα άνω των 65 ετών, ή τα άτομα με 60% αναπηρία, δεν μπορούν να εκδιωχθούν από την κατοικία τους, εάν διαμένουν περισσότερα από 15 έτη σε αυτή. Οι συμβάσεις μικρότερης διάρκειας από ένα έτος, επίσης, απαγορεύονται και έτσι, πλέον, η ελάχιστη περίοδος ενοικίασης είναι 12 μήνες με αυτόματη ανανέωση για τρία έτη, εάν ο ενοικιαστής το επιθυμεί. Η κυβέρνηση προωθεί επίσης τις μακροπρόθεσμες συμβάσεις δύο ετών, με προοδευτική φορολογική απαλλαγή για τα εισοδήματα που λαμβάνονται από τον ιδιοκτήτη.

#### **4.5.4 Βερολίνο**

Μπορεί η κυβέρνηση του Βερολίνου, το οποίο είναι μία πόλη-κράτος στη γερμανική ομοσπονδιακή τάξη, να περιορίσει τα ενοίκια τουλάχιστον στις γειτονίες εκείνες, όπου έχουν αυξηθεί περισσότερο. Η κατάσταση των τιμών των κατοικιών στο Βερολίνο αλλά και στην υπόλοιπη χώρα διέπεται από ένα νόμο που ψηφίστηκε την 1η Ιουνίου 2015. Βάσει του νόμου αυτού, περιορίστηκαν οι αυξήσεις των νέων συμβάσεων στο 10% του μέσου ενοικίου, υπό την προϋπόθεση ότι βρίσκεται σε μια «τεταμένη» περιοχή αγοράς. Παρά τις καλές προθέσεις, τις απειλές για πρόστιμα και την προθυμία να τιμωρήσουν τους ιδιοκτήτες, ο νόμος δεν πέτυχε τους στόχους του.

Ο παλιός νόμος για την αγορά, έριξε τις νομικές διατάξεις και οι τιμές των ενοικίων, ιδίως στις μεγάλες πόλεις, αυξήθηκαν σε μεγάλο βαθμό, ξεπερνώντας, λ.χ., το 20% στο Βερολίνο. Αντιμέτωπη με αυτή την πραγματικότητα, η κυβέρνηση ενέκρινε, τον Σεπτέμβριο του περασμένου έτους, ένα φιλόδοξο νέο νομοσχέδιο για την προστασία των ενοικιαστών από τους ιδιοκτήτες, καθώς επίσης και για την πρόληψη των ενοικίων, τα οποία συνεχίζουν να αυξάνονται σε μεγάλες πόλεις της χώρας.

Ο νόμος που βρίσκεται τελευταία σε ισχύ, απαιτεί από τους ιδιοκτήτες να ενημερώνουν τους ενοικιαστές για αυξήσεις των ενοικίων πριν από τη λήξη της σύμβασης, εκτός από την κατοχύρωση ότι η αύξηση των ενοικίων υπερβαίνει το 10% της μέσης τιμής της περιοχής. Εάν οι ιδιοκτήτες αποφασίσουν να χρεώσουν περισσότερα, πρέπει να δικαιολογήσουν το λόγο ενώ η μη τήρηση των κανόνων μπορεί να οδηγήσει σε πρόστιμο έως 100.000 ευρώ [59].

#### **4.5.5 Ελλάδα**

Σε μια εποχή που οι τιμές των διαμερισμάτων απλά παραμένουν σταθερές διακόπτοντας την κατακόρυφη πτώση των τελευταίων ετών ή στην καλύτερη περίπτωση σημειώνουν οριακή αύξηση της τάξης του 1%, μια μικρή περιοχή της Αθήνας καταγράφει θεαματικές επιδόσεις που καμία σχέση δεν έχει με την υπόλοιπη αγορά. Ο λόγος για το Κουκάκι που έχει αναδειχθεί σε έναν από τους κορυφαίους προορισμούς για τους τουρίστες που επιλέγουν πλατφόρμες ενοικίασης διαμερισμάτων όπως η AIRBNB για τις διακοπές τους.

##### **4.5.5.1 Μεσίτες**

Μια ματιά στα στοιχεία του δικτύου μεσιτικών γραφείων RE/MAX είναι ενδεικτική. Τον Ιανουάριο του 2016 η μέση ανώτερη τιμή για μια μεταχειρισμένη κατοικία στο Κουκάκι διαμορφωνόταν στα 900 ευρώ το τετραγωνικό μέτρο. Δύο χρόνια μετά και ενώ στην αγορά μιλάνε μόλις για σταθεροποίηση των τιμών, στην ίδια περιοχή η μέση ανώτερη τιμή διαμορφώνεται στα 1.650 ευρώ το τετραγωνικό καταγράφοντας αύξηση της τάξης του 83%.

Σύμφωνα με τον κ. Αναστάσιο Στασινόπουλο, μεσίτη του γραφείου RE/MAX Fidelity Brokers που ειδικεύεται στην αγορά του κέντρου της Αθήνας, ο λόγος για το φαινόμενο αυτό οφείλεται κατά αποκλειστικό λόγο στις πλατφόρμες τύπου AIRBNB. Τα διαμερίσματα που πωλούνται στην περιοχή στοχεύουν αποκλειστικά σε όσους ενδιαφέρονται να τα αγοράσουν για εκμετάλλευση. Αποτέλεσμα είναι οι τιμές να ξεφεύγουν για όσους ψάχνουν διαμέρισμα για ιδιοκατοίκηση.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που επεξεργάζεται η ιστοσελίδα AIRDNA στο AIRBNB υπάρχουν 528 ενεργές καταχωρήσεις για την περιοχή Κουκάκι – Μακρυγιάννη. Η συντριπτική πλειοψηφία των ενοικιαζόμενων είναι ολόκληρα διαμερίσματα ενός με δύο δωματίων. Επίσης φαίνεται ότι στην περιοχή δραστηριοποιούνται τόσο ιδιοκτήτες που απλά νοικιάζουν το διαμέρισμα τους όσο και επαγγελματίες διαχειριστές που νοικιάζουν παραπάνω από ένα διαμέρισμα.

Πέρα από το Κουκάκι, άνοδο στις αγοραπωλησίες εμφανίζουν και άλλες περιοχές του κέντρου όπως το Θησείο, τα Εξάρχεια και ο Νέος Κόσμος χωρίς όμως να παρουσιάζουν τέτοια θεαματική αύξηση των τιμών. Σύμφωνα με τον κ. Στασινόπουλο στο Κουκάκι τα διαμερίσματα που βγαίνουν προς πώληση είναι λίγα σε σχέση με την ζήτηση που διαμορφώνεται. Σύμφωνα με τον ίδιο ενεργοί στην αγορά του κέντρου είναι ξένοι πολίτες από την Κίνα, την Τουρκία και την Βόρεια Ευρώπη αλλά στην αγορά «εξακολουθούν να κυριαρχούν οι Έλληνες αγοραστές».



«Τα διαμερίσματα στο Κουκάκι αντιμετωπίζονται πλέον ως επενδυτικά ακίνητα και όχι ως οικιστικά», σημειώνει ο πρόεδρος του συλλόγου μεσιτών Αθηνών – Αττικής κ. Λευτέρης Ποταμιάνος προσθέτοντας ότι οι υποψήφιοι επενδυτές αναζητούν αποδόσεις της τάξης του 8%, κοντά δηλαδή σε αυτές των επαγγελματικών ακινήτων (γραφεία και καταστήματα). Σύμφωνα με τον κ. Ποταμιάνο το αγοραστικό ενδιαφέρον στο κέντρο της Αθήνας έχει ανέβει τους τελευταίους μήνες με αρκετούς Έλληνες και ξένους να αγοράζουν ακίνητα. Μερικές φορές εμφανίζεται και το φαινόμενο να αγοράζει κάποιος και 10 με 15 ακίνητα σε μια και μόνο περιοχή [60].

#### **4.5.5.2 Πολίτες**

Πολλοί είναι οι πολίτες γύρω μας που υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη των βραχυχρόνιων μισθώσεων έχει προκαλέσει σημαντικές αυξήσεις στις τιμές των ακινήτων αλλά και ελλείψεις στη διάθεση διαμερισμάτων για μακροχρόνια μίσθωση. «Έχουν αυξηθεί τα σπίτια στη βραχυχρόνια και έχουν μειωθεί στη μακροχρόνια μίσθωση, με αποτέλεσμα ο κόσμος να ψάχνει και να μη βρίσκει. Οι τιμές ενοικίασης έχουν αυξηθεί συγκριτικά με πριν από τρία χρόνια, ακόμα και κατά 100%, διπλασιάζοντας έτσι τις τιμές. Μια γκαρσονιέρα με ενοίκιο 250 ευρώ, έχει φτάσει τα 400-500 ευρώ», αναφέρει περιγράφοντας την κατάσταση που έχει διαμορφωθεί ο διαχειριστής ακινήτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στη Θεσσαλονίκη, Ανδρέας Λούγκας.

Η Ελένη Τσότσου είναι φοιτήτρια της νομικής σχολής του ΑΠΘ και τον τελευταίο χρόνο αναζητά σπίτι δίχως αποτέλεσμα. Όπως λέει, η βραχυχρόνια μίσθωση έχει αλλάξει δραματικά τις συνθήκες στην ενοικίαση διαμερισμάτων στο κέντρο της Θεσσαλονίκης. «Καταρχάς, δεν υπάρχουν πλέον σπίτια για ενοικίαση, όλα έχουν γίνει AIRBNB και όσα υπάρχουν είναι πάρα πολύ ακριβά. Έχουν ανεβεί πάρα πολύ τα ενοίκια, το AIRBNB έχει κατακλύσει τον κόσμο και εγώ που ψάχνω σπίτι βρίσκω σε τιμές που ξεπερνούν τα 400-450 ευρώ, για ένα μικρό σπιτάκι, για μια γκαρσονιέρα» επισημαίνει μιλώντας στο ΑΠΕ-ΜΠΕ.

«Στην Αθήνα που υπάρχει το μετρό, μπορεί κάποιος να μένει και 20 χιλιόμετρα μακριά και να είναι γρήγορα στη δουλειά του, στη Θεσσαλονίκη αυτό δεν γίνεται. Είναι δραματική η κατάσταση για τους μισθωτούς, δεν μπορεί να δίνει 400 ευρώ όταν παίρνει 650 ευρώ» σχολιάζει ο κ. Μανομενίδης, πρόεδρος Μεσιτών Ακινήτων Πιστοποιημένων Πραγματογνομόνων Ελλάδας. Πράγματι στην Αθήνα σε περιοχές γύρω από το κέντρο της πόλης η κατάσταση με την βραχυχρόνια ενοικίαση έχει φέρει τα πάνω κάτω στην αγορά ενοικίασης.

Η Μαρία Μπότση μέχρι τώρα ενοικίαζε στο Κουκάκι, περιοχή όπου πλέον τα περισσότερα διαμερίσματα προσφέρονται για βραχυχρόνια μίσθωση. Έτσι αυτή και ο σύντροφός της ενημερώθηκαν πως θα πρέπει να φύγουν από το σπίτι καθώς οι ιδιοκτήτες του θέλουν να το εντάξουν σε πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης. «Μας ενημέρωσαν τον περασμένο Σεπτέμβριο ότι θα πρέπει να φύγουμε από το σπίτι. Από τότε ψάχνουμε», είπε στο ΑΠΕ-ΜΠΕ η κ. Μπότση και πρόσθεσε: «Δυστυχώς

εξαιτίας το ότι εγώ και ο σύντροφός μου εργαζόμαστε στις γύρω περιοχές, αλλά και για άλλους οικογενειακούς λόγους δεν μπορούμε να φύγουμε πιο περιφερειακά. Είμαστε αναγκασμένοι να ψάχνουμε σπίτι σε περιοχές γύρω από το Κουκάκι και δεν υπάρχει τίποτα. Αν βρούμε κάτι είναι ιδιαίτερα ακριβό, αλλά και πάλι όλο και κάποιος άλλος απελπισμένος θα προσφέρει παραπάνω και εμείς μένουμε χωρίς σπίτι». Όπως συμπλήρωσε η κ. Μπότση στο ΑΠΕ-ΜΠΕ σε Κουκάκι, Ζωγράφο, Βύρωνα, Νέα Σμύρνη, Άγιο Δημήτριο, Δάφνη «δεν υπάρχει τίποτα» [61].

#### 4.5.5.3 Ξενοδοχεία

Για «παρενέργειες» στην τουριστική βιομηχανία μιλάει και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας στην ελληνική Huffington Post.

Για ανεξέλεγκτο φαινόμενο με παρενέργειες στη λειτουργία των τοπικών κοινωνιών, στη δράση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αλλά και με κόστος στις υποδομές της χώρας κάνει λόγο στην παρέμβαση του στο ΑΠΕ-ΜΠΕ, ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας Αλέξανδρος Βασιλικός, αναφερόμενος στο φαινόμενο του AIRBNB και της οικονομίας διαμοιρασμού γενικότερα. «Πλέον δεν μπορεί να μιλάμε για οικονομία διαμοιρασμού, όταν εταιρίες αλλά και φυσικά πρόσωπα διαχειρίζονται 300 και 400 σπίτια, σημειώνει ο κ. Βασιλικός». «Άλλο να ενοικιάζεις για ένα μήνα τον χώρο που μένεις και άλλο να έχεις στήσει μια επιχείρηση που διαχειρίζεται διαμερίσματα, προσφέροντας ξενοδοχειακές υπηρεσίες και μάλιστα με άλλους όρους φορολόγησης και υποχρεώσεων που έχουν να κάνουν με τη συντήρηση και την ασφάλεια της εγκατάστασης». Μάλιστα ο κ. Βασιλικός δεν είναι αρνητικός ακόμα και στην προοπτική της μη φορολόγησης ενός ακινήτου, που μισθώνεται για ένα μήνα, προκειμένου ο μισθωτής και ιδιοκτήτης να ανταπεξέλθει στη δύσκολη οικονομική συγκυρία.

Πλέον το «επικοινωνιακό μότο» της οικονομίας διαμοιρασμού, «έλα να ζήσεις σαν ντόπιος», δεν υφίσταται τονίζει ο κ. Βασιλικός, αφού πλέον σε περιοχές, όπως την Πλάκα, το Κουκάκι, τη Σαντορίνη, ντόπιοι δεν υπάρχουν, καθώς η πλειονότητα έχει διαθέσει τα ακίνητα τους στις πλατφόρμες ενοικίασης. Στην Αθήνα είναι χαρακτηριστικό ότι 14.000 ακίνητα προσφέρονται στην πλατφόρμα της AIRBNB, που αν υπολογιστεί ότι κατά μέσο όρο διαθέτουν 3 κρεβάτια, τότε μιλάμε για 26.000 κρεβάτια, όταν τα ξενοδοχεία προσφέρουν 26.000, σύμφωνα με τον πρόεδρο του ΞΕΕ.

Ο κ. Βασιλικός εκτιμά ότι η επιχειρηματική λογική του εύκολου κέρδους, όπως έγινε στο παρελθόν με άλλες επιχειρηματικές επιλογές (Video Club, Frozen Yogurt κλπ), θα δημιουργήσει συνθήκες επιχειρηματικής ασφυξίας και θα σκάσει σα «φούσκα», με συνέπειες στην τοπική κοινωνία, το περιβάλλον και τις υποδομές. Ο κ. Βασιλικός παρατηρεί, ότι εξαιτίας του φαινομένου, για παράδειγμα στη Σαντορίνη, τα τελευταία 2 χρόνια προστέθηκαν 3.000 κλίνες. Το αποτύπωμα για συγκεκριμένες τουριστικές περιοχές είναι τεράστιο με τον κίνδυνο μεταξύ άλλων να εντοπίζεται στην επόμενη μέρα, που μια περιοχή εξαιτίας της αυξημένης τουριστικής κίνησης θα

στιγματιστεί με τη φήμη ότι δεν μπορεί να αντέξει άλλο κόσμο και φυσικά θα πάψει να είναι επισκέψιμη. Στο σκέλος των υποδομών, είναι κατανοητό ότι άλλο οι ανάγκες ενός διαμερίσματος σε νερό, ενέργεια και απορρίμματα, όταν αυτό κατοικείται μόνιμα από μια οικογένεια και άλλες όταν υποδέχεται κάθε εβδομάδα επισκέπτες, σημειώνει ο πρόεδρος του ΞΕΕ. Ρόλος των ξενοδόχων, όπως τονίζεται, δεν είναι να υποδείξουν με ποιον τρόπο θα αντιμετωπιστούν τα ζητήματα που υφίστανται, καθώς πέραν του φορολογικού και του άνισου ανταγωνισμού, δεν έχει αντιμετωπιστεί ακόμα, απαραίτητη είναι η θεσμική θωράκιση μιας αγοράς που τρέχει ανεξέλεγκτα [62].

#### **4.5.5.4 Μαζικός τουρισμός**

Από την άλλη οι τουριστικοί πράκτορες πιστεύουν στη δύναμη του μαζικού τουρισμού και δε νιώθουν πως απειλούνται. Με τη φράση «Ουδέν κακόν αμιγές καλού» συνοψίζει την παρέμβαση του για το φαινόμενο ύπαρξης πλατφόρμας ενοικίασης τουριστικών καταλυμάτων και τις βραχυχρόνιες μισθώσεις στην Ελλάδα, ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας Ελληνικών Συνδέσμων Γραφείων Ταξιδίων & Τουρισμού, Fed HATTA, Λύσανδρος Τσιλίδης. Μιλώντας στο ΑΠΕ-ΜΠΕ, ο κ. Τσιλίδης τονίζει ότι οι βραχυχρόνιες μισθώσεις είναι μια νέα αγορά για μεμονωμένους ταξιδιώτες οι οποίοι αναζητούν ταξιδιωτικές υπηρεσίες σε πολλές διαφορετικές διαδικτυακές πλατφόρμες, με κριτήριο πολλές φορές την καλύτερη προσφορά, και κινούνται αυτόνομα.

Ως εκ τούτου, η οικονομία διαμοιρασμού δεν δρα ανταγωνιστικά ως προς τον οργανωμένο τουρισμό, ο οποίος διακινεί το μεγαλύτερο όγκο τουριστών και έχει ξεκάθαρο προγραμματισμό πτήσεων, ξενοδοχείων και άλλων υπηρεσιών. Άλλωστε, όπως είπε, μια τουριστική χώρα σαν την Ελλάδα, δε μπορεί να βασίζεται στα μεμονωμένα ταξίδια και στην ενοικίαση σπιτιών, αλλά αντίθετα στον οργανωμένο τουρισμό της, από έμπειρους επαγγελματίες. Μια πλατφόρμα ενοικίασης τουριστικών καταλυμάτων, τονίζει ο κ. Τσιλίδης, δε δημιουργεί συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού, εφόσον καταβάλλονται φόροι και τηρούνται κανονισμοί για τη ρύθμιση της εν λόγω δραστηριότητας. Το προϊόν της είναι διαφορετικό και πλέον αποτελεί συγκεκριμένη τάση μερίδας ταξιδιωτών. Οι πελάτες που επιλέγουν κατάλυμα μέσω μιας τέτοιας πλατφόρμας, γνωρίζουν ότι δεν θα συναντήσουν 24ωρη υποδοχή και λοιπές ξενοδοχειακές υπηρεσίες, αλλά την ίδια στιγμή τονώνουν την τοπική οικονομία.

Επίσης, πολλά ακίνητα που έμεναν ανεκμετάλλευτα, πλέον εισήλθαν στην συγκεκριμένη αγορά ως απόρροια των υψηλών πληροτήτων που εμφάνισαν τα ελληνικά ξενοδοχεία την ώρα της μεγάλης ανόδου του τουριστικού ρεύματος. Μια τέτοια πλατφόρμα αποτελεί επικουρικό προϊόν φιλοξενίας όταν εξαιτίας της μεγάλης ζήτησης περιορίζεται η διαθεσιμότητα στα ξενοδοχειακά δωμάτια. Στα αρνητικά του φαινομένου εντοπίζονται οι πρώτες ενδείξεις τέλεσης παράνομων δραστηριοτήτων (π.χ. μεταφορές, περιηγήσεις και δραστηριότητες που προσφέρονται από ιδιοκτήτες καταλυμάτων), καθώς και η παντελής έλλειψη πλαισίου προδιαγραφών για την καταλληλότητα ενός καταλύματος [63].

#### 4.5.5.5 Οι τουρίστες

Η Alexandra και ο Chris (ΗΠΑ), πιστεύουν ότι η διαμονή σε AIRBNB είναι ο κατάλληλος τρόπος για να εξερευνήσεις μια πόλη. «Πρόσφατα επισκεφτήκαμε την Αθήνα και μείναμε σε ένα διαμέρισμα στα Πετράλωνα. Ο ιδιοκτήτης ήταν πολύ καλά οργανωμένος, είχε μέσα στο διαμέρισμα εναλλακτικούς χάρτες της πόλης, χρήσιμα τηλέφωνα και ένα χαρτί με προτάσεις για φαγητό και ποτό όχι μόνο στην περιοχή, αλλά και στο κέντρο. Καταλάβαμε αμέσως ότι τα Πετράλωνα είναι μια ξεχωριστή γειτονιά, μου άρεσε που έχει πολλές γάτες!» λέει ενθουσιασμένη η Alexandra, γραφίστρια, που μαζί με το σύντροφό της μένουν στο Queens. «Το κυριότερο είναι ότι έχεις την ελευθερία να οργανώσεις το ταξίδι σου όπως εσύ θες και φυσικά να περιορίσεις τα έξοδά σου. Είχαμε βρει το τοπικό σούπερ μάρκετ, ένα μικρό μπακάλικο και ένα περίπτερο για να ανεφοδιαζόμαστε. Φάγαμε και έξω, αλλά το πρωινό μας και ένα βραδινό σνακ τα παίρναμε σπίτι. Τη δεύτερη μέρα κιόλας οι μαγαζάτορες μας χαιρετούσαν σαν να μας ξέρουν χρόνια. Πιστεύω λοιπόν ότι η AIRBNB είναι ένα σημαντικό λιθαράκι στο σύνολο μιας εναλλακτικής ταξιδιωτικής εμπειρίας». «Επίσης δεν ακούσαμε κάποιο παράπονο από τους Αθηναίους σχετικά με την AIRBNB όσο μέναμε εκεί» συμπληρώνει ο Chris.

Ο Steven, μεταφραστής με χόμπι τη φωτογραφία, είναι μισός Αμερικάνος - μισός Ολλανδός και ζει στη Βαρκελώνη. Σωστός πολίτης του κόσμου και πολυμήχανος, έχει ζήσει και μερικά χρόνια στην Αθήνα, ως resident DJ σε κλαμπ των Εξαρχείων, μία επίσης αρκετά δημοφιλή περιοχή για AIRBNB. Εξαιτίας της φωτογραφίας, ταξιδεύει συχνά και το AIRBNB είναι κάτι που επιλέγει για τη διαμονή του στις ευρωπαϊκές (και μη) μητροπόλεις. «Αν επιλέξω να μείνω σε AIRBNB είναι κυρίως λόγω διαθεσιμότητας και τιμής. Η αυθεντικότητα είναι επίσης πολύ σημαντική για εμένα. Τα δωμάτια των ξενοδοχείων μοιάζουν μεταξύ τους και γίνονται βαρετά μετά από λίγο. Ωστόσο θυμάμαι να έχω μείνει και σε AIRBNB που δεν ήταν τίποτα παραπάνω από ένα διαμέρισμα για βραχυπρόθεσμη διαμονή χωρίς καθόλου ατμόσφαιρα. Σε αυτή την περίπτωση θα προτιμήσω το ξενοδοχείο. Πάντως αν είναι να νοικιάσεις ένα απλό δωμάτιο και όχι διαμέρισμα, φυσικά και συμφέρει σε σχέση με το ξενοδοχείο. Αν νοικιάσεις διαμέρισμα μπορεί να μην έχει τρελή διαφορά στην τιμή, η εμπειρία όμως είναι εντελώς διαφορετική σε σχέση με αυτή του δωματίου ξενοδοχείου» [64].

#### 4.5.5.6 Η δόση του «ρουμς του λετ» η ανατολή του ψηφιακού οικοδεσπότη

Η τραγική αλήθεια είναι πως ο μικροεπαγγελματίας που «αλίευε» πελάτες στα λιμάνια των νησιών για να θρέψει την οικογένειά του, δεν μπορεί πλέον να επιβιώσει. Όσο και να βγεις και να ζητάς τους πελάτες σου διαφημίζοντας την «πραμάτεια» σου, οι κρατήσεις έχουν ήδη γίνει, πολλές φορές μήνες πριν και είναι προ-πληρωμένες [65]. Οι πελάτες είχαν τον χρόνο από την άνεση του σπιτιού τους ή του γραφείου τους να επιλέξουν το καλύτερο γι' αυτούς και πλέον κατάλληλο κατάλυμα ανάλογα με το βαλάντιο τους και να φτάσουν σε αυτό πιο εύκολα από ποτέ, να έχουν κάνει την κράτησή τους, την πληρωμή της, να έχουν κλείσει ίσως και κάποια τοπική εμπειρία για να βιώσουν το τοπικό στοιχείο και να αναμειχθούν με τον ντόπιο πληθυσμό,

αφήνοντας πίσω τους τα All Inclusive πακέτα που τους πάσαραν τόσα χρόνια οι tour operators ως μόνη τους επιλογή, να φτάσουν, να κλεισθούν σε ένα ξενοδοχείο με όλες τις ανέσεις και να ξεροψήνονται στον ήλιο, τρώγοντας και πίνοντας μέχρι σκασμού (παραδείγματα Κρήτης, Ρόδου, Κω, Κέρκυρας, κλπ) με την οικογένειά τους. Επιχειρηματίας με πίστα κάρτ στην Κω, όπου κατέφευγαν μερικές φορές ευρωπαϊοί τουρίστες με τα παιδιά τους και βλέποντας τα παιδάκια τα ελκυστικά παγωτά ΕΒΓΑ στα ψυγεία, ζητούσαν από τον γονιό τους, εκείνος έντρομος ξεφώνιζε πως θα φάνε παγωτό στο ξενοδοχείο, που είναι ήδη πληρωμένο.

Οι πελάτες έχουν πλέον ανιχνεύσει στο Google maps την τοποθεσία του ακινήτου σου, έχουν λάβει άπειρες διαφημίσεις θέσεως καθώς προσεγγίζουν την πόλη ή το νησί μέσω Facebook, Instagram και λοιπών μέσων, κι έτσι μερικές φορές έχουν πολύ περισσότερες πληροφορίες από εσένα τον ίδιο. Επιπλέον το επίπεδο των καταλυμάτων έχει ανεβεί τόσο πολύ, που αν δεν ανακαινίσεις ριζικά τα πεπαλαιωμένα σου Rooms-to-let της δεκαετίας του 1980, δεν θα έχεις καμία τύχη, ακόμη και αν μπεις στην πλατφόρμα. Ο ανταγωνισμός όλο και αυξάνεται και η μόνη σου ελπίδα είναι να θέλουν τα παιδιά σου να εργαστούν με αυτήν την επιχείρηση που με κόπο είχες φτιάξει και να υπάρχει και χρήμα αρκετό για μία γενναία ανακαίνιση.

#### **4.6 ΤΟΥΡΙΣΜΟΦΟΒΙΑ**

Ο τουρισμός για πολλές χώρες, όπως η Ελλάδα, η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Ιταλία, που δοκιμάζονται από την κρίση, αποτελεί την υπ' αριθμόν ένα βιομηχανία τους και πολλοί συνδεδεμένοι τομείς της οικονομίας στα κράτη αυτά αναμένουν κάθε καλοκαίρι την ευεργετική «εισβολή» των παραθεριστών ως «μάννα εξ ουρανού» για τις επιχειρήσεις τους. Όχι όμως όλοι, κι όχι παντού. Στη Βαρκελώνη ιδίως το κίνημα κατά της πλήρους «τουριστικοποίησης» της καταλανικής μητρόπολης έχει αρχίσει να παίρνει μεγάλες διαστάσεις, ενώ πρόσφατα κι οι κάτοικοι της παλιάς πόλης της Δονόστια (Σαν Σεμπαστιάν) έχουν αρχίσει να ανησυχούν για την «εκπαραθύρωσή τους» από τα κύματα των τουριστών στους δρόμους της.

Στη Βαρκελώνη το κίνημα της λεγόμενης «τουρισμοφοβίας» εξαπλώνεται όλο και περισσότερο. Πλέον είναι λιγοστά τα σημεία, ιδίως σε περιοχές της παλαιάς πόλης και στα αξιοθέατα, που οι τουρίστες δεν βρίσκονται αντιμέτωποι με συνθήματα στους τοίχους κατά του τουρισμού. Το σύνθημα “Tourists Go Home” κυριαρχεί σχεδόν παντού στο κέντρο.

Ο πολλαπλασιασμός των παραθεριστών, που εξαιτίας και της κρίσης στο Μαγκρέμπ, στην Αίγυπτο και στην Τουρκία έχει σπρώξει πολλούς τουρίστες στον ευρωπαϊκό Νότο και οι παρελκόμενες επιπτώσεις που γεννά η αυξημένη τούτη τουριστική ζήτηση και προσέλευση, έχει αρχίσει να ανησυχεί πραγματικά τους κατοίκους.

Στους δρόμους του κέντρου, κι όχι μόνον, μετά τη διεύρυνση της τάσης των AIRBNB σε όλον τον αστικό ιστό, η όχληση κάθε μορφής από την κίνηση και τη λειτουργία κέντρων έχει αρχίσει να ξεπερνά κάθε ανεκτό όριο για τον μόνιμο

πληθυσμό και πυκνώνουν οι σχετικές καταγγελίες σχετικά με τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και για τη δυσκολία στην κυκλοφορία μέσα στην πόλη. Ήδη έχουν συσταθεί πολλές οργανώσεις και πρωτοβουλίες πολιτών που καταγγέλλουν την διόγκωση του μαζικού τουρισμού στην πόλη.

Όπως διατείνονται, αυτή προκαλεί την καταστροφή των μικρών συνοικιακών εμπορικών, δυσκολία στην κίνηση και στην κυκλοφορία στους δρόμους, εκτόξευση (λόγω χρήσης AIRBNB) τις τιμές στα ενοίκια σε μία πόλη που παραδοσιακά αντιμετώπιζε πρόβλημα στην ικανοποίηση των αναγκών στην κατοικία.

Η δήμαρχος της πόλης Άντα Κολάου, που μέσα στο προεκλογικό πρόγραμμά της περιελάμβανε και μέτρα για την αντιμετώπιση του άμετρου «εκτουρισμού» της πόλης, από το 2015 έχει επιβάλει περιορισμούς στην κατασκευή νέων ξενοδοχειακών μονάδων στο κέντρο της πόλης, ενώ έχει απαγορεύσει τη λειτουργία νέων AIRBNB, που δεν πληρούν αυστηρούς κανόνες και δεν διαθέτουν την απαιτούμενη άδεια τουριστικής χρήσης.

Η δράση όμως κατά της τουριστικής υπερεκμετάλλευσης της Βαρκελώνης δεν σταματά στις καταγγελίες ή στα αντανακλαστικά του δήμου. Αρκετοί πολίτες παίρνουν πρωτοβουλίες μόνοι τους, με αποκορύφωμα την ομάδα «Αράν», που προβάλλεται ως «αυτονομιστική, σοσιαλιστική και φεμινιστική» οργάνωση, που θεωρεί ότι τα μέτρα που λαμβάνονται είναι ανεπαρκή και πως ο μαζικός τουρισμός «καταστρέφει την περιοχή και καταδικάζει τους εργαζομένους στη μιζέρια» [66].

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΕΡΕΥΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΩΝ ΕΚΜΙΣΘΩΤΩΝ AIRBNB ΕΛΛΑΔΟΣ (OUR RESEARCH AMONG GREEK AIRBNB HOSTS)

Η έρευνα των χαρακτηριστικών και των απόψεων των εκμισθωτών (Hosts) AIRBNB στην Ελλάδα, βασίστηκε σε μία ποσοτική μεθοδολογία, με χρήση ερωτηματολογίου, το οποίο περιλαμβάνει πέντε κατηγορίες ερωτήσεων. Η πρώτη κατηγορία ερωτήσεων αφορά την αρχική τους ένταξη στην AIRBNB, η δεύτερη τα πρακτικά θέματα - προκλήσεις που αντιμετώπισαν, η τρίτη την συμμετοχή τους σε άλλες παρόμοιες πλατφόρμες, η τέταρτη το γενικό επίπεδο ικανοποίησης από την συμμετοχή τους στην AIRBNB, και η πέμπτη κατηγορία τις γενικότερες κοινωνικο-οικονομικές επιπτώσεις που επέφερε το AIRBNB.

Έρευνα που διεξήχθη μέσω του Google Forms και δημοσιεύθηκε στην ομάδα του Facebook Έλληνες Airbnb Hosts τον Απρίλιο του 2019 και όπου μελετήθηκε το φαινόμενο της AIRNB ως ανατρεπτικής καινοτομίας στις ζωές τους και πώς αυτό επηρέασε την καθημερινότητα και την επαγγελματική τους ζωή. Συμμετείχαν 123 άτομα.

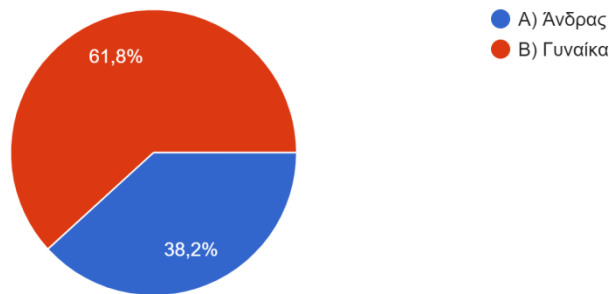
Όπως για όλες τις εκφάνσεις της ζωής και τα ενδιαφέροντα έτσι και για την AIRBNB δημιουργήθηκαν κοινότητες ανά χώρα για καλύτερη επικοινωνία και ανταλλαγή απόψεων πάνω στο φλέγον ζήτημα ανάμεσα στα μέλη, νεότερα και παλιότερα. Οι απορίες που γεννιούνται γύρω από τη διαχείριση των ακινήτων εντός των πλατφορμών αλλά και σε σχέση με φορολογικά, ακόμη και καθημερινά ζητήματα, βρίσκουν άμεση ανταπόκριση μέσα στις αντίστοιχες κοινότητες στο Facebook. Στα πλαίσια της εργασίας αυτής διεξάγαμε έρευνα τον Απρίλιο του 2019 ανάμεσα στα μέλη της ελληνικής κοινότητας AIRBNB Hosts, η οποία απαριθμεί σήμερα 27.768 μέλη. Διαχειριστής και ιδρυτής της ομάδας αυτής είναι ο Στράτος Ζαφειριάδης, ο οποίος ενδιαφέρθηκε ιδιαίτερα για το αποτέλεσμα της έρευνάς μας. Η ομάδα έχει εκπληρώσει τον ρόλο της και είναι ιδιαίτερα επιτυχημένη, μιας και αυξάνει διαρκώς τα μέλη της. Αυτό σημαίνει ότι πραγματικά η ζήτηση για νέες καταχωρήσεις αυξάνεται και όλο και περισσότεροι θέλουν να μπουν στο παιχνίδι των κρατήσεων. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από 123 άτομα μετά την ανάρτησή του και σε διάστημα τεσσάρων ημερών. Οι απαντήσεις θεωρούνται αντιπροσωπευτικές, ειδικά εκείνες που έχουν ελεύθερη ανάπτυξη και είναι σαν εκείνες που ακούγονται ως συζητήσεις μεταξύ μας έξω στη δημόσια ζωή, αλλά και στον τύπο σχετικά με τα υπέρ και τα κατά του φαινομένου.

### Εισαγωγή

Δημογραφικά στοιχεία: A) Άνδρας B) Γυναίκα. Το 61,8% που συμμετείχαν ήταν γυναίκες και το 38,2% άντρες. Ίσως βέβαια γιατί στους άντρες δεν αρέσουν ιδιαίτερα οι έρευνες, εξ ου και οι εταιρείες δημοσκοπήσεων τηλεφωνούν περισσότερο σε νοικοκυρές.

## 29) Φύλο

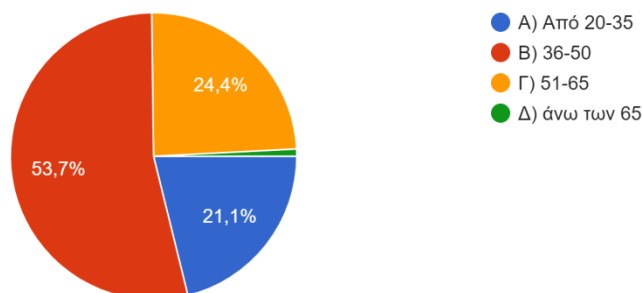
123 απαντήσεις



Ηλικία συμμετεχόντων. Ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι ηλικίες των συμμετεχόντων hosts. Το 53,7% είναι μεταξύ 36-50 ετών, ώριμη ηλικία για αναζήτηση επενδύσεων και ηλικίες αρκετά εξοικειωμένες με την τεχνολογία, εφόσον τη χρησιμοποιούν αβίαστα στη βασική τους εργασία. Το 24,4% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 51-65 μέσα στο οποίο ανήκουν σίγουρα άνεργοι που δεν μπορούν να βρουν πλέον άλλη εργασία, νέοι συνταξιούχοι προερχόμενοι από εθελούσιες εξόδους τραπεζών και οργανισμών. Οι νέοι μεταξύ 20 και 35 ετών αποτελούν μόλις το 21,1%, ίσως γιατί ακόμη δεν έχουν επαρκή εργασία και είναι αυτοί οι οποίοι διαχειρίζονται οικίες των γονέων τους επειδή εκείνοι δεν γνωρίζουν από τεχνολογία.

## 30) Ηλικία

123 απαντήσεις



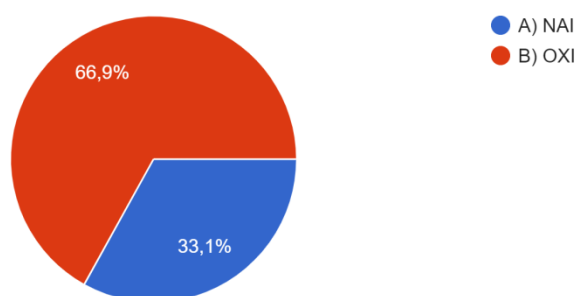


## 1. Αρχική Ένταξη στην AIRBNB

α) Είχατε παλαιότερα την κατοικία σας ενοικιασμένη σε μηνιαία βάση; Α) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ. Μόνο το 33,1%, δηλαδή μόνο η 1 στις 3 ήταν ενοικιασμένη με το μήνα, που σημαίνει πως τα 2/3 των κατοικιών βγαίνουν για πρώτη φορά στην αγορά ή ήταν παθητικές.

21) Είχατε παλαιότερα την κατοικία σας ενοικιασμένη σε μηνιαία βάση;

121 απαντήσεις



β) Αν ΝΑΙ, γιατί αποφασίσατε να προχωρήσετε σε ημερήσια ενοικίαση;

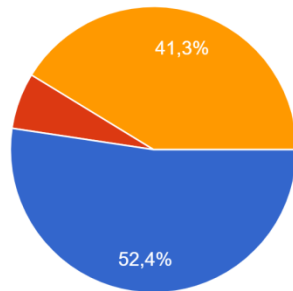
A) Μη ικανοποιητικό μηνιαίο μίσθωμα, έχω ανάγκη από ένα καλύτερο εισόδημα

B) Δεν είχα επί χρόνια επίγνωση της κατάστασης του ακινήτου

Γ) Παραλαβή του ακινήτου σε άσχημη κατάσταση και απλήρωτους λογαριασμούς

## 22) Αν ΝΑΙ, γιατί αποφασίσατε να προχωρήσετε σε ημερήσια ενοικίαση;

63 απαντήσεις



- Α) Μη ικανοποιητικό μηνιαίο μίσθωμα, έχω ανάγκη από ένα καλύτερο εισόδημα
- Β) Δεν είχα επί χρόνια επίγνωση της κατάστασης του ακινήτου
- Γ) Παραλαβή του ακινήτου σε άσχημη κατάσταση και με απλήρωτους λογαριασμούς

γ) Η κατοικία που εκμισθώνετε είναι :

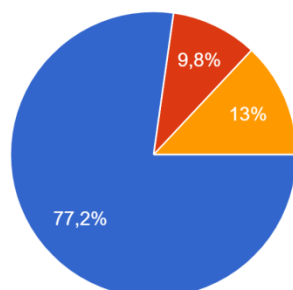
Α) Ιδιόκτητη

Β) Μισθωμένη

Γ) Με παραχώρηση από τους γονείς μου

## 20) Η κατοικία που εκμισθώνετε είναι :

123 απαντήσεις



- Α) Ιδιόκτητη
- Β) Μισθωμένη
- Γ) Με παραχώρηση από τους γονείς μου

δ) Έχετε στην πλατφόρμα πολλές κατοικίες;

A) 1

B) 2

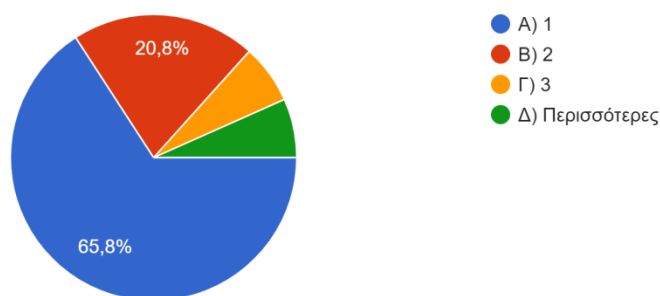
Γ) 3

Δ) περισσότερες

Το μεγαλύτερο ποσοστό (γύρω στο 70%) διαχειρίζεται μόνο μία κατοικία/ διαμέρισμα. Ένα 20,8% διαχειρίζεται δύο κατοικίες/διαμερίσματα. Τέλος αξιοσημείωτα είναι και τα ποσοστά όσων διαχειρίζονται 3 με 4 ακίνητα, από το οποίο φαίνεται ότι πρόκειται για πιο επαγγελματίες που εργάζονται με οργάνωση και στρατηγική.

23) Έχετε στην πλατφόρμα πολλές κατοικίες;

120 απαντήσεις



ε) Έχετε επενδύσει πάνω στη διαμόρφωση του ακινήτου σας ή το διαθέσατε όπως ήταν αρχικώς;

A) Το διέθεσα όπως ήταν αρχικώς

B) Ξόδεψα για τη ριζική ανακαίνισή του

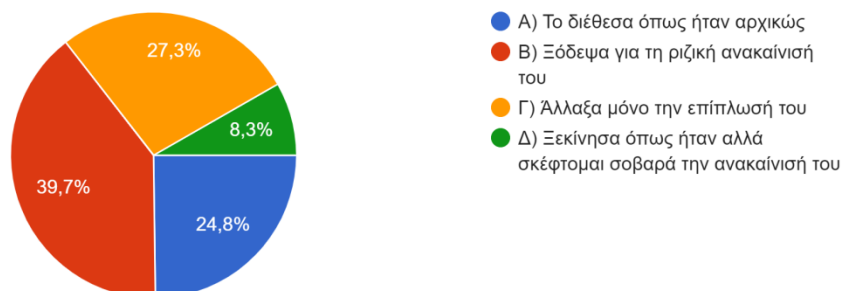
Γ) Άλλαξα μόνο την επίπλωσή του

Δ) Ξεκίνησα όπως ήταν αλλά σκέφτομαι σοβαρά την ανακαίνισή του

Εδώ θα μάθουμε με τί αναλογία τα ακίνητα ανακαινίζονται σύμφωνα και με την τελευταία θεματολογία για τα θετικά της ενασχόλησης με τις βραχυχρόνιες εκμισθώσεις, όσον αφορά την οικοδομική αναζωπύρωση. Τελικώς 1 στα 4 διαμερίσματα δεν ανακαινίστηκε πριν μπει για πρώτη φορά στην πλατφόρμα, αλλά μάλλον λόγω οικονομικής δυσπραγίας παρέμεινε ως είχε, με σκοπό κάποια μετέπειτα ίσως ανακαίνιση, όταν τα οικονομικά θα είχαν ισορροπήσει. Το 39,7% των ερωτηθέντων απάντησε πως ξόδεψε για τη ριζική ανακαίνιση του χώρου. Το 27,3% άλλαξε μόνο επίπλωση για να προσαρμοστεί αυτή στα δεδομένα και τις προδιαγραφές της πλατφόρμας, αφού έτσι κι αλλιώς είναι πολύ μικρότερο το έξοδο. Τέλος το 8,3% δεν ανακαίνισε αλλά βλέποντας προφανώς τον ανταγωνισμό και τις απαιτήσεις της πελατείας, βλέπει πως η ανακαίνιση πρέπει σύντομα να γίνει.

24) Έχετε επενδύσει πάνω στη διαμόρφωση του ακινήτου σας ή το διαθέσατε όπως ήταν αρχικώς;

121 απαντήσεις



στ) Πιστεύετε πως άξιζε η επένδυση που κάνατε;

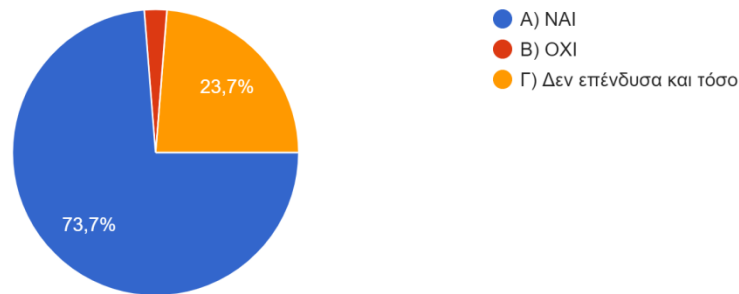
A) ΝΑΙ

B) ΟΧΙ

Γ) Δεν επένδυσα και τόσο

## 25) Πιστεύετε πως άξιζε η επένδυση που κάνατε;

118 απαντήσεις



## 2. Πρακτικά Θέματα – Προκλήσεις

ζ) Πώς έχετε οργανώσει την καταχώρησή σας στην πλατφόρμα ;

A) Μόνος μου

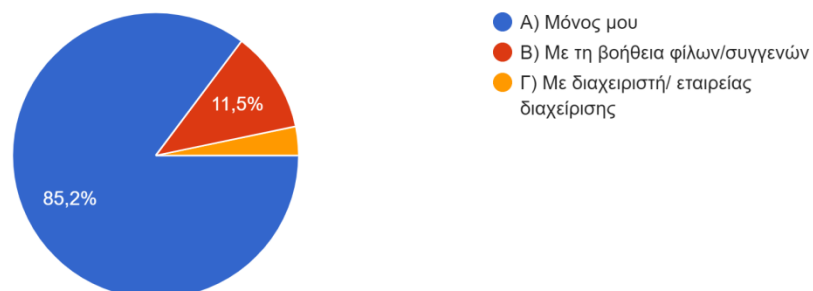
B) με τη βοήθεια φίλων/συγγενών

Γ) Με διαχειριστή/ εταιρείας διαχείρισης

Φαίνεται πως οι έλληνες Hosts είναι αρκετά ικανοί και τα καταφέρνουν μόνοι τους κατά την καταχώρηση.

17) Πώς έχετε οργανώσει την καταχώρησή σας στην πλατφόρμα;

122 απαντήσεις

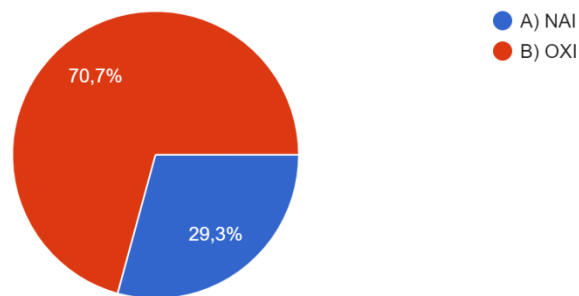


η) Χρειαστήκατε βοήθεια από την πλατφόρμα ως προς τον χειρισμό των πελατών σας; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ.

Εδώ βλέπουμε πως το 70,7% απάντησαν πως όχι, τα κατάφεραν μόνοι τους, άρα είτε η πλατφόρμα είναι άριστης κατασκευής και λειτουργίας, είτε οι ίδιοι είναι πολύ ικανοί Hosts στην επικοινωνία τους με τον κόσμο και την εξυπηρέτηση του.

13) Χρειαστήκατε βοήθεια από την πλατφόρμα ως προς τον χειρισμό των πελατών σας;

123 απαντήσεις



θ) Αν ΝΑΙ, ήταν η ανταπόκριση ικανοποιητική;

A) Υπερβολικά

B) Πάρα πολύ

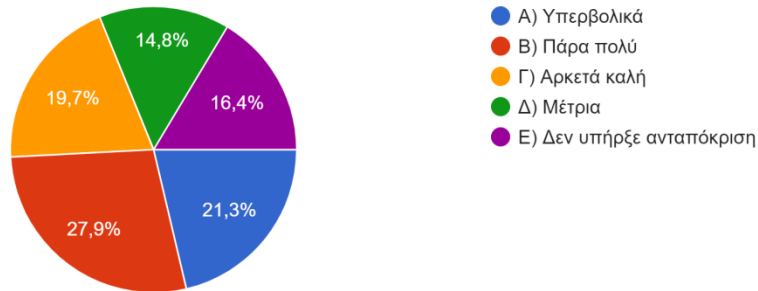
Γ) Αρκετά καλή

Δ) Μέτρια

Ε) Δεν υπήρξε ανταπόκριση

14) Αν ΝΑΙ, ήταν η ανταπόκριση ικανοποιητική;

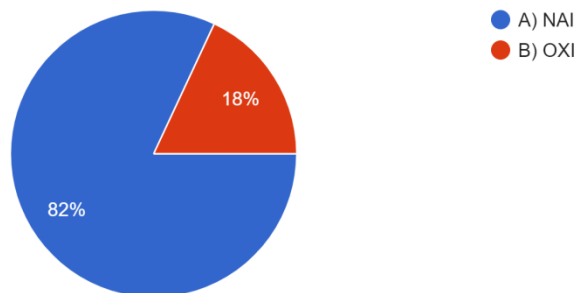
61 απαντήσεις



ι) Πιστεύετε πως το κατάλυμά σας έχει περισσότερα πλεονεκτήματα σε σχέση με ένα παραδοσιακό ξενοδοχείο; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

11) Πιστεύετε πως το κατάλυμα σας έχει περισσότερα πλεονεκτήματα σε σχέση με ένα παραδοσιακό ξενοδοχείο;

122 απαντήσεις



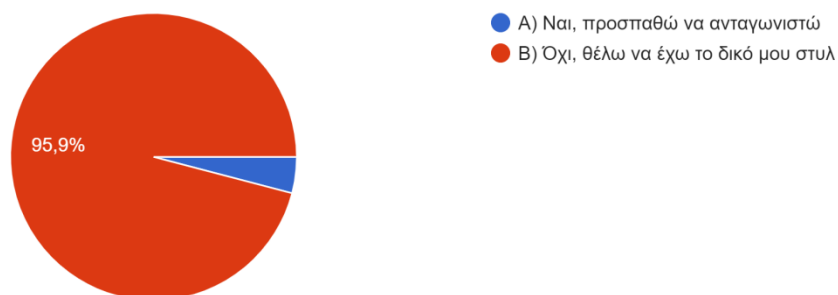
κ) Προσπαθείτε να ανταγωνιστείτε ένα ξενοδοχείο της περιοχής σας ή θέλετε να έχετε το δικό σας στυλ φιλοξενίας ;

A) Ναι, προσπαθώ να ανταγωνιστώ B) Όχι, θέλω να έχω το δικό μου στυλ.

Η συντριπτική πλειοψηφία ( το 96% ) είπαν ομόφωνα πως θέλουν να έχουν το δικό τους στυλ φιλοξενίας. Άρα έχει επιτύχει η αρχική ιδέα της AIRBNB τον σκοπό της.

12) Προσπαθείτε να ανταγωνιστείτε ένα ξενοδοχείο της περιοχής σας ή θέλετε να έχετε το δικό σας στυλ φιλοξενίας;

123 απαντήσεις



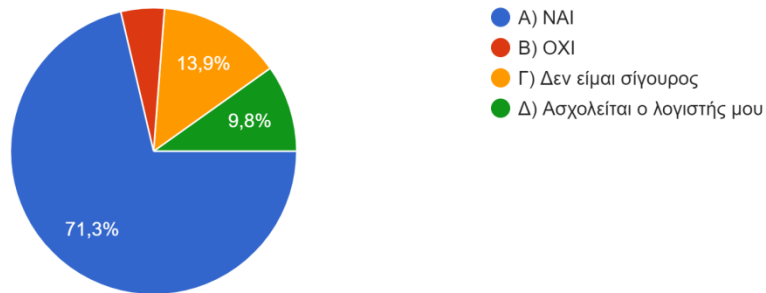
λ) Έχετε κατανοήσει πλήρως το φορολογικό καθεστώς της βραχυχρόνιας μίσθωσης και τη νέα πλατφόρμα του Υπουργείου Οικονομικών ;

A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ Γ) ΔΕΝ ΕΙΜΑΙ ΣΙΓΟΥΡΟΣ



16) Έχετε κατανοήσει πλήρως το φορολογικό καθεστώς της βραχυχρόνιας μίσθωσης και τη νέα π...φόρμα του Υπουργείου Οικονομικών;

122 απαντήσεις



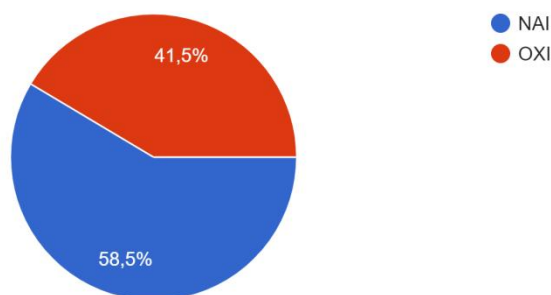
### 3. Συμμετοχή σε άλλες Παρόμοιες Πλατφόρμες

μ) Χρησιμοποιείτε και άλλες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

Σημαντικό ποσοστό το ΝΑΙ, που καταδεικνύει πως ο έλληνας host δεν περιμένει απλά την ΑΙΒΝΒ αλλά ζητάει και πληρότητες.

4) Χρησιμοποιείτε και άλλες πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης;

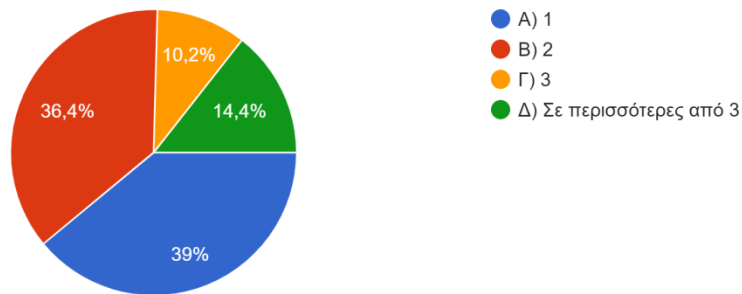
123 απαντήσεις



ν) Σε πόσες πλατφόρμες έχετε καταχώρηση; A) 1 B) 2 Γ) 3 Δ) περισσότερες

5) Σε πόσες πλατφόρμες έχετε καταχώρηση;

118 απαντήσεις



ξ) Για ποιο λόγο εγγραφήκατε και σε άλλες πλατφόρμες;

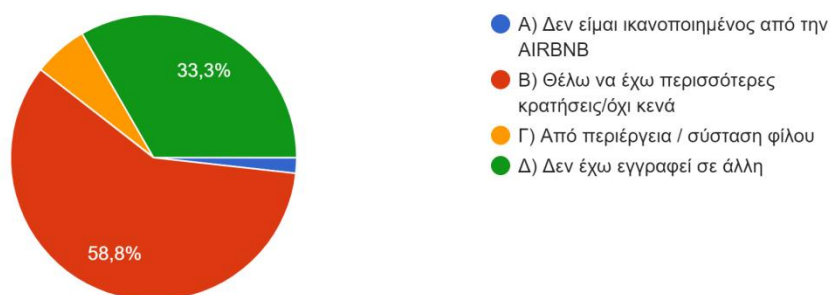
A) Δεν είμαι ικανοποιημένος από την AIRBNB

B) Θέλω να έχω περισσότερες κρατήσεις/όχι κενά

Γ) Από περιέργεια / σύσταση φίλου

6) Για ποιο λόγο εγγραφήκατε και σε άλλες πλατφόρμες;

114 απαντήσεις

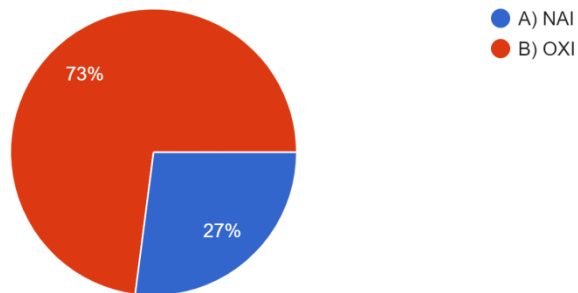


ο) Έχετε δοκιμάσει και άλλες πλατφόρμες της οικονομίας διαμοιρασμού, πχ. UBER;

A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

7) Έχετε δοκιμάσει και άλλες πλατφόρμες της οικονομίας διαμοιρασμού, πχ. UBER;

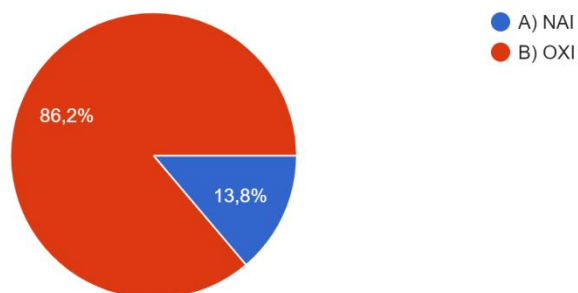
122 απαντήσεις



π) Εργάζεστε επαγγελματικά με τη φιλοξενία ταξιδιωτών; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

8) Εργάζεστε επαγγελματικά με τη φιλοξενία ταξιδιωτών;

123 απαντήσεις



ρ) Αν ΟΧΙ, τί επαγγέλλεστε;

A) Δημόσιος υπάλληλος

B) Ιδιωτικός υπάλληλος

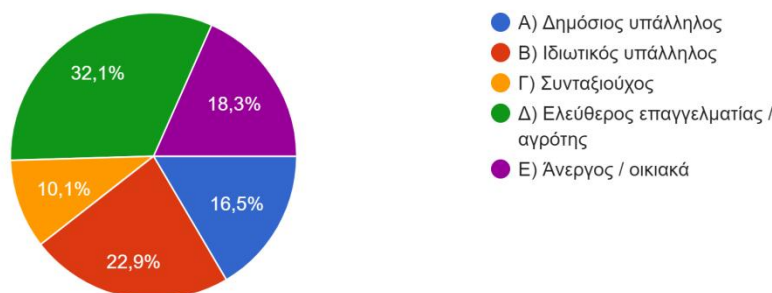
### Γ) Συνταξιούχος

### Δ) Μη εργαζόμενος/ άνεργος

Με τις δύο αυτές ερωτήσεις, προσπαθήσαμε να διαμορφώσουμε το επαγγελματικό προφίλ των ερωτηθέντων, αν δηλαδή είχαν κάποια σχέση με την τουριστική αγορά, ίσως αν ήταν ήδη κάτοχοι Rooms-to-let, τα οποία μπήκαν και αυτά στις καταχωρήσεις ως δίκλινα δωμάτια, ξεχωριστά, ακόμη και ανήκουν σε συγκρότημα. Τελικώς μόνο το 13,8% των ερωτηθέντων το έχει ως επαγγελματική ενασχόληση, τη φιλοξενία ταξιδιωτών και το 86,2 ασκεί άλλα ή κύρια επαγγέλματα διαφορετικής φύσεως. Σχετική και συνεχόμενη η τρέχουσα ερώτηση που δείχνει τη γκάμα των επαγγελμάτων τα οποία έχουν την ενασχόληση με την AIRBNB ως δευτερεύουσα απασχόληση. Το 16,5% είναι δημόσιοι υπάλληλοι, το 22,9% ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 10,1% είναι συνταξιούχοι (και φανταζόμαστε νέοι από ό,τι αποδεικνύεται με την ηλικία αργότερα), το 32,1% ελεύθεροι επαγγελματίες/ αγρότες που πιθανά αξιοποιούν κάποιο ακίνητο που ήταν παθητικό και τέλος ένα 18,3% είναι άνεργοι ή νοικοκυρές, άνθρωποι που έχουν ανάγκη αυτό το λίγο έστω εισόδημα.

### 9) Αν ΟΧΙ, τί επαγγέλλεστε;

109 απαντήσεις



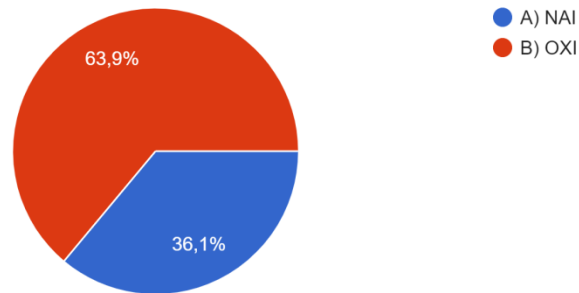
σ) Πιστεύετε πως με αυτήν την ενασχόληση βρήκατε λύση στην επαγγελματική σας αποκατάσταση; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

Στην ερώτηση αυτή τους ρωτήσαμε αν θεωρούν ότι με αυτήν την ενασχόληση βρήκαν λύση στην επαγγελματική τους αποκατάσταση. Σχεδόν το 64% απάντησε πως όχι. Η πιθανότητα να ξεφουσκώσει κάποια στιγμή αυτή η «φούσκα» ίσως ωθεί τους ανθρώπους να επιζητούν την ασφάλεια μιας σταθερής εργασίας και να έχουν τη βραχυχρόνια μίσθωση ως ένα συμπληρωματικό εισόδημα με το οποίο αποπληρώνουν

υποχρεώσεις πολλές φορές και του ιδίου του ακινήτου (πχ ΕΝΦΙΑ, στεγαστικό δάνειο, ασφάλειες, συντήρηση, κλπ).

10) Πιστεύετε πως με αυτήν την ενασχόληση βρήκατε λύση στην επαγγελματική σας αποκατάσταση;

122 απαντήσεις



#### 4. Γενικό Επίπεδο Ικανοποίησης από την Συμμετοχή στην AIRBNB

τ) Πώς σας φαίνεται η εμπειρία σας ως HOST στην πλατφόρμα της AIRBNB;

A) Είμαι συνεπαρμένος

B) Είμαι ευχαριστημένος

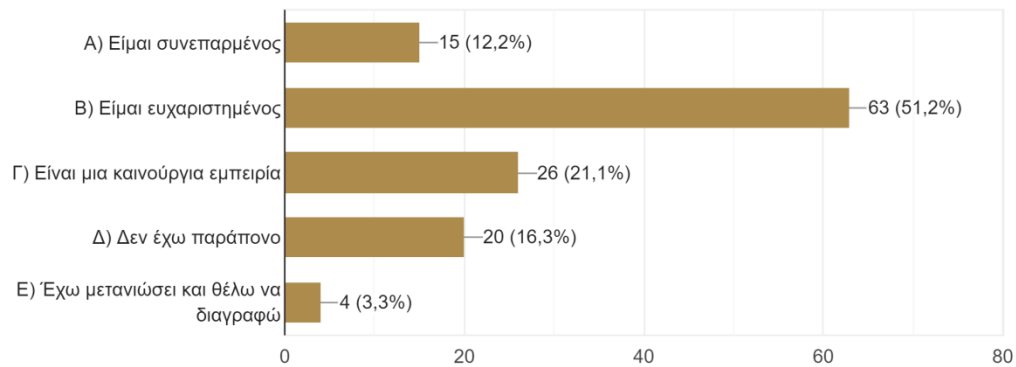
Γ) Είναι μια καινούργια εμπειρία

Δ) Δεν έχω παράπονο

Ε) Έχω μετανιώσει και θέλω να διαγραφώ

### 3) Πώς σας φαίνεται η εμπειρία σας ως HOST στην πλατφόρμα της AIRBNB;

123 απαντήσεις

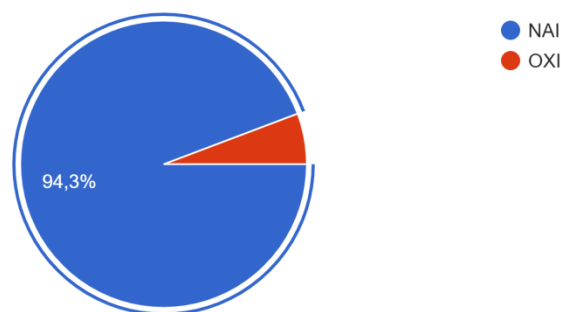


υ) Σας αρέσει που είστε μέλος αυτής της κοινότητας Ελλήνων AIRBNB HOSTS;

A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

### 1) Σας αρέσει που είστε μέλος αυτής της κοινότητας Ελλήνων AIRBNB HOSTS του FACEBOOK;

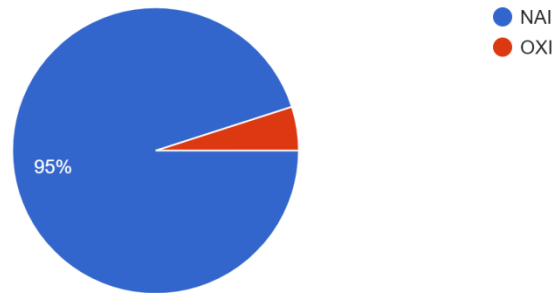
122 απαντήσεις



φ) Βρίσκετε απαντήσεις στα ερωτήματά σας εδώ; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

## 2) Βρίσκετε απαντήσεις στα ερωτήματά σας εκεί;

121 απαντήσεις

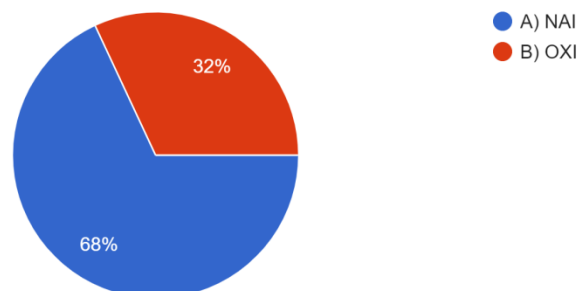


χ) Έχετε χρησιμοποιήσει και ο ίδιος την πλατφόρμα της AIRBNB για δική σας διαμονή σε κάποιο ταξίδι σας; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ

Εδώ τους ρωτάμε αν και οι ίδιοι έχουν χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα ως πελάτες σε άλλους hosts σε κάποιο ταξίδι τους. Το 68% ΝΑΙ, που σημαίνει πως και αυτοί ταξιδεύουν αρκετά και αναζητούν τα ίδια με τους δικούς τους καλεσμένους και μόνο το 32% δεν έχει χρησιμοποιήσει την AIRBNB στα ταξίδια τους είτε γιατί δεν ταξιδεύουν, είτε γιατί πιθανά προτιμάνε τα ομαδικά ταξίδια στο εξωτερικό, είτε τέλος προτιμάνε την ασφάλεια και την αίγλη ενός ξενοδοχείου.

18) Έχετε χρησιμοποιήσει και ο ίδιος την πλατφόρμα της AIRBNB για δική σας διαμονή σε κάποιο ταξίδι σας;

122 απαντήσεις



ψ) Αν ΝΑΙ, πώς ήταν η εμπειρία σας;

A) Εξαιρετική

B) Πολύ καλή

Γ) Ικανοποιητική

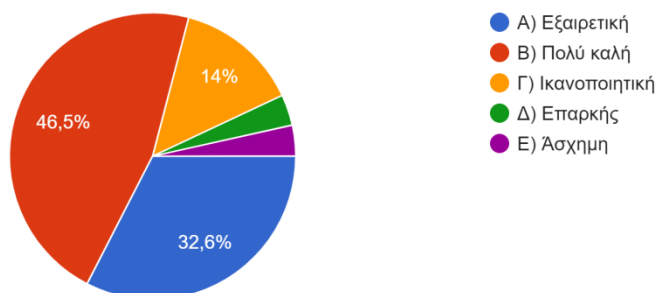
Δ) Επαρκής

Ε) Άσχημη

Το 32,6% απάντησε πως ήταν εξαιρετική εμπειρία. Το 46,5% πως ήταν πολύ καλή. Το 14% πως ήταν ικανοποιητική, ενώ το 7% ήταν μεταξύ επαρκούς εμπειρίας και άσχημης. Το επαρκής μπορεί να σημαίνει πως οι ίδιοι οι πελάτες δεν ήταν απαιτητικοί προς τις υπηρεσίες και το σέρβις ή ότι όλα αυτά ήταν απλώς στοιχειώδη. Η άσχημη εμπειρία θα μπορούσε να είναι μια διαφορετική εικόνα καταλύματος από αυτήν που έβλεπαν στις φωτογραφίες ή πολύ κακή εξυπηρέτηση ή επικοινωνία με τον Host.

19) Αν ΝΑΙ, πώς ήταν η εμπειρία σας;

86 απαντήσεις

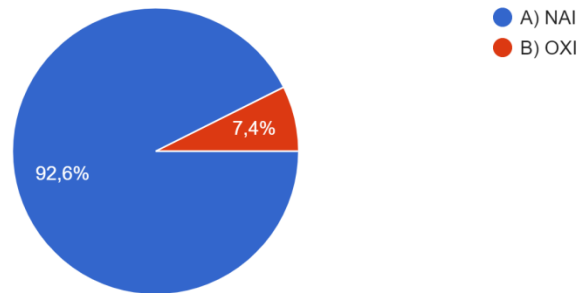


ω) Θα συνιστούσατε την πλατφόρμα της AIRBNB σε φίλους και γνωστούς σας για την καταχώρηση των ακινήτων τους; A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ



15) Θα συνιστούσατε την πλατφόρμα της AIRBNB σε φίλους και γνωστούς σας για την καταχώρηση των ακινήτων τους;

122 απαντήσεις

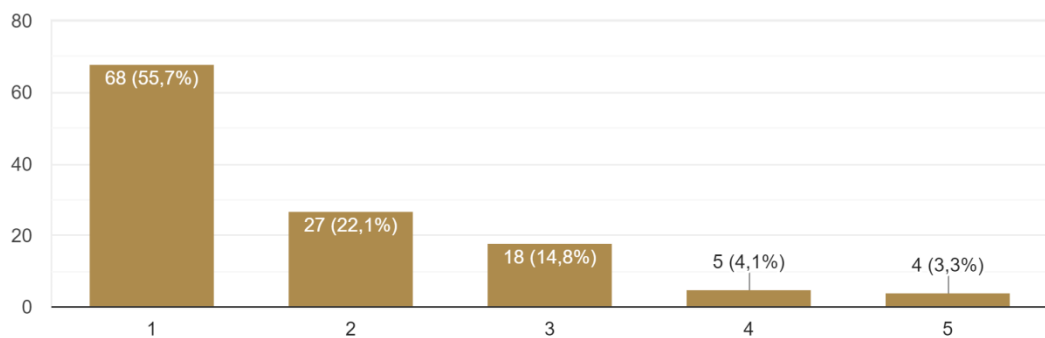


## 5. Γενικότερες Κοινωνικο-οικονομικές Επιπτώσεις του φαινομένου της AIRBNB

- Πιστεύετε πως αυτή η νέα καινοτομία έδωσε δουλειά σε διάφορες ειδικότητες εργασίας ; Από 1 (Πάρα πολύ) έως 5 (καθόλου δεν επηρέασε)

26) Πιστεύετε πως αυτή η νέα καινοτομία έδωσε δουλειά σε διάφορες ειδικότητες εργασίας ;

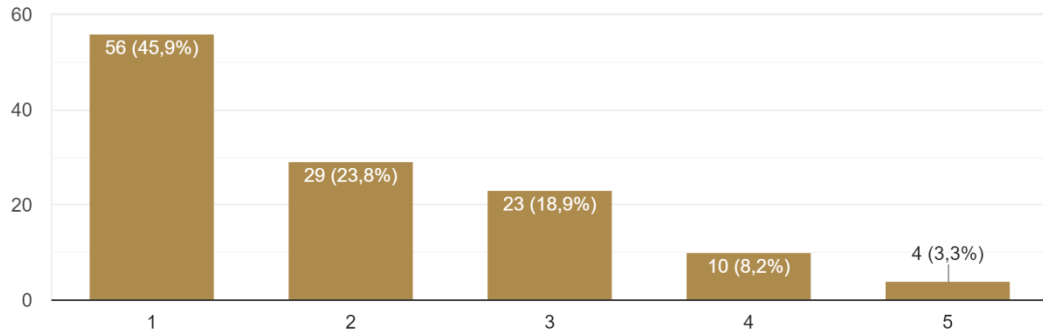
122 απαντήσεις



- Πιστεύετε πως χάρη σε αυτήν την καινοτομική δραστηριότητα αναπλάστηκαν τα κέντρα των πόλεων και οι ερημωμένοι παραδοσιακοί οικισμοί της χώρας; Από 1 (Πάρα πολύ) έως 5 (καθόλου δεν επηρέασε)

27) Πιστεύετε πως χάρη σε αυτήν την καινοτομική δραστηριότητα αναπλάστηκαν τα κέντρα των πόλεων ... παραδοσιακοί οικισμοί της χώρας;

122 απαντήσεις



- Τί θα απαντούσατε στους πολέμιους αυτής και παρόμοιων πλατφορμών; γενικά σε όσους είναι ενάντια στην AIRBNB ; (ελεύθερη ανάπτυξη, απόψεις των μελών της ομάδας σχετικά με το τί θα απαντούσαν στους πολέμιους αυτής και παρόμοιων πλατφορμών και γενικά σε όσους είναι ενάντια στην AIRBNB).
- Συμμετέχων 1: «Έχει δώσει ζωή στη γειτονιά. Πολλά σπίτια και διαμερίσματα έχουν ανακαινισθεί. Έγινε δυνατό μέσα στην κρίση αφού η δουλειά μειώθηκε πολύ, να πληρώνεται το στεγαστικό δάνειο και διάφοροι λογαριασμοί. Ωφελούνται super markets, ο φούρνος της γειτονιάς, η λαϊκή, ταβέρνες, μπαράκια, στεγνοκαθαριστήρια, ταξί. Τα έσοδα του κράτους αυξάνονται, αλλά μετά τις 12.000€ ο φόρος 34% είναι υπερβολικός. Δικαίωμά μου να ορίζω την ιδιοκτησία μου. Θα πρέπει όχι μόνο ο ενοικιαστής να έχει δικαιώματα αλλά και ο ιδιοκτήτης, πράγμα που δεν ισχύει τώρα».
- Συμμετέχων 2: «Η αξιοποίηση της περιουσίας μου, προσφέρει στην οικογένεια μου διεξόδους».
- Συμμετέχων 3: «Είναι δύσκολο να απαντήσω με λίγα λόγια. Καταλαβαίνω ότι πολύς κόσμος συμπληρώνει ή ζει από αυτό , αλλά καταλαβαίνω επίσης ότι υπάρχουν πάρα πολλά AIRBNB και είναι μια φούσκα πια. Το 80% την έχει πατήσει γιατί έχει κάνει μια επένδυση χωρίς χρηματοοικονομική αξιολόγηση. Είναι απαράδεκτο που βγάζουν από τα σπίτια τους ενοικιαστές για να τα κάνουν AIRBNB. Πώς θα φτιάξουν την ζωή τους? Τη σχέση τους? Είναι απαράδεκτο που τους βγάζουν έξω για να κάνουν το σπίτι τους AIRBNB. Νομίζω ότι όλα έχουν τα όριά τους! Απλά τα ξεπεράσαμε!».
- Συμμετέχων 4 : «Αυξήθηκε η δουλειά για όλους, από τον μπακάλη της γειτονιάς, τον φούρναρη, τον κρεοπώλη, τον ιδιοκτήτη καθαριστηρίου, χρωματοπώλη, ξεναγό, τουριστικό γραφείο με εκδρομές, μέχρι τον υδραυλικό, τον οικοδόμο και τον ταβερνιάρη. Ανέβασε όλους τους τομείς της οικονομίας».

- Συμμετέχων 5: «Σου δίνεται η δυνατότητα να αυξήσεις το εισόδημά σου και να καλύψεις τα πάγια έξοδα των ακινήτων σου με μεγαλύτερη άνεση. Τα ξενοδοχεία δεν έχουν πάψει να υφίσταται και ο κάθε άνθρωπος έχει την δυνατότητα να επιλέξει που θα περάσει τις διακοπές του».
- Συμμετέχων 6: «Τα ξενοδοχεία δεν μπορούν να καλύψουν την αυξημένη ζήτηση. Η αύξηση του τουρισμού τα τελευταία χρόνια οφείλεται στη βραχυχρόνια μίσθωση».
- Συμμετέχων 7: «Ότι είναι δικαίωμα μου να εκμεταλλευτώ το ακίνητο μου όπως θεωρώ πιο συμφέρον και ευτυχώς αυτές οι πλατφόρμες μας βοήθησαν να βρούμε διέξοδο στην κρίση».
- Συμμετέχων 8: «Θεωρώ ότι κάθε ένας έχει το δικαίωμα να αξιοποιεί την περιουσία του όπως αυτός θέλει, και εάν δημιουργείται έλλειψη κατοικιών π.χ κοντά στην Ακρόπολη για μακροχρόνια μίσθωση, ας μετακινηθεί κάποιος κάπου λιγότερο κεντρικά».
- Συμμετέχων 9: «Ότι δεν πρέπει κατ' αρχήν να εναντιώνονται, γιατί είναι μια πηγή εισοδήματος για πολλούς που έχουν οικονομικά προβλήματα. Αλλού να ψάξουν τη λύση για το πρόβλημα της μη εύρεσης ενοικίασης οικίας».
- Συμμετέχων 10: «Δεν αποδίδει όσα φαντάζονται διότι το κράτος φορολογεί κι αυτά που δεν εισπράτουμε και δεν δικαιολογεί έξοδα. Τα σπίτια ήταν κλειστά για ενοικίαση έτσι κι αλλιώς λόγω κατάστασης. Τώρα βγάζουν τα έξοδα τους κι ένα μικρό κέρδος δίχως φέσια από ενοικιαστές που ο νόμος στηρίζει παράλογα και βάζει τους ιδιοκτήτες ως εχθρούς παρόλο που προσφέρουν λύση στέγης και επένδυσαν στη χώρα από τους προγόνους τους ως τώρα. Το κέντρο ανακαινίστηκε κι η Αθήνα ομορφαίνει. Τα ξενοδοχεία δουλεύουν έτσι κι αλλιώς στο φουλ».
- Συμμετέχων 11: «Πως οι τοπικές κοινωνίες έχουν μόνο θετικά να κερδίσουν».
- Συμμετέχων 12: «Είναι μια ατομική εργασία ενάντια στις πολυεθνικές. Αφήστε την να δουλέψει . Εάν θέλετε ελάτε μαζί μας, εάν όχι μην μας πολεμάτε» .
- Συμμετέχων 13: «Ότι από τον τουρισμό, στην Ελλάδα, θα μπορούσαν να επωφεληθούν και άλλοι πέρα από τους ξενοδόχους».
- Συμμετέχων 14: «Κάθε πολίτης είναι ελεύθερος να διαθέτει την περιουσία του όπως επιθυμεί!»
- Συμμετέχων 15: «Ότι είναι υπερβολικοί και επηρεασμένοι από διαφορά κακόβουλα δημοσιεύματα. Η καινοτομία αυτή έχει πολλά θετικά και έχει ανακουφίσει οικονομικά μια μεγάλη μερίδα του κόσμου που το είδε ως διέξοδο στην οικονομική κρίση. Επιπλέον έχει ομορφύνει και αναβαθμίσει περιοχές της Αθήνας με παλιά και ταλαιπωρημένα ακίνητα».
- Συμμετέχων 16: «Τα τελευταία χρόνια οι ιδιοκτήτες υπήρξαν έρμαιο των ενοικιαστών χωρίς καμία υποστήριξη από το κράτος και οι τιμές των ακινήτων και των ενοικίων έπεσαν σε εξευτελιστικά επίπεδα . Η AIRBNB αποτελεί διέξοδο στους απελπισμένους ιδιοκτήτες που είδαν τις περιουσίες τους να εξανεμίζονται και βρίσκονται στα δικαστήρια από τους κακόπιστους ενοικιαστές».

- Συμμετέχων 17: «Να μην φοβούνται το καινούργιο και να είναι ανοιχτοί στους ανθρώπους γιατί ουσιαστικά αυτό κάνει η βραχυχρόνια μίσθωση μας βγάζει στο κόσμο και αν μπορούμε να έχουμε και οικονομικό όφελος ακόμα καλύτερα».
- Συμμετέχων 18: «Μακάρι να μπορούσαμε να αξιοποιήσουμε τα παλιά μας κτίρια, την ιστορία αυτού του τόπου. Δεν είναι όμως η πλατφόρμα που πρέπει να μας ελκύει, χρειάζεται όραμα και στόχοι για να πάει ο τόπος μπροστά. Και επίσης δεν τα κάνουμε όλα για τους φιλοξενούμενούς μας, έχουμε το σπίτι μας, το στυλ μας, το γούστο μας, μας αρέσει να προσελκύνουμε ανθρώπους με παρόμοια ενδιαφέροντα, με ιδέες που έχουν να μας πουν κάτι παραπάνω, για να μπορέσουμε να προχωρήσουμε. Δεν είναι όλα για το χρήμα, δεν θέλω να έρχεται ο οποιοσδήποτε σπίτι μου, ούτε και επιθυμώ πελάτες ξενοδοχείου, δεν προσφέρω υπηρεσίες. Κακώς ακούγετε εμείς δεν θέλουμε να είμαστε ξενοδοχεία, θέλουμε να προσφέρουμε τη φιλοξενία και κάποιες μοναδικές και προσωπικές εμπειρίες για τον καθένα. Το AIRBNB είναι μια ευκαιρία , ένα ρίσκο, εμείς ευχόμαστε να προσελκύνουμε τον άλλο που μπορεί να είναι ξένος, ωστόσο να θέλει να σεβαστεί την διαφορετικότητα του κάθε σπιτιού, του κάθε τόπου. Και εμείς ρισκάρουμε και όσοι έρχονται σε εμάς επίσης, έτσι είναι όμως στη ζωή, τολμάς και προχωράς».
- Συμμετέχων 19: «Στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς εργασίας, νομίζω ότι ο καθένας μπορεί να διαθέσει το/τα ακίνητα του προκειμένου να είναι αποδοτικά από τη στιγμή, βέβαια, που πειθαρχεί στο νομικό πλαίσιο που ορίζει το κάθε κράτος για τέτοιου τύπου μισθώσεις. Έτσι, τα ακίνητα αποδίδουν τόσο στον ιδιοκτήτη (ενισχύοντας το εισόδημά του), όσο και στο κράτος (με αύξηση των εσόδων του από την φορολογία). Επιπλέον, δίνεται εργασία σε άτομα που ασχολούνται με ανάλογες εργασίες (π.χ καθαρίστριες, ελαιοχρωματιστές) και «κινείται» η αγορά (στην αγορά επίπλων κ.α.). Δεν νομίζω ότι οι ξενοδόχοι πρέπει να πολεμούν και να φοβούνται την βραχυχρόνια μίσθωση γιατί το κοινό που απευθύνεται είναι διαφορετικό και ψάχνει άλλου τύπου καταλύματα. Τα όρια πρέπει να είναι διακριτά και να συνυπάρχουν αρμονικά βοηθώντας έτσι την ευρύτερη ανάπτυξη της οικονομίας και των κοινωνιών».
- Συμμετέχων 20: «Έχουν ανανεωθεί πολλά εγκαταλειμμένα κτίρια και διαμερίσματα στο κέντρο. Εγώ έχω ανανεώσει 6 διαμερίσματα. Όλα ήταν ακατοίκητα για χρόνια πριν τα αναλάβω. Δεν μου αρέσει όταν πετιούνται ενοικιαστές στον δρόμο για αλλαγή σε βραχυχρόνια χρήση. Εάν υπάρχει έλλειψη στέγης, το κράτος πρέπει να "τιμωρεί" αυτούς που κρατούν ακίνητα άδεια. Πχ μεγαλύτερο ΕΝΦΙΑ αν δεν έχεις λογαριασμό ηλεκτρικού. Επίσης αν κάποιος έχει πάνω από 2 AIRBNB πρέπει να έχει όλες τις υποχρεώσεις ενός ξενοδόχου. Από φορολογική άποψη ακόμα δεν έχω καταλάβει αν μπορώ να αφαιρέσω από τα έσοδα μου το μίσθωμα που πληρώνω στην ιδιοκτήτρια. Όλοι οι λογιστές μου λένε όχι, οι ακτιβιστές στα AIRBNB forums λένε ναι».
- Συμμετέχων 21: «Ότι τα ξενοδοχεία δεν επηρεάστηκαν ως αναφορά την πληρότητα αλλά τις κρατήσεις και ότι τα ενοίκια ανέβηκαν μόνο σε

συγκεκριμένα αστικά κέντρα. Οι τιμές τους έτσι και αλλιώς ήταν εξευτελιστικά χαμηλές».

- Συμμετέχων 22: «Να βλέπουν και τα θετικά, ό,τι φέρνει η τεχνολογία δεν έχει επιστροφή σε προηγούμενες εποχές. Η έλλειψη κατοικίας να αντιμετωπισθεί με τα ανεκμετάλλευτα κτίρια του Δημοσίου. Και με επιδοτήσεις όχι με την ατομική ιδιοκτησία. Το κράτος πρέπει να είναι ρυθμιστής και όχι θεατής».
- Συμμετέχων 23 : «Είμαστε όλοι μέλη μιας κοινωνίας και ο καθένας βοηθάει με τον τρόπο του στην βελτίωση των (κυρίως οικονομικών) συνθηκών. Η βραχυχρόνια μίσθωση είτε άμεσα είτε έμμεσα, προσφέρει εργασία σε πολλά επαγγέλματα, ξεκινώντας από τα επαγγέλματα του χώρου της οικοδομής (αρχιτέκτονες, μηχανικούς, οικοδόμους, υδραυλικούς, ηλεκτρολόγους), λογιστές, μεταφορείς (αεροπορικές εταιρίες, ταξί, γραφεία ταξιδίων), καταστήματα εστίασης και διασκέδασης, ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων των τοπικών αγορών, και τελικά έναν μεγάλο αριθμό επαγγελματιών. Και όλα αυτά τα έσοδα, να σκεφτόμαστε ότι είναι εισροή συναλλάγματος!!!»
- Συμμετέχων 24 : «Είσαι πολέμιος της AIRBNB μέχρι να σου αφήσει η γιαγιά σου το ωραίο δυαράκι στο Κουκάκι.

Σε γενικές λοιπόν γραμμές η έρευνά μας έδειξε τα εξής πορίσματα :

- 1) Οι έλληνες εκμισθωτές πιστεύουν ότι διαφοροποιούνται σε σχέση με τα ξενοδοχεία και ότι δεν λειτουργούν ανταγωνιστικά αλλά συμπληρωματικά αυτών.
- 2) Ανήκουν στη μέση ηλικία και δεν το βλέπουν ως κύριο επάγγελμα αλλά ως συμπλήρωμα στα εισοδήματά τους. Κυρίως είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και ιδιωτικοί ή δημόσιοι υπάλληλοι.
- 3) Είναι γενικά ευχαριστημένοι από αυτόν τον τρόπο αξιοποίησης της περιουσίας τους σε σχέση με τη μακροχρόνια εκμίσθωση ή τα κενά διαμερίσματα.
- 4) Ασχολούνται οι ίδιοι με τη λειτουργία των κρατήσεων και την υποδοχή των καλεσμένων τους
- 5) Πιστεύουν πως αναπλάστηκαν οι πόλεις/ γειτονιές και ότι τονώθηκε η οικονομία σε διάφορους κλάδους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΤΡΕΧΟΝΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ

### 6.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ Η ΑΝΗΣΥΧΙΑ ΣΤΟΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΚΛΑΔΟ

Και ενώ οι επενδύσεις στην ξενοδοχειακή αγορά της πρωτεύουσας συνεχίζονται με αμείωτο ρυθμό (μεταξύ άλλων πριν λίγες ημέρες άνοιξε το Blend Hotel στην πλατεία Αγίας Ειρήνης, ιδιοκτησίας HOTELCO A.E., βρίσκονται σε εξέλιξη επενδύσεις από την Ομόνοια μέχρι το Σύνταγμα, ετοιμάζονται μετατροπές κτιρίων σε μονάδες στην πλατεία Καραϊσκάκη, υπάρχει μεγάλη κινητικότητα στο χώρο των μικρών καταλυμάτων και των boutique hotels ), η πορεία της ζήτησης και των τιμών διανυκτέρευσης, που ξεκίνησαν με απώλειες ήδη από την αρχή της χρονιάς, προβληματίζουν έντονα την αγορά. Όπως εξηγούν οι ξενοδόχοι, ενώ ο τουρισμός στην Αθήνα ανεβαίνει, οι επισκέπτες δεν καταλήγουν στα ξενοδοχεία της πόλης.

Ενδεικτικά είναι τα τελευταία στοιχεία της trivago Hotel Price Index για τη μέση τιμή ανά διανυκτέρευση για standard δίκλινο δωμάτιο στις πιο δημοφιλείς πόλεις της Ευρώπης, σύμφωνα με τα οποία η πτώση στην τιμή φτάνει το 8% τον Απρίλιο, παρά το γεγονός πως ο μήνας που διανύουμε θεωρείται ευνοϊκός για το τουρισμό πόλεων (city break).

Όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί, η μέση τιμή στην Αθήνα διαμορφώθηκε στα 96 ευρώ, από 104 ευρώ τον Απρίλιο του 2018. Την ίδια στιγμή, η πόλη βρίσκεται χαμηλά στην κατάταξη με άλλους δημοφιλείς ευρωπαϊκούς προορισμούς, ενώ η Κωνσταντινούπολη δείχνει να κερδίζει σταδιακά το χαμένο έδαφος. Ακριβότερη πόλη το Άμστερνταμ με 184 μέση τιμή ανά διανυκτέρευση και ακολουθούν το Λονδίνο, η Ζυρίχη και το Παρίσι με τιμές 147 και 140 ευρώ αντίστοιχα. Φθηνότερες από την Αθήνα πόλεις, εκτός από την Κωνσταντινούπολη, είναι η Βαρσοβία και η Μόσχα.

	Apr 19 F	Apr 18
Άμστερνταμ	€184	€178
Λονδίνο	€147	€136
Ζυρίχη	€147	€144
Παρίσι	€140	€133
Δουβλίνο	€138	€137
Βαρκελώνη	€129	€124
Βιέννη	€118	€109
Ρέικιαβικ	€114	€121
Ρώμη	€111	€114
Μαδρίτη	€102	€113
Βρυξέλλες	€100	€98
Λισαβόνα	€99	€112
Βερολίνο	€96	€89
Αθήνα	€96	€104
Κωνσταντινούπολη	€71	€65
Βαρσοβία	€65	€64
Μόσχα	€59	€64



Εικόνα 9 : Trivago Hotel Price Index για τις δημοφιλέστερες πόλεις της Ευρώπης

Η κάμψη είναι εμφανής όλο το τετράμηνο και κυμαίνεται στο 7,7%. Τον Ιανουάριο φέτος, σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, η μέση τιμή διανυκτέρευσης στα ξενοδοχεία της Αθήνας ήταν στα 71 ευρώ, λίγο χαμηλότερα σε σύγκριση με τα 75 ευρώ που ήταν η τιμή τον Ιανουάριο και το Δεκέμβριο του 2018. Το Φεβρουάριο ήταν στα 73 ευρώ από 79 το Φεβρουάριο του 2018. Το Μάρτιο επίσης, η μέση τιμή κράτησης κατέγραφε πτώση 10%, στα 80 ευρώ από 89 ευρώ το Μάρτιο του 2018.

Ο προβληματισμός που επικρατεί στους επιχειρηματίες της αγοράς έγκειται στην έκρηξη που παρουσιάζει ο αριθμός των καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης που προσφέρονται πλέον από πλατφόρμες (όπως η AIRBNB), και η αντίστοιχη ζήτηση, αφού τα στοιχεία δείχνουν πως οι αφίξεις επισκεπτών από το εξωτερικό διατηρούν το θετικό τους πρόσημο [67].

Άσχημα νέα έρχονται και από την πλέον τουριστική Κρήτη, λίγο πριν την ολοκλήρωση της μελέτης μας (αρχές Ιουνίου 2019).

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των Κρητικών ξενοδόχων η πτωτική πορεία της τουριστικής βιομηχανίας που αποφέρει έσοδα στο ΑΕΠ της χώρας κάθε άλλο παρά αναστρέψιμη είναι κάτω από τις συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. Ενδεικτικό του κλίματος απογοήτευσης που επικρατεί είναι οι εκτιμήσεις του προέδρου των ξενοδόχων του Λασιθίου κύριο Μανόλη Βαρκαράκη στο Ράδιο Κρήτη και το [ekriti.gr](http://ekriti.gr) για τη φετινή χρονιά. Όπως αναφέρθηκε η πτώση τον Ιούνιο στον τουρισμό της Κρήτης αναμένεται να φτάσει το 10%-15% σε σχέση με πέρυσι και με τις προοπτικές να μην είναι καθόλου ευοίωνες ακόμη και στην λεγόμενη high season δηλαδή τον Ιούλιο και τον Αύγουστο.

Την μεγαλύτερη ζημιά έχουν υποστεί τα ξενοδοχεία πολυτελείας σε σχέση με τα μικρότερης κατηγορίας ενώ οι παράγοντες που συντελούν σε αυτή την πτώση είναι πολλοί.

Χαρακτηριστικά επισημάνθηκε η υπερφορολόγηση στην Ελλάδα, η αναδιάρθρωση των ξένων αεροπορικών εταιριών που διακινούν τουρίστες αλλά και η άνοδος των ανταγωνιστριών χωρών όπως η Τουρκία. Παράλληλα μεγάλο πλήγμα στα έσοδα των τουριστικών επιχειρήσεων έχει επιφέρει και η άνοδος του AIRBNB. Δηλαδή η μείωση των εσόδων από τον τουρισμό μπορεί να αποδοθεί εν μέρει στους χρήστες AIRBNB, των οποίων οι δαπάνες δεν καταγράφονται.

Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι μειώνεται σταδιακά την τελευταία δεκαετία, καθώς η ημερήσια τουριστική δαπάνη διατηρείται σχετικά σταθερή και η μέση διάρκεια παραμονής ανά ταξίδι ακολουθεί φθίνουσα πορεία [68].

Μπήκαμε για τον λόγο αυτό της μείωσης των αφίξεων στα ξενοδοχεία της Κρήτης τον φετινό Ιούνιο και στο site της AirDna για να συγκρίνουμε και με τις κρατήσεις της AIRBNB. Η πλατφόρμα μας ενημερώνει ότι στον Δήμο Χανίων που έχει 3.287 καταχωρήσεις η πληρότητα είναι μόλις στο 48%, και στην περιοχή του

Λασιθίου με 2.141 καταχωρήσεις, η πληρότητα πολύ χαμηλά, στο 33%, άρα δεν είναι σε καλύτερη μοίρα τα AIRBNB δωμάτια/σπίτια, κλπ. Σίγουρα θα ήταν ενδιαφέρον να μελετούσαμε τη συγκεκριμένη περίοδο ένα χρόνο πριν για να έχουμε μέτρο σύγκρισης, όμως η πλατφόρμα δεν μας επιτρέπει δωρεάν, πρέπει να πληρώσουμε για να έχουμε επιπλέον δεδομένα. Υπάρχει όμως η δυνατότητα για τον επενδυτή, να μελετήσει όλη την Ελλάδα, αλλά και όποιο σημείο του κόσμου τον ενδιαφέρει και να ζητήσει κατόπιν συνδρομής να παρακολουθεί την περιοχή και τα δεδομένα της αγοράς εκεί [69] και [70].

Επίσης, σύμφωνα με έρευνα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος το 2017 τα ξενοδοχεία έχουν υποστεί ζημιές της τάξεως των 525 εκατομμυρίων ευρώ. Οι ξενοδόχοι κάνουν λόγο για αθέμιτο ανταγωνισμό. Δεν είναι λογικό όπως λένε η μισή αγορά να λειτουργεί με προνομιακούς φορολογικούς συντελεστές και τα ξενοδοχεία να επιβαρύνονται υπερβολικά [71].

## **6.2 Η ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ AIRBNB ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Τον πρώτο καιρό οι βραχυχρόνιες μισθώσεις στην Ελλάδα άρχισαν άτακτα και χωρίς να δηλώνονται οι δραστηριότητές τους στο φορολογικό μας σύστημα. Ίσως αυτό ήταν που προκάλεσε και την οργή των ξενοδόχων που είδαν τον τζίρο τους να πέφτει. Από την άλλη όμως, ανεβαίνοντας ο ανταγωνισμός στα καταλύματα και προσπαθώντας κάποιοι να ξεχωρίσουν από το πλήθος, εύχονταν σύντομα να ανοίξει η πλατφόρμα του Υπουργείου Οικονομικών, όπου δηλώνονται τα εισοδήματα από τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, πιστεύοντας πως αυτό θα αποθαρρύνει πολλούς και οι οποίοι έτσι θα αποχωρήσουν, αφήνοντας χώρο ελεύθερο για όσους είναι νόμιμοι. Η πλατφόρμα άνοιξε επιτέλους τον Αύγουστο του 2018, αποδεικνύοντας όμως ότι δεν πτόησε πολλούς, αντιθέτως οι καταχωρήσεις αυξάνονται και γίνονται όλο και πιο οργανωμένα. Σίγουρα βέβαια θα υπάρχουν ακόμη και οι ανένταχτοι, μέχρι να τους τσιμπήσει η «τσιμπίδα» της φορολογίας, αφού οι έλεγχοι έχουν ενταθεί, όπως εντείνονται κάθε καλοκαίρι σε όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις για την τιμή των όπλων βέβαια και όχι επί της ουσίας. Η χαλαρότητα και η ανομία του ελληνικού κράτους δίνουν τροφή σε διάφορα επαγγέλματα να φοροδιαφεύγουν και έτσι τώρα, ήρθε και η σειρά των βραχυχρόνιων μισθώσεων.

Τρεις είναι οι κλίμακες και οι βαθμίδες της φορολογίας στην Ελλάδα για τα εισοδήματα από ακίνητη περιουσία, για μακροχρόνιες ή βραχυχρόνιες μισθώσεις. Από 0-12.000€ εισοδήματα, ο φόρος είναι 15%, από 12.001-35.000€ στο 35% και από 35.001- και πάνω 45% ο φόρος, ενώ στην Κύπρο για τα ίδια εισοδήματα η φορολογία είναι στο 12,5%. Φορολογείται ακόμη και ο γονέας που παραχωρεί το ακίνητό του στο παιδί του για να το καταχωρήσει στις πλατφόρμες, με 3% της αντικειμενικής αξίας του ακινήτου. Υπάρχουν πολλά διαδικαστικά θέματα με την ιδιοκτησία με επικαρπία γονέα, την εκμίσθωση ακινήτου με σκοπό την βραχυχρόνια εκμετάλλευση και την αποδοχή κληρονομιών, που η ελληνική γραφειοκρατία κάνει ακόμη πιο περίπλοκα, πριν να μπορέσει κάποιος να μπει νόμιμα και καθαρά στη διαδικασία. Είναι τόσοι οι φόροι που ταλανίζουν τον Έλληνα σήμερα, που έχει



φτάσει στο σημείο να αποποιείται ακόμη και όσα κληρονόμησε από τους οικείους του γιατί αδυνατεί να ανταπεξέλθει οικονομικά. [72] Χιλιάδες ακίνητα θα περιέλθουν στο Ελληνικό κράτος, που θα γίνει ξαφνικά κάτοχος τεράστιας ακίνητης περιουσίας που θα κληθεί να διαχειριστεί ή να εκποιήσει. Πολλοί μιλούν για τεράστια ευκαιρία του κράτους, να ασκήσει επιτέλους κοινωνική πολιτική για τους οικονομικά ασθενέστερους, προσφέροντας κατοικίες με συμβολικά ενοίκια, εκεί όπου οι πολίτες αδυνατούν να βρουν κενά, εξαιτίας της AIRBNB.

Η πλατφόρμα για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις της ΑΑΔΕ που συστάθηκε το 2018, είναι φιλική προς το χρήστη και μπορεί ο ίδιος να τη χειριστεί μέσω του TAXISNET, αν δεν το κάνει ο λογιστής του. Με την εγγραφή και την είσοδο σε αυτή ο χρήστης επιλέγει από το καταχωρημένα σε αυτόν ακίνητα μέσω του Ε9 του, ποιο είναι αυτό που θα εισάγει στις βραχυχρόνιες μισθώσεις κι έτσι παράγεται ο ΑΤΑΚ (Αριθμός Ταυτοποίησης Ακινήτου ή Property Identification No), αριθμός που πρέπει να αναγράφεται σε ειδικό σημείο στην πλατφόρμα της AIRBNB ή σε οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα, καθώς και σε κάθε άλλο μέσο προβολής. Όσα ακίνητα φέρουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας (ΕΣΛ) όπως το γνωρίζουμε από τον ΕΟΤ, ως τουριστικό σήμα, δεν υποχρεούνται να εγγραφούν στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής, έχουν όμως και αυτοί την ίδια υποχρέωση να αναγράφουν αυτό το νούμερο επίσης σε εμφανές σημείο κατά την ανάρτηση του ακινήτου τους στις ψηφιακές πλατφόρμες, καθώς και σε κάθε άλλο μέσο προβολής.

### Ορισμοί

Ως βραχυχρόνια μίσθωση ορίζεται η μίσθωση ακινήτου που συνάπτεται μέσω των ψηφιακών πλατφορμών για συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, μικρότερη του έτους.

Ως διαχειριστής ακινήτου βραχυχρόνιας μίσθωσης ορίζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή κάθε είδους νομική οντότητα, που αναλαμβάνει τη διαδικασία ανάρτησης ακινήτου στις ψηφιακές πλατφόρμες με σκοπό τη βραχυχρόνια μίσθωση. Μπορεί να είναι είτε ο κύριος του ακινήτου, ή νομέας ή επικαρπωτής ή υπεκμισθωτής ή τρίτος. Αν τώρα ο κύριος του ακινήτου, ή ο νομέας ή ο επικαρπωτής ή ο υπεκμισθωτής του αναθέσει σε τρίτον τη διαχείριση του ακινήτου, με σκοπό τη βραχυχρόνια μίσθωση, έχει υποχρέωση υποβολής Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας στην οποία θα καταχωρήσει τα στοιχεία του διαχειριστή του ακινήτου. Σε περίπτωση μη υποβολής αυτής, θεωρείται ο ίδιος διαχειριστής του ακινήτου. Σε περίπτωση συνιδιοκτησίας, όταν διαχειριστής του ακινήτου είναι ένας εκ των συνιδιοκτητών, οι υπόλοιποι συνιδιοκτήτες δεν υποχρεούνται στην υποβολή ΔΠΣΜΑΠ.

Το εισόδημα που αποκτάται, από φυσικά πρόσωπα, από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτου της οικονομίας διαμοιρασμού, θεωρείται εισόδημα από ακίνητη περιουσία, εφόσον τα ακίνητα εκμισθώνονται επιπλωμένα χωρίς την παροχή

οιασδήποτε υπηρεσίας πλην της παροχής κλινοσκεπασμάτων/ Το εισόδημα αυτό απαλλάσσεται από Φ.Π.Α.

Ο διαχειριστής υποχρεούται να υποβάλλει τη Δήλωση Βραχυχρόνιας Διαμονής μέχρι τις 20 του επόμενου μήνα από την ημέρα αναχώρησης του μισθωτή από το ακίνητο, μέσα στην πλατφόρμα του Υπουργείου Οικονομικών.

Η ΑΑΔΕ διατηρεί το δικαίωμα να 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.

Σε μεταγενέστερο χρόνο και εφόσον κριθεί απαραίτητο για λόγους προστασίας της κατοικίας, μπορεί να καθοριστούν γεωγραφικές περιοχές όπου θα ισχύουν περιορισμοί στη διάθεση ακινήτων για βραχυχρόνια μίσθωση. Όπως πχ να μην επιτρέπεται η βραχυχρόνια μίσθωση άνω των δύο ακινήτων ανά ΑΦΜ δικαιούχου εισοδήματος και η μίσθωση να μην υπερβαίνει τις 90 ημέρες ή τις 60 ημέρες σε μικρά νησιά (Καλαμαράς Νικόλαος, 2018) και [73]

### **6.3 Η ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΗΣ AIRBNB – ΟΜΟΙΟΓΕΝΟΠΟΙΗΣΗ**

Από την ώρα που οι ιδιοκτήτες των ακινήτων άρχισαν να καταχωρούν τα ακίνητά τους στην πλατφόρμα, άρχισαν να προκύπτουν ερωτήματα του τύπου : «Είναι κατάλληλο το κατάλυμά μου;» «Είναι ελκυστικό και όπως θέλει η AIRBNB να είναι για να πληροί τους όρους της;» Αρχίσαμε να καταγιζόμαστε στα social media από άπειρες διαφημίσεις εταιρειών επίπλων, ειδών σπιτιού, λευκών ειδών, οι οποίες πουλάνε «πακέτα» προϊόντων για AIRBNB. Εξ ου και όλες οι βραχυχρόνιες μισθώσεις παραπέμπουν πλέον στην AIRBNB, είτε είναι, είτε όχι. Πολλοί τα κατάφεραν με τη βοήθεια αυτών των εταιρειών να ντύσουν «κατάλληλα» ένα σπίτι που να είναι AIRBNB. Χαρακτηριστικό παράδειγμα το IKEA, στο οποίο καταφεύγουν χιλιάδες πελάτες για να λύσουν πολλά θέματα διακόσμησης, αποθήκευσης και μικρών χώρων [74].

Άλλοι προσπάθησαν μόνοι τους και με το δικό τους γούστο να συνδυάσουν ήδη υπάρχοντά τους με νέες πινελιές αντικειμένων που θα δώσουν έναν όμορφο αέρα στον χώρο τους. Στις περισσότερες περιπτώσεις και ειδικά σε διαμερίσματα το αποτέλεσμα ήταν θετικό. Γίνεται δε ολοένα και θετικότερο, ανεβάζοντας όμως τα στάνταρντ και αυξάνοντας τον ανταγωνισμό. Φυλλομετρώντας τις σελίδες με ακίνητα στην Αθήνα που έχουν φωτογραφηθεί και από επαγγελματίες φωτογράφους, γινόμαστε μάρτυρες ενός πολύ καλού επιπέδου αρχιτεκτονικής και διακόσμησης και ειδικά σε περιπτώσεις όπου έχει πέσει ριζική ανακαίνιση από ειδικούς. Στην ερώτησή μας στην πλατφόρμα της Google “How to decorate for AIRBNB” τα αποτελέσματα που μας έδωσε ήταν απίστευτα. 14.300.000 αποτελέσματα στις 21/06/2019, πράγμα που σημαίνει ότι υπάρχει τεράστιο ενδιαφέρον παγκοσμίως για τη διακόσμηση σπιτιών τύπου AIRBNB. Πληθώρα τα βίντεο στο Youtube ανθρώπων που μας μιλούν γι’ αυτή τους την εμπειρία [75].

Σίγουρα οι άνθρωποι που πρόσφεραν ένα δωμάτιο στο σπίτι τους ή ένα μικρό διαμέρισμα πλάι στο σπίτι τους, έβαλαν την προσωπική τους πινελιά και δημιούργησαν κάτι που αντανακλάει τον χαρακτήρα και το γούστο τους. Σίγουρα χιλιάδες άνθρωποι θα αναζήτησαν λύσεις στο διαδίκτυο που με την ευρύτητά του δίνει απαντήσεις σε θέματα άγνωστα και νερά αχαρτογράφητα. Από εκεί και πέρα, όσο το φαινόμενο AIRBNB εξελίσσεται σε πιο επαγγελματική ενασχόληση, αρχίζουν να εμπλέκονται διάφοροι κλάδοι πιο επαγγελματικά, όπως οι αρχιτέκτονες, οι διακοσμητές, οι φωτογράφοι, οι επαγγελματίες φωτογράφοι, κλπ. Υπάρχει μια έντονη διαπίστωση μετά την ενασχόλησή μας με αυτό το θέμα όλο αυτό το διάστημα, πως υπάρχει μια έντονη ομοιογενοποίηση των ακινήτων, έτσι ώστε να «μοιάζουν» AIRBNB, αλλά στην πραγματικότητα να μην λαμβάνουν υπόψη καθόλου την ιδιαιτερότητα του χώρου, της περιοχής ή της χώρας όπου βρίσκονται. Όσο πιο επαγγελματικό είναι το αποτέλεσμα, τόσο περισσότερο χάνει τα ιδιαίτερα του χαρακτηριστικά, κι έτσι ο καλεσμένος δεν μπορεί να ξεχωρίσει αν βρίσκεται σε διαμέρισμα στην Αθήνα, τη Στοκχόλμη, το Παρίσι, τη Νέα Υόρκη ή την Πάρο. Πολλές φορές το θέαμα γίνεται θλιβερό και θα το εξηγήσουμε αυτό αναλυτικά, διότι μας έχει απασχολήσει έντονα. Ειδικά όπου καταστρατηγούνται έννοιες όπως η παραδοσιακή αρχιτεκτονική και το παραδοσιακό στοιχείο, που κάνει ένα μέρος να ξεχωρίζει από ένα άλλο. Ακριβώς με τον ίδιο τρόπο που ένα ακίνητο στις Κυκλάδες, δεν μπορεί να μοιάζει με ένα ακίνητο στα Ζαγοροχώρια ή την ορεινή Αρκαδία. Αυτή η ομοιογενοποίηση θα αλλοιώσει όλο το τουριστικό προϊόν που προσφέρουμε σαν χώρα και θα κάνει τους τουρίστες να αναζητήσουν άλλους πιο παραδοσιακούς προορισμούς. Δηλαδή θα γυρίσει μπουμερανγκ για την ιδιαίτερη ταυτότητα των προορισμών μας και ίσως τελικά αυτό να αποτελέσει την αχίλλειο πτέρνα μας και τον Δούρειο Ίππο μας, πράγμα που θα είναι καταστροφικό για μία χώρα που εξαρτάται από τον τουρισμό, όπως είναι η Ελλάδα.

**Η πολιτιστική ομοιογενοποίηση** είναι μια διαδικασία στην οποία μια κυρίαρχη κουλτούρα εισβάλλει ή συλλαμβάνει έναν τοπικό πολιτισμό, επιστρέφοντας στην ομοιογενή κοινωνία. Δηλαδή, ότι τα έθιμα, οι ιδέες ή οι αξίες τους μεταμορφώνονται, μπορούν να προκαλέσουν την απώλεια της ταυτότητάς τους να υιοθετήσουν ή να αφομοιώσουν μια πιο παγκόσμια κουλτούρα. Τα μέσα και η τεχνολογία διαδραματίζουν εξαιρετικά σημαντικό ρόλο στη διαδικασία αυτή. Χάρη στη σύνδεση που μπορεί να επιτευχθεί σήμερα, αυτό επιτρέπει σε διαφορετικές κοινωνίες να αλληλοσυνδέονται μεταξύ τους, να μπορούν να δημιουργούν δεσμούς ή ενότητα μεταξύ τους. Οι τεχνολογικές εξελίξεις είναι τόσο ισχυρές ώστε συνδέουν τους ανθρώπους από μια ήπειρο στην άλλη, διευκολύνοντας ενδεχομένως την ανταλλαγή ιδεολογιών, τάσεων, ειδήσεων, ιδεών και πολλά άλλα..

Ο επιχειρηματικός κόσμος έχει πάρει τα ηνία αυτού του εργαλείου για να ενισχύσει τις δημόσιες σχέσεις του και, φυσικά, κάνει τη διαφήμιση τόσο συντριπτική ώστε να επιτύχει (σε ορισμένες περιπτώσεις) την κυριαρχία ενός μέρους του κόσμου [76].

## 6.4 ΤΟ ΑΥΡΙΟ ΤΗΣ AIRBNB ΚΑΙ ΤΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΩΝ

Η επιτυχία των δικτυακών πλατφορμών όπως η AIRBNB προκαλείται από έναν αριθμό μεγάλων και σταθερών οδηγών, όπως οι τεχνολογικές εξελίξεις, οι κοινωνικοπολιτισμικές αλλαγές και η παγκοσμιοποίηση. Αυτοί οι οδηγοί σίγουρα θα συνεχίσουν να τροφοδοτούν το φαινόμενο στο εγγύς μέλλον. Ωστόσο, οι αβέβαιοι ή μεταβλητοί οδηγοί μπορούν να κατευθύνουν την εξέλιξη των ταξιδιών Peer to Peer (P2P) σε διαφορετικές κατευθύνσεις. Όπως διαπιστώθηκε στη μελέτη της βιβλιογραφίας μας και στη συζήτηση σχετικά με τη συγκεκριμένη βιομηχανία, το περισσότερο άγνωστο είναι το πεδίο και το αποτέλεσμα των μελλοντικών κανονισμών. Αυτή τη στιγμή δύο ακραίες - και οι μεταξύ τους αποχρώσεις του γκρι - εκφάνσεις, γίνονται εμφανείς σε διάφορες πόλεις: ενώ ορισμένοι προσπαθούν να απαγορεύσουν την AIRBNB και τις βραχυπρόθεσμες μισθώσεις συνολικά, άλλες πόλεις αγκαλιάζουν το φαινόμενο και προσεκτικά αντιμετωπίζουν τις υπερβολές των φόρων και της ασφάλειας. Το πώς εξελίσσεται η AIRBNB θα εξαρτηθεί επίσης από την τουριστική ζήτηση: σε ιδιαίτερα δημοφιλείς προορισμούς ο ρόλος και ο αντίκτυπος των βραχυχρόνιων τουριστικών μισθώσεων θα διαφέρει, σε σχέση με τις πόλεις με πιο περιορισμένη τουριστική οικονομία. Παρόλο που η ανάπτυξη του τουρισμού δεν μπορεί να θεωρηθεί αβεβαιότητα σε παγκόσμιο επίπεδο, αυτό θα προκαλέσει αποκλίσεις σε τοπικό επίπεδο.

Και οι δύο διακρίσεις οδηγούν σε τέσσερα ακραία σενάρια. Η πρόθεσή του δεν είναι η πρόβλεψη. Απεικονίζουν εύλογες αλυσίδες αιτίου - αποτελέσματος και επιτρέπουν την αξιολόγηση και συζήτηση για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε κατάστασης (Εικόνα 10).

**Table I** Future scenarios for Airbnb impact

Demand is stable

Repressive regulation	<p>(1) Status quo</p> <p>Second tier tourist destinations that, apart from seasonality, attract constant visitor numbers. Closed markets with a limited number of well-known city hotels. Prices are stable except for the occasional event or congress when hotels maximize profits or – as the Spanish appropriately say – “make their August”. It is also on these occasions when city authorities are somewhat more permissive towards P2P rentals, which absorb the excess demand</p> <p>Outside the peak moments there is no room for alternative accommodation. Hotels and authorities join forces to denounce and shut down illegal short-term rentals. Hotels follow trends to keep up with guest expectations</p>	<p>(2) Experimentation</p> <p>Second tier destinations that are not traditionally considered tourist attractions but that want to refresh their image and stimulate tourist activity. The objective is to attract niche tourism. Non-traditional accommodation is seen as a way, or maybe even a condition, to become noticed by the desired type of visitors</p> <p>Neither are these visitors a market, nor is alternative accommodation considered a threat, for the city’s traditional hotel sector. On a limited scale – because of the niche character of tourism – innovative businesses and hybrid hotel-P2P concepts appear. There are no large scale P2P “multilistings”</p>	No regulation or Airbnb-friendly
	<p>(3) Exclusivity</p> <p>City destinations where tourism weariness inspire policies to decrease visitor numbers. Traditional hotels are protected and have an oligopolistic market control. Price hikes during events and high season. Low-cost tourists and students start avoiding the destination; affluent visitors, especially those from new markets, take their place</p> <p>Hotels have no incentives to innovate and adapt to upscale markets and new visitors. Tourists drive prices in restaurants and local retail up. Illegal P2P rentals pop up like mushrooms to benefit from tourism; they get a “hit-and-run” character as they are being shut down as soon as they are detected</p>	<p>(4) Commercialization</p> <p>City destinations that embrace booming tourism as an important economic sector. The growing size of the pie opens the market for new entrants. Innovative hotel types emerge, as well a full array of P2P accommodation: from basic to high-end luxury accommodation</p> <p>Growth opportunities attract commercial parties, leading to a limited number of providers with “multilistings” responsible for the larger part of the P2P-offer. The suitability of a property for P2P rental becomes priced in in rental fees, practically obliging residents to offer their houses as P2P accommodation. The result is gentrification of tourist areas and displacement of residents</p>	

Εικόνα 10 : Τα 4 σενάρια για το μέλλον της AIRBNB

Ως επόμενο βήμα στη διαδικασία του σεναρίου, αυτοί οι οδηγοί δουλεύουν με αφηγήσεις που απεικονίζουν τους πιο σχετικούς οδηγούς και αβεβαιότητες που μειώνουν την πολυπλοκότητά τους (Lindgren & Bandhold, 2009). Αυτές οι αφηγήσεις πρέπει να είναι ουσιαστικές, αληθοφανείς, ευφάνταστες και καινοτόμες (Yeoman I. et al. , 2012) .

#### 1) Status Quo: Στουτγάρδη 2020

Η Στουτγάρδη είναι ένα παράδειγμα μιας μεσαίου μεγέθους ευρωπαϊκής πόλης με μέτρια τουριστική δραστηριότητα και με μία ξενοδοχειακή βιομηχανία που εξυπηρετεί κυρίως τους ταξιδιώτες επιχειρηματίες. Το 2015, η προσφορά AIRBNB ήταν αριθμητικά άσχετη. Παρ' όλα αυτά, η αναμενόμενη πίεση πάνω στο στεγαστικό απόθεμα οδήγησε σε μια αυστηρή «απαγόρευση αλλοτρίωσης χρήσης». Ο κοινωνικός έλεγχος σε κατοικημένες περιοχές και όχι η επιβολή του νόμου απέτρεψε στο να γίνει η AIRBNB σημαντική στην πόλη.

Η πόλη αντιμετωπίζει μια σταθερή ανάπτυξη και λαμβάνει περισσότερες από πέντε εκατομμύρια διανυκτερεύσεις το 2020. Με τον επιχειρηματικό τουρισμό, τα συνέδρια και τα ψώνια ως τους πιο σημαντικούς λόγους για ταξίδια, η πόλη στοχεύει σε παραδοσιακούς τουριστικούς τομείς. Για τα ξενοδοχεία της πόλης αυτό είναι για το 2020, όπως και για το 2015, επιχειρηματικότητα ως συνήθως.

#### 2) Πειραματισμός: Πόρτλαντ 2020

Το 2014, το Πόρτλαντ του Όρεγκον, κατέληξε σε συμφωνία με την AIRBNB. Σκοπός της συμφωνίας δεν ήταν μόνο η είσπραξη φόρων και η επιβολή βασικών κανονισμών ασφαλείας. Το Travel Portland επίσης συνεργάστηκε στενά με την εταιρεία ενοικιάσεων για να προωθήσει την πόλη σε διεθνές επίπεδο. Σε αντίθεση με ένα γερμανικό επιχειρησιακό κέντρο, το "hipster appeal" της πόλης του Ειρηνικού ταιριάζει με την εικόνα των μη παραδοσιακών καταλυμάτων για διακοπές.

Σε έναν κύκλο ηθικής, ο πολιτισμός των αστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων προσελκύει χιλιάδες millenials και indie τουρίστες (τριανταπεντάρηδες γιάπικ και μεμονωμένους) και ο τουρισμός αυτός γεννάει δημιουργικές έννοιες φιλοξενίας. Ο τουρισμός συμβάλλει έτσι στην κουλτούρα και τη δυνατότητα ανθρώπινης διαβίωσης στην πόλη. Οι δημόσιες αρχές κινδύνου και οι κάτοικοι πρέπει να προσέχουν, ώστε η πόλη να μη γίνει θύμα της τουριστικής επιτυχίας της. Η υπερβολική ανάπτυξη θα απειλήσει σε μικρή κλίμακα τον χαρακτήρα και την αυθεντικότητα του τουριστικού τομέα, και θα μετατρέψει την πόλη σε έναν συνηθισμένο και πρωτοκλασάτο εμπορευματοποιημένο προορισμό.

#### 3) Αποκλειστικότητα: Βαρκελώνη 2020

Η αυξανόμενη αντίδραση με τον μαζικό τουρισμό, η κερδοσκοπία και τα πακέτα με την Easyjet κορυφώθηκαν το 2015, όταν ο η πόλη ανακοίνωσε ένα μορατόριουμ για επενδύσεις σε ξενοδοχεία και μια σκληρή καταστολή παράνομων βραχυπρόθεσμων ενοικιάσεων. Η παγωμένη προσφορά και η αυξανόμενη ζήτηση

επέτρεψαν στα υπάρχοντα ξενοδοχεία να αυξήσουν τις τιμές τους. Αφού νέα ξενοδοχεία δεν μπορούσαν να κατασκευαστούν, οι επενδυτές επικεντρώθηκαν στην αναβάθμιση ξενοδοχείων δύο και τριών αστέρων. Η πόλη που μέχρι τότε ήταν από τις αγαπημένες για τη νυχτερινή της ζωή από millennials και διεθνείς φοιτητές, έγινε απαγορευτικά δαπανηρή για τους επισκέπτες εκτός από εργαζόμενους μεγάλων εταιρειών, πλούσιους της Μέσης Ανατολής και Ασιάτες τουρίστες καθώς και τουρίστες κρουαζιέρας. Μέχρι το 2020, η πόλη είχε μετατραπεί σε νέο Μόντε Κάρλο.

Δυστυχώς, οι νέοι τουρίστες αύξησαν επίσης τα επίπεδα κόστους στο λιανικό εμπόριο. Τα καταστήματα αναμνηστικών και γρήγορου φαγητού που συμβόλιζαν τον "παλιό" τουρισμό αντικαταστάθηκαν από καταστήματα διάσημων σχεδιαστών μόδας και κοσμημάτων. Παρά το θετικό οικονομικό αντίκτυπο που είχε στην πόλη, οι τοπικές αρχές αντιμετώπισαν την ίδια πρόκληση ακόμη περισσότερο από πριν: πώς να αποφύγετε τον τουρισμό από την εκτόπιση των κατοίκων της περιοχής από το κέντρο της πόλης;

#### 4) Εμπορευματοποίηση : Άμστερνταμ 2020

Το Άμστερνταμ είχε αγκαλιάσει τις ενοικιάσεις P2P κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης, όταν βοήθησε τους ιδιοκτήτες σπιτιού να ανταπεξέλθουν στα ενυπόθηκα δάνειά τους. Το AIRBNB θεωρήθηκε επίσης ως μέσο αύξησης των αριθμών επισκεπτών και της εξάπλωσης της τουριστικής δαπάνης, αλλά και τη ενόχλησης πάνω από την πόλη. Η πόλη είχε πάντα ζήτηση στους νέους και στους ταξιδιώτες του σακιδίου που αναζητούν εμπειρίες στην πεπατημένη διαδρομή. Μια καλά εποπτευόμενη και ασφαλής προσφορά εναλλακτικής διαμονής θα τονίζε αυτή την εικόνα.

Αρχικά τα πράγματα εξελίχθηκαν με αυτόν τον τρόπο. Η άφθονη διαθεσιμότητα μη παραδοσιακών καταλυμάτων, ενέπνευσε επίσης πολλές καινοτομικές ιδέες για ξενοδοχεία και είχε παρακλάδια και για άλλες δημιουργικές επιχειρήσεις. Αλλά οι τιμές των ενοικιαζόμενων κατοικιών αυξήθηκαν καθώς οι ιδιοκτήτες άρχισαν να συμμετάσχουν στα "AIRBNB premiums / plus", σε δημοφιλείς τουριστικές περιοχές. Η ανάπτυξη του τουρισμού σήμαινε μια ασυναγώνιστη ευκαιρία για τους επενδυτές, οι οποίοι με την αγορά ακινήτων άρχισαν να χτίζουν ολόκληρα χαρτοφυλάκια δημοφιλών καταχωρήσεων στην AIRBNB. Το 2018 ο κινέζος επενδυτής Hui Wang, πρώην ιδιοκτήτης ολλανδικού πρωταθλήματος ποδοσφαιρικού συλλόγου, αγόρασε το μεγαλύτερο μέρος της δημοφιλούς περιοχής Rijk. Προσφέρθηκαν τώρα νέοι ενοικιαστές με δεκάμηνες συμβάσεις. Σε αντίθεση με την αγορά χρονομεριδίων, αυτή η γειτονιά θα ήταν έτσι πλήρως διαθέσιμη για βραχυχρόνιες μισθώσεις για τους μήνες με τη μεγαλύτερη τουριστική κίνηση της πόλης (Jeroen Oskam, Albert Boswijk, 2016).

## 6.5 Η ΔΙΚΗ ΜΑΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ

Κατά τη διάρκεια της μελέτης αυτής μπήκαμε κι εμείς στον πειρασμό να δημιουργήσουμε έναν AIRBNB χώρο και να μπούμε κι εμείς στο παιχνίδι και να

δούμε από κοντά τη διαδικασία καταχώρησης, τιμολόγησης, κρατήσεων και υποδοχής πελατών. Κατά την περίοδο συμμετοχής στην ομάδα των Ελλήνων Hosts είδαμε χιλιάδες απορίες παλαιών και νέων χρηστών της πλατφόρμας, ανταλλάξαμε απόψεις, διαφωνήσαμε, γελάσαμε αλλά πιστεύω πως βοηθήσαμε και αρκετά. Αυτόν τον ρόλο όμως έτσι κι αλλιώς έχουν οι διαδικτυακές ομάδες και σελίδες. Το Facebook εδώ σαν μία άλλη ανατρεπτική καινοτομία, βοήθησε ανθρώπους με ίδια ενδιαφέροντα να έρθουν κοντά και να ανταλλάξουν απόψεις, πράγμα που παλιά ήταν τρομερά δύσκολο. Εξάλλου η AIRBNB έχει επενδύσει τρομερά ποσά στη διαφήμιση μέσω του Facebook, γιατί γνωρίζει ότι εκατομμύρια χρήστες είναι εκεί και παρακολουθούν, σύμφωνα με τα ενδιαφέροντά τους, όπως εξάλλου γνωρίζουν πως χιλιάδες ανθρώπων αναζητούν μία νέα πηγή εισοδήματος για να συμπληρώσουν ή και να αντικαταστήσουν αυτό που έχουν. Θεωρείται μάλιστα από τις πιο επιτυχημένες διαφημιστικές καμπάνιες του Facebook Business, με 3 φορές επιστροφή της δαπάνης, έφτασε σε 238 εκατομμύρια ανθρώπους παγκοσμίως και έχει 47% χαμηλότερο κόστος απόκτησης πελατών από άλλες εκστρατείες. Καθημερινός λοιπόν καταγισμός διαφημίσεων στο Facebook σε προσκαλεί να μπει στην κοινότητα της AIRBNB και να γίνεις συμμετέχων. Να καταχωρήσεις και το δικό σου σπίτι, διαμέρισμα, δεντρόσπιτο ακόμη στην πλατφόρμα και να κερδίσεις χρήματα από αυτό [77]. Και μάλιστα με ανταπόδοση πόντων/ χρημάτων για εξαργύρωση σε διαμονές για κάθε σύσταση που κάνεις σε φίλους και γνωστούς για τον ίδιο λόγο (affiliate program το οποίο αρχίζει επίσημα να «πουλάει» σύντομα στην Ελλάδα, όπως μας ενημέρωσε άνθρωπος του χώρου).

Έτσι λοιπόν δημιουργήσαμε την Little Angola στην Πάρο, έναν μικρό χώρο work and stay, που στην ουσία συνδυάζει τον εργασιακό χώρο με τη διαμονή. Από τη μικρή μας εμπειρία με την πλατφόρμα της Airbnb, ο καθένας μπορεί να ακολουθήσει τα βήματα που του προτείνει η πλατφόρμα και να καταχωρήσει τον χώρο του, χωρίς ιδιαίτερες γνώσεις, πέραν της λήψης και αποστολής ενός e-mail και της χρήσης των social media. Ήδη κατά τις δύο πρώτες εβδομάδες οι χρήστες πρόσεξαν τον χώρο, αν και δεν υπήρχαν επαγγελματικές φωτογραφίες στην καταχώρηση, και επωφελήθηκαν των προσφορών (20% έκπτωση στους 3 πρώτους πελάτες, 10% έκπτωση για τις 7 μέρες κράτησης και 10% έκπτωση στην κράτηση 1-2 μήνες νωρίτερα. Η τιμή ήταν χαμηλή, όχι όμως βάση του συστήματος, το οποίο την έριχνε ακόμη περισσότερο λόγω ανταγωνισμού και γενικότερα υπάρχει η ευελιξία, ανάλογα της ζήτησης να προσαρμόσεις την τιμή σου στα επίπεδα που θέλεις [78].

## **6.6 ΝΕΑ ΚΑΠΙΤΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΗΝ AIRBNB**

Όσο αναπτύσσεται σαν επιχείρηση η AIRBNB, όπως ισχύει με κάθε πολυεθνική που δρέπει τις δάφνες της επιτυχίας της, αναζητά νέους τρόπους κερδοφορίας που τελικά δεν μοιάζουν καθόλου με το αρχικό της όραμα. Από το φουσκωτό στρώμα που έφερε ένα μικρό χαρτζιλίκι στους φοιτητές του Σαν Φραντσίσκο μέχρι τις σημερινές επαύλεις που ενοικιάζονται αδρά παντού σε όλον τον κόσμο, υπάρχει τεράστια διαφορά. Η ίδια η εταιρεία επέβαλε στους συνεργάτες της, τους ίδιους τους hosts, έναν εσωτερικό ανταγωνισμό, δημιουργώντας το προφίλ



του *Super Host*, και οι δύστυχοι ανυποψίαστοι έτρεχαν να πάρουν τον τίτλο. Ένα τίτλο που παραπέμπει σε εταιρείες «πυραμίδες» που μοιράζουν τίτλους «τιμής» για να βάλουν στο τρυπάκι του ανταγωνισμού και της δόξας («Ζαφείρια» και «Διαμάντια») κι έχουν ως έπαθλα ταξίδια, ακριβά αυτοκίνητα και άλλα καπιταλιστικά δώρα. Ό,τι ονειρεύεται στη ζωή του ο μέσος άνθρωπος που ζει σε ένα αστικό διαμέρισμα και ονειρεύεται μία βίλα και υπηρέτες να τον υπηρετούν [79]. Σίγουρα μία επιχείρηση δεν θα περιμένει να πουλήσει τσίχλες για να επιβιώσει ή να αναπτυχθεί και ούτε θα λάβει υπόψη της τον κάθε μικροεπαγγελματία που ενοικίαζε ένα μικρό σπιτάκι για να μπορέσει να βγάλει τα έξοδά του και να το κρατήσει, πριν του το πάρει το κράτος λόγω φόρων και χρεών. Όταν έρθει η ώρα του πλειστηριασμού ενός ενυπόθηκου ακινήτου, η AIRBNB και ο ιδρυτής της δεν θα είναι εκεί για να το σώσει, μόνο και μόνο επειδή είναι καταχωρημένο στην πλατφόρμα της. Οι πελάτες της είναι εξασφαλισμένοι, οι καταχωρήσεις παγκοσμίως αυξάνονται καθημερινά. Κόσμος μπαίνει με την ελπίδα του κέρδους σε μία χώρα που μαστίζεται από την κρίση και την οικονομική ανασφάλεια. Με βάση τα τελευταία στοιχεία, εκτιμάται ότι πάνω από 80.000 ακίνητα πανελλαδικά θα βρεθούν στις ψηφιακές πλατφόρμες βραχυχρόνιων μισθώσεων κατά τη διάρκεια των επόμενων μηνών, εκ των οποίων τουλάχιστον 15.000 – 20.000 στην Αττική. Κόσμος βγαίνει για χίλιους λόγους, είτε γιατί κουράστηκε, είτε γιατί δεν τον συμφέρει, είτε γιατί οι τιμές ημερήσιας ενοικίασης έφτασαν σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα λόγω τοπικού ανταγωνισμού και προτιμάει τη μακροχρόνια μίσθωση. Ήδη οι γνώστες του χώρου μιλούν για τη νέα «φούσκα» της Ελλάδας, μετά το Χρηματιστήριο [80].

Η νέα υπηρεσία της AIRBNB είναι η *AIRBNB LUXE* [81]. «Καταλύματα τόσο άψογα που περνούν από έλεγχο 300 σημείων», έτσι είναι η διαφήμιση της εταιρείας κι εδώ ξεκινάει η καπιταλιστική της κοινοτοπία. Μπήκαμε σε ένα τυχαίο δείγμα στην εξωτική Ταϊλάνδη για να διαπιστώσουμε ότι πρόκειται για μία υπερπολυτελή βίλα για πολύ ολίγους και την παρέα τους, αλλά εμείς κάναμε μία εικονική κράτηση μεταξύ 1-4/07/2019, η οποία για 3 βράδια και 2 άτομα θα στοιχίσει περί τις 9.000€ [82].

Οι πολλαπλές καταχωρήσεις από τον ίδιο host, πόσο τελικά είναι σύμφωνα με την αρχική ιδέα της οικονομίας διαμοιρασμού; Εξερευνώντας την πλατφόρμα διαπιστώνουμε ότι κάτω από ένα προφίλ *Super Host* ιδιοκτήτη στη Θεσσαλονίκη μόνο, «κρέμονται» 21 διαφορετικά διαμερίσματα με μέση τιμή ενοικίασης την ημέρα τα 32 ευρώ και χωρίς να υπολογίσουμε κόστος καθαρισμού και τις προμήθειες της AIRBNB, βγαίνει ένα συνολικό εισόδημα για 30 μέρες κρατήσεων της τάξης των 20.160 ευρώ, ένα ετήσιο δηλαδή εισόδημα για μια μέση ελληνική οικογένεια. [83].

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 – ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με όλα όσα μελετήσαμε και όσα ακόμη έμειναν ασαφή και ανεξερεύνητα, διαφαίνεται πως η AIRBNB έχει έρθει για να μείνει. Ανέτρεψε όλα όσα γνωρίζαμε για τα ταξίδια και τη φιλοξενία, αναστάτωσε όλο τον επιχειρηματικό κόσμο που ασχολείται με τη φιλοξενία ταξιδιωτών και δημιούργησε νέους επαγγελματίες τουρισμού, τόσο ερασιτέχνες του ενός δωματίου, όσο και επιχειρηματίες με πολλαπλές καταχωρήσεις που έχουν ένα καθόλου ευκαταφρόνητο εισόδημα. Δημιούργησε φίλους αλλά και εχθρούς όπως συμβαίνει με κάθε νεωτερισμό, αλλά δεν πρέπει να διαβλέψουμε ότι έδωσε ελπίδα και χαρά σε εκατομμύρια ανθρώπους ανά τον κόσμο, φιλοξενούντες αλλά και φιλοξενούμενους.

Όπως έδειξε και η έρευνά μας στην Ελλάδα, οι πολίτες θέλουν να αξιοποιήσουν πλέον τα ακίνητά τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο που να τους αποφέρει ένα καλό εισόδημα. Εκπαιδεύονται καθημερινά πάνω στην πλατφόρμα και στη φιλοξενία ταξιδιωτών, σαν μικρής κλίμακας «ξενοδόχοι» χωρίς να νιώθουν πως βλάπτουν κάποιον με αυτή τους τη δραστηριότητα. Πιστεύουν πως βοηθούν τον τουρίστα να νιώσει την ελληνική φιλοξενία διαμένοντας ανάμεσα σε έλληνες πολίτες και όχι σε ένα ξενοδοχείο ανάμεσα σε άλλους ξένους. Απαλλάχθηκαν από διάφορα οικονομικά βάρη οι ίδιοι αλλά επίσης πιστεύουν πως αυτή η δραστηριότητα τόνωσε την ελληνική οικονομία σε μια δύσκολη συγκυρία και ταυτόχρονα ανάπλασε γειτονιές που ήταν έρημες.

Μπορεί να είμαστε αυτή τη στιγμή σε φάση κουρνιαχτού και έξαρσης αλλά έτσι συμβαίνει και με όλες τις καινοτομίες. Κάποιες πόλεις υποφέρουν και κάποιες ακόμη δεν έχουν ανακαλύψει αυτή τη νέα κατάσταση, ίσως γιατί είναι ακόμη πολύ μακριά από τον πολιτισμό. Οι πόλεις που υποφέρουν είναι εξαιτίας των πλούσιων αξιοθέατων που έχουν και τις κάνει επιθυμητές, και όχι εξαιτίας της AIRBNB. Σίγουρα πρέπει να ληφθούν μέτρα μέριμνας της τοπικής κοινωνίας για να μπορέσει το φαινόμενο να συνεχίζει να αναπτύσσεται με ισορροπία και σύνεση, να μην ξεφεύγει από τα όρια κι επιφέρει νέα προβλήματα.

Βασικά θέματα που θα πρέπει να αντιμετωπίσουν οι κυβερνήσεις και οι προορισμοί των πόλεων είναι :

1. Φορολογία: Μπορούν οι μη εγγεγραμμένοι επισκέπτες AIRBNB να φορολογούνται όπως οι εγγεγραμμένοι επισκέπτες των ξενοδοχείων; Μπορεί το εισόδημα AIRBNB να καθορίζεται και να φορολογείται;
2. Ροές επισκεπτών: ενώ η AIRBNB δεν είναι η αιτία αύξησης των αριθμών επισκεπτών, δημιουργεί μία επιπλέον επιπλοκή. Πώς μπορούν οι πόλεις να μετρήσουν το μέγεθος των επισκεπτών έτσι ώστε να διαχειριστούν τα τουριστικά ρεύματα;

3. Ιδιοκτησία πληροφοριών: το γεγονός ότι η AIRBNB δεν αποκαλύπτει πληροφορίες επισκεπτών και hosts, δίνει τη δύναμη στην εταιρεία να διαπραγματευτεί τα κανονιστικά θέματα με τις πόλεις.
4. Ασφάλεια: οι παραδοσιακές εταιρείες φιλοξενίας υπόκεινται σε κανονισμούς για να εξασφαλίσουν την ασφάλεια των επισκεπτών, των εργαζομένων και των κατοίκων. Πώς μπορούν αυτά να εφαρμοστούν για τις ιδιοκτησίες AIRBNB;
5. Προστασία των καταναλωτών: εκτός από τις ανησυχίες για την ασφάλεια, οι καταναλωτές δικαιούνται το ίδιο είδος προστασίας σε συναλλαγές με ιδιωτικούς οικοδεσπότες όπως και με εμπορικούς οργανισμούς;
6. Δίκαιος ανταγωνισμός: η παραδοσιακή βιομηχανία φιλοξενίας απαιτεί ισότιμους όρους ανταγωνισμού επιβάλλοντας τον ίδιο τύπο ρύθμισης - και αντίστοιχες επενδύσεις – στους hosts της AIRBNB και στα ξενοδοχεία.
7. Αγορά κατοικίας: Η AIRBNB δίνει στις κατοικίες μερική ή πλήρη εμπορική χρήση. Ποιες θα είναι οι επιπτώσεις στη διαθεσιμότητα κατοικιών και την τιμολόγηση; Αυτό σημαίνει το τέλος στις πολεοδομικές ζώνες ; **[84]**

Για εμάς είναι σαφές ότι πρέπει να συνηθίσουμε τη νέα τάξη πραγμάτων, την ιντερνετική επιχειρηματικότητα με ό,τι μορφή αυτή έχει πάρει και δεν πρόκειται μόνο για την AIRBNB που ήρθε να ταράξει τα λιμνάζοντα νερά. Είναι πολύ σημαντικό πως αυτή του είδους η καινοτόμος επιχειρηματικότητα έδωσε το όνομά της σε κάθε τι παρόμοιο. Έβαλε τη σφραγίδα της σε όλα όσα μοιάζουν AIRBNB και θέλουν να γίνουν σαν εκείνη. Κι ενώ πάλι πολλές παρόμοιες πλατφόρμες έχουν μπει στο ίδιο παιχνίδι, οι πολέμιοι βρίζουν πάλι την ίδια, με αυτό το δύσκολο όνομα που δεν μπορούν καν να προφέρουν.

Το όραμά της είναι σίγουρο πως θα αλλάξει όσο δεν υπάρχει περιορισμός και επαρκής έλεγχος. Δεν θα μπορεί να έχει τον ίδιο δημοκρατικό σκοπό με τον οποίο ξεκίνησε και μπορούσε να δίνει χρήματα από μη χρησιμοποιούμενα περιουσιακά στοιχεία ακόμη και σε ανθρώπους που δεν έχουν καμία επιχειρηματική γνώση. Όσο συνεχίζει η πορεία της ανεξέλεγκτη και χωρίς φραγμούς, θα καταλήξει ως άλλη μία καπιταλιστική κοινοτοπία του 21<sup>ου</sup> αιώνα, όπου θα κυριαρχήσουν οι πολυεθνικές εταιρείες, έχοντας εισβάλει πλέον στα σπίτια όλων μας λόγω του ίντερνετ και θα ελέγχουν κάθε μας βήμα, κάθε μας πρωτοβουλία, από το πώς θα ταξιδέψουμε, το τί θα φάμε, πώς θα διακοσμήσουμε το σπίτι μας, πού θα μείνουμε στα ταξίδια μας, από πού θα ενοικιάσουμε αυτοκίνητο στον τόπο διακοπών μας. Και όλα αυτά χάρη στον καθημερινό καταγισμό διαφημιστικών μηνυμάτων, ραμμένων και κομμένων στα μέτρα μας βάση των αναζητήσεών μας και των μαγικών «μπισκότων» που σερβίρουν στον κάθε υπολογιστή μας.

Από τουριστικής άποψης πάντων διαφαίνεται πως η AIRBNB και η ραγδαία της ανάπτυξη δεν έβλαψε τον κλασικό τουρισμό και τον ξενοδοχειακό κλάδο, αλλά αντίθετα μεγάλωσε την τουριστική πίτα, στην ουσία δημιούργησε επιπλέον ανάγκες

αναψυχής στους ανθρώπους και έκανε πιο προσιτό το όνειρο των διακοπών, με αποτέλεσμα να γίνει αναδιανομή του τουριστικού προϊόντος. Και αυτό φαίνεται ιδιαίτερα στις πόλεις όπου υπάρχει υπερπληθυσμός τουριστών, εκεί δηλαδή όπου δεν υπήρχε. Δεν είναι τυχαίο και ότι οι ίδιοι τουρίστες ξαναγυρνούν ξανά και ξανά στον ίδιο τόπο για να ζήσουν και πάλι τη μαγεία του, ίσως μια άλλη εποχή ή για περισσότερες ημέρες, αλλά παράλληλα γίνονται και οι καλύτεροι διαφημιστές σε φίλους και οικείους τους γυρνώντας πίσω στις πατρίδες τους.

## ΑΝΑΦΟΡΕΣ / ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

[1] <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#6e516b3eaae3>

[2] <https://el.wikipedia.org/wiki/Airbnb>

[3] <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/9525267/Airbnb-The-story-behind-the-1.3bn-room-letting-website.html>

[4] <https://www.weforum.org/agenda/2017/12/when-is-sharing-not-really-sharing/>

[5] <https://mashable.com/article/airbnb-vs-vrbo-trip-booking/?europe=true>.

[6] <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#6e516b3eaae3>

[7] <https://www.airbnb.gr/guarantee>

[8] (<http://www.euro2day.gr/news/economy/article/1327916/xee-shedio-drashs-kata-ths-skiodoysfiloxenias.html>)

[9] <http://dias.library.tuc.gr/view/manf/77415>

[10] <https://medium.com/@jmaclyft/introducing-lyft-driver-services-ac1ab9488ac6>

[11] <https://el.wikipedia.org/wiki/Uber>

[12] [https://www.uber.com/a/join-new/?utm\\_source=AdWords\\_Brand&utm\\_campaign=search-google-brand\\_67\\_-99\\_gr-national\\_d\\_txt\\_acq\\_cpc\\_el-gr\\_uber\\_kwd-294953166390\\_321566612597\\_42296323352\\_e\\_c\\_track-apr24generalupdate\\_restructure&cid=811505022&adg\\_id=42296323352&fi\\_id=&match=e&net=g&dev=c&dev\\_m=&cre=321566612597&kwid=kwd-294953166390&kw=uber&placement=&tar=&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc-brand&utm\\_campaign=Search-google-brand\\_67\\_-99\\_GR-National\\_d\\_all\\_acq\\_cpc\\_gr-el\\_Exact&adgroup\\_name=Uber%3EEExact&utm\\_term=uber&kw=uber&campaign\\_id=71700000022738544&cid=71700000022738544&adgroup\\_id=58700002382746945&adg\\_id=58700002382746945&kw\\_id=p20302589801&kwid=p20302589801&ad\\_id=321566612597&ext\\_id=&ran=4272861754757527648&lint\\_id=&lphy\\_id=1007546&pos=1t1&dev=c&net=g&match=e&placement=&target=&ds\\_rl=1251599&ds\\_rl=1251623&ds\\_rl=1251977&ds\\_rl=1251599&ds\\_rl=1251623&gclid=CjwKCAjwuqfo](https://www.uber.com/a/join-new/?utm_source=AdWords_Brand&utm_campaign=search-google-brand_67_-99_gr-national_d_txt_acq_cpc_el-gr_uber_kwd-294953166390_321566612597_42296323352_e_c_track-apr24generalupdate_restructure&cid=811505022&adg_id=42296323352&fi_id=&match=e&net=g&dev=c&dev_m=&cre=321566612597&kwid=kwd-294953166390&kw=uber&placement=&tar=&utm_source=google&utm_medium=cpc-brand&utm_campaign=Search-google-brand_67_-99_GR-National_d_all_acq_cpc_gr-el_Exact&adgroup_name=Uber%3EEExact&utm_term=uber&kw=uber&campaign_id=71700000022738544&cid=71700000022738544&adgroup_id=58700002382746945&adg_id=58700002382746945&kw_id=p20302589801&kwid=p20302589801&ad_id=321566612597&ext_id=&ran=4272861754757527648&lint_id=&lphy_id=1007546&pos=1t1&dev=c&net=g&match=e&placement=&target=&ds_rl=1251599&ds_rl=1251623&ds_rl=1251977&ds_rl=1251599&ds_rl=1251623&gclid=CjwKCAjwuqfo)

[BRAEEiwAZErCsvvTpLGMjFSutV8iiHSDSgRSUGTy46uTfcXOXd6uhoH5R-imOMhg3hoCPEoQAvD\\_BwE&gclid=aw.ds](#)

[13] <https://www.forbes.com/sites/tomiogeron/2013/01/23/airbnb-and-the-unstoppable-rise-of-the-share-economy/#6e516b3eaae3>

[14] <http://www.oga.gr/#>

[15] [https://greens.scot/sites/default/files/201803114\\_CockburnAssoc\\_AirbnbPhenomenonEvent.pdf](https://greens.scot/sites/default/files/201803114_CockburnAssoc_AirbnbPhenomenonEvent.pdf)

[16] (<https://press.airbnb.com/about-us/>).

[17] <https://www.protothema.gr/world/article/846027/oie-to-pagosmio-sumfono-gia-ti-metanasteusi-egrithike-episimos-sto-marakes>

[18] <https://www.insider.gr/eidiseis/oikonomia/110550/se-nea-epohi-programma-golden-visa-ti-allazei-apo-1i-iolyioy>

[19]

[https://www.airbnb.gr/s/experiences?refinement\\_paths%5B%5D=%2Fexperiences%2FKG%2FTag%3A639&src=video](https://www.airbnb.gr/s/experiences?refinement_paths%5B%5D=%2Fexperiences%2FKG%2FTag%3A639&src=video) .

[20]

[https://www.airbnb.gr/experiences/262582?currentTab=experience\\_tab&federatedSearchId=b022071d-eb95-4d19-be5d-ae42518a1133&searchId=bcc5fce3-2cc0-421b-b163-93469bc4f30a&sectionId=a3e38bc3-3202-4d3d-b2f2-88426bb25e23&source=p2](https://www.airbnb.gr/experiences/262582?currentTab=experience_tab&federatedSearchId=b022071d-eb95-4d19-be5d-ae42518a1133&searchId=bcc5fce3-2cc0-421b-b163-93469bc4f30a&sectionId=a3e38bc3-3202-4d3d-b2f2-88426bb25e23&source=p2)

[21] <https://el.wikipedia.org/wiki/Amazon.com>

[22] <https://www.claimcompass.eu/blog/buy-cheap-flight-tickets/>

[23] <http://happytraveller.gr/travel-low-cost-airplane/>

[24] <https://www.dianeosis.org/research/anergia-neon/>

[25] <https://www.facebook.com/groups/313962265301086/>

[26] <https://www.tovima.gr/2012/09/12/opinions/oi-neoi-ta-ptyxia-i-ergasia-kai-i-ksenitia/>

[27] <http://www.kathimerini.gr/1005720/article/oikonomia/epixeirhseis/h-santorinh-den-antexei-tosoys-toyristes-proeidopoiei-h-ee>

[28] <https://www.claimcompass.eu/blog/benefits-of-travelling/>

[29] [https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/financial-products-and-services/mortgages/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/citizens/consumers/financial-products-and-services/mortgages/index_en.htm)

- [30] <https://www.forbes.com/sites/davidgreene/2018/11/27/why-real-estate-builds-wealth-more-consistently-than-other-asset-classes/#4406b05b5405>
- [31] <http://www.avgi.gr/article/10811/9864064/brachychronies-misthoseis-eukairiana-syzetesoume-gia-to-dikaioma-sten-katoikia>
- [32] <https://aprilrinne.com/global-citizen>
- [33] <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-01-15/airbnb-says-it-made-a-profit-again-in-2018-as-ipo-looms-large>
- [34] <http://fortune.com/2017/02/15/airbnb-profits/>
- [35] <https://en.wikipedia.org/wiki/Booking.com>
- [36] <https://en.wikipedia.org/wiki/HomeAway>
- [37] <https://en.wikipedia.org/wiki/TripAdvisor>
- [38] <https://www.rentalhomes.com/about>
- [39] <https://mashable.com/article/airbnb-vs-vrbo-trip-booking/?europe=true>
- [40] <https://www.forbes.com/sites/christopherelliott/2019/03/27/meet-the-new-vrbo-how-a-popular-vacation-rental-site-got-remodeled/>
- [41] <https://www.couchsurfing.com/about/how-it-works/>
- [42] <https://www.syncbnb.com/el/>
- [43] [https://greens.scot/sites/default/files/201803114\\_CockburnAssoc\\_AirbnbPhenomenonEvent.pdf](https://greens.scot/sites/default/files/201803114_CockburnAssoc_AirbnbPhenomenonEvent.pdf)
- [44] <https://www.smartcitiesdive.com/ex/sustainablecitiescollective/airbnb-phenomenon-what-s-impact-cities/294081/>
- [45] [https://greens.scot/sites/default/files/201803114\\_CockburnAssoc\\_AirbnbPhenomenonEvent.pdf](https://greens.scot/sites/default/files/201803114_CockburnAssoc_AirbnbPhenomenonEvent.pdf)
- [46] <https://www.syncbnb.com/el/blog/airdna-stats-greece-2018/>
- [47] <https://www.smartcitiesdive.com/ex/sustainablecitiescollective/airbnb-phenomenon-what-s-impact-cities/294081/>
- [48] <https://www.appjobs.com/blog/gentrification-and-airbnb-a-global-phenomenon-explained>
- [49] [https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/545304\\_koykaki-notting-hill-tis-athinas](https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/545304_koykaki-notting-hill-tis-athinas)

[50] <https://www.appjobs.com/blog/gentrification-and-airbnb-a-global-phenomenon-explained>

[51]

[https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BE%CE%B5%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82\\_\(%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1\)](https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CE%BE%CE%B5%CF%85%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82_(%CF%80%CE%BF%CE%BB%CE%B5%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CE%BC%CE%AF%CE%B1))

[52] <https://www.amna.gr/home/article/347831/I-brachuchronia-misthosi-mporei-na-apotelese-eukairia-gia-anaptuxi-ston-tomea-ton-akiniton---?fbclid=IwAR321aI1QAhcRb7daoeWbf4xS18OiBsV2mUPo76QwhLgZRtdxnndqEzK9BA>

[53] <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/gr/default/paros/overview>

[54] <https://www.businessnews.gr/article/132528/airbnb-poiios-kerdizei-kai-poiios-hanei-me-ta-30000-katalymata-stin-ellada>

[55]

[https://www.3nk.gr/%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1/?gclid=Cj0KCQjwo7foBRD8ARIsAHTy2wloPoFRftjXjCMRamVFpaxyZw3YrxWMHbJTVyhDXknmqRJGxhIUOsaArx8EALw\\_wcB](https://www.3nk.gr/%CE%AD%CF%81%CE%B3%CE%B1/?gclid=Cj0KCQjwo7foBRD8ARIsAHTy2wloPoFRftjXjCMRamVFpaxyZw3YrxWMHbJTVyhDXknmqRJGxhIUOsaArx8EALw_wcB) .

[56] <https://www.homestores.gr/product/epaggelmatikos-exoplismos/epipla-epaggelmatikos/%CF%80%CE%B1%CE%BA%CE%AD%CF%84%CE%BF-%CE%B5%CE%BE%CE%BF%CF%80%CE%BB%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%80%CE%B9%CF%84%CE%B9%CE%BF%CF%8D-airbnb/>

[57] <https://www.protothema.gr/travelling/article/871396/to-fainomeno-airbnb-exelissetai-se-politiko-provlima-stin-europi-duseureta-ta-spitia-pros-enoikiasi/>

[58] <https://www.smartcitiesdive.com/ex/sustainablecitiescollective/airbnb-phenomenon-what-s-impact-cities/294081/>

[59] <https://www.protothema.gr/travelling/article/871396/to-fainomeno-airbnb-exelissetai-se-politiko-provlima-stin-europi-duseureta-ta-spitia-pros-enoikiasi/>

[60] <https://www.insider.gr/epiheiriseis/real-estate/80442/se-alli-poli-koykaki-airbnb-sprohnei-tis-times-sta-ypsi>

[61] <https://www.amna.gr/home/article/347831/I-brachuchronia-misthosi-mporei-na-apotelese-eukairia-gia-anaptuxi-ston-tomea-ton-akiniton---?fbclid=IwAR321aI1QAhcRb7daoeWbf4xS18OiBsV2mUPo76QwhLgZRtdxnndqEzK9BA>



- [62] [https://www.huffingtonpost.gr/entry/to-fainomeno-airbnb-kai-oi-pareneryeies-sten-toeristike-viomechania\\_gr\\_5b4f34b0e4b0de86f4887956](https://www.huffingtonpost.gr/entry/to-fainomeno-airbnb-kai-oi-pareneryeies-sten-toeristike-viomechania_gr_5b4f34b0e4b0de86f4887956)
- [63] [https://www.huffingtonpost.gr/entry/to-fainomeno-airbnb-kai-oi-pareneryeies-sten-toeristike-viomechania\\_gr\\_5b4f34b0e4b0de86f4887956](https://www.huffingtonpost.gr/entry/to-fainomeno-airbnb-kai-oi-pareneryeies-sten-toeristike-viomechania_gr_5b4f34b0e4b0de86f4887956)
- [64] [https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/364288\\_airbnb-anasa-i-pligi-gia-ton-klado-toy-toyrimoy-kai-tin-poli](https://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/athens/364288_airbnb-anasa-i-pligi-gia-ton-klado-toy-toyrimoy-kai-tin-poli)
- [65] <https://www.skaipatras.gr/2018/11/06/polemos-airbnb-booking-stin-athina-oi-promitheies-kai-ta-diamerismata/>
- [66] <http://www.kathimerini.gr/921693/article/epikairothta/kosmos/oi-toyristes-enoxloyn-pia-toys-katoikoys>
- [67] <https://www.capital.gr/epixeiriseis/3354370/ligoteroy-episkeptes-katebasan-tis-times-sta-xenodoxeia-tis-athinas>
- [68] <https://www.businessnews.gr/article/145987/kriti-meiosi-toy-toyrimoy-ton-ioynio-sto-nisi>
- [69] <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/gr/default/crete/chania-municipality/overview>
- [70] <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/gr/default/crete/lasithi-region/overview>
- [71] <https://www.businessnews.gr/article/132528/airbnb-poios-kerdizei-kai-poios-hanei-me-ta-30000-katalymata-stin-ellada>
- [72] <https://www.in.gr/2019/05/13/economy/gigantonetai-kinima-den-klironomo-15-000-apopoiiseis-a%CE%84-tetramino-tou-2019/>
- [73] [https://www.aade.gr/sites/default/files/2019--2/FAQs\\_vrax\\_misth\\_akinitwn\\_06022019.pdf](https://www.aade.gr/sites/default/files/2019--2/FAQs_vrax_misth_akinitwn_06022019.pdf)
- [74] <https://www.refinery29.com/en-gb/2019/06/234714/new-ikea-collections-small-apartment-living-artists>
- [75] <https://www.youtube.com/watch?v=SAUbeIppZdA>
- [76] <https://el.thpanorama.com/articles/cultura-general/qu-es-la-homogeneizacin-cultural.html>
- [77] <https://www.facebook.com/business/success/2-airbnb>
- [78] [https://www.airbnb.gr/rooms/34459609?preview\\_for\\_ml=true&source\\_impression\\_id=ep3\\_1559984719\\_5uwnO6uqyI5%2BnM9%2B](https://www.airbnb.gr/rooms/34459609?preview_for_ml=true&source_impression_id=ep3_1559984719_5uwnO6uqyI5%2BnM9%2B)

[79] <https://www.lrworld.com/facesoflr/stories>.

[80] <https://www.fonitisprou.gr/tourismos/19459-i-foyska-tis-vraxyxronias-misthosis>

[81] [https://www.airbnb.gr/s/luxury?refinement\\_paths%5B%5D=%2Fluxury](https://www.airbnb.gr/s/luxury?refinement_paths%5B%5D=%2Fluxury)

[82]

<https://www.airbnb.gr/luxury/listing/20731636/?adults=2&children=0&infants=0&guests=2&imageId=0&toCheckout=false&checkin=2019-07-01&checkout=2019-07-04&toddlers=0>

[83] <https://www.airbnb.gr/users/show/10654206>

[84] <https://www.emeraldinsight.com/doi/full/10.1108/JTF-11-2015-0048>

#### ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- 1) Δρίτσα Μαργαρίτα, «Περιηγητισμός» <http://tourismmuseum.gr/periegetism/> και [http://www.ime.gr/chronos/11/el/gr/gathering/links/caravans\\_links.html](http://www.ime.gr/chronos/11/el/gr/gathering/links/caravans_links.html)
- 2) Καλαμαράς Νικόλαος, φοροτεχνικός - εισηγητής, (2018), *Σημειώσεις σεμιναρίου «Βραχυχρόνιες Μισθώσεις Ακινήτων – Φορολογική Αντιμετώπιση» της ΕΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ (Αθήνα, Μάιος 2018)*

#### ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Airbnb. (2011). Airbnb then/now: Statistics celebrating 1,000,000 nights booked (and 3.5 great years, in general). Airbnb. Retrieved from [http://assets.airbnb.com/press/pressreleases/Airbnb\\_1M\\_Nights\\_Booked\\_Print.pdf](http://assets.airbnb.com/press/pressreleases/Airbnb_1M_Nights_Booked_Print.pdf)
2. Airbnb. (2012c). Ten million nights booked. Airbnb. Retrieved December 10, 2012, from <https://www.airbnb.com/10-million>
3. Airbnb. (2013c). Airbnb concierge. Airbnb. Retrieved June 6, 2013, from <https://www.airbnb.com/concierge>
4. Airbnb. (2013d). Apply for professional photography — it's free. Airbnb. Retrieved June 6, 2013, from <https://www.airbnb.com/info/photography>
5. Airbnb. (2013f). Trust at Airbnb. Airbnb. Retrieved June 6, 2013, from <https://www.airbnb.com/trust>

6. Airbnb. (2013i). What are verifications and how do I get them? Airbnb. Retrieved June 6, 2013, from <https://www.airbnb.com/help/question/269>
7. Algar R., (2007), Collaborative Consumption, Retrieved by <https://www.oxygen-consulting.co.uk/insights/collaborative-consumption/>
8. Bardhi F. & Eckhardt G., (2012), Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing, Journal of Consumer Research 39(4):881-898 · December 2012
9. Bauwens Michel, Mendoza Nicolas , et al. (2012) Synthetic Overview of the Collaborative Economy, Orange Labs and P2P Foundation
10. Belk, R. (2010) Sharing. Journal of Consumer Research 36 (5): pp. 715-734, February 2010
11. Belk, R. (2014) You Are What You Can Access: Sharing and Collaborative Consumption Online. Journal of Business Research, 67, 1595-1600.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
12. Botsman R.- Rogers R. (2010) *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins
13. Bower, J. L., & Christensen, C.M. (1995). Disruptive technologies : Catching the wave. *Harvard Business Review*, Jan-Feb, 43-53
14. Boyd Myers, C., (2011). Airbnb launches its photography program with 13,000 verified properties. *The Next Web*. Retrieved from <http://thenextweb.com/apps/2011/10/06/airbnblaunches-its-photography-program-with-3000-verified-properties/>
15. Charitou, D. and Markides, C. (2003). 'Responses to disruptive strategic innovation', *MIT Sloan Management Review*, 44(2): 55-63
16. Christensen, C.M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Boston, MA: Harvard Business School Press
17. Christensen, C.M. & Raynor, M.E. (2003). *The innovator's solution: Creating and sustaining successful growth*. Boston, MA: Harvard Business School Press
18. Christensen, C.M., Raynor, M.E. & McDonald R.. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, December 2015
19. Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

20. DeLong Gayle L., (2001), Stockholder gains from focusing versus diversifying bank mergers, *Journal of Financial Economics, Volume 59, Issue 2, February 2001, Pages 221-252*
21. Denning S., (2014) An economy of access is opening for business: five strategies for success, *Strategy & Leadership*, Vol. 42 No. 4, pp. 14-21., <https://doi.org/10.1108/SL-05-2014-0037>
22. Devaraj S., Fan M., & Kohli R., (2002) Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference: Validating E-Commerce Metrics. *Information Systems Research*, 13, 316-333. <http://dx.doi.org/10.1287/isre.13.3.316.77>
23. Felson Marcus - Spaeth Joe L., (1978) Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach, DOI:[10.1177/000276427802100411](https://doi.org/10.1177/000276427802100411)
24. Guttentag, Daniel (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector, *Routledge, Current issues on Tourism, 2015, Vol. 18, No 12, pp. 1192-1217*, <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.827159>
25. Guttentag, Daniel (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels : Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64:1-10
26. Huang Z. & Benyoucef M., (2013) From e-commerce to social commerce: A close look at design features, *Electronic Commerce Research and Applications* 12(4):246–259 · July 2013
27. Jeroen Oskam, Albert Boswijk, (2016) "Airbnb: the future of networked hospitality businesses", *Journal of Tourism Futures*, Vol. 2 Issue: 1, pp.22-42
28. Kim S. & Park H., (2013), *Effects of various characteristics of social commerce (s-commerce) on consumers' trust and trust performance*, *International Journal of Information Management*, Volume 33, Issue 2, April 2013, Pages 318-332
29. Kincaid, J. (2011, August 8). Airbnb rolls out 24/7 phone support, additional safety features. *TechCrunch*. Retrieved from <http://techcrunch.com/2011/08/08/airbnb-rolls-out-247-phonesupport-additional-safety-features/>
30. Kostakis V. & Bauwens M. (2014) Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy, *Palgrave Macmillan*

31. Kreider B., (2015), Risk Shift and the Gig Economy. Retrieved by <https://www.epi.org/blog/risk-shift-and-the-gig-economy/>
32. Lawler, R. (2013c). In an effort to connect users' online and offline identities, Airbnb introduces verified identification. TechCrunch. Retrieved from <http://techcrunch.com/2013/04/30/airbnb-verified-id/>
33. Lessig L, (2008), *Remix: Making Art and Commerce Thrive in a Hybrid Economy*, *Bloomsbury Academic*
34. Lindgren M. & Bandhold H., (2009), *Scenario planning: the link between future and strategy*, Palgrave MacMillan
35. Pwc.com, (2016), retrieved by <https://www.pwc.com/ua/en/survey/2016/global-annual-review-2016.html>
36. Rauch D. & Schleicher D, (2015), “*Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the 'Sharing Economy'*”, SSRN Electronic Journal
37. Rodrigues R. & Druschel P., (2010), Peer-to-peer systems, *Communications of the ACM* 53(10):72-82, October 2010
38. Sacks D, (2011), “The Sharing Economy”. Retrieved from <https://www.fastcompany.com/1747551/sharing-economy>
39. Shaheen, S.A., Sperling, D., Wagner, C., (1999). *A short history of carsharing in the 90's*. Institute of Transportation Studies, Google Scholar
40. Sigala Marianna, (2017), “Collaborative commerce in tourism: implications for research and industry”, *Current Issues on Tourism*, 20(4) : 346-355
41. Sigala M., (2012a), “*Web 2.0 and customer involvement in new service development: A framework, cases and implications in tourism*”, retrieved by : [https://www.researchgate.net/publication/292692965\\_Web\\_20\\_and\\_customer\\_involvement\\_in\\_new\\_service\\_development\\_A\\_framework\\_cases\\_and\\_implications\\_in\\_tourism](https://www.researchgate.net/publication/292692965_Web_20_and_customer_involvement_in_new_service_development_A_framework_cases_and_implications_in_tourism)
42. Sigala M. et al., (2012) A review of: ‘Social media in travel, tourism and hospitality: theory, practice and cases’, *Marianna Sigala, Evangelos Christou and Ulrike Gretzel, Ashgate Publishing Company, Burlington*
43. Schmidt, G. M., & Druehl, C. T. (2008). When is a disruptive innovation disruptive? *Journal of Product Innovation Management*, 25(4), 347–369
44. Schneider Friedrich & Williams Colin C., (2013), *The Shadow Economy*, Institute of Economic Affairs

45. Schor Juliet, (2014) "Debating the Sharing Economy," *Great Transition Initiative* (October 2014)
46. Van Grove, J. (2011). Airbnb provides guests with 24/7 access to local concierges. Mashable. Retrieved from <http://mashable.com/2011/09/09/airbnb-concierge-service/>
47. Wang C. & Zhang P., (2012), The Evolution of Social Commerce: The People, Business, Technology, and Information Dimensions, *Communications of the Association for Information Systems* 31(5):105-127 · November 2012
48. Yeoman I. et al., (2012), *Festival and Events Management: An International Arts and Culture Perspective*, Butterworth Heinemann
49. Zervas, G., Proserpio, D. and Byers, J.W. (2015), "A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average", *Collaborative Economy*

## ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

[ΝΙΚΟΛΑΡΑ ΑΡΙΑΔΝΗ]

Γεννήθηκα στην όμορφη Λέσβο, αλλά ζω και εργάζομαι εδώ και 20 χρόνια στην Πάρο, με το σύζυγο και τα τρία μας παιδιά. Είμαι απόφοιτη Αγγλικής Γλώσσας και Φιλολογίας μετά από σπουδές στο Πανεπιστήμιο Κλίμεντ Όχριντσκι της Σόφιας και στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (1996). Επίσης είμαι απόφοιτη της Σχολής Ξεναγών Μυτιλήνης (1994). Έχω κάνει πράξη τη Δια Βίου Μάθηση, γι αυτόν τον λόγο έχω παρακολουθήσει κατά καιρούς διάφορα προγράμματα που βοήθησαν στην προσωπική μου ανάπτυξη. Μάρκετινγκ, Δημόσιες Σχέσεις, Πωλήσεις, Στελέχωση Τουριστικού Γραφείου και Ασφαλιστικά. Τραπεζική Διοίκηση και Προώθηση Τραπεζικών Προϊόντων (ΕΚΠΑ, 2003), Λιανική Τραπεζική (ΕΚΠΑ, 2005), Διοίκηση Ανθρωπίνων Πόρων (ΕΚΠΑ, 2008), Ηλεκτρονικό Εμπόριο για αρχαρίους (ΟΠΑ, 2014), Εκπαίδευση Ενηλίκων (Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων, 2015), Διόρθωση και Επιμέλεια Κειμένων, (Πατάκης, 2016).

Εργάστηκα αρκετά χρόνια στον ιδιωτικό τομέα ως καθηγήτρια Αγγλικών, ξεναγός και υπάλληλος γραφείου, ώσπου διορίστηκα κατόπιν διαγωνισμού στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος το 2000. Εργάστηκα σε διάφορες θέσεις εκεί, κυρίως στο Κατάστημα Πάρου, απ' όπου αποχώρησα το 2017 με εθελούσια έξοδο και με σκοπό την ανάπτυξη της δικής μου επιχείρησης. Από το 2018 δραστηριοποιούμαι ως μεσίτρια ακινήτων και ασφαλιστική σύμβουλος, χρησιμοποιώντας τον δικό μου ιστότοπο και πλατφόρμες ασφαλιστικών εταιρειών, έτσι ώστε η δραστηριότητά μου να είναι κυρίως διαδικτυακή. Πρόσφατα δημιούργησα και το δικό μου προσωπικό blog, με αποδέκτη τη σύγχρονη γυναίκα.

Αναζητώντας συνεχώς παράθυρα στη μάθηση και ακολουθώντας τις νέες προκλήσεις της εποχής, έμαθα για το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα του Πανεπιστημίου Αιγαίου με θέμα την «Ψηφιακή Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα» και χάρηκα γιατί ήταν αυτό ακριβώς που έψαχνα. Είμαι χαρούμενη που σήμερα φτάνει στο τέλος του, αφού μου έχει δώσει απίστευτα εφόδια.

Στα μελλοντικά μου σχέδια είναι η δημιουργία ενός δικού μου ηλεκτρονικού καταστήματος και ενός ηλεκτρονικού εκδοτικού οίκου. Συνεχίζω καθημερινά να εξερευνώ όλες τις δυνατότητες του διαδικτύου και να εφαρμόζω όσες ταιριάζουν στο δικό μου επιχειρηματικό προφίλ.