

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ**

**ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ & ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ:  
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΕΑΣ ΤΟΥ [hosPETality.com](http://hosPETality.com)**

**Χρήστος Στάμου**

Διπλωματική εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς  
ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην  
Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

**Πειραιάς, 2020**

**UNIVERSITY OF PIRAEUS  
DEPARTMENT OF ECONOMICS**



**MASTER PROGRAMM IN ECONOMIC AND BUSINESS  
STRATEGY**

**SHARING & HOSTING SERVICES:  
DESIGNING & DEVELOPING THE BUSINESS IDEA OF  
[hosPETality.com](http://hosPETality.com)**

**BY  
Christos Stamou**

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus  
in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic  
and Business Strategy

**Piraeus, Greece, 2020**

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή κ. Γιαννέλη Δημήτριο που είχε την επίβλεψη της παρούσας διπλωματικής για το ενδιαφέρον και την καθοδήγηση του καθ' όλη την διάρκεια εκπόνησης της καθώς και για τις πολύτιμες γνώσεις που μου προσέφερε πάνω στην Οικονομική Στρατηγική & Πολιτική Ανταγωνισμού κατά την διάρκεια των σπουδών μου.

# Υπηρεσίες διαμοιρασμού και φιλοξενίας: Σχεδιασμός και ανάπτυξη της επιχειρηματικής ιδέας του hosPETality.com

## Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια η τεχνολογία έχει αλλάξει ριζικά κάθε τομέα της ανθρώπινης καθημερινότητας. Ακόμα και ο τρόπος με τον οποίο καταναλώνονται αγαθά και υπηρεσίες. Η χρήση του διαδικτύου με σκοπό την ικανοποίηση αναγκών υιοθετείται όλο και περισσότερο από καταναλωτές και επιχειρήσεις.

Ιδιώτες μέσω υπηρεσιών διαμοιρασμού προσφέρουν υπηρεσίες σε άλλους ιδιώτες καλύπτοντας ανάγκες χωρίς την φυσική παρουσία καταστημάτων.

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως στόχο να παρουσιάσει μια καινοτόμα επιχειρηματική ιδέα. Την δημιουργία μιας δικτυακής εφαρμογής διαμοιρασμού υπηρεσιών, όπου οι υπηρεσίες αφορούν πλήρως κατοικίδια ζώα και η κύρια υπηρεσία είναι η φιλοξενία.

Ενώ ο αριθμός των ιδιοκτητών κατοικίδιων και η ζήτηση για υπηρεσίες συνεχώς αυξάνονται, η προσφορά σε υπηρεσίες φιλοξενίας και ειδικότερα μέσω διαμοιρασμού είναι ελάχιστες παγκοσμίως.

Η παρούσα εργασία μέσα από το θεωρητικό μέρος θα παρουσιάσει την τρέχουσα κατάσταση στον τομέα των κατοικίδιων, τον τρόπο λειτουργίας των υπηρεσιών διαμοιρασμού και τις περιπτώσεις ανταγωνισμού. Μέσα από το πρακτικό μέρος θα διερευνηθεί τα απαραίτητα στοιχεία για τον σχεδιασμό και την δημιουργία ιστοσελίδας, το επιχειρηματικό μέρος και την δημιουργία μιας πρότυπης ιστοσελίδας.

Η παρούσα έρευνα συμπέρανε ότι η ιδέα είναι υλοποιήσιμη. Η ζήτηση είναι μεγαλύτερη συγκριτικά με την προσφορά, ειδικά στην ελληνική αγορά. Οι πόροι που απαιτούνται για την δημιουργία και συνέχιση της σελίδας είναι εφικτοί. Η δημιουργία της πλατφόρμας θα επιφέρει βελτίωση και ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου ανθρώπων και κατοικίδιων.

Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη.

Το μέρος Α' αποτελεί το θεωρητικό κομμάτι της εργασίας, όπου συγκεντρώθηκε ένας επαρκής όγκος βιβλιογραφίας και αναζήτησης πληροφοριών και ερευνών στο Διαδίκτυο και αποτελείται από:

Κεφάλαιο Ένα. Παρουσιάζονται τα δεδομένα σχετικά με την φιλοξενία και τα κατοικίδια, τα προβλήματα και τις ήδη υπάρχουσες υπηρεσίες φιλοξενίας.

Κεφάλαιο Δύο. Η έρευνα εστιάζει στην παγκόσμια οικονομία διαμοιρασμού, τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και τις τακτικές. Στην συνέχεια αναφέρονται στοιχεία από επιχειρηματικά μοντέλα, οικονομικά στοιχεία και το νομικό πλαίσιο. Στοιχεία που χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής για την ανάπτυξη μιας καινοτομίας στον χώρο. Καταλήγοντας με στατιστικά και παραδείγματα άλλων επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο Τρία. Στο κεφάλαιο τρία παρουσιάζονται όλα τα απαραίτητα στοιχεία των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων του εξωτερικού. Καταγράφονται τα τεχνικά, λειτουργικά και φιλικά προς τον χρήστη χαρακτηριστικά.

Το μέρος Β' αποτελεί το πρακτικό μέρος της εργασίας και αποτελείται από:

Κεφάλαιο Τέσσερα. Εδώ αναφέρονται τα βασικά χαρακτηριστικά που εμπεριέχονται στο hosPETality.com και προκύπτει ο σχεδιασμός της ιστοσελίδας.

Κεφάλαιο Πέντε. Το κεφάλαιο πέντε περιλαμβάνει το πλήρες επιχειρηματικό μοντέλο της ιδέας. Αναλύονται σημαντικές έννοιες όπως η στρατηγική, η αρχική ομάδα, ανάλυση ανταγωνισμού και αγοράς και το οικονομικό σχέδιο.

Κεφάλαιο Έξι. Καταλήγοντας σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται η υλοποίηση της σελίδας και η αξιολόγηση της από τρίτους.

# **Sharing and hosting services: Designing and developing the business idea of hosPETality.com**

## **Abstract**

Technology has radically changed every aspect of human daily life. Even the way in which goods and services are consumed. The use of internet to meet needs is increasingly adopted by consumers and businesses.

Individuals through sharing services offer services to other individuals covering needs without the presence of natural shops.

The purpose of this master's thesis is to present an innovative business idea. The creation of a service sharing website. The services are going to be entirely for pets and the main service is pet hospitality.

While the number of pet owners is constantly increasing, the demand for services is increasing too, but there is not enough worldwide supply of hosting services. Especially through sharing between individuals.

The present work through the theoretical part will present the current situation in the field of pets, how the sharing services work and competition cases. Through the practical part will explore the characteristics needed for website design and creation, the business relative part and the creation of a template website.

The present study concluded that the idea is doable. Demand is higher than supply, especially in the Greek market. The resources required to create and continue the page are feasible. The creation of the platform have as a result improvement and development of living standards for people and pets.

This paper consists of two parts.

### **Theoretical part A:**

Chapter One The data on pets, problems and existing hosting services

Chapter Two Research on the global sharing economy, its advantages, disadvantages and tactics. Following are data from business models, financial and the legal. Characteristics that need special attention to develop an innovation in the field. Coming up with statistics and examples of other businesses.

Chapter Three Presents all the essentials of competing companies abroad. The technical, functional and user-friendly features are recorded.

### **Practical part B:**

Chapter Four Lists of the key features contained in at hosPETality.com and how the site design comes out.

Chapter Five Includes the complete business model of the idea. Important concepts such as strategy, initial team, competition analysis, market analysis and financial plan.

Chapter Six Concluding this chapter leads to the creation of the site and its evaluation by third parties.

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 .....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ, ΦΙΛΟΖΩΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ, ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΖΩΩΝ .....	7
1.1 Κατοικίδια & Φιλοζωία .....	7
1.2 Προβλήματα.....	10
1.3 Η Λύση.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 .....	13
Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ .....	13
2.1 Οικονομία διαμοιρασμού.....	13
2.2 Υπηρεσίες διαμοιρασμού στην Ελλάδα.....	17
2.3 Επιχειρηματικά Μοντέλα.....	19
2.4 Νομικό Πλαίσιο .....	22
2.5 Στατιστικά & Παραδείγματα .....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....	29
ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ.....	29
3.1 Ανταγωνιστές.....	29
3.2 Χαρακτηριστικά.....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	39
ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ & ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ hosPETality.com .....	39
4.1 ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ .....	39
4.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ .....	40
4.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	49
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ & ΣΧΕΔΙΟ.....	49
5.1 Περίληψη .....	51
5.2 Επιχειρηματικό Υπόβαθρο.....	53
5.3 Επιχειρηματική Στρατηγική.....	54
5.4 Η Ομάδα.....	56
5.5 SWOT και σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας .....	57
5.6 Έρευνα & Ανάλυση της Αγοράς.....	60
5.7 Ανάλυση Ανταγωνισμού.....	62
5.8 Οικονομικό Σχέδιο .....	63
5.9 Περιουσιακά Στοιχεία.....	65

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 .....	67
ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ hosPETality.com .....	67
6.1 Υλοποίηση .....	67
6.2 Αξιολόγηση.....	70
6.3 Αποτελέσματα.....	71
6.4 Συμπεράσματα .....	76
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	77
6.5 Ερωτηματολόγιο .....	78
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β .....	85
6.6 Συνολική Παρουσίαση Απαντήσεων Ερωτηματολογίου.....	86
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	96





# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ, ΦΙΛΟΖΩΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ, ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΖΩΩΝ

### 1.1 Κατοικίδια & Φιλοζωία

Η πρόσφατη δημοτικότητα των κατοικίδιων όπως των σκύλων, των γατών, καθώς και των ινδικών χοιριδίων μπορεί να φαίνεται μόδα ή μανία στις μέρες μας. Πράγματι, συχνά θεωρείται ότι τα κατοικίδια ζώα είναι μια δυτική αντίληψη, που διατηρήθηκε από το παρελθόν τότε που τα κατοικίδια χρησιμοποιούνταν ως «εργαλεία» για τον άνθρωπο. Περίπου τα μισά νοικοκυριά στην Βρετανία για παράδειγμα αλλά και σε διεθνές επίπεδο, περιλαμβάνουν κάποιο είδος κατοικίδιου ζώου. Τα ποσοστά κυρίως είναι 50% σκύλοι και 50% γάτες, κατά κοινή ομολογία (Hal Herzog, 2017).

Σήμερα τα κατοικίδια ζώα κοστίζουν χρόνο και χρήμα και δεν προσφέρουν σημαντικά υλικά πλεονεκτήματα όπως στο παρελθόν που οι άνθρωποι είχαν το σκύλο ή την γάτα ή άλλο κατοικίδιο για κάλυψη πρακτικής ανάγκης τους, (κυνήγι τροφής, ασφάλεια, κ.λπ.). Επιστημονικές έρευνες πανεπιστημίων των Η.Π.Α. κυρίως, δείχνουν ότι κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης του 2008, οι δαπάνες για τα κατοικίδια ζώα παρέμειναν σχεδόν ανεπηρέαστες, πράγμα που υποδηλώνει ότι για τους περισσότερους ιδιοκτήτες τα κατοικίδια ζώα δεν είναι πολυτέλεια αλλά ένα αναπόσπαστο και βαθύτατα αγαπημένο μέλος της οικογένειας.

Μερικοί άνθρωποι λοιπόν θεωρούν δεδομένη την αγάπη προς τα κατοικίδια ωστόσο, άλλοι απλά δεν ενδιαφέρονται.

Είναι πολύ πιθανό ότι η επιθυμία για την συντροφιά των ζώων πραγματικά πηγαίνει πίσω δεκάδες χιλιάδες χρόνια και φαίνεται από έρευνες ότι έχει παίξει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξή. Αν ναι, τότε η γενετική μπορεί να εξηγήσει γιατί η αγάπη για τα ζώα είναι κάτι που μερικοί άνθρωποι απλά δεν την κατανοούν.

Τον τελευταίο καιρό έχει δοθεί μεγάλη προσοχή στην ιδέα ότι η διατήρηση ενός σκύλου ή μιας γάτας μπορεί να ωφελήσει την υγεία του κατόχου με πολλούς τρόπους, όπως για παράδειγμα να μειώσει τον κίνδυνο καρδιακών παθήσεων, να καταπολεμήσει τη μοναξιά και να ανακουφίσει την κατάθλιψη και τα συμπτώματα της άνοιας. Ακόμα το κατοικίδιο μπορεί να ανιχνεύσει ή να προειδοποιήσει τον κάτοχό του σε περίπτωση κρίσης της ασθένειας του κατόχου, όπως στην περίπτωση καρκίνου ή διαβήτη. Βάση του βιβλίου « Τα ζώα ανάμεσά μας – Η Νέα Επιστήμη της Ανθρωποζωολογίας» του Τζόν Μπράντσοου, τέτοιου είδους μελέτες δεν μπορούν να θεωρηθούν ως επιστημονικές αποδείξεις για δύο λόγους. Τουλάχιστον όχι ακόμα και

αυτό διότι, αφενός υπάρχει ένας αριθμός μελετών που υποδηλώνει ότι τα κατοικίδια ζώα δεν έχουν καθόλου αρνητικό αντίκτυπο στην υγεία των ανθρώπων αλλά δεν υποδηλώνει και ότι έχουν. Αφετέρου, υπάρχει μια άλλη μελέτη που δηλώνει ότι οι ιδιοκτήτες κατοικίδιων ζώων δεν ζουν περισσότερο από όσους δεν είχαν ποτέ ένα κατοικίδιο στο σπίτι τους. Συνεπώς, ακόμα και αν αποδειχθούν αληθινοί οι ισχυρισμοί αυτοί, τα υποτιθέμενα οφέλη για την υγεία ισχύουν μόνο για τις σημερινές αστικές τάξεις ειδικά του δυτικού πολιτισμού. Σε περιοχές της Ασίας τα σκυλιά οδηγούνται στην σφαγή και ενδεχομένως και στην κρεαταγορά. Επομένως δεν μπορούν να θεωρηθούν τα στοιχεία των μελετών αυτών ως οι βασικοί λόγοι για τους οποίους διατηρείται την ιδέα της φιλοζωίας.

Η επιθυμία για κατοικίδια ζώα είναι τόσο διαδεδομένη ειδικά στην σημερινή εποχή, ώστε είναι δελεαστικό να θεωρείτε ως ένα καθολικό χαρακτηριστικό της ανθρώπινης φύσης. Μερικοί άνθρωποι, όποια και αν είναι η ανατροφή τους, φαίνονται προδιαθετημένοι να αναζητήσουν την συντροφιά των ζώων, άλλοι λιγότερο και άλλοι καθόλου.

Επιστημονικές έρευνες για το DNA των κατοικίδιων ζώων του σήμερα αποκαλύπτουν ότι κάθε είδος χωρίστηκε από το άγριο ομόλογό του μεταξύ 15.000 και 5.000 χρόνων πριν, στις παλαιολιθικές και νεολιθικές περιόδους (Jan Hoole, 2019). Αυτό οδήγησε την ανθρωπότητα να ξεκινήσει την εκτροφή των ζώων. Συνεπώς παρατηρείται μια παράλληλη εξέλιξη ή καλύτερα αλληλένδετη. Δεν είναι εύκολο όμως να ερευνηθεί πώς αυτό θα μπορούσε να επιτευχθεί εάν τα πρώτα σκυλιά, οι γάτες, τα βοοειδή και οι χοίροι αντιμετωπίζονταν ως απλά αγαθά.

Εάν αυτό συνέβαινε, οι διαθέσιμες τεχνολογίες θα ήταν ανεπαρκείς για να αποτρέψουν την ανεπιθύμητη αλληλοσύνδεση των κατοικίδιων και άγριων ζώων, τα οποία σε πρώιμα στάδια θα είχαν άμεση πρόσβαση επαφής μεταξύ τους, αλλοιώνοντας έτσι τα γονίδια για «εξημέρωση» και επιβραδύνοντας την περαιτέρω εξέλιξή τους – ή ακόμα και την αντιστροφή της, και κατ' επέκταση και τη ανθρώπινη παράλληλη εξέλιξη. Επίσης, οι περίοδοι πείνας θα ενθάρρυναν τη σφαγή των αποθεμάτων (ζώων) αναπαραγωγής, εξαλείφοντας εξ ολοκλήρου τα γονίδια “εξημέρωσης”. Αλλά αν τουλάχιστον μερικά από αυτά τα πρόωρα κατοικίδια ζώα είχαν αντιμετωπιστεί ως κατοικίδια ζώα εξ αρχής, η φυσική συγκράτηση εντός των ανθρώπινων κατοικιών θα εμπόδιζε τα άγρια αρσενικά να επιβληθούν με τον τρόπο τους στα εξημερωμένα θηλυκά. Η ειδική κοινωνική κατάσταση, δηλαδή των κατοικίδιων που κυνηγούν το θήραμα και το συλλέγουν για το αφεντικό τους, θα είχε αναστείλει την κατανάλωσή τους ως τρόφιμα. Διατηρούμενα λοιπόν απομονωμένα με αυτό τον τρόπο, τα νέα ήμι-εξημερωμένα ζώα θα μπορούσαν να εξελιχθούν μακριά από τους άγριους τρόπους των προγόνων τους και να γίνουν τα εύθραυστα ζώα που γνωρίζουμε σήμερα.

Τα ίδια γονίδια που ωθούν σήμερα ορισμένους ανθρώπους να πάρουν την πρώτη τους γάτα ή σκύλο θα είχαν εξαπλωθεί στους πρώτους αγρότες. Ομάδες που περιλάμβαναν ανθρώπους με ενσυναίσθηση για τα ζώα και κατανόηση της

κτηνοτροφίας θα είχαν ακμάσει σε βάρος εκείνων, οι οποίοι θα έπρεπε να συνεχίσουν να βασίζονται στο κυνήγι για να αποκτήσουν κρέας.

Γιατί δεν αισθάνονται όλα τα άτομα με τον ίδιο τρόπο; Πιθανώς επειδή σε κάποιο σημείο της ιστορίας οι εναλλακτικές στρατηγικές κλοπής κατοικίδιων ζώων ή υποδούλωσης των ανθρωπίνων φροντιστών τους έγιναν αναγκαίο για την επιβίωση.

Τελευταία παρατηρήθηκε σε πρόσφατες μελέτες μια αναστροφή των δεδομένων που έχουν δείξει ότι η αγάπη για τα κατοικίδια ζώα συμβαδίζει χέρι-χέρι με την ανησυχία για τον φυσικό κόσμο και την εξέλιξή του. Φαίνεται ότι οι άνθρωποι μπορούν να χωριστούν κατά προσέγγιση σε εκείνους που αισθάνονται άμεση σύνδεση με τα ζώα και το περιβάλλον γενικά και εκείνους που δεν αισθάνονται το ίδιο. Επειδή θεωρούν τον άνθρωπο αυτόνομο, αυτόρρη και κυρίαρχο του πλανήτη. Αυτή η αίσθηση τους οδηγεί να «απολαύσουν» και τα δύο, δηλαδή να υιοθετήσουν ένα κατοικίδιο ζώο ως ένα είδος υλικού αγαθού που είναι διαθέσιμο στη σημερινή αστικοποιημένη κοινωνία. Όπως και να έχουν τα πράγματα, αυτό που προκύπτει είναι ότι τα κατοικίδια ζώα μπορεί να μας βοηθήσουν να επανασυνδεθούμε με τον κόσμο της φύσης, που είναι αναπόσπαστο κομμάτι της υπόστασης μας, και να εξελιχθούμε ως ανθρωπότητα. Εν κατακλείδι, η φιλοζωία είναι αναγκαία για την εξέλιξή μας αλλά και για τον πλανήτη γενικά.

Η φιλοζωία είναι ένα άκρως ευαίσθητο κοινωνικό ζήτημα παγκοσμίως. Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των ενεργών φιλόζων, των ατόμων με φιλοζωική συνείδηση και οι ενέργειες τους έχουν αυξηθεί ραγδαία. Τα δικαιώματα των ζώων έχουν αλλάξει ριζικά. Οι νεότερες γενιές δείχνουν αρκετά ευαισθητοποιημένες σε σχέση με τις περασμένες δεκαετίες στις υποχρεώσεις, στην κινητοποίηση και στην φροντίδα των ζώων, ειδικότερα των ζώων συντροφιάς.

Στην Ελλάδα συγκεκριμένα ο αριθμός των κατοικίδιων ζώων και των φιλοζωικών σωματείων αντίστοιχα διαρκώς διογκώνεται την τελευταία δεκαετία. Σε αυτό έχει συμβάλει η οικονομική κρίση που πλήττει την χώρα μας. Συγκριτικά όμως με τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες χώρες του δυτικού κόσμου, την Ελλάδα χαρακτηρίζει μια βραδύτερη ανάπτυξη ιδεών και καινοτομιών στον τομέα της φιλοζωίας.

## 1.2 Προβλήματα

Αλλαγές και καινοτομίες εμφανίζονται διαρκώς στην πανίδα του πλανήτη. Αναλυτικά, τα ζώα εργασίας εκλείπουν και τα αντικαθιστούν οι μηχανές, τα ζώα συντροφιάς(σκύλοι, γάτες, τρωκτικά ,πτηνά, ψάρια) όλο και αυξάνουν την παρουσία τους στα σπίτια καθώς θεωρούνται αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης διαβίωσης. Τι συμβαίνει όμως με εκείνα τα κατοικίδια που δεν βρίσκουν σπίτι, εκείνα που χάνουν το σπίτι τους ή εκείνα που χρειάζονται την φιλοξενία για μικρό χρονικό διάστημα; Από την εμπειρία του συγγραφέα έγινε κατανοητό ένα σημαντικό πρόβλημα. Τα κατοικίδια ζώα, επιβάλλεται να βρίσκονται σε ένα πλήρως βιώσιμο και ειδικά διαμορφωμένο για αυτά περιβάλλον. Ζώα όπως ο σκύλος και η γάτα ανήκουν αδιαμφισβήτητα δίπλα στον άνθρωπο και όχι σε μεγάλα αστικά κέντρα χωρίς βοήθεια και σταθερή τροφή. Είναι αδύνατο για αυτά τα ζώα να ζούνε μόνα σε πυκνόκατοικημένες περιοχές διότι οι κίνδυνοι είναι αρκετοί. Οι επικρατέστερες αιτίες θανάτου ενός αδέσποτου ή εκτεθειμένου ζώου είναι οι ασθένειες, αυτοκινητιστικά δυστυχήματα και κακή έως μηδαμινή διατροφή. Αντιθέτως όμως με όλες τις δράσεις που γίνονται για να εξαλειφθούν αυτά τα φαινόμενα συνεχίζουν να υπάρχουν σημαντικά προβλήματα που μαστίζουν τα ζώα συντροφιάς. Φιλοζωικές οργανώσεις δεν κατέχουν τις απαραίτητες εγκαταστάσεις , εθελοντικό προσωπικό και οικονομικούς πόρους για να καλύψουν τις ανάγκες των αδέσποτων ζώων. Επίσης αρκετοί ενσυνείδητοι πολίτες που βρίσκουν στην καθημερινότητα τους αδέσποτα ζώα νιώθουν υπόχρεοι προς αυτά αλλά δεν διαθέτουν τον χώρο για φιλοξενία και φροντίδα. Είναι σύνηθες φαινόμενο στους κάτοχους κατοικίδιων, να χρειάζεται να αποχωρήσουν είτε μονιμά είτε προσωρινά από την οικεία τους. Έτσι για διάφορους λόγους δημιουργείται η ανάγκη φιλοξενίας των κατοικίδιων ζώων τους από τρίτους. Ξενοδοχεία ζώων χρεώνουν υπέρογκα ποσά για την φιλοξενία, οι φίλοι και οι συγγενείς δεν είναι διατεθειμένοι να φιλοξενήσουν ζώα με δικό τους κόστος. Υπάρχουν επίσης και πολλοί αφερέγγυοι τυχοδιώκτες που θα προσφερθούν «από στόμα σε στόμα» να φιλοξενήσουν ζώα με κάποια ανταμοιβή και απολύτως παράνομα.

### 1.3 Η Λύση

Η υγεία , η μακροημέρευση, η χαρά και η αγάπη των τετράποδων(και μη) φίλων , θεωρείται κοινωνική ευθύνη της ανθρώπινης κοινωνίας. Συμπερασματικά λοιπόν υπάρχει μια λύση που θα βοηθήσει και θα αναπτύξει το κοινωνικό, βιοτικό και πολιτισμικό επίπεδο. Αυτή είναι κάτι συνηθισμένο στην εποχή που διανύουμε, εισβάλλει ολοένα στην καθημερινότητα και πλέον θεωρείτε δεδομένο, μια ηλεκτρονική πλατφόρμα! Πρόκειται για μία ιστοσελίδα που θα φέρνει σε επαφή όλους τους φιλόζωους γρήγορα και εύκολα και θα βρίσκει τα καταλληλότερα καταλύματα για τους καλύτερους φίλους του ανθρώπου, τα κατοικίδια. Θα μπορεί κάθε άτομο να:

- καταχωρήσει
- αναζητήσει
- ενοικιάσει κατάλυμα για το κατοικίδιο του

Η πλατφόρμα θα λύνει τα χέρια σε όσους έχουν κατοικίδια και επιθυμούν να τα φιλοξενήσει κάποιος που θα τους δείχνει αγάπη και φροντίδα σε μια μία χαμηλή και λογική τιμή για τα επίπεδα της εποχής. Επίσης πολλοί χρήστες θα μπορούν να φιλοξενήσουν αδέσποτα ζώακια έναντι ανταμοιβής μέχρι να βρεθεί σπίτι να τα υιοθετήσει, έτσι θα μειώνονται τα ζώα που γεννούνται στον δρόμο. Εκτός της βασικής υπηρεσίας η οποία είναι η φιλοξενία, θα προσφέρονται μέσω διαμοιρασμού και άλλες υπηρεσίες, όπως :

- καλλωπισμός
- βόλτα ζώων
- συναντήσεις κατοικίδιων

Οι χρήστες της ιστοσελίδας θα πρέπει να εγγραφούν δημιουργώντας ένα διαδικτυακό προφίλ. Κάθε προφίλ οικοδεσπότη ή μη θα περιλαμβάνει:

- σχόλια από τους προηγούμενους χρήστες
- συστάσεις από τους προηγούμενους θαμώνες
- φωτογραφίες
- αξιολόγηση
- ιδιωτικό σύστημα μηνυμάτων.

Η κοστολόγηση του καταλύματος θα μπορεί να καθοριστεί από τον χρήστη. Οι χρήστες επίσης, θα μπορούν να προσδιορίσουν τους κανόνες του σπιτιού, καθώς και να δημοσιοποιήσουν και άλλες περιγραφές , σχετικά με την κατοικία. Το προφίλ είναι ένα μέρος όπου οι επισκέπτες θα μπορούν να ερευνήσουν περισσότερα για τους οικοδεσπότες, ενώ θα χρησιμοποιείται από τους ίδιους τους, για να παρουσιάσουν την ταυτότητα τους δημοσίως ,καθώς και για να εκφράσουν τη φιλοσοφία τους, σχετικά με την ιδέα της φιλοξενίας. Οι επισκέπτες θα πρέπει να στείλουν ένα απευθείας μήνυμα στο χρήστη, μέσω της ιστοσελίδας ,υποβάλλοντας ερωτήσεις σχετικά με το ακίνητο. Οι χρήστες θα έχουν τον πλήρη έλεγχο, σχετικά με το ποιος κάνει κράτηση του χώρου τους. Η ιστοσελίδα δεν θα βοηθάει μόνο τους πιστούς φίλους αλλά θα ανταμείβει τους οικοδεσπότες με μία νέα πηγή εσόδων. Καταλήγοντας, σε φιλοζωικό επίπεδο δίνεται η δυνατότητα να χρησιμοποιείται η πλατφόρμα από ευκατάστατους φιλόζωους, φιλοζωικές οργανώσεις , κοινωνικοί φορείς , δήμοι κ.α. Όλοι οι παραπάνω θα μπορούν να μισθώνουν χώρους έτσι ώστε κάθε ένα από τα αγαπημένα ζώακια να βρίσκει σπίτι.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

#### 2.1 Οικονομία διαμοιρασμού

Η οικονομία διαμοιρασμού ή οικονομία του μοιράσματος αναφέρεται σε έναν διεθνή όρο *sharing economy* που χρησιμοποιείται ευρέως την τελευταία δεκαετία και περιέχει ένα πλήθος ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της οικονομικής αυτής δραστηριότητας. (Μπούκης Α. , 2019). Σύμφωνα με τη γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής κατά την 517η σύνοδο ολομέλειας, της 25ης και 26ης Μαΐου 2016 για την οικονομία του διαμοιρασμού, ο ορισμός που δόθηκε οριοθέτησε το πεδίο και διαχώρισε τις πρακτικές που χρησιμοποιούνται από την οικονομία της αγοράς. Αναφέρεται ως ένα οικονομικό σύστημα που λειτουργεί αποκλειστικά μέσω διαδικτύου χρησιμοποιείται από ιδιώτες χωρίς ή με αμοιβή και βασίζεται στην κοινή χρήση αγαθών που μπορεί να χρησιμοποιούνται μερικώς. Είναι η διαδικασία κατά την οποία κάποιος μέσα από μια διαδικτυακή πλατφόρμα μοιράζεται κάτι δικό του με άλλους και δέχεται επίσης κάτι άλλο από κάποιους άλλους για ίδια χρήση. ([el.wikipedia.org/wiki/Οικονομία\\_διαμοιρασμού](http://el.wikipedia.org/wiki/Οικονομία_διαμοιρασμού)).

Η οικονομία κοινής χρήσης επιτρέπει στους ανθρώπους να ανταλλάσσουν απτά και άυλα μεταξύ τους σε κλίμακα. Αυτές οι σχέσεις ανταλλαγής συχνά υποβαθμίζουν τις παραδοσιακές ρυθμίσεις λιανικής ή απασχόλησης, γενικά μειώνοντας συνολικά τις τριβές των συναλλαγών ή τους μεσάζοντες. Με τη διευκόλυνση της ανταλλαγής πόρων, η κοινή οικονομία αυξάνει την αποδοτικότητα. Σε πολλές περιπτώσεις, επιτρέπει στους συμμετέχοντες να περάσουν χωρίς να κατέχουν πολύτιμα αντικείμενα, όπως αυτοκίνητα, δημιουργώντας παράλληλα ευκαιρίες για άλλους να εξάγουν αξία από άχρηστα αντικείμενα ή ταλέντα. Δεν θα ήταν δυνατή χωρίς την τεχνολογία. Σχεδόν όλες οι μορφές συνεργατικής κατανάλωσης χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο για να συνδέουν παρόχους με πελάτες. Οποιοσδήποτε μπορεί να συμμετάσχει στην οικονομία κοινής χρήσης. (Rachel Botsman 2018).

Με βάση ένα συχνά αναφερόμενο στη βιβλιογραφία ορισμό, η οικονομία διαμοιρασμού προσδιορίζεται ως ένα φαινόμενο σύμφωνα με το οποίο καταναλωτές παραχωρούν σε άλλους καταναλωτές προσωρινή πρόσβαση σε ενσώματα περιουσιακά στοιχεία που υποχρησιμοποιούνται, πιθανόν έναντι αμοιβής (Frenken et al., 2015). Από μία άποψη, ο ορισμός αυτός μπορεί να χαρακτηριστεί ως εννοιολογικά ακριβής, καθώς δεν απομακρύνεται σημαντικά από την ιδέα του να μοιράζεται κανείς προσωρινά π.χ. τη στέγη του ή μία διαδρομή με το αυτοκίνητό του, δραστηριότητα που παλαιότερα λάμβανε χώρα κυρίως μεταξύ συγγενών και φίλων, ενώ πλέον μπορεί να πραγματοποιείται και μεταξύ αγνώστων με τη μεσολάβηση μίας διαδικτυακής πλατφόρμας. Από την άλλη πλευρά, ο συγκεκριμένος ορισμός μπορεί να θεωρηθεί ως σχετικά περιοριστικός (Maselli, Lenaerts and Beblavý, 2016), καθώς εξαιρεί συγγενείς μορφές συναλλαγών που υλοποιούνται μέσω διαδικτυακών πλατφορμών και τοποθετούνται με τα σημερινά δεδομένα σε ένα ευρύτερο πλαίσιο συνεργατικών



δραστηριοτήτων. Συγκεκριμένα, στη βάση του ορισμού αυτού, η έννοια της οικονομίας διαμοιρασμού αφορά αποκλειστικά συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών ή αλλιώς ομότιμων (consumer-to-consumer), αποκλείοντας αντίστοιχες συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business-to-consumer). Επιπλέον, στον ορισμό δεν περιλαμβάνονται δραστηριότητες που αφορούν καθαρά την παροχή υπηρεσιών. Έτσι, ενώ με βάση τον συγκεκριμένο ορισμό εντάσσεται στην οικονομία διαμοιρασμού π.χ. η ενοικίαση ενός καταλύματος που υποχρησιμοποιείται από τον ιδιοκτήτη του μέσω πλατφορμών (Airbnb) ή η συνεπιβίβαση σε ΙΧ αυτοκίνητο για μία κοινή διαδρομή (carpooling) μέσω πλατφορμών (BlaBlaCar) δεν εμπίπτουν στον ορισμό δραστηριότητες που σχετίζονται με την άμεση (on-demand) ικανοποίηση αιτημάτων για παροχή υπηρεσιών, όπως οι παραγγελίες ταξί μέσω πλατφορμών (Uber) ή η κάλυψη αναγκών για οικιακές υπηρεσίες μέσω πλατφορμών (TaskRabbit).

## **Πλεονεκτήματα**

### **A) Φθηνότερα αγαθά και υπηρεσίες**

Η οικονομία διαμοιρασμού βασίζεται στην ιδέα ότι η κατανομή ορισμένων αγαθών, υπηρεσιών και δεξιοτήτων είναι αποτελεσματικότερη. Αυτό μπορεί να μειώσει το κόστος για τα διαθέσιμα αγαθά, τις υπηρεσίες και το χρόνο. Για παράδειγμα, αν ένας καταναλωτής χρειάζεται μόνο μια ταινία μία φορά το χρόνο, είναι πολύ φθηνότερο να πληρώσει 20 δολάρια για να νοικιάσει μία από μια γειτονιά ή μια βιβλιοθήκη δανεισμού εργαλείων παρά να πληρώσει \$ 1.000 ή περισσότερα για έναν δικό του μικρό κινηματογράφο. Το ίδιο ισχύει για μια περιστασιακή υπηρεσία, όπως μια ετήσια καθαριότητα σπιτιού ή μια διαδρομή από σημείο σε σημείο σε μια πυκνοκατοικημένη περιοχή.

Με την χρήση υπηρεσιών από επιχειρηματίες μόνο όταν είναι απαραίτητο, δεν χρειάζεται να αντιμετωπιστούν προβλήματα όπως τα κόστη ιδιοκτησίας και απασχόλησης, η ασφάλεια αυτοκινήτου και υγείας, η συντήρηση και τα ζητήματα ανθρώπινου δυναμικού. Στην ουσία, η οικονομία ανταλλαγής καταργεί διάφορες υπάρχουσες καταστάσεις είτε πρόκειται για έναν παραδοσιακό εργοδότη είτε για την εταιρεία η οποία παρέχει αγαθά και υπηρεσίες.

### **B) Επιπλέον εισόδημα για παροχές υπηρεσιών**

Από την άλλη πλευρά της συναλλαγής, ένας ιδιοκτήτης μπορεί να αξιοποιήσει την πιθανή αξία ενός στοιχείου, όπως ένα όχημα που διαφορετικά θα καθόταν στο δρόμο ή ένα ταλέντο που δεν θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί σε μια καθημερινή εργασία, μοιράζοντάς το όταν δε χρησιμοποιείται από τον ίδιο. Παρέχοντας μετακινήσεις ή φιλοξενία, μπορεί να αντικαταστήσει ή να συμπληρώσει το εισόδημα που θα κερδίσει σε μια παραδοσιακή δουλειά. Με την εκμίσθωση του σπιτιού ή των περιουσιακών στοιχείων, μπορεί να κερδίσει παθητικό εισόδημα.

## **Γ) Νέες και καλύτερες ευκαιρίες**

Η οικονομία διαμοιρασμού παρέχει πρόσβαση σε πράγματα που μπορεί να μην είναι πρακτικά κατάλληλα για κατοχή ή για απόκτηση. Για παράδειγμα, πολλοί άνθρωποι απλά δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά ένα αυτοκίνητο ή να πείσουν μια παραδοσιακή τράπεζα να επεκτείνει ένα προσωπικό δάνειο. Οι πλατφόρμες διαμοιρασμού όμως καθιστούν δυνατή την πρόσβαση σε τέτοιες εναλλακτικές χωρίς να ζητούν από τους συμμετέχοντες να πληρώσουν πολλά ή να αναλάβουν απαράδεκτα ποσά κινδύνου.

## **Δ) Ισχυρότερες κοινότητες**

Πολλές πλατφόρμες οικονομίας κοινής χρήσης (Airbnb) έχουν ενσωματωμένες αξιολογήσεις και σχόλια που βοηθούν τους παρόχους και τους καταναλωτές να είναι ειλικρινείς. Οι συνεργασίες και οι αγορές εργασίας βασίζονται στην ιδέα της διαπροσωπικής συνεργασίας και της ανταλλαγής πόρων. Και κάποιες πλατφόρμες χρησιμοποιούν την επιρροή τους - και τους κοινούς πόρους των συμμετεχόντων - για να βοηθήσουν όσους έχουν ανάγκη.

Για παράδειγμα, σύμφωνα με την TechRepublic, η Airbnb έχει συντονίσει δωρεάν καταλύματα για άτομα που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές και η TaskRabbit έχει πειραματιστεί με την οργάνωση εθελοντών σε καταστάσεις κρίσης. Αυτές και άλλες προσπάθειες οικοδόμησης εμπιστοσύνης βοηθούν τους συμμετέχοντες στην οικονομία να βλέπουν ο ένας τον άλλον ισότιμα, δημιουργώντας εποικοδομητικές σχέσεις όπου δεν υπήρχαν προηγουμένως.

## **Μειονεκτήματα**

### **Α) Προβληματισμοί προστασίας προσωπικών δεδομένων / ασφάλειας**

Η οικονομία κοινής χρήσης απαιτεί από τους ανθρώπους και στις δύο πλευρές της συναλλαγής να ανταλλάξουν προσωπικές πληροφορίες. Για παράδειγμα, όταν ενοικιάζετε το σπίτι ενός ιδιώκτη (Airbnb ή το Vrbo) προσκαλούνται ουσιαστικά άγνωστοι. Ενώ υπάρχει εμπιστοσύνη στους ενοικιαστές στο να σέβονται και να τηρούν το νόμο, δεν υπάρχει βεβαιότητα ότι θα ακολουθηθεί. Το ίδιο ζήτημα ισχύει και για την πώληση ή την ενοικίαση αντικειμένων σε μια ηλεκτρονική αγορά και τη χρησιμοποίηση μιας πλατφόρμας εργασίας για την εξεύρεση ανθρώπινης εργασίας, όπως η επισκευή στο σπίτι. Αντίθετα, οι υπηρεσίες ταξί, τα παραδοσιακά καταστήματα λιανικής πώλησης κ.α. πρέπει να διαθέτουν άδεια ή / και να τηρούν τους κανονισμούς προστασίας των καταναλωτών.

## **B) Δεν υπάρχουν ή λίγες εγγυήσεις**

Όταν μοιράζονται πόροι σας με άλλους - είτε με την εκμίσθωση ενός σπιτιού, αυτοκινήτου ή εξοπλισμού αναλαμβάνετε επίσης ο κίνδυνος να μην γίνει πληρωμή ή να υποστούν βλάβη τα αντικείμενα που μοιράζονται. Για παράδειγμα, οι ενοικιαστές στο σπίτι σας ή οι αναβάτες στο αυτοκίνητό θα μπορούσαν να προκαλέσουν ζημιά που πρέπει να πληρωθεί - είτε πέραν της εγγύησης που ζητείται είτε υπό μορφή ασφαλιστικής έκπτωσης.

## **Γ) Συνεργασία με άλλους**

Παρόλο που η δύναμη οικοδόμησης της κοινωνίας μπορεί να αποτελέσει όφελος, η οικονομία διαμοιρασμού απαιτεί στενή συνεργασία μεταξύ των ανθρώπων από κάθε πλευρά μιας συναλλαγής. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε συμπεριφορές που περιορίζουν την ανεξαρτησία ή καταπατούν την ελευθερία. Για παράδειγμα, όταν νοικιάζετε σε μια πλατφόρμα κοινής χρήσης κατοικιών ή διαμερισμάτων, καταλαμβάνεται χώρος που περιέχει προσωπική ιδιοκτησία κάποιου άλλου και ενδέχεται να υπόκειται στους κανόνες των λοιπών ενοίκων ή γειτόνων. Σε ένα δωμάτιο ξενοδοχείου, δεν χρειάζεται να συμπεριφέρεσαι σαν να είσαι επισκέπτης στο σπίτι κάποιου.

## **Δ) Διαστρεβλώσεις της αγοράς**

Η επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού γίνεται ιδιαίτερα αισθητή σε αρκετές περιπτώσεις αγορών. Μεταξύ των οποίων μελετώνται οι τοπικές στρεβλώσεις της στεγαστικής αγοράς που επιδεινώνονται από βραχυπρόθεσμες μισθωτικές πλατφόρμες σε μεγάλες πόλεις και δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς.

Σύμφωνα με μια μελέτη του Εθνικού Γραφείου Οικονομικών Ερευνών του 2017, της UCLA και του Πανεπιστημίου της Νότιας Καλιφόρνιας, "η αύξηση κατά 10% των καταχωρίσεων της Airbnb οδηγεί σε αύξηση των ενοικίων κατά 0,42% και αύξηση των τιμών των κατοικιών κατά 0,76%." ακούγονται σαν πολλά, αλλά μην ξεχνάτε ότι οι καταχωρίσεις της Airbnb αυξήθηκαν με πολύ ταχύτερο κλιπ την τελευταία δεκαετία στις κορυφαίες αγορές όπως το Σαν Φρανσίσκο. Σύμφωνα με τον Zillow, οι τιμές των κατοικιών έχουν σχεδόν διπλασιαστεί από τις αρχές του 2012 έως τις αρχές του 2018.

## 2.2 Υπηρεσίες διαμοιρασμού στην Ελλάδα

Σε επίπεδο ιδιωτών, τα οφέλη από την οικονομία διαμοιρασμού έχουν ήδη γίνει ορατά στη χρονομίσθωση των ιδιωτικών καταλυμάτων, όπου σημαντικός αριθμός ιδιοκτητών έχει σπεύσει να εκμεταλλευτεί την αυξημένη τουριστική κίνηση στη χώρα μας (βλέπε Airbnb). Όμως υπάρχουν πολλές ευκαιρίες στην οικονομία διαμοιρασμού που ακόμη παραμένουν ανεκμετάλλευτες και αυτό γίνεται διπλά σημαντικό δεδομένης της δυσχερούς οικονομικής κατάστασης στην οποία βρίσκεται μεγάλο μέρος του πληθυσμού στην Ελλάδα.

Ετήσια αύξηση της τάξης του 25% καταγράφουν τα μεγέθη της οικονομίας διαμοιρασμού, σύμφωνα με μελέτη που εκπόνησε η Grant Thornton για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος με τίτλο «Οικονομία διαμοιρασμού: Κοινωνικές επιπτώσεις και ρυθμιστικές παρεμβάσεις», η οποία παρουσιάστηκε την Τρίτη 5 Φεβρουαρίου 2019 στο ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία».

*Ειδικότερα, τα έσοδα ανήλθαν στα €1,9 δισ., ποσό που προσεγγίζει το 10% της ετήσιας τουριστικής δαπάνης.*

Στην τοποθέτησή του ο συντονιστής της μελέτης και Director, Business Consulting της Grant Thornton στην Ελλάδα, κ. Παναγιώτης Πρόντζας, επισήμανε χαρακτηριστικά ότι «ο στόχος της έρευνας ήταν να ποσοτικοποιηθούν οι κοινωνικές επιδράσεις της οικονομίας του διαμοιρασμού. Το ζήτημα είναι ιδιαίτερα σύνθετο και οφείλουμε ως κοινωνία να διερευνήσουμε αν υπάρχουν ομάδες του πληθυσμού που επηρεάζονται αρνητικά από τη μεγέθυνση αυτού του φαινομένου. Η έρευνα διαπίστωσε ότι πράγματι υπάρχει ένα ζήτημα εκτοπισμού (crowding out effect) των μακροχρόνιων μισθώσεων από τις βραχυχρόνιες, ενώ συγχρόνως καταγράφεται αύξηση στις τιμές των ενοικίων στις μακροχρόνιες μισθώσεις στις περιοχές όπου οι βραχυχρόνιες μισθώσεις είναι ιδιαίτερα αυξημένες. Πέραν αυτών απώλειες καταγράφονται σε επίπεδο δημοσίων εσόδων (σε σύγκριση με εκείνα που θα υπήρχαν εάν η εν λόγω δαπάνη κατευθυνόταν στα ξενοδοχεία) και σε επίπεδο θέσεων εργασίας, ενώ δημιουργούνται και περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Όλα αυτά απαιτούν να τεθεί το ζήτημα της οικονομίας διαμοιρασμού μέσα στο δημόσιο διάλογο και να διερευνηθούν οι απαραίτητες ρυθμιστικές παρεμβάσεις προκειμένου να περιοριστούν οι αρνητικές επιπτώσεις».

### **Το μέγεθος οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό και οι επιπτώσεις του**

Τα αποτελέσματα της μελέτης κατέδειξαν ότι το δυναμικό μοντέλο διάθεσης και κατανάλωσης υπηρεσιών και αγαθών της οικονομίας διαμοιρασμού αντιπροσωπεύει περίπου € 1,9 δισ. του τουριστικού κλάδου (10% της τουριστικής δαπάνης). Δεδομένου ότι η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί ένα σταδιακά αυξανόμενο μέγεθος, εκτιμάται πως θα προκαλέσει επιδράσεις τόσο στην τουριστική αγορά όσο και σε συνδεδεμένες αγορές.

Η οικονομία διαμοιρασμού του τουριστικού κλάδου επηρεάζει άμεσα την αγορά ακινήτων και τα δημόσια έσοδα, φέρει περιβαλλοντικές επιπτώσεις ενώ ασκεί επίδραση και στην αγορά εργασίας. Παράλληλα, προκαλεί πρόσθετες επιδράσεις, ειδικά σε επίπεδο αστικής «φυσιογνωμίας» (αστικού τοπίου) και κοινωνικής συμβίωσης. Σύμφωνα με τη μελέτη οι επιπτώσεις έχουν ως εξής:

Επιπτώσεις στην αγορά ακινήτων: Στο επίπεδο του Δήμου Αθηνών η αύξηση κατά 25% του μεγέθους της οικονομίας διαμοιρασμού του 2018, αύξησε τις τιμές των ενοικίων μακροχρόνιας μίσθωσης κατά 9,3%, ενώ σε επίπεδο χώρας η αύξηση κατά 25% του μεγέθους της οικονομίας διαμοιρασμού του 2018, αύξησε τις τιμές των ενοικίων μακροχρόνιας μίσθωσης κατά 8,7%. (Grant Thornton Greece, 2015).

Επιπτώσεις στα δημόσια έσοδα και την αγορά εργασίας: Τα δημόσια έσοδα και οι θέσεις εργασίας του ξενοδοχειακού κλάδου μειώνονται λόγω των αποτελεσμάτων που προκαλεί η οικονομία διαμοιρασμού. Ειδικότερα, η καθαρή απώλεια που προκύπτει ως απόρροια του γεγονότος ότι η φορολογία των ξενοδοχείων είναι σαφώς μεγαλύτερη από εκείνη των βραχυχρόνιων μισθώσεων, έχει στερήσει πόρους από κοινωνικές πολιτικές, ενώ σε ό,τι αφορά την αγορά εργασίας, προκαλείται αλλοίωση του εργασιακού μοντέλου και ενισχύεται η «αθέατη» εργασία. (Grant Thornton Greece, 2015).

Επιπτώσεις στο περιβάλλον: Η διαμονή σε καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης προκαλεί μεγαλύτερη περιβαλλοντική επίπτωση σε σχέση με τη διαμονή σε μακροχρόνια μίσθωση, λόγω της διαφορετικής συμπεριφοράς που επιδεικνύει ένας ένοικος μιας βραχυχρόνιας μίσθωσης σε σχέση με έναν ένοικο μιας μακροχρόνιας. Ειδικότερα προκαλεί 21% μεγαλύτερη επιβάρυνση στη διαχείριση απορριμμάτων, επιβαρύνει τα δίκτυα μεταφοράς ενώ χαρακτηρίζεται και από μη συνετή οικιακή ενεργειακή κατανάλωση. (Grant Thornton Greece, 2015).

Επιπτώσεις στην κοινωνική συνοχή: Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό προκαλεί επιπτώσεις σε επίπεδο κοινωνικής συνοχής, δημιουργεί αυξανόμενα προβλήματα στην καθημερινότητα των μόνιμων κατοίκων, ενώ η έντονη παρουσία εναλλασσόμενων ενοίκων σε περιοχές με συγκεκριμένες κοινωνικές δυνατότητες προκαλεί διατάραξη της κοινωνικής συμβίωσης και της τοπικής φυσιογνωμίας. (Grant Thornton Greece, 2015)

## **Το πεδίο ρυθμιστικής παρέμβασης και οι περαιτέρω δυνατότητες**

Λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική μεγέθυνση που καταγράφει η οικονομία διαμοιρασμού και το φαινόμενο των βραχυπρόθεσμων μισθώσεων, διεθνείς οργανισμοί και φορείς έχουν επισημάνει την ανάγκη εμβάθυνσης του ρυθμιστικού πλαισίου που διέπει το φαινόμενο. Στο πλαίσιο αυτό έχουν θεσπιστεί οι εξής κατευθυντήριες γραμμές:

- Όροι πρόσβασης και προδιαγραφές λειτουργίας: εγγραφή του ακινήτου σε σχετικό μητρώο και τήρηση τεχνικών και λειτουργικών προδιαγραφών
- Μίσθωση κύρια κατοικίας και καθορισμός χρονικού ορίου μισθώσεων: δυνατότητα μίσθωσης μόνο της κύριας κατοικίας, όριο στις ημέρες μίσθωσης
- Προστασία κατοίκων: πρόβλεψη κανόνων / οδηγιών κοινωνικής συμπεριφοράς
- Φορολόγηση: πρόβλεψη ισοδύναμης φορολογικής επιβάρυνσης

## **2.3 Επιχειρηματικά Μοντέλα**

*Πώς η οικονομία κοινής χρήσης αλλάζει επιχειρηματικά μοντέλα.*

Το όφελος αντί της ιδιοκτησίας είναι το νέο σύνθημα της κοινωνίας των καταναλωτών. Η κοινή οικονομία αλλάζει διαρκώς τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα προϊόντα - σε όλες τις βιομηχανίες.

Η έρευνα σε επιχειρηματικά μοντέλα επικεντρώνεται κυρίως: 1) πώς οι πρωτοβουλίες δημιουργούν αξία για τους πελάτες και 2) πώς η αξία που δημιουργείται συλλέγεται από τον οργανισμό ή διανέμεται στο οικοσύστημα της πρωτοβουλίας (Bowman & Ambrosini, 2000). Εξετάζοντας αυτά τα δύο ερωτήματα, αποκαλύπτουμε δύο κεντρικές εντάσεις στον τομέα της κοινής οικονομίας, όπως περιγράφεται στις υποενότητες που ακολουθούν.

Μηχανισμοί δημιουργίας αξίας: Συνολικά, η οικονομία κοινής χρήσης δημιουργεί αξία παρέχοντας πρόσβαση και εντείνει τη χρήση των υπολειπόμενων περιουσιακών στοιχείων. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω δύο κύριων μηχανισμών δημιουργίας αξίας: Διαμεσολάβηση μεταξύ ομότιμων χρηστών: ορισμένες πρωτοβουλίες δημιουργούν αξία μέσω της διοργάνωσης αποκεντρωμένων συναλλαγών μεταξύ ομότιμων. Χαρακτηριστικά, πρόκειται για κοινές πλατφόρμες οικονομίας (όπως το Airbnb) που συνδέουν χρήστες μέσω διανεμημένων ψηφιακών δικτύων μεγάλης κλίμακας, προκειμένου να οργανωθεί η αποκεντρωμένη παραγωγή, διανομή και ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών.

Κεντρική συγκέντρωση πόρων: ορισμένες πρωτοβουλίες δημιουργούν αξία δημιουργώντας και παρέχοντας πρόσβαση σε μια συγκεντρωτική ομάδα πόρων. Αυτό συνήθως αντιστοιχεί σε "επιχειρηματικά μοντέλα με γνώμονα την πρόσβαση" ή "συστήματα υπηρεσιών προϊόντων", όπου οι κερδοσκοπικές εταιρείες (όπως το

ZipCar) δημιουργούν κεντρική υποδομή πρόσβαση για βραχυπρόθεσμη μίσθωση. Αυτό αντιστοιχεί επίσης σε πρωτοβουλίες όπως η Wikipedia, όπου οι μεμονωμένες αποκεντρωμένες συνεισφορές αποθηκεύονται και συγκεντρώνονται σε μια κεντρική πύλη (η ιστοσελίδα της Wikipedia) που διατίθεται δωρεάν στους χρήστες.

Αυτοί οι δύο τρόποι δημιουργίας αξίας δεν είναι απαραίτητως αποκλειστικοί και ένας συνδυασμός υβριδικών σχημάτων μπορεί να διαμορφωθεί με το συνδυασμό τους. Για παράδειγμα, οι συνεργατικές πρωτοβουλίες παραγωγής αποσκοπούν κυρίως στην παροχή πρόσβασης σε παραγωγικούς πόρους με τη συγκέντρωση υλικών στοιχείων (χώροι, μηχανές, εμπειρογνομοσύνη κ.λπ.). Επιπλέον, πολλές τέτοιες πρωτοβουλίες δημιουργούν αποκεντρωμένα δίκτυα συνομηλίκων για να διευκολύνουν τη μάθηση και την ανταλλαγή μέσω προσωπικών αλληλεπιδράσεων (Kohtala & Bosqué, 2014). Αυτοί οι δύο μηχανισμοί δημιουργίας αξίας μπορούν επομένως να θεωρηθούν ως δύο δυνάμεις διαμόρφωσης της οικονομίας κοινής χρήσης, με έμφαση είτε στην αποκέντρωση από ομότιμους είτε στην συγκέντρωση πόρων.

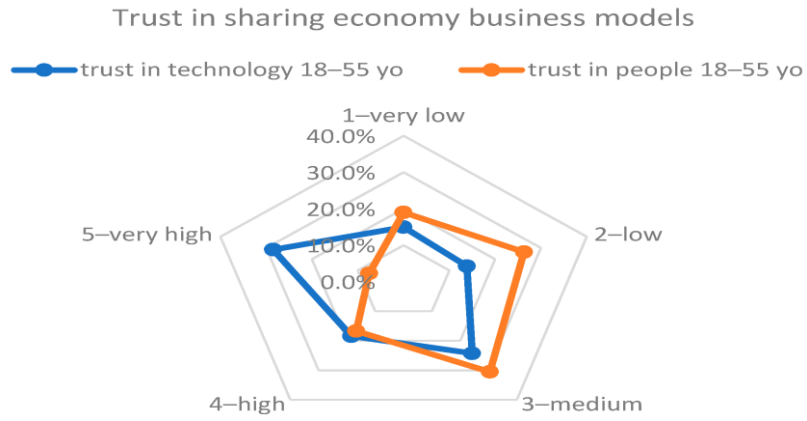
**Μηχανισμοί συλλογής και διανομής τιμών:** Οι περισσότεροι μελετητές που ασχολούνται με την κατανομή της οικονομίας ως πεδίο πρακτικών παρατηρούν ότι "η οικονομία κοινής χρήσης καλύπτει τη συνέχεια μεταξύ οικονομιών αγοράς και οικονομιών δώρων" (Mair & Reischauer, 2017 · Schor, 2014 · Sundararajan, 2016). Συνεπώς, διακρίνουμε δύο μηχανισμούς για την καταγραφή και τη διανομή αξίας στην οικονομία κοινής χρήσης:

Κυρίαρχη εστίαση στη δημιουργία και τη σύλληψη της οικονομικής αξίας: πρόκειται για μια σειρά κερδοσκοπικών πρωτοβουλιών που ενθαρρύνουν τη μεγιστοποίηση της αξίας των μετοχών, υιοθετώντας μια λογική της αγοράς και κερδίζοντας τις υπηρεσίες τους (Teese, 2010). Αυτό συνήθως αντιστοιχεί σε πρωτοβουλίες που συζητούνται με την ετικέτα "πλατφορμικός καπιταλισμός" (Kenney & Zysman, 2016, Morozov, 2014): μοντέλα επιχειρηματικής πρόσβασης που βασίζονται στις λογικές της αγοράς (Bardhi & Eckhardt, 2012).

Η επικεντρωμένη εστίαση στη δημιουργία και τη διανομή μεγαλύτερης αξίας / κοινής αξίας: αντίθετα, άλλες πρωτοβουλίες δημιουργούνται ως πρωτοβουλίες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ή με περιορισμένο κέρδος, όπου η οικονομική βιωσιμότητα αποτελεί μέσο προώθησης μιας κοινωνικής ή περιβαλλοντικής αποστολής (Seelos & Mair, 2007, Yunus et al., 2010). Αυτές οι πρωτοβουλίες μπορεί να είναι εντελώς μη κερδοσκοπικές (όπως το Wikipedia) ή υβριδικά έργα που χρησιμοποιούν μηχανισμούς της αγοράς για την προώθηση της κοινωνικής τους αποστολής.

Ως εκ τούτου, ενώ μπορούν να αναπτύξουν κερδοσκοπικές δραστηριότητες και να συλλάβουν μέρος της δημιουργούμενης αξίας, το κάνουν με τον δηλωμένο στόχο της κοινής χρήσης αυτής της αξίας μέσα στο οικοσύστημά τους, σύμφωνα με την αποστολή και τη διακυβέρνησή τους.

Το όφελος αντί της ιδιοκτησίας είναι το νέο σύνθημα της κοινωνίας των καταναλωτών. Η κοινή οικονομία αλλάζει διαρκώς τα επιχειρηματικά μοντέλα και τα προϊόντα - σε όλες τις βιομηχανίες.



**Εικόνα 2.1 Εμπιστοσύνη στα επιχειρηματικά μοντέλα**



## 2.4 Νομικό Πλαίσιο

### **Το νομικό πλαίσιο των βραχυχρόνιων μισθώσεων της οικονομίας διαμοιρασμού.**

Σύμφωνα με το πρόσφατο νομικό πλαίσιο η οικονομία διαμοιρασμού ορίζεται κάθε μοντέλο όπου οι ψηφιακές πλατφόρμες δημιουργούν μια ανοικτή αγορά για την προσωρινή χρήση αγαθών ή υπηρεσιών που συχνά παρέχουν ιδιώτες.

Η οικονομία του διαμοιρασμού είναι ένα νέο μοντέλο διάθεσης και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών σε διάφορους οικονομικούς κλάδους με σημαντική διείσδυση στον τουρισμό, όπου έχει δημιουργήσει σημαντικές ευκαιρίες αλλά και προβλήματα. Συγκεκριμένα στον καταλυματικό τομέα, η λειτουργία της οικονομίας διαμοιρασμού αφορά στην παροχή κατοικίας στον τουρίστα που επισκέπτεται έναν τουριστικό προορισμό για περιορισμένο χρονικό διάστημα. Είναι αλήθεια ότι η χρήση τέτοιου τύπου καταλυμάτων στα πλαίσια της οικονομίας του διαμοιρασμού συνιστά τις περισσότερες φορές μια οικονομική λύση, ενώ προσφέρει τη δυνατότητα γνωριμίας με τον πραγματικό τρόπο διαβίωσης των κατοίκων του τουριστικού προορισμού, συνιστώντας εναλλακτικό τρόπο διαμονής.

Το νέο αυτό μοντέλο προσφέρει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να συναλλάσσονται μεταξύ τους, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους σε προϊόντα και υπηρεσίες μέσω ειδικά σχεδιασμένων διαδικτυακών πλατφορμών. Στις πλατφόρμες αυτές οι ιδιοκτήτες κατοικιών θέτουν προς διάθεση τα ακίνητα τους σε τουρίστες, που αναζητούν καταλύματα σε συγκεκριμένο τουριστικό προορισμό έναντι προσυμφωνημένης τιμής και εφόσον υπάρξει συναλλαγή οι πληρωμές γίνονται διαδικτυακά, ενώ η εταιρία – ιδιοκτήτρια της πλατφόρμας παρακρατεί ποσοστό επί της συναλλαγής ως αμοιβή/προμήθεια.

Τον Δεκέμβριο του 2016 ψηφίστηκε ο Ν. 4446/2016 (άρθρο 111), ο οποίος δεν πρόλαβε να πρακτικά να εφαρμοστεί και τροποποιήθηκε τον Μάιο του 2017 από τον Ν. 4472/2017. Σύμφωνα με το πρόσφατο νομικό πλαίσιο η οικονομία διαμοιρασμού ορίζεται κάθε μοντέλο όπου οι ψηφιακές πλατφόρμες δημιουργούν μια ανοικτή αγορά για την προσωρινή χρήση αγαθών ή υπηρεσιών που συχνά παρέχουν ιδιώτες. Ως ψηφιακές πλατφόρμες ορίζονται οι ηλεκτρονικές, διμερείς ή πολυμερείς αγορές, όπου δύο ή περισσότερες ομάδες χρηστών επικοινωνούν μέσω διαδικτύου με τη μεσολάβηση του διαχειριστή της πλατφόρμας προκειμένου να διευκολυνθεί μία συναλλαγή μεταξύ τους.

Για τη βραχυχρόνια μίσθωση, η οποία συνάπτεται μέσω των ψηφιακών πλατφορμών για συγκεκριμένη χρονική διάρκεια, μικρότερη του έτους ως ακίνητο νοείται: α) το διαμέρισμα, β) η μονοκατοικία, εξαιρουμένων των μονοκατοικιών οι οποίες έχουν χαρακτηριστεί ως τέτοιες λόγω της κατάργησης της σύστασης οριζόντιας ιδιοκτησίας, γ) οποιαδήποτε άλλη μορφή οικήματος με δομική και λειτουργική αυτοτέλεια, δ) τα δωμάτια εντός διαμερισμάτων ή μονοκατοικιών.

Ως διαχειριστής ακινήτου βραχυχρόνιας μίσθωσης (στο εξής “διαχειριστής ακινήτου”) ορίζεται το φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή κάθε είδους νομική οντότητα, που αναλαμβάνει την διαδικασία ανάρτησης ακινήτου στις ψηφιακές πλατφόρμες με σκοπό τη βραχυχρόνια μίσθωση και γενικά μεριμνά για τη βραχυχρόνια μίσθωση του ακινήτου. Διαχειριστής ακινήτου δύναται να είναι είτε κύριος του ακινήτου ή νομέας ή επικαρπωτής ή υπεκμισθωτής ή τρίτος.

Προβλέπεται δυνατότητα βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτου, μέσω των ψηφιακών πλατφορμών στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού, υπό τις ακόλουθες προϋποθέσεις: α. Ο διαχειριστής ακινήτου να έχει εγγραφεί στο “Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής” που τηρείται στην Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων (Α.Α.Δ.Ε.), β. Ο αριθμός εγγραφής στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής υποχρεωτικά να συνοδεύει την ανάρτηση του ακινήτου, σε εμφανές σημείο, στις ψηφιακές πλατφόρμες, καθώς και σε κάθε μέσο προβολής, γ. Στις περιπτώσεις που οι διαχειριστές ακινήτων διαθέτουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας (Ε.Σ.Λ.) σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 1 έως 4 του ν. 4276/2014 (Α΄155) και της παρ. 5 του άρθρου 46 του ν. 4179/2013 (Α΄175), δεν υποχρεούνται να εγγραφούν στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής, έχουν όμως την υποχρέωση να αναγράφουν, σε εμφανές σημείο, τον αριθμό του Ειδικού Σήματος Λειτουργίας (Ε.Σ.Λ.) κατά την ανάρτηση του ακινήτου στις ψηφιακές πλατφόρμες, καθώς και σε κάθε μέσο προβολής.

Ειδικότερα, η καταχώρηση στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής πραγματοποιείται ανά εκμισθωμένο ακίνητο και το εισόδημα που αποκτάται στο πλαίσιο των διατάξεων του άρθρου 39Α του ν. 4172/2013 (Α΄167) απαλλάσσεται του ΦΠΑ. Επιπλέον, ο διαχειριστής ακινήτου που δεν διαθέτει Ειδικό Σήμα Λειτουργίας (Ε.Σ.Λ.) υποχρεούται στην υποβολή Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής, σε ηλεκτρονική εφαρμογή που θα δημιουργηθεί από την Α.Α.Δ.Ε. και δεν υποβάλλει Δηλώσεις Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας.

*Στην ίδια υποχρέωση υποβολής Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής υπόκεινται και τα πρόσωπα της παρ. 5 του άρθρου. 46 του ν. 4179/2013.*

Ακόμα, ο κύριος του ακινήτου ή ο νομέας ή ο επικαρπωτής ή ο υπεκμισθωτής εφόσον αναθέτει σε τρίτο τη διαχείριση του ακινήτου του 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 ακινήτου, όταν διαχειριστής του ακινήτου είναι ένας εκ των συνιδιοκτητών, οι υπόλοιποι συνιδιοκτήτες δεν υποχρεούνται στην υποβολή Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας.

Ο κύριος του ακινήτου ή ο νομέας ή ο επικαρπωτής ή ο υπεκμισθωτής εφόσον εκμισθώνει ακίνητο με δικαίωμα υπεκμίσθωσης εξακολουθεί να έχει την υποχρέωση υποβολής της Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Σε περίπτωση μη τήρησης των προϋποθέσεων επιβάλλεται αυτοτελές διοικητικό πρόστιμο ύψους πέντε χιλιάδων (5.000) ευρώ στους διαχειριστές ακινήτων. Το πρόστιμο αποτελεί δημόσιο έσοδο, επιβάλλεται και εισπράττεται σύμφωνα με τις διατάξεις του Κ.Ε.Δ.Ε. από την Α.Α.Δ.Ε.. Από τη διαπίστωση της παράβασης ο διαχειριστής ακινήτου βραχυχρόνιας μίσθωσης υποχρεούται εντός δεκαπέντε (15) ημερολογιακών ημερών να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες συμμόρφωσης. Σε περίπτωση μη τήρησης εκ νέου προϋποθέσεων εντός ενός έτους από την έκδοση της πράξης επιβολής του προστίμου, το πρόστιμο αυτό επιβάλλεται στο διπλάσιο και στην περίπτωση κάθε επόμενης ίδιας παράβασης, στο τετραπλάσιο του αρχικώς επιβληθέντος.

Επιπλέον σε περίπτωση μη υποβολής ή υποβολής ανακριβούς Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής επιβάλλεται στον διαχειριστή ακινήτου πρόστιμο ίσο με το διπλάσιο του μισθώματος όπως αυτό εμφανίζεται στην ψηφιακή πλατφόρμα κατά την ημέρα που πραγματοποιείται ο έλεγχος, ενώ σε περίπτωση εκπρόθεσμης Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής επιβάλλεται αυτοτελές διοικητικό πρόστιμο ύψους εκατό (100) ευρώ.

Για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου, μπορεί να διενεργούνται έλεγχοι και από μικτά συνεργεία ελέγχου που αποτελούνται από υπαλλήλους της Α.Α.Δ.Ε. και του Υπουργείου Τουρισμού. Επιπλέον μπορεί να ζητείται η συνδρομή της Οικονομικής Αστυνομίας.

Η Α.Α.Δ.Ε. 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.

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομίας και Ανάπτυξης, Οικονομικών και Τουρισμού μπορεί, για λόγους που σχετίζονται με την προστασία της κατοικίας, να καθοριστούν γεωγραφικές περιοχές, όπου θα ισχύουν περιορισμοί στη διάθεση ακινήτων για βραχυχρόνια μίσθωση ως εξής: α. Να μην επιτρέπεται η βραχυχρόνια μίσθωση άνω των δύο (2) ακινήτων ανά Α.Φ.Μ. δικαιούχου εισοδήματος, β. Η μίσθωση κάθε ακινήτου να μην υπερβαίνει τις ενενήντα (90) ημέρες ανά ημερολογιακό έτος και για νησιά κάτω των δέκα χιλιάδων (10.000) κατοίκων τις εξήντα (60) ημέρες ανά ημερολογιακό έτος. Υπέρβαση της διάρκειας του προηγούμενου εδαφίου επιτρέπεται, εφόσον το συνολικό εισόδημα του εκμισθωτή ή του υπεκμισθωτή, από το σύνολο των ακινήτων που διαθέτει για μίσθωση ή υπεκμίσθωση, δεν ξεπερνά τις δώδεκα χιλιάδες (12.000) ευρώ κατά το οικείο φορολογικό έτος.

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών και Τουρισμού και του διοικητή της Α.Α.Δ.Ε., ορίζονται οι όροι συνεργασίας του Ελληνικού Δημοσίου με την εκάστοτε ψηφιακή πλατφόρμα.

Με απόφαση του Διοικητή της Α.Α.Δ.Ε. καθορίζονται οι λεπτομέρειες για την έναρξη ισχύος και τη λειτουργία του Μητρώου Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής και για τη διαδικασία υποβολής της Δήλωσης Βραχυχρόνιας Διαμονής, τη διενέργεια του ελέγχου, τα όργανα επιβολής των κυρώσεων της παραγράφου 5, καθώς και κάθε άλλη αναγκαία λεπτομέρεια για την εφαρμογή του παρόντος άρθρου.

*Όπως γίνεται αντιληπτό τα βασικότερα σημεία του άρθρου 111 του Ν. 4446/2016, όπως τροποποιήθηκε με τα άρθρα 83-84 του Ν. 4472/2017 είναι τα ακόλουθα.*

- ο Στα ακίνητα που είναι δυνατό να εμπίπτουν στην οικονομία διαμοιρασμού συμπεριλαμβάνονται και τα δωμάτια εντός διαμερισμάτων ή μονοκατοικιών, ενώ δεν υπάρχει πλέον περιορισμός ως προς το εμβαδό (τουλάχιστον 9 τμ, με φυσικό αερισμό και θέρμανση) ούτε ο γενικός περιορισμός στον αριθμό των ακινήτων ανά ΑΦΜ δικαιούχου εισοδήματος (ίσχυε περιορισμός για 2 ακίνητα ανά ΑΦΜ), εκτός αν με ΚΥΑ επιβληθούν τοπικά τέτοιοι περιορισμοί για λόγους προστασίας της κατοικίας.

Σύμφωνα με το νέο άρθρο 39 Α που προστέθηκε στον Κώδικα Φορολογίας Εισοδήματος (Ν. 4172/2013) η φορολογική μεταχείριση του εισοδήματος από βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων στο πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η εξής:

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

*0 – 12.000 ευρώ: 15%*

*12.0001 – 35.000 ευρώ: 35%*

*35.001 ευρώ και άνω: 45%*

Σε περίπτωση που παρέχονται οποιεσδήποτε άλλες υπηρεσίες, το εισόδημα αυτό φορολογείται ως προερχόμενο από επιχειρηματική δραστηριότητα του άρθρου 21 του ν. 4172/2013, όπως ισχύει.

2. Το εισόδημα που αποκτάται από νομικά πρόσωπα ή νομικές οντότητες, από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτου της οικονομίας διαμοιρασμού, όπως ορίζεται στην προηγούμενη παράγραφο, θεωρείται εισόδημα από ακίνητη περιουσία.

3. Οι διατάξεις των προηγούμενων παραγράφων ισχύουν για τα εισοδήματα που αποκτώνται από το φορολογικό έτος που αρχίζει από 1.1.2017 και εφεξής.”

4. Το εισόδημα που αποκτάται στο πλαίσιο των διατάξεων του άρθρου 39Α του ν. 4172/2013 (Α'167) απαλλάσσεται του ΦΠΑ.

Παρά τις ανωτέρω διατάξεις, όπως προβλέπονται από τους πρόσφατους νόμους, είναι γεγονός ότι 10 μήνες μετά από την ψήφιση τους, δεν έχει λειτουργήσει το Μητρώο Βραχυχρόνιας Μίσθωσης Ακινήτων που θα λειτουργεί υπό την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων για να διασταυρώνονται τα στοιχεία των μισθώσεων και των εισοδημάτων που προκύπτουν από αυτές.

*Επίσης, πολλές από τις προϋποθέσεις για την ένταξη κατοικιών στο Μητρώο Βραχυχρόνιων Μισθώσεων είναι ανεφάρμοστες, ενώ δεν υπάρχουν ασφαλιστικές δικλείδες για τον περιορισμό της φοροδιαφυγής, αλλά ούτε και ελεγκτικός μηχανισμός.*

## 2.5 Στατιστικά & Παραδείγματα

Σύμφωνα με την Gig Economy Stats και το άρθρο που δημοσιεύτηκε στις 02 Ιουνίου του 2019, υπήρχαν 44,8 εκατομμύρια ενήλικες χρησιμοποιώντας τις ολοένα και πιο δημοφιλείς υπηρεσίες οικονομίας κοινής χρήσης στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2016. Ο αριθμός αυτός προβλέπεται να αυξηθεί σε 86,5 εκατομμύρια μέχρι το 2021.

Την περασμένη δεκαετία, οι υπηρεσίες κοινής χρήσης κατοικιών εξελίχθηκαν από το Couchsurfing - το οποίο τώρα απαιτεί 14 εκατομμύρια ταξιδιώτες και 400.000 οικοδεσπότες σε όλο τον κόσμο - σε πολυτελή σπίτια μέσω onefinestay, ενώ η διακίνηση επιβατών κυμαίνεται τώρα από τα αυτοκίνητα έως τα ιδιωτικά τζετ και ακόμη ποδήλατα, όπως το NetJets και το Flexjet.

Η Juniper Research έχει εκτιμήσει ότι η οικονομία κατανομής θα υπερδιπλασιαστεί σε έσοδα έως το 2022 στα 40,2 δισεκατομμύρια δολάρια, όπως και ο αριθμός των οδηγών που εργάζονται για υπηρεσίες σε 8,6 εκατομμύρια.

### **Κοινή χρήση εφαρμογών οικονομίας. Κορυφαίες εταιρείες.**

- 150 εκατομμύρια - αριθμός συνολικών χρηστών στην Airbnb.
- 2 εκατομμύρια άτομα που διαμένουν σε Airbnb ανά διανυκτέρευση.
- 6 εκατομμύρια παγκόσμιες καταχωρήσεις Airbnb παγκοσμίως.
- Υπάρχουν πάνω από 14.000 μικροσκοπικά σπίτια, πάνω από 4.000 κάστρα και πάνω από 2.400 δέντρα που αναφέρονται στην Airbnb.
- Οι κρατήσεις Airbnb θα φτάσουν το δισεκατομμύριο ετησίως έως το 2025.
- Η τοποθεσία της Airbnb απαριθμεί περισσότερα από έξι εκατομμύρια δωμάτια, διαμερίσματα και σπίτια σε περισσότερες από 81.000 πόλεις σε ολόκληρο τον κόσμο. Κατά μέσο όρο, δύο εκατομμύρια άνθρωποι απολαμβάνουν τη διαμονή τους σε ένα ακίνητο Airbnb κάθε βράδυ - μισό δισεκατομμύριο από το 2008.
- Η πιο δημοφιλής λίστα στο Airbnb είναι το Mushroom Dome στο Aptos της Καλιφόρνιας, το οποίο εξακολουθεί να είναι η πιο επισκέψιμη λίστα σε ολόκληρη την κοινότητα Airbnb.
- Τα έσοδα θα φθάσουν τα 8,5 δισ. Ευρώ στις αρχές του 2020.

Αυτή η στατιστική δείχνει τον παγκόσμιο αριθμό χρηστών που μοιράζονται αυτοκίνητα από το 2006 έως το 2015 και μια πρόβλεψη για το 2025. Ο όρος "κοινή χρήση αυτοκινήτων". αντιπροσωπεύει την οργανωμένη κοινοτική χρήση ενός ή περισσότερων αυτοκινήτων. Το 2015, υπήρχαν περίπου 7 εκατομμύρια χρήστες κοινής χρήσης αυτοκινήτων παγκοσμίως.

Τα τελευταία πέντε χρόνια, ο κλάδος παροχής υπηρεσιών διαμοιρασμού αυτοκινήτων αυξήθηκε κατά 8,9% για να φτάσει τα έσοδα του 1 δισ. Δολ. το 2019. Στο ίδιο χρονικό διάστημα, ο αριθμός των επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 0% και ο αριθμός των εργαζομένων αυξήθηκε κατά 8,1%.

- Η Uber διαθέτει σήμερα 75 εκατομμύρια αναβάτες και 3 εκατομμύρια οδηγούς παγκοσμίως.
- Η Uber εκπληρώνει 40 εκατομμύρια διαδρομές μηνιαίως και έχει πάνω από το 77% της αμερικανικής αγοράς consumer-to-consumer.
- Ένας οδηγός Uber κερδίζει ένα μέσο εισόδημα περίπου \$ 364 / μήνα.
- Οι οδηγοί Lyft και Uber κερδίζουν περίπου το ίδιο μέσο όρο ανά μήνα, αν και οι οδηγοί που εργάζονται και στους δύο κερδίζουν περισσότερα για το Uber.
- Σήμερα, το 36% των ενηλίκων των ΗΠΑ λένε ότι έχουν χρησιμοποιήσει μια υπηρεσία οδοιπορικών όπως Uber ή Lyft, σύμφωνα με έρευνα του Pew Research Center που πραγματοποιήθηκε το φθινόπωρο του 2018. Σε σύγκριση, μόνο το 15% των Αμερικανών δήλωσε ότι είχε χρησιμοποιήσει αυτές τις υπηρεσίες στα τέλη του 2015 και το ένα τρίτο δεν είχε ακούσει ποτέ πριν από το ταξίδι. Το 17% των οδηγών rideshare εργάζονται κυρίως για το Lyft. 20% για την Lyft και την Uber εξίσου.



**Εικόνα 2.2 Παραδείγματα**

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΕΛΕΤΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

Μελέτη των εγκαθιδρυμένων στον κλάδο υπηρεσιών διαμοιρασμού (Petbnb.nl, DogVacay.com, PetHost.com, Hostapet.com, Petbacker.com, Hostmyet.fin).

<https://www.petbnb.nl/>, <https://dogvacay.com/>, <https://pethost.com/>,  
<https://hostapet.com/>, <https://www.petbacker.com/>, <https://hostmynet.fi/el>

---

Το κεφάλαιο έχει σκοπό τη μελέτη και την ανάλυση των περιπτώσεων πανομοιότυπων ιστοσελίδων/υπηρεσιών. Αρχικά θα αναλυθεί περιληπτικά και γραπτώς η εικόνα, τα βασικά χαρακτηριστικά, οι υπηρεσίες, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των εφαρμογών και η αποτελεσματικότητα αυτών. Ενώ στην συνέχεια θα παρουσιαστούν σε μορφή πινάκων όλα εκείνα τα στοιχεία που θα έχουν συρρωρευτεί. Ως αποτέλεσμα των πινάκων αυτών θα είναι δυνατό να γίνουν συγκρίσεις, να δοθεί έμφαση στα δυνατά σημεία, να κατανοήσουμε τα κενά που ίσως υπάρχουν και τα κοινά στοιχεία των ανταγωνιστικών περιπτώσεων.

#### 3.1 Ανταγωνιστές

✓ **Petbnb.nl**

Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα θυμίζει σε μεγάλο βαθμό την αντίστοιχη υπηρεσία διαμοιρασμού και φιλοξενίας για ανθρώπους, Airbnb. Αρχικά η πρώτη εντύπωση της σελίδας προκαλεί αρκετά θετικά συναισθήματα. Μια πολλή στοχευμένη φωτογραφία με έναν ευτυχισμένο σκύλο στα πόδια ενός ανθρώπου καλύπτει όλη την οθόνη της συσκευής. Χαρούμενα χρώματα (άσπρο, λαχανί και πορτοκαλί). Αντίθετα όμως με την πρώτη εικόνα διακρίνεται και ένα μεγάλο μειονέκτημα. Η ιστοσελίδα είναι ολλανδική (.nl), όλα τα περιεχόμενα είναι στα ολλανδικά (μία όχι και τόσο δημοφιλής γλώσσα) και η επιλογή να μεταφραστούν όλα τα περιεχόμενα στα αγγλικά είναι στο τέλος του site. Οπότε χρειάζεται περισσότερη ώρα από την συνηθισμένη για αυτή την επιλογή. Στην συνέχεια, είναι σημαντικό πως παροτρύνει απευθείας για αλληλεπίδραση με την σελίδα. Με αυτό τον τρόπο καταφέρνει να κάνει τον χρήστη να αντιληφθεί αμέσως τι προσφέρει. Παρότι σε δεύτερο χρόνο κατεβαίνοντας ανακαλύπτονται όλες οι υπηρεσίες, τα δικαιώματα και το νομικό πλαίσιο της σελίδας. Επίσης ανακαλύπτοντας περισσότερο την ιστοσελίδα, υπάρχουν σχόλια, φωτογραφίες και κριτικές των χρηστών για τις εμπειρίες τους. Τέλος



στο κάτω μέρος βρίσκονται συχνές ερωτήσεις, η εικόνα της εταιρείας, στοιχεία επικοινωνίας και social media.

Συνοψίζοντας, ζεστό και εύχρηστο site με δυνατότητες επέκτασης αλλά ταυτόχρονα απλοϊκό, απευθύνεται, προς το παρόν σε συγκεκριμένη χώρα και ταυτόσημο με το Airbnb.



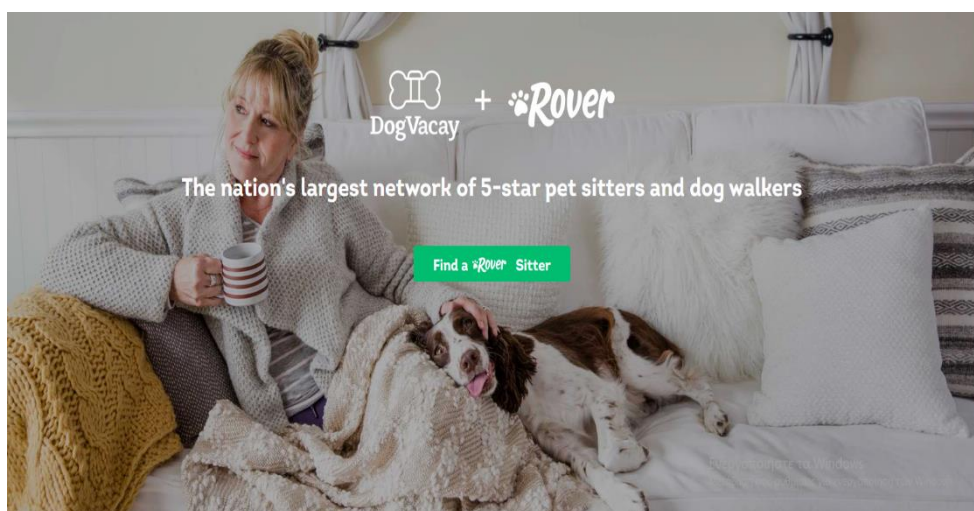
Εικόνα 3.1 Petbnb

#### ✓ [DogVacay.com](http://DogVacay.com)

Συνεχίζοντας με ένα site αμερικάνικης καταγωγής, με την κατάληξη .com αλλά προς το παρόν και αυτό δείχνει να απευθύνεται σε συγκεκριμένη χώρα, τις Η.Π.Α. Η γλώσσα του μενού είναι στα αγγλικά και δεν υπάρχει καμία περαιτέρω επιλογή. Συναφή αποχρώσεις όπως πράσινο, γαλάζιο και άσπρο. Θυμίζει πολύ την προαναφερθείσα ιστοσελίδα καθώς αντικρίζεται κατευθείαν μια παρότρυνση για δράση (find a sitter) και μια επίσης μια μεγάλου μεγέθους φωτογραφία με ένα χαρούμενο σκύλο δίπλα σε μία κυρία.

Ανακαλύπτοντας την ιστοσελίδα ο χρήστης μαθαίνει για τις υπηρεσίες της με μορφή όμορφων και σχετικών εικονιδίων αλλά και φωτογραφιών. Προσφέρεται και μια έξτρα υπηρεσία, το drop-in visits. Ουσιαστικά είναι επισκέψεις χρηστών σε άλλους με τα κατοικίδια τους για διάφορους λόγους όπως παιχνίδι ή ζευγάρωμα. Παρόμοια με το petbnb, δεσπόζουσα θέση στην αρχική σελίδα έχουν φωτογραφίες και σχόλια των χρηστών με επίκληση στο συναίσθημα. Στο τελευταίο μέρος έμφαση δίνεται στο blog του site και όχι σε social media. Επίσης στις πιο δημοφιλείς πόλεις που χρησιμοποιείται το site και όχι τόσο στην αλληλεπίδραση με το κοινό. Αξίζει να επισημανθεί ότι προφανώς πρέπει να έχει γίνει μια είδους συγχώνευση με την συναφή ιστοσελίδα rover.com. Αυτό διότι εκτός από το κείμενο στην αρχική οθόνη (DogVacay + Rover), μόλις δραστηριοποιείται ο χρήστης όπως μια κράτηση, μεταφέρεται στο περιβάλλον της rover.com το οποίο είναι ακριβώς στο ίδιο ύφος με το DogVacay.

Η γενική εικόνα της ιστοσελίδας είναι ευχάριστη, όμορφα χρώματα, εικονίδια και εικόνες. Οι υπηρεσίες της δεν είναι αρκετά ξεκάθαρες για κάποιον μη εξοικειωμένο. Χρήση μόνο εντός Αμερικής.



**Εικόνα 3.2 Dogvacay**

✓ **PetHost.com**

Το PetHost είναι μια Φιλανδική ιστοσελίδα , η γλώσσα μενού είναι στα αγγλικά και επίσης συνεργάζεται με μία καθαρά φιλανδική σελίδα που απευθύνεται στην εκπαίδευση του σκύλου , το Dogscents.com . Η πρώτη εντύπωση είναι λυτή αλλά γίνεται εύκολα αντιληπτό το τι προσφέρει. Αρκετά έντονα χρώματα, κυριαρχεί το λαχανί και το πράσινο. Οι εικόνες και οι φωτογραφίες είναι ελάχιστες και σε μικρά μεγέθη. Συναφή χαρακτηριστικό με τα παραπάνω site είναι η παρότρυνση για δράση ως πρώτη εικόνα. Αντιθέτως όμως με τις προαναφερθείσες ιστοσελίδες δείχνει αρκετά απλοϊκό στα όρια της πρόχειρης δουλειάς. Δεν υπάρχουν σχόλια και φωτογραφίες χρηστών στην αρχική σελίδα. Σχετικά μικρό μέγεθος αρχικής σελίδας. Επίσης παραθέτει με τέσσερις προτάσεις το τι ακριβώς είναι το PetHost και με έξι βήματα που συνοδεύονται από εικονίδια για το πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί. Τα υπόλοιπα απαραίτητα στοιχεία του site όπως το σχετικά με τους χρήστες, επικοινωνία, συχνές ερωτήσεις , βοήθεια, και δικαιώματα χρήσης δίνονται με μία επιλογή στο πάνω μέρος της σελίδας.

Συμπερασματικά το PetHost μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα κακοσχεδιασμένο site. Η εικόνα που αφήνει η σελίδα είναι ότι οι χρήστες είναι ελάχιστοι έως μηδαμινοί. Ενώ προσφέρει τις υπηρεσίες που ενδιαφέρουν, δεν προσφέρει την οικειότητα, την βεβαιότητα και την φερεγγυότητα που ψάχνει ένας χρήστης σε μία ιστοσελίδα διαμοιρασμού υπηρεσιών.



**Εικόνα 3.3 Pethost**

✓ **Hostapet.com**

Ακόμα ένα site που ενώ έχει επιλέξει την κατάληξη .com απευθύνεται σε μία ή περισσότερες χώρες. Πιο συγκεκριμένα η σελίδα είναι μεξικάνικης καταγωγής, η γλώσσα μενού είναι στα ισπανικά ( δευτέρα πιο δημοφιλής γλώσσα στο κόσμο αλλά ταυτόχρονα όχι και τόσο δημοφιλής στις αναπτυσσόμενες χώρες) και δεν υπάρχει καμία επιλογή μετάφρασης στα αγγλικά ή σε οποιαδήποτε άλλη γλώσσα. Αντίθετα είναι μια καλοστημένη ιστοσελίδα, σύγχρονη και με την τάση να δημιουργεί όλα εκείνα τα συναισθήματα που επιθυμεί ένας φιλόζωος χρήστης. Εύχρηστο μενού , φωτογραφίες , εικονίδια , χρωματισμοί, σχόλια, κριτικές αλληλεπίδραση , όλα όσα υπάρχουν και στις υπόλοιπες ιστοσελίδες δείχνουν πολύ καλά σχεδιασμένα. Επίσης στα πλεονεκτήματα συμπεριλαμβάνονται η εφαρμογή της σελίδας(app) που προωθείται με εμφανή τρόπο στην αρχική σελίδα και μια έξτρα υπηρεσία, την υιοθεσία. Μια καινοτομία που περιλαμβάνει η συγκεκριμένη ιστοσελίδα, η εισαγωγή φιλοζωικής δράσης , μέσω του Hostapet δίνεται η δυνατότητα μετάβασης σε μία ομάδα του Facebook οπού ενημερώνει για υιοθεσίες ζώων. Τέλος με μια απλή περιήγηση γίνεται έντονα αντιληπτό πως έχει πληθώρα χρηστών.

Αποτέλεσμα όλων αυτών είναι να θεωρείται το Hostapet ένα site πρότυπο στον τομέα του, ευχάριστο, μοντέρνο, διαδραστικό, εύκολο στην χρήση και φιλόξενο περιβάλλον. Δύσκολο να παραλειφθεί το σημαντικό του μειονέκτημα, η ισπανική γλώσσα. Στο τελευταίο κομμάτι της σελίδας, έχει απήγησή σχεδόν σε όλες τις πόλεις του Μεξικό παρότι οι δυνατότητες τους θα μπορούσαν να έχουν παγκόσμια ανταπόκριση.

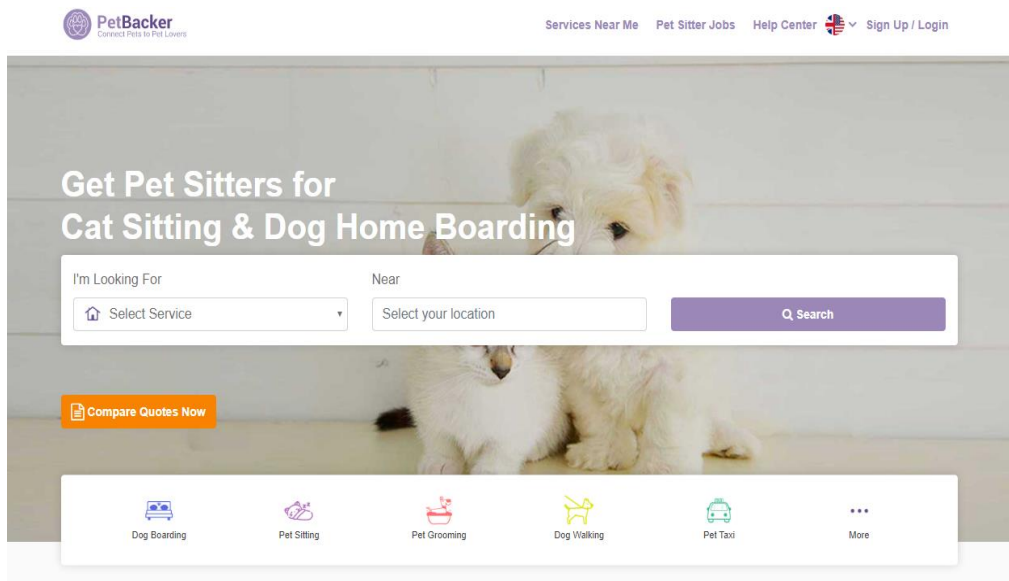


**Εικόνα 3.4 Hostapet**

✓ **Petbacker.com**

Από την πρώτη επίσκεψη στο petbacker ιδιαίτερη εντύπωση προκαλούν οι χρωματισμοί του. Κυρίως άσπρο αλλά και κάποιες μωβ αποχρώσεις δημιουργούν έναν έντονο συνδυασμό. Το άσπρο χρώμα επικρατεί ως φόντο και καταφέρνει να γίνεται αρκετά κουραστικό για το μάτι του επισκέπτη. Στην συνέχεια στα θετικά συμπεριλαμβάνονται η ενότητα στην αρχική οθόνη “why petbacker?” στην οποία αναλύεται αρκετά επεξηγηματικά γιατί να προτιμήσει κάποιος να γίνει χρήστης. Επίσης πλεονέκτημα είναι μια ακόμη ενότητα της αρχικής οθόνης η οποία στα πλαίσια μιας στρατηγικής ανάπτυξης της σελίδας δηλώνει ότι επιθυμεί να πετύχει να προσφέρονται οι υπηρεσίες της παγκοσμίως και πιο συγκεκριμένα σε 50 χώρες. Ήδη κατέχει χρήστες από διάφορες χώρες του κόσμου όπως Αυστραλία, Σιγκαπούρη, Ηνωμένο Βασίλειο, Η.Π.Α κ.α. Το site προσφέρει δύο νέες υπηρεσίες, το pet taxi και pet grooming. Στα πλαίσια των πολλών υπηρεσιών που αφορούν τα κατοικίδια ζώα παροτρύνει για δράση με την ενότητα “open for business” (whatever pet service you provide). Ουσιαστικά ωθεί προτάσεις και περισσότερες ιδέες για νέες υπηρεσίες, οι οποίες θα έχουν ως όφελος κέρδη και στις δύο πλευρές. Τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά της σελίδας μοιάζουν σε μεγάλο βαθμό με των προηγούμενων, κεντρική φωτογραφία με παρότρυνση για δράση, σχόλια, κριτικές, application και ακόμη περισσότερες φωτογραφίες. Τέλος η περιήγηση στην ιστοσελίδα με σκοπό την ανακάλυψη των υπηρεσιών αντιμετωπίζεται έναν καταιγισμό ερωτήσεων μέχρι να κατάληξη στον σκοπό του χρήστη. Με αυτόν τον τρόπο η σελίδα καταφέρνει να αύξει τους χρήστες.

Συνοπτικά το petbacker είναι μια αρκετά έξυπνη ιστοσελίδα ,καινοτόμα και αναπτύσσει αξιoσημείωτες στρατηγικές. Στα αρνητικά ο έντονος φωτισμός και οι απαραίτητες πολλές προσωπικές ερωτήσεις.



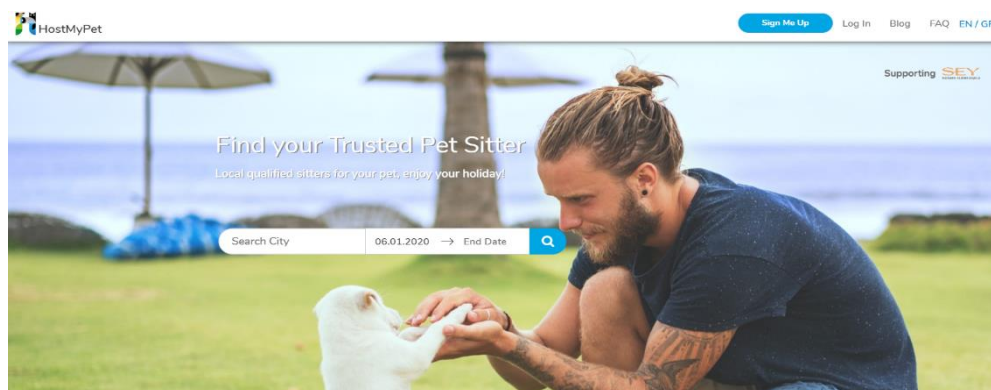
**Εικόνα 3.5 Petbacker**

✓ **Hostmypet.fin**

Ακόμη ένα φιλικό site με αρκετή απήχηση στην δυτική Ευρώπη. Το μενού είναι στα αγγλικά και για πρώτη φορά υπάρχει δυνατότητα επιλογής μετάφρασης στα ελληνικά δηλαδή στην γλώσσα της χώρας περιήγησης. Λιτή αρχική οθόνη , παρουσιάζοντας τα απολύτως απαραίτητα δεν παύει όμως να κατέχει ένα επαγγελματικό και εμφανίσιμο design. Επαναλαμβάνεται η παρόμοια κεντρική ιδέα με τα υπόλοιπα site , προτροπή για δράση με φόντο μια ακόμα ευχάριστη φωτογραφία ανθρώπου-σκύλου. Οι υπηρεσίες και το πώς δουλεύει παρουσιάζονται με ευδιάκριτα , όμορφα και στοχευμένα εικονίδια.

Στα πλεονεκτήματα της σελίδας συμπεριλαμβάνεται η επιλογή online συνομιλίας μέσω της εφαρμογής του messenger.

Η γενική εικόνα της ιστοσελίδας αφήνει μια θετική αίσθηση. Παρότι μικρή σε διαστάσεις και δυνατότητες η αρχική οθόνη είναι καλοσχεδιασμένη και αντιλαμβάνεται κανείς τι ακριβώς προσφέρει.



**Εικόνα 3.6 Hostmypet**

## 3.2 Χαρακτηριστικά

Η ανάλυση των τεχνικών, λειτουργικών και φιλικών χαρακτηριστικών των ανταγωνιστικών περιπτώσεων γίνεται μέσω "συγκριτικών" πινάκων. Κάθετα βρίσκονται τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά κάθε κατηγορίας ενώ οριζόντια οι ιστοσελίδες. Με την σημείωση X υποδεικνύεται ότι η εκάστοτε σελίδα κατέχει το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό ενώ το κενό κελί το αντίθετο. Οι αριθμήσεις αναφέρονται σε αναλυτικότερα σχόλια τα οποία βρίσκονται στο τέλος των τριών πινάκων. Στο χαρακτηριστικό "Γλώσσα" του πίνακα 3.3, οι γλώσσες αποδίδονται σε συντομογραφία ενώ η λέξη TRANSLATION παραπέμπει ότι η συγκεκριμένη ιστοσελίδα έχει την δυνατότητα μετάφρασης στην γλώσσα που ο χρήστης επιθυμεί.

**Πίνακας 3.1 Τεχνικά Χαρακτηριστικά**

<u>Χαρακτηριστικά</u>	Petbnb	DogVacay	PetHost	Hostapet	Petbacker	HostmyPet
Domain Name	X	X	X	X	X	X
Διαδραστικότητα	7.	7.	15.	7.	7.	7.
Χάρτες	X	X	X	X	X	X
SSL(Secure Sockets Layer)	X	X	X	X	X	X
Phones/ Tablets	X	X	X	X	X	X
Application		X		X	X	X

**Πίνακας 3.2 Λειτουργικά Χαρακτηριστικά**

<u>Χαρακτηριστικά</u>	Petbnb	DogVacay	PetHost	Hostapet	Petbacker	HostmyPet
Εγγραφή	X	X	X	X	X	X
Πλήθος Χρηστών	1000+	200.000 +	300		2000+ 12.	
Ημερομηνία Έναρξης		2011				2015
Υπηρεσίες	1.	1.	1.	10.	13.	1.
Στοιχεία Προφίλ	2.	2.	2.	2.	2.	2.
Συνάντηση μεταξύ Χρηστών				X	X	X
Κατηγοριοποίηση Ζώων	11.	11.	11.	11.	11.	11.
Συλλογή Φωτογραφιών	X	X	X	X	X	X
Διαθεσιμότητα	3.	3.				3.
Τιμοκατάλογος	X	X	X		X	X
Εγγύηση Χρημάτων	X	X		X	X	X
Κτηνιατρική Ασφάλεια	X	X		X		X
Feedback	X	X	X	X	X	X
Καθημερινή Ενημέρωση	X	X		X	X	X
Έλεγχος Αξιοπιστίας Χρηστών	X	X		X		X
Φιλοξωία		8.		9.		8.

**Πίνακας 3.3 Χαρακτηριστικά Φιλικότητας**

<u>Χαρακτηριστικά</u>	Petbnb	DogVacay	PetHost	Hostapet	Petbacker	HostmyPet
Facebook	X	X	X	X	X	X
Instagram	X	X		X		X
Twitter	X	X			X	X
Online Chat	X			X		
Blog	6.	6.		6.	6.	6.
Φόρμα Επικοινωνίας	X	X	X	X	X	X
Γραμμή Τηλεφώνου				X		
About Us	X	X	X	X	X	X
How it Works	4.	4.		4.	14.	4.
Συχνές Ερωτήσεις	X	X	X	X	X	X
Γλώσσα	EN/NL	EN	EN/FIN	ESP	EN/TRAN SLATION	EN/TRAN SLATION
Τηλεφωνικό Interview	X					
Υποστήριξη 24/7	X	X		X	X	X
Εικονίδια Φωτογραφίες	5.	5.	16.	5.	5.	5.



1. Φιλοξενία, βόλτα και επίσκεψη κατοικίδιου.
2. Υποχρεωτικά: Όνομα, e-mail, κωδικός. Προαιρετικά: Σχετικά με τον χρήστη, Φωτογραφίες, ικανότητες , είδος κατοικίδιων που αναλαμβάνει, χαρακτηριστικά κατοικίας, διαθεσιμότητα, σχόλια άλλων χρηστών.
3. Ενημερωμένο Ημερολόγιο διαθεσιμότητας χρηστών.
4. Απεικονίζεται με απλό και κατανοητό τρόπο στον χρήστη οι διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσει για να χρησιμοποιήσει και να δραστηριοποιηθεί στην ιστοσελίδα.
5. Εικονίδια και φωτογραφίες σε όλες τις σελίδες. Κυρίως στην αρχική.
6. Blog στην ίδια την ιστοσελίδα. Αρκετές κατηγορίες, διάφορα ενδιαφέροντα άρθρα και αλληλεπίδραση με τους χρήστες. Δεν ενημερώνεται συχνά.
7. Διαδραστικός σχεδιασμός ιστοσελίδας. Δημιουργικός και κατανοητός τρόπος παρουσίασης των υπηρεσιών. Έξυπνα γραφικά που κεντρίζουν την προσοχή του επισκέπτη. Εργαλείο κατεύθυνσης χρηστών και επίτευξη στόχων. Όχι στάσιμος σχεδιασμός.
8. Όποιος χρήστης επιθυμεί έχει την δυνατότητα να δωρίσει ποσό των εσόδων του σε φιλοζωικό σωματείο που συνεργάζεται με την σελίδα.
9. Υιοθεσία αδέσποτων ζώων.
10. Φιλοξενία, βόλτα, διασκέδαση και μπάνιο.
11. Διαχωρισμός μόνο ανάμεσα σε σκύλους και γάτες. Δεν περιλαμβάνονται περαιτέρω ζώα.
12. Η μοναδική ιστοσελίδα που διαθέτει Έλληνες χρήστες.
13. Φιλοξενία, βόλτα, καλλωπισμός, επίσκεψη και υπηρεσία μεταφοράς κατοικίδιων.
14. Παρουσίαση μέσω βίντεο.
15. Αρκετά απλή σχεδίαση ιστοσελίδας. Στάσιμη και όχι διαδραστική.
16. Ελάχιστα εικονίδια και φωτογραφίες. Κακή χρήση αυτών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται και αναλύονται μεμονωμένα τα βασικά χαρακτηριστικά του διαδικτυακού τόπου ταξινομημένα σε τεχνικά , λειτουργικά και φιλικότητα. Καταγράφοντας τα γνωρίσματα που περιλαμβάνει το hosPETality.com δημιουργείται ο κεντρικός σχεδιασμός της υπηρεσίας.

#### 4.1 ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- **Domain Name:** Το όνομα της υπηρεσίας, η διεύθυνση IP, είναι το hosPETality.com. Είναι σαφές και συναφές με το τι προσφέρει η υπηρεσία. Λογοπαίγνιο , συνδυάζοντας τις αγγλικές λέξεις hospitality οπού είναι η φιλοξενία και pet που μεταφράζεται ως κατοικίδιο.
- **Link/Url:**<https://christosstamou.wixsite.com/mysite>  
(hospetality.com)
- **Διαδραστικότητα:** Διαδραστικός σχεδιασμός ιστοσελίδας. Δημιουργικός και κατανοητός τρόπος παρουσίασης των υπηρεσιών. Έξυπνα γραφικά που κεντρίζουν την προσοχή του επισκέπτη. Εργαλείο κατεύθυνσης χρηστών και επίτευξη στόχων.
- **Χάρτες:** Αναπόσπαστο κομμάτι της υπηρεσίας. Υποστηρίζουν σε τεράστιο βαθμό την εύλογη και βέλτιστη χρήση των υπηρεσιών. Οι χάρτες απεικονίζουν τις τοποθεσίες φιλοξενίας σε ακτίνα που καθορίζει ο χρήστης αναζητώντας. Επίσης ενσωματώνουν δεδομένα χρηστών για την ποιοτικότερη εξυπηρέτηση τους.
- **SSL:** Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν ανταλλαγή χρηματικών ποσών και πληροφοριών μεταξύ χρηστών. Καθίσταται υποχρέωση η ασφαλής σύνδεση μεταξύ των μερών. Το πρωτόκολλο Secure Sockets Layer διασφαλίζει τις διαδικασίες.

- **Tablets/Phones:** Επιβάλλεται η ιστοσελίδα να ανταποκρίνεται σε οποιαδήποτε οθόνη και πρόγραμμα περιήγησης διότι απευθύνεται στους πάντες, οποιαδήποτε χρονική στιγμή και σε οποιοδήποτε τοποθεσία.
- **Application:** Εφαρμογή των υπηρεσιών προσιτή για IOS & Android. Η δημιουργία και χρήση εφαρμογής δημιουργεί ισχυρότερους δεσμούς με του χρήστες. Προσφέρει περισσότερες δυνατότητες και κέρδη.

## 4.2 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

- **Εγγραφή:** Δυνατότητα εγγραφής μέσω e-mail ή λογαριασμού Facebook. Η εγγραφή σε πρώτο επίπεδο γίνεται δωρεάν για οποιονδήποτε θελήσει να λάβει μέρος στην ιστοσελίδα. Ειδικότερα οι χρήστες που επιθυμούν να φιλοξενούν ή να προσφέρουν υπηρεσίες και όχι να λαμβάνουν, πρέπει να καταβάλουν το ποσό των πέντε ευρώ, έτσι ώστε να ενεργοποιηθούν οι υπηρεσίες τους. Ειδικός όρος, με την σύσταση και εγγραφή ,μέσω e-mail, πέντε ακόμη χρηστών το αρχικό ποσό των πέντε ευρώ θα επιστρέφεται.
- **Υπηρεσίες:** Κύρια υπηρεσία είναι η φιλοξενία κατοικίδιων ζώων σε ιδιόκτητους χώρους.

*Πρόσθετες παροχές είναι:*

- i. Η βόλτα κατοικίδιων , κυρίως σκύλοι.
- ii. Ο καλλωπισμός, όπως μπάνιο, χτένισμα, κόψιμο νυχιών.
- iii. Η επίσκεψη, ένας χρήστης επισκέπτεται με το κατοικίδιο του τον χώρο ενός άλλου χρήστη κατόχου κατοικίδιου, με σκοπό την άσκηση και κοινωνικοποίηση των ζώων.

Κάθε χρήστης έχει την δυνατότητα να προσφέρει ή να λάβει μία ή περισσότερες υπηρεσίες.

- **Κατηγοριοποίηση Χρηστών:** Οι χρήστες χωρίζονται σε δύο κύριες κατηγορίες. Σε εκείνους που επιθυμούν να προσφέρουν υπηρεσίες και σε εκείνους που επιθυμούν να λάβουν υπηρεσίες. Τα άτομα που παρέχουν υπηρεσίες χωρίζονται σε υποκατηγορίες ανάλογα με το τι προσφέρουν.
- **Στοιχεία Προφίλ:** Η συμπλήρωση προφίλ χρήστη περιλαμβάνει υποχρεωτικά και προαιρετικά πεδία.

*Υποχρεωτικά:*

- i. Όνομα.
- ii. E-mail.
- iii. Διεύθυνση.
- iv. Κωδικός Πρόσβασης.
- v. Ημερομηνία Γέννησης.

*Προαιρετικά:*

- i. Προσωπικές φωτογραφίες.
- ii. Φωτογραφίες χώρου.
- iii. Προσωπικοί λογαριασμοί σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- iv. Κείμενο περιγραφής χρήστη.
- v. Επάγγελμα.
- vi. Τηλέφωνο.
- vii. Πληροφορίες κατοικίδιου. Είδος, μέγεθος, φύλο και ηλικία.
- viii. Πρόσθετες ικανότητες. Όπως γνώση πρώτων βοηθειών για ζώα, γνώση χορήγησης ενέσιμων ή μη φαρμάκων και εμπειρία σε δύσκολα κατοικίδια.
- ix. Χαρακτηριστικά ιδιόκτητου χώρου. Εξωτερικός χώρος, μονοκατοικία ή διαμέρισμα, αξεσουάρ ζώων, παιδιά μικρής ηλικίας, καπνίζοντες ή μη, απαγόρευση στα κατοικίδια να βρίσκονται σε κρεβάτια και έπιπλα ή όχι.
- x. Απαιτήσεις Χρηστών. Τα χαρακτηριστικά των ζώων που αναλαμβάνουν. Είδος, ράτσα, μέγεθος, ηλικία, και φύλο. Ωράριο check in – check – out και δυνατότητα ακύρωσης κράτησης.
- xi. Σχόλια άλλων χρηστών.

- **Συνάντηση μεταξύ Χρηστών:** Δίνεται η δυνατότητα συνάντησης μεταξύ των χρηστών πριν αλλά και κατά τη διάρκεια παροχής υπηρεσιών μέσω της πλατφόρμας. Η συνάντηση μπορεί να διοργανωθεί μέσω της ιστοσελίδας με προσωπικά μηνύματά. Κυρίως στο χώρο όπου παρέχονται οι υπηρεσίες ή όπου επιθυμούν οι χρήστες.
- **Κατηγοριοποίηση Ζώων:** Ο διαχωρισμός των κατοικίδιων περιλαμβάνει δύο επίπεδα. Σε πρώτο επίπεδο χωρίζονται ανάλογα με την οικογένεια ζώων στην οποία ανήκουν και σε δεύτερο επίπεδο

ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του είδους τους. Οι κατηγορίες είναι πέντε:

<i>1<sup>ο</sup> επίπεδο</i>	<i>2<sup>ο</sup> επίπεδο</i>
Σκύλος/Γάτα	Σκύλος Γάτα
Τρωκτικά	Κουνέλι Ινδικό χοιρίδιο Χάμστερ Νυφίτσα (Ferret)
Πτηνά	Καναρίνι Παπαγάλος μικρού μεγέθους Παπαγάλος μεσαίου μεγέθους Παπαγάλος μεγάλου μεγέθους Παραδείσια πουλιά Αγριοπούλι (Καρδερίνα)
Ψάρια	Γλυκού νερού Θαλασσινού νερού
Ερπετά	Ιγκουάνα Δράκος Σάυρα Φίδι Αράχνη

- **Συλλογή Φωτογραφιών:** Ιδιαίτερα σημαντικό κομμάτι για την προώθηση των χρηστών αλλά και των υπηρεσιών της ιστοσελίδας. Σε κάθε προφίλ δίνεται η δυνατότητα τοποθέτησης φωτογραφιών. Οι φωτογραφίες μπορεί να περιλαμβάνουν τους ίδιους τους χρήστες, τους χώρους τους, τα κατοικίδια τους και παλιότερες εμπειρίες με ζώα. Επίσης μια συλλογή φωτογραφιών τοποθετείτε στην αρχική σελίδα με φωτογραφίες από τους περισσότερο ενεργούς χρήστες μαζί με θετικά σχόλια και κριτικές.
- **Διαθεσιμότητα:** Αρχικά διαχωρίζεται το ελάχιστο χρονικό όριο που μπορούν να προσφερθούν οι υπηρεσίες.

*Η φιλοξενία τουλάχιστον 24 ώρες.  
Ο καλλωπισμός τουλάχιστον 2 ώρες.  
Η βόλτα τουλάχιστον 1/2 ώρα.  
Η επίσκεψη τουλάχιστον 1 ώρα.*

Η διαθεσιμότητα των χρηστών είναι σε εμφανές σημείο στο προφίλ τους σε μορφή ημερολογίου. Στην αρχική συμπλήρωση προφίλ , δίνεται η δυνατότητα καθορισμού της διαθεσιμότητας. Επιβράβευση δίνεται στους χρήστες που ανανεώνουν την διαθεσιμότητα τους ανά εβδομάδα. Η επιβράβευση είναι η καλύτερη ταξινόμηση συγκριτικά με τους υπόλοιπους και η εμφάνιση ειδικού μηνύματος στο προφίλ τους ότι είναι ενημερωμένο.

- **Τιμοκατάλογος:** Ο καθορισμός τιμών βρίσκεται στην κρίση των χρηστών. Με ελάχιστη τιμή την μηδενική (0 ευρώ) ο κάθε χρήστης επιλέγει την τιμή που θεωρεί ευνοϊκότερη και ανταγωνιστικότερη. Οι τιμές που επιλέγουν οι χρήστες δεσπόζουν στο πάνω μέρος και δεξιά του προφίλ τους. Για κάθε συναλλαγή η ιστοσελίδα εισπράττει προμήθεια της τάξεως του ενός ευρώ , με την οποία επιβαρύνεται ο χρήστης και συνυπολογίζεται στην τελική τιμή. Η είσπραξη των προμηθειών από τις συναλλαγές κάθε χρήστη γίνεται μία φορά τον μήνα με μια μορφή εκκαθάρισης.
- **Εγγύηση Χρημάτων:** Αν ένας οικοδεσπότης απαιτεί εγγύηση, ο επισκέπτης δεν καταβάλλει την εγγύηση κατά την κράτηση. Αντιθέτως, ο επισκέπτης θα χρεωθεί μόνο αν ο οικοδεσπότης υποβάλει μια απαίτηση της εγγύησης που έχει ορίσει. Όλες οι πληρωμές εγγυήσεων γίνονται μέσω της πλατφόρμας. Ένας οικοδεσπότης μπορεί να ζητήσει ένα μέρος ή ολόκληρο το ποσό της εγγύησης εντός 14 ημερών από την αναχώρηση του επισκέπτη ή πριν την άφιξη του επόμενου επισκέπτη, ανάλογα με το τι από τα δύο θα συμβεί πρώτο. Οι εγγυήσεις δεν εισπράττονται αυτόματα. Ο οικοδεσπότης χρησιμοποιεί το Κέντρο επίλυσης προβλημάτων για να ανεβάσει αποδεικτικά στοιχεία των ζημιών (π.χ. φωτογραφίες ή αποδείξεις) και ζητά χρήματα από τον επισκέπτη για να επιδιορθώσει τις εν λόγω ζημιές. Οι οικοδεσπότες και οι επισκέπτες μπορούν να διευθετήσουν τις λεπτομέρειες μεταξύ τους ή μπορούν να ζητήσουν τη μεσολάβηση της ιστοσελίδας. Μάθετε περισσότερα σχετικά με την είσπραξη της εγγύησης.

- **Κτηνιατρική Ασφάλεια:** Η ιστοσελίδα παρέχει εγγύηση για να καλύψει τα ιατρικά έξοδα θεραπείας του σκύλου τα οποία προκύπτουν ως αποτέλεσμα τραυματισμού που προκύπτει κατά τη διάρκεια μιας κράτησης, για την οποία δεν υπάρχει ευθύνη.

*Τι καλύπτεται;*

Τραυματισμοί ως αποτέλεσμα τροχαίου ατυχήματος.

Οστικά κατάγματα.

Τραυματισμοί ή ασθένειες που προκαλούνται από την κατάποση ξένων αντικειμένων ή τροφικών δηλητηριάσεων.

Τραυματισμοί που προκύπτουν από μια σύγκρουση με ένα άλλο ζώο, π.χ. σημάδια δαγκώματος.

*Τι δεν καλύπτεται;*

Κόστος θεραπείας για προληπτική φροντίδα ή ιατρικούς ή κτηνιατρικούς λογαριασμούς που προκύπτουν από ασθένεια ή χρόνια ή προ υπάρχουσα πάθηση.

Προληπτικές συνθήκες όπως ψύλλοι, τσιμπούρια ή παράσιτα.

- **Καθημερινή Ενημέρωση:** Προαιρετική επιλογή για τους χρήστες είναι η καθημερινή επικοινωνία μεταξύ τους κατά την διάρκεια μιας κράτησης. Η επικοινωνία και ενημέρωση μπορεί να γίνει μέσω του συστήματος μηνυμάτων της πλατφόρμας. Προσωπικά μηνύματα αλλά και φωτογραφίες κρατούν ενήμερους τους χρήστες για την διαδικασία της φιλοξενίας και των άλλων υπηρεσιών και για την φυσική και σωματική κατάσταση του κατοικίδιου.
- **Έλεγχος Αξιοπιστίας Χρηστών:** Ο χρήστης έχοντας ελεύθερη βούληση δίνει το δικαίωμα στην ιστοσελίδα να κάνει έλεγχο για την αξιοπιστία του. Ο έλεγχος γίνεται κυρίως με βάση τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης, το e-mail και το προσωπικό τηλέφωνο του χρήστη. Χρειάζεται επιβεβαίωση όλων των παραπάνω στοιχείων από τον ίδιο τον χρήστη μέσω κωδικού που αποστέλλεται από το hoshPETality. Ταυτόχρονα γίνεται έλεγχος από την ιστοσελίδα για τυχόν ύποπτες ηλεκτρονικές ενέργειες του χρήστη.
- **Φιλοζωία:** Υπερβολικά ευαίσθητο ζήτημα. Επιδίωξη της ιστοσελίδας είναι να βοηθήσει και να υποστηρίξει την ηθική και κοινωνική υποχρέωση όλων για αγάπη προς τα ζώα. Παρότρυνση για φιλοζωική

δράση μέσω του hosPETality με την μίσθωση ιδιωτών από φιλοζωικές οργανώσεις ή δημοτικές αρχές για παροχή υπηρεσιών ή προσωρινής στέγης σε αδέσποτα ζώα. Επίσης εθελοντική δράση με μηδενικό ή ελάχιστο όφελος και δυνατότητα δωρεάς σε συνεργαζόμενα φιλοζωικά σωματεία.

### 4.3 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΦΙΛΙΚΟΤΗΤΑΣ

- **Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:** Επιβάλλεται σε κάθε ιστοσελίδα που παρέχει υπηρεσίες ηλεκτρονικά να συμμετέχει ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά το hosPETality διαθέτει λογαριασμούς στα πιο δημοφιλή μέσα όπως:

*Facebook*

*Instagram*

*Twitter*

*LinkedIn*

*Google+*

*YouTube*

Μέσω αυτών επιτυγχάνεται η ανάπτυξη, εξέλιξη , προώθηση και διαφήμιση του hoshPETality. Η διαδικασία διαχείρισης όλων των επιμέρους εργασιών που πρέπει να εκτελούνται καθημερινά είναι χρονοβόρα και χρήζει ιδιαίτερης προσοχής. Η ιστοσελίδα χρησιμοποιεί εργαλείο social media management και συγκεκριμένα το EveryPost. Είναι από τις πιο γνωστές social media publishing πλατφόρμες. Επιτρέπει την σχεδίαση οπτικού περιεχομένου και προγραμματισμό των δημοσιεύσεων στο Facebook, Twitter, Google+ και LinkedIn. Διατίθεται δωρεάν αλλά και με οικονομική, συγκριτικά, συνδρομή.

- **Online Chat:** Ένα εικονίδιο αναδύεται στο κάτω δεξιά μέρος της σελίδας. Γράφημα που απεικονίζει την online συνομιλία. Όταν ο χρήστης δραστηριοποιηθεί και κάνει κλικ πάνω του , ανοίγει μία συνομιλία στα πρότυπα συνομιλιών εγκαθιδρυμένων εφαρμογών όπως για παράδειγμα το messenger. Η συνομιλία έχει τον τίτλο inbox στο πάνω μέρος ,περιλαμβάνει ένα πρότυπο μήνυμα της σελίδας που παροτρύνει τον χρήστη για συζήτηση και στο κάτω μέρος βρίσκεται το πλαίσιο εισαγωγής κειμένου. Αναμενόμενη αναμονή απάντησης περίπου τρεις ώρες.



- **Blog:** Απευθείας μετάβαση στο blog της σελίδας από το κάτω μέρος της αρχικής οθόνης. Το blog περιλαμβάνεται στην διεύθυνση της ιστοσελίδας και δεν είναι της μορφής BlogSpot. Αποτελείται από διάφορες κατηγορίες σχετικά με τα κατοικίδια, ενδιαφέροντα άρθρα και πληροφορίες. Τα σχόλια για τους χρήστες είναι ενεργοποιημένα και δημοσιεύονται έπειτα από τον έλεγχο του διαχειριστή.
- **Φόρμα Επικοινωνίας:** Ακόμη μία επιλογή που είναι προσβάσιμη στο κάτω μέρος της αρχικής οθόνης. Η σχεδίαση της φόρμας επικοινωνίας θυμίζει σε μεγάλο βαθμό την σχεδίαση ενός ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο χρήστης πληκτρολογεί το e-mail του, έναν τίτλο και το περιεχόμενο που επιθυμεί και το αποστέλλει στο hoshPETality. Αναμένεται ο/οι διαχειριστής/ες να απαντήσουν σε περίπου τρεις ώρες.
- **About Us:** Προσωπικές φωτογραφίες των δημιουργών του hoshPETality μαζί με ένα περιληπτικό κείμενο. Το κείμενο αναφέρει πως, που και γιατί ξεκίνησε η πλατφόρμα, τους στόχους και το όραμα της.
- **How it Works:** Εικονίδια στην αρχική σελίδα με λιτή περιγραφή στο κάτω μέρος. Απεικονίζουν με απλό και κατανοητό τρόπο στον χρήστη τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσει για να χρησιμοποιήσει και να δραστηριοποιηθεί στην ιστοσελίδα.
- **Συχνές Ερωτήσεις:** Επιλογή στο κάτω μέρος της αρχικής σελίδας η οποία οδηγεί σε νέα σελίδα. Εκεί υπάρχουν οι πιο συχνές ερωτήσεις των χρηστών χωρισμένες σε κατηγορίες με αναλυτικές απαντήσεις για κάθε μία ξεχωριστά.
- **Όροι & Πολιτικές:** Οι όροι, οι πολιτικές και τα πρότυπα ισχύουν για την πρόσβαση και τη χρήση της πλατφόρμας hoshPETality, μαζί με τους Όρους χρήσης και τους Όρους χρήσης πληρωμών.

*Πολιτικές που ισχύουν για όλα τα μέλη*

Η δέσμευσή για ενσωμάτωση και σεβασμό.

Πρότυπα & οι προσδοκίες .

Πολιτική περιεχομένου.

Πολιτική εκβιασμού .

Όροι πληρωμής με δόσεις.

Τι συμβαίνει αν πρέπει να ακυρωθεί λόγω έκτακτης ανάγκης ή αναπόφευκτης περίπτωσης;

### *Απαιτήσεις για επισκέπτες*

Ποιες είναι οι απαιτήσεις κράτησης.

### *Απαιτήσεις για οικοδεσπότες*

Ποιες είναι οι βασικές απαιτήσεις της hoshPETality για τους οικοδεσπότες;

### *Πρόσθετοι κανόνες για οικοδεσπότες σπιτιού*

Ποιοι είναι οι κανόνες σχετικά με την ύπαρξη όπλων σε μία καταχώρηση;

Ποιοι είναι οι κανόνες σχετικά με τα επικίνδυνα ζώα;

Ποιοι είναι οι κανόνες σχετικά με τις ηλεκτρονικές συσκευές παρακολούθησης σε καταχωρήσεις;

### *Προμήθειες*

Τι είναι η προμήθεια υπηρεσιών της hoshPETality;

- **Feedback:** Από τα σημαντικότερα στοιχεία βελτιστοποίησης ενός ιστότοπου. Κάθε συνδεδεμένος χρήστης μπορεί να αφήσει τα σχόλια του για το τι αρέσει ιδιαίτερα, τι έχει περιθώρια βελτίωσης και τι προβλήματα διαφαίνονται. Η ιστοσελίδα δεν έχει την δυνατότητα να απαντάει σε όλα τα σχόλια αλλά δίνει ιδιαίτερη προσοχή.
- **Γλώσσα:** Η γλώσσα που χρησιμοποιείται στην ιστοσελίδα είναι η αγγλική. Το hoshPETality απευθύνεται σε όλους τους χρήστες ανά τον κόσμο για τον διαμοιρασμό υπηρεσιών, την βελτιστοποίηση και ικανοποίηση της καθημερινότητας και των αναγκών αυτών αλλά και των κατοικίδιων τους.
- **Τηλεφωνικό Interview:** Προαιρετική επιλογή για τους χρήστες που επιθυμούν να προσφέρουν υπηρεσίες. Δίνοντας έγκριση στην ιστοσελίδα για πραγματοποίηση τηλεφωνικής συνέντευξης αποκομίζουν ένα ακόμη προτέρημα για αύξηση δημοτικότητας του προφίλ τους. Η τηλεφωνική συνέντευξη περιλαμβάνει βασικές προσωπικές ερωτήσεις στα πλαίσια μιας κλασικής συνέντευξης για εργασία.

- **Υποστήριξη 24/7:** Εξυπηρέτηση πελατών όλο το 24ωρό , κάθε μέρα της εβδομάδας. Εκτός των παραπάνω, online συνομιλίας, φόρμα επικοινωνίας και e-mail, η ιστοσελίδα διαθέτει τηλεφωνική γραμμή η οποία είναι μόνιμως διαθέσιμη για την ποιοτικότερη εξυπηρέτηση των χρηστών.
- **Εικονίδια – Φωτογραφίες:** Οι εικόνες σπάνε την μονοτονία του περιεχομένου στον ιστότοπο και καθιστούν ταχύτερη και ευκολότερη την διαδικασία για τους επισκέπτες να βρουν αυτό που ψάχνουν. Κρατούν το ενδιαφέρον των επισκεπτών σας και βοηθούν στην επίτευξη καλύτερης και αποτελεσματικότερης προβολής στις μηχανές αναζήτησης (SEO) αν έχουν το σωστό όνομα(title) και την σωστή περιγραφή(description). Υπάρχουν πολλές ιστοσελίδες όπου περιέχουν καλά σχεδιασμένα εικονίδια που είναι διαθέσιμα και δωρεάν. Μια μεγάλη φωτογραφία ,η οποία εκπέμπει υποσυνείδητα μηνύματα στον επισκέπτη ,εμφανίζεται σε όλη την οθόνη της συσκευής με την είσοδο στο hoshPETality. Περιέχει ένα ευτυχισμένο κατοικίδιο(σκύλος) και ένα άτομο σε ένα σαλόνι ή άλλο μέρος ενός σπιτιού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ & ΣΧΕΔΙΟ

Στο κεφάλαιο αυτό παρατίθενται τα βασικά μέρη ενός επιχειρηματικού σχεδίου χωρισμένο σε εννέα ενότητες. Το σχέδιο αυτό καταρτίστηκε με σκοπό την ανάλυση της επιχειρηματικής ιδέας από οικονομικής πλευράς , την καθοδήγηση της εξέλιξης της και την αξιολόγηση των συμπερασμάτων.

- Επιχειρηματικό Προφίλ
- Επικοινωνία

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ	ΣΤΑΜΟΥ ΧΡΗΣΤΟΣ
ΣΤΑΘΕΡΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ	-
ΚΙΝΗΤΟ ΤΗΛΕΦΩΝΟ	6976844504
Email	christosstamou@yahoo.gr
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟΣ ΚΩΔΙΚΑΣ	13351
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	Ηράκλειτου 18 , Φυλή , Αττικής.

#### Online/Social media

Website	<a href="https://christosstamou.wixsite.com/mysite">https://christosstamou.wixsite.com/mysite</a> www.hospitality.com	BLOG	-
LinkedIn	-	Google+	-
Facebook	-	YouTube	-
Tumblr	-	instagram	-
Twitter	-	Pinterest	-

## **Περιεχόμενα**

- 5.1 Περίληψη*
- 5.2 Επιχειρηματικό Υπόβαθρο*
- 5.3 Επιχειρηματική Στρατηγική*
- 5.4 Η Ομάδα*
- 5.5 Ανάλυση SWOT*
- 5.6 Έρευνα Αγοράς & Ανάλυση Αγοράς*
- 5.7 Ανάλυση Ανταγωνισμού*
- 5.8 Οικονομικό Σχέδιο*
- 5.9 Περιουσιακά Στοιχεία*

## 5.1 Περίληψη

Η φιλοζωία είναι ένα άκρως ευαίσθητο κοινωνικό ζήτημα παγκοσμίως. Τα τελευταία χρόνια ο αριθμός των ενεργών φιλόζωων, των ατόμων με φιλοζωική συνείδηση και οι ενέργειες τους έχουν αυξηθεί ραγδαία. Τα δικαιώματα των ζώων έχουν αλλάξει ριζικά. Οι νεότερες γενιές δείχνουν αρκετά ευαισθητοποιημένες σε σχέση με τις περασμένες δεκαετίες στις υποχρεώσεις, στην κινητοποίηση και στην φροντίδα των ζώων, ειδικότερα των ζώων συντροφιάς. Στην Ελλάδα συγκεκριμένα ο αριθμός των κατοικίδιων ζώων και των φιλοζωικών σωματείων αντίστοιχα διαρκώς διογκώνεται την τελευταία δεκαετία. Σε αυτό έχει συμβάλει η οικονομική κρίση που πλήττει την χώρα μας. Καθώς λόγω της υπογεννητικότητας και της ανεργίας που προκαλεί η κρίση, η πλειοψηφία στρέφεται στα κατοικίδια για ψυχολογικούς και μη λόγους. Συγκριτικά όμως με τις υπόλοιπες ανεπτυγμένες χώρες του δυτικού κόσμου, η Ελλάδα αναπτύσσεται με χαμηλότερους ρυθμούς στο συγκεκριμένο ζήτημα.

Αλλαγές και καινοτομίες εμφανίζονται διαρκώς στην πανίδα του πλανήτη μας. Αναλυτικά, τα ζώα εργασίας εκλείπουν και τα αντικαθιστούν οι μηχανές, τα ζώα συντροφιάς(σκύλοι, γάτες, τρωκτικά, πτηνά, ψάρια) όλο και αυξάνουν την παρουσία τους στα σπίτια καθώς θεωρούνται αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης διαβίωσης. Τι συμβαίνει όμως με εκείνα τα κατοικίδια που δεν βρίσκουν σπίτι, εκείνα που χάνουν το σπίτι τους ή εκείνα που χρειάζονται την φιλοξενία για μικρό χρονικό διάστημα; Έγινε κατανοητό ένα σημαντικό πρόβλημα. Όλα τα ζώα συντροφιάς απαιτείται να έχουν στέγη. Στις αστικές κοινωνίες που όλοι ζούμε, ζώα όπως ο σκύλος ή η γάτα δεν έχουν την δυνατότητα να επιβιώνουν πλέον στους πολυπληθείς δρόμους των πόλεων για τον απλούστατο λόγο ότι ο μέσος όρος ζωής τους μειώνεται δραματικά. Οι ασθένειές τους, τα αυτοκινητιστικά δυστυχήματα και η έλλειψη τροφής είναι καθοριστικοί παράγοντες για την θνησιμότητα των ζώων. Συμπληρωματικά όμως διαφαίνεται ότι υπάρχουν τρία επιπλέον προβλήματα ακόμη και αν καταφέρουμε να διεισδύσουμε στις συνειδήσεις όλων των συμπολιτών μας:

- Τα φιλοζωικά σωματεία δεν έχουν τις απαραίτητες παροχές για να φιλοξενήσουν τον αριθμό των ζώων που χρήζουν φιλοξενίας.
- Οι εθελοντές φιλόζωοι που βρίσκουν διαρκώς αδέσποτα ζώα, έχουν την ανάγκη φιλικών χώρων προς ζώα για να φιλοξενηθούν εκείνα τα αδέσποτα μέχρι να βρεθεί σπίτι να τα αγαπήσει και να τα υιοθετήσει.
- Οι ήδη κάτοχοι κατοικίδιων βρίσκονται πολύ συχνά σε αδιέξοδο όταν είναι αναγκασμένοι να μετακινηθούν από την κατοικία τους για μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημά χωρίς να έχουν την δυνατότητα τα κατοικίδια να ακολουθήσουν.

Η υγεία , η μακροημέρευση, η χαρά και η αγάπη των τετράποδων(και μη) φίλων ,είναι κοινωνική ευθύνη, ευθύνη όλων. Καταλήγοντας λοιπόν σε μια λύση που θα βοηθήσει και θα αναπτύξει το κοινωνικό, βιοτικό και πολιτισμικό επίπεδο. Αυτή είναι κάτι συνηθισμένο στην τωρινή εποχή, εισβάλλει ολοένα στις ζωές των ανθρώπων και πλέον θεωρείται δεδομένο, μια ηλεκτρονική πλατφόρμα! Το hospetality.com είναι μια ιστοσελίδα που θα φέρνει σε επαφή όλους τους φιλόζωους γρήγορα και εύκολα και θα βρίσκει τα καταλληλότερα καταλύματα για τους καλύτερους φίλους των ανθρώπων, τα κατοικίδια. Θα μπορεί κάθε άτομο να καταχωρήσει , να αναζητήσει και να ανοικιάσει κατάλυμα για το κατοικίδιο του. Η πλατφόρμα θα λύνει τα χέρια σε όσους έχουν κατοικίδια και επιθυμούν να τα φιλοξενήσει κάποιος που θα τους δείχνει αγάπη και φροντίδα σε μια μία χαμηλή και λογική τιμή για τα επίπεδα της εποχής. Επίσης πολλοί χρήστες θα μπορούν:

- να φιλοξενήσουν αδέσποτα ζώακια έναντι ανταμοιβής μέχρι να βρεθεί σπίτι να τα υιοθετήσει, έτσι θα μειώνονται τα ζώα που γεννούνται στον δρόμο.
- να εγγραφούν δημιουργώντας ένα διαδικτυακό προφίλ. Κάθε προφίλ οικοδεσπότη ή μη θα περιλαμβάνει σχόλια από τους προηγούμενους χρήστες, συστάσεις από τους προηγούμενους θαμώνες ,φωτογραφίες καθώς και μια αξιολόγηση και ένα ιδιωτικό σύστημα μηνυμάτων.
- να καθορίζουν την κοστολόγηση του καταλύματος.
- να προσδιορίσουν τους κανόνες του σπιτιού, καθώς και να δημοσιοποιήσουν και άλλες περιγραφές , σχετικά με την κατοικία.
- να ερευνήσουν περισσότερο για τους οικοδεσπότες,
- να παρουσιάσουν την ταυτότητα τους δημοσίως ,καθώς και για να εκφράσουν τη φιλοσοφία τους, σχετικά με την ιδέα της φιλοξενίας.
- θα έχουν τον πλήρη έλεγχο, σχετικά με το ποιος κάνει κράτηση του χώρου τους.

Η ιστοσελίδα μας δεν θα βοηθάει μόνο τους πιστούς μας φίλους αλλά θα ανταμείβει τους οικοδεσπότες με μία νέα πηγή εσόδων. Συμπερασματικά σε φιλοζωικό επίπεδο δίνουμε την δυνατότητα να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα μας ευκατάστατοι φιλόζωοι, φιλοζωικές οργανώσεις , κοινωνικοί φορείς , δήμοι κ.α. Όλοι οι παραπάνω θα μπορούν να μισθώνουν χώρους έτσι ώστε κάθε ένα από τα αγαπημένα μας ζώακια να βρίσκει σπίτι.

## 5.2 Επιχειρηματικό Υπόβαθρο

### Στόχοι

Βραχυπρόθεσμοι & Μακροπρόθεσμοι Στόχοι	Ημερομηνία
50.000 εγγεγραμμένοι χρήστες	(12μήνο)
Προέλευση 25% των κερδών από διαφημιστικές προβολές τρίτων	(12μήνο)
100% Απόσβεση του Αρχικού Κεφαλαίου	(12μήνο)
Παγκόσμια Χρήση	(5ετία)
Κεντρικές Εγκαταστάσεις	(5ετία)
10+ Ανθρώπινο Δυναμικό	(5ετία)
Ετήσιος Κύκλος Εργασιών 300.000 Ευρώ	(5ετία)

### Υπηρεσίες που παρέχονται

- Φιλοξενία κατοικίδιων ζώων σε ιδιόκτητους χώρους.
- Περίπατος με τα ζώα στη πόλη.
- Καλλωπισμός ζώων, όπως μπάνιο, χτένισμα, κόψιμο νυχιών.
- Προγραμματισμός επίσκεψης στο σπίτι, ένας χρήστης επισκέπτεται με το κατοικίδιο του τον χώρο ενός άλλου χρήστη κατόχου κατοικίδιου, με σκοπό την άσκηση και κοινωνικοποίηση των ζώων.
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών για τη διατροφή και φροντίδα των ζώων μέσω του blog.



## 5.3 Επιχειρηματική Στρατηγική

### Τακτικές

- Κυρίαρχες τακτικές – Marketing – Διαφήμιση.
- Ισχυρή τακτική Marketing δίνοντας χρόνο και χώρο για πρόσκληση στους εν δυνάμει πελάτες.
- Άμεσο Marketing.
- Αποτελεσματική και στοχευμένη τακτική διαφήμισης με προοπτικές.
- Περισσότερες και έξυπνες low budget τακτικές Marketing.
- Αντίκτυπος Στρατηγικής (Προάγει φιλοζωία, μεταμορφώνει καθημερινότητα και την ικανοποίηση αναγκών)
- Πληθώρα αποτελεσμάτων βάσει της στρατηγικής.
- Καινοτομία και νέες υπηρεσίες στην ελληνική αγορά.
- Διαφοροποίηση σκέψης και νοοτροπίας των χρηστών και όχι μόνο.
- Αύξηση εγχώριου ανταγωνισμού.
- Σκληρή αρχική αντιμετώπιση. (Κοινό , ανταγωνιστές και δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς).

### Ηλεκτρονικό Εμπόριο & Τεχνολογία

Η χρήση της τεχνολογίας είναι η βάση της επιχειρηματική στρατηγικής Η επιχείρηση στηρίζεται εξ ολοκλήρου στην τεχνολογία καθώς όλες οι υπηρεσίες που προσφέρουμε διανέμονται μέσω διαδικτύου. Ουσιαστικά το μεγαλύτερο μέρος των κερδών προέρχεται από το ηλεκτρονικό εμπόριο. Επιτακτική ανάγκη λοιπόν να παρακολουθούμε και να αφομοιώνουμε όλα τα νέα δρώμενα που σχετίζονται με την τεχνολογία και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

### Βασικές Αξίες

Οι βασικές αξίες που καθοδηγούν την επιχείρηση είναι η αύξηση και ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου παγκοσμίως με την διευκόλυνση της καθημερινότητας μέσω της παροχής υπηρεσιών.

Η ευαισθητοποίηση και η αλλαγή αντιμετώπισης απέναντι στην πανίδα του πλανήτη μας, τα ζώα. Βασική ιδέα της επιχείρησης είναι ότι η υγεία , η μακροημέρευση, η χαρά και η αγάπη των τετράποδων(και μη) φίλων είναι κοινωνική ευθύνη, ευθύνη όλων. Στηρίζουμε τις καινοτόμες νέες ιδέες στον χώρο του επιχειρηματικότητας και ειδικότερα από νεαρά άτομα τα οποία επιχειρούν για πρώτη φορά.

Αυτές οι αξίες είναι το κύριο μέρος της πορείας της επιχείρησης προς την επιτυχία, παρακινώντας ταυτόχρονα χρήστες, εν δυνάμει πελάτες και προσωπικό για διαρκή εξέλιξη.

## **Αξιοπιστία και Μείωση του κινδύνου.**

Η αξιοπιστία των προσφερόμενων υπηρεσιών θα εξελίσσεται με την πάροδο του χρόνου.

Οι πρώτες απαραίτητες ενέργειες είναι η δημιουργία της διαδικτυακής εφαρμογής με άρτια και σύγχρονα τεχνολογικά μέσα. Στη συνέχεια, η λειτουργία της με επαγγελματική νοοτροπία, ανταγωνιστική των άλλων παρόμοιων εφαρμογών που διατίθενται στο διαδίκτυο.

Αναφέρονται αναλυτικά όλες οι πολιτικές και τα δικαιώματα των χρηστών. Έπειτα προσφέρονται ιδιαίτερες παροχές, όπως η κτηνιατρική ασφάλεια ή η 24ωρη εξυπηρέτηση πελατών.

Στόχος είναι η διασφάλιση της αξιοπιστίας μας μέσω της διαφήμισης και αναλυτικότερα μέσω της διαφήμισης <<από στόμα-σε στόμα>> που προαπαιτεί συγκέντρωση χρηστών.

Μέσω των παροχών που αναγράφονται παραπάνω επιτυγχάνεται η μείωση κινδύνου προς τους πελάτες. Η κτηνιατρική ασφάλιση, η 24ωρη εξυπηρέτηση, τα δικαιώματα και οι πολιτικές καθιστούν τις υπηρεσίες μας όλο και λιγότερο ριψοκίνδυνες.

Επίσης πρακτικές όπως η τηλεφωνική συνέντευξη, η ταυτοποίηση και η αποδοχή των εν δυνάμει χρηστών μειώνουν σε μεγάλο βαθμό τον ενδεχόμενο κίνδυνο του πελάτη.

## 5.4 Η Ομάδα

Διαχειριστική Δομή  
Marketing Manager  
Finance Manager  
Operations Manager

### Αρχική Μορφή της Επιχείρησης – 3 Στελέχη

Στέλεχος 1	
<b>Θέση</b>	Operations Manager
<b>Προσόντα</b>	Ιδρυτής, Πάθος, Αγάπη & Αφοσίωση
<b>Εξειδίκευση</b>	Μεταπτυχιακό στην Οικονομική & Επιχειρησιακή Στρατηγική.
<b>Ιστορικό</b>	Προϋπηρεσία στην Φιλοξενία & στον χώρο των Κατοικίδιων

Στέλεχος 2	
<b>Θέση</b>	Finance Manager
<b>Προσόντα</b>	Επιχειρηματίας, Καινοτόμος & Οργανωτικός
<b>Εξειδίκευση</b>	Πτυχίο Οικονομικής Επιστήμης
<b>Ιστορικό</b>	Ιδιοκτήτης Επιχείρησης με ιδιαίτερες προσωπικές επιτυχίες

Στέλεχος 3	
<b>Θέση</b>	Marketing Manager
<b>Προσόντα</b>	Δημιουργικότητα, Διαχείριση Κοινωνικών Μέσων Δικτύωσης & Λογισμικών
<b>Εξειδίκευση</b>	Πτυχίο Τεχνικής Νοημοσύνης. Πιστοποίηση Digital Marketing.
<b>Ιστορικό</b>	Συνιδιοκτήτης Οργανισμού Παγκόσμιας εμβέλειας & διαχείριση marketing με σημαντικά αποτελέσματα

## 5.5 SWOT και σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας

Δυνάμεις	Θα τις μεγιστοποιήσω με:
<p><b>ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ:</b> Οι υπηρεσίες της πλατφόρμας θεωρούνται καινοτόμες στην ελληνική αγορά καθώς δεν υπάρχει άλλος οργανισμός που να τις παρέχει με αυτόν τον τρόπο.</p> <p><b>ΦΙΛΟΖΩΙΑ:</b> Προωθώντας και την φιλοζωία μέσω της πλατφόρμας, έχει ως αντίκτυπο την ευαισθητοποίηση και την προσέλκυση περισσότερων χρηστών.</p> <p><b>ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΑ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΑ &amp; ΤΗΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ:</b> Η πολυετής εμπειρία στον χώρο των κατοικίδιων αλλά και η μικρή στον κλάδο της φιλοξενίας δίνουν ένα σπουδαίο πλεονέκτημα.</p>	<p>Προσπαθώντας ταυτόχρονα με τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις απαιτήσεις της εποχής να καινοτομήσουμε όσο το δυνατό περισσότερο.</p> <p>Σε συνεργασία με φορείς, οργανισμούς αλλά και το κράτος για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Βοηθώντας τα ζώα που το έχουν ανάγκη αλλά και το κοινωνικό επίπεδο.</p> <p>Περαιτέρω εξέλιξη. Έρευνα και μάθηση πάνω στους βασικούς πυλώνες με σκοπό την συνεχή βελτιστοποίηση.</p>
Αδυναμίες	Θα τις μεγιστοποιήσω με:
<p><b>ΡΟΗ ΧΡΗΜΑΤΩΝ:</b> Όντας νεοσύστατη επιχείρηση η ροή των χρημάτων το πρώτο διάστημα θα είναι ελάχιστη έως μηδαμινή. Εξέταση περίπτωσης αρχικού δανείου θέτοντας το ως την χείριστη λύση.</p> <p><b>ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ:</b> Επίσης για το πρώτο διάστημα ( 6μηνο – 1χρονος) το ανθρώπινο δυναμικό θα υποστελεχώνει την επιχείρηση.</p> <p><b>ΕΛΛΕΙΨΗ ΦΗΜΗΣ:</b> Η εφαρμογή και οι υπηρεσίες μας δεν έχουν γίνει ευρέως γνωστές στο ελληνικό και παγκόσμιο κοινό.</p>	<p>Επιμελής διαχείριση των όσων εισροών προκύψουν το πρώτο διάστημα. Επίσης το ενδεχόμενο χρηματοδοτήσεων από διάφορους φορείς/οργανισμούς/ επιχειρηματικούς αγγέλους είναι πάντα ανοιχτό.</p> <p>Αξιοποιώντας στο έπακρο τις δυνατότητες που μπορεί το υπάρχον προσωπικό να προσφέρει. Πρακτικές ασκήσεις και εθελοντικές εργασίες θα βοηθήσουν έως στο διάστημα που θα είναι επιτακτική η ανάγκη για την αύξηση του προσωπικού.</p> <p>Η διαφήμιση και η προώθηση είναι οι κύριες στρατηγικές και δίνεται ιδιαίτερη βάση στην τελειοποίησή τους.</p>
Ευκαιρίες	Θα τις μεγιστοποιήσω με:
<p><b>ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ:</b> Δεν υπάρχει αντίστοιχος οργανισμός ο οποίος να παρέχει τις ίδιες υπηρεσίες με τον συγκεκριμένο τρόπο στην ελληνική κοινότητα.</p>	<p>Στόχος είναι η κερδοφορία με άμεσο και στοχευμένο μάρκετινγκ μεγάλου μέρους της ελληνικής αγοράς.</p>

<p><u>ΑΥΞΗΣΗ ΚΑΤΟΧΩΝ ΚΑΤΟΙΚΙΔΙΩΝ:</u> Οι κάτοχοι κατοικίδιων αυξάνονται ακραία τα τελευταία χρόνια λόγω τάσης των καιρών, ευαισθητοποίηση, υπογεννητικότητας κ.α. Έτσι η αγορά κατοικίδιων συνεχώς αυξάνεται.</p> <p><u>ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ/ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ:</u> Σε συνδυασμό με την αύξηση της αγοράς κατοικίδιων που προαναφέραμε, νέες εταιρείες και επιχειρηματικές ιδέες κάνουν την εμφάνιση τους. Είναι πολύ πιθανή και θα θεωρηθεί αποτελεσματική οποιαδήποτε συνεργασία με επιχειρήσεις όπως pet shop ή εκπαιδευτές σκύλων κτλ.</p>	<p>Από την γέννηση της ιδέας έως την υλοποίηση της, στηρίζεται ενεργά η φιλοζωία, την προστασία και τα δικαιώματα των ζώων. Ιδιαίτερη προσπάθεια και φιλοδοξία στην εξάλειψη των αδέσποτων ζώων.</p> <p>Η ύπαρξη προσωπικής εμπειρίας και επαφής με καταστήματα πώλησης προϊόντων κατοικίδιων, εκπαιδευτές και κομμωτές είναι στα άμεσα σχέδια ενδεχόμενες συνεργασίες με το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.</p>
<p><u>Απειλές</u></p> <p><u>ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ:</u> Ο παγκόσμιος ανταγωνισμός ήδη υφίσταται. Με το πέρασμα του χρόνου και με μία ενδεχόμενη επιτυχία της εφαρμογής, ο ανταγωνισμός θα αυξηθεί ραγδαία και οι υπάρχοντες ανταγωνιστές θα κηρύξουν «πόλεμο».</p> <p><u>ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ, πιθανώς ανάλογη της υπηρεσίας (AIRBNB):</u> Με την εγκαθίδρυση της πλατφόρμα Airbnb, η φορολογία σε αντίστοιχες ηλεκτρονικές υπηρεσίες συνεχώς διαφοροποιείται. Επίσης ασκούνται πολλές πιέσεις από πολλαπλά μέτωπα με αυτό τον σκοπό. Η ίδια φορολογία ενδεχομένως να εφαρμοστεί και σε υπηρεσίες όπως αυτές που καλύπτει η hospetaity</p> <p><u>ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΖΩΩΝ:</u> Έχοντας άκρως φιλοζωική στάση σαν επιχείρηση και υποστηρίζοντας κάθε καινοτόμα ιδέα με σκοπό την μακροζωία των κατοικίδιων_δεν αντιμετωπίζονται νομικές απειλές προς το παρόν. Οποιαδήποτε συμφεροντολογική ή μη αλλαγή μπορεί να προκύψει στο μέλλον θα έχει άμεσο αντίκρισμα στις υπηρεσίες της πλατφόρμας.</p>	<p><i>Θα τις μεγιστοποιήσω με:</i></p> <p>Η σωστή αντιμετώπιση του ανταγωνισμού μόνο οφέλη μπορεί να έχει για μια υγιή επιχείρηση. Ανάλυση, συνεχής παρακολούθηση και άμεση ανταπόκριση στις αντίπαλες κινήσεις συμβάλουν στην εξέλιξη και όχι στην καταστροφή του οργανισμού.</p> <p>Διαρκής παρακολούθηση των τεκτονόμενων, αντίδραση και διαμαρτυρία όταν θεωρείται ότι υπάρχει αδικία και διαμόρφωση/αλλαγή των τιμών και των πολιτικών.</p> <p>Τηρώντας όλους τους κανονισμούς, οδηγίες και νομοθετικές πράξεις κατά γράμμα. Σε θέση να δοθεί αγώνας για την ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου και του μέσου όρου ζωής όλων των ζώων και αντιμετώπιση κάθε ενδεχόμενης νομοθετικής απειλής.</p>

## SWOT Σύνοψη

### Επιλεγμένη Στρατηγική

Έπειτα από την ανάλυση SWOT , η στρατηγική προσέγγιση που επιλέχθηκε είναι η S – O.Χρησιμοποίηση εσωτερικών δυνάμεων (S) για την ωφέλεια από εξωτερικές ευκαιρίες(O).Εκμεταλλεούμενοι των εσωτερικών δυνάμεων της επιχείρησης θα μεγιστοποιηθούν οι εξωτερικές ευκαιρίες. Η καινοτόμα ιδέα μαζί με ακόμη περισσότερες που θα προκύψουν στην πορεία βρίσκουν έφορο έδαφος την λειψή ελληνική αγορά. Η ευαισθητοποίηση προς τα ζώα και συνάμα το φιλικό προς το περιβάλλον πρόσωπο που προβάλλει η επιχείρησή, ταυτίζεται με τις τάσεις και την κοινωνική προσέγγιση της εποχής. Η εμπειρία ταυτόχρονα στους τομείς των κατοικίδιων και της φιλοξενίας, πέρα από τις προσωπικές γνωριμίες που μπορούν να επιφέρουν πολλά ωφελεί, βοηθάει στην ραγδαία έρευνα και ανάπτυξη του οργανισμού.

### Σημαντικοί Παράγοντες Επιτυχίας

- Marketing  
Καθοριστικός παράγοντας, συγκεκριμένα για ιστοσελίδες δίχως φυσικά καταστήματα. Χρήζει ιδιαίτερης προσοχής και αποτελεί το κύριο μέρος της τακτικής της επιχείρησης.
- Αποδοχή κοινού  
Ο διαμοιρασμός υπηρεσιών κατοικίδιων θεωρείται ευαίσθητο ζήτημα. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να επιτευχθεί η αποδοχή μεγάλης μερίδας κάτοχων κατοικίδιων και σε ελάχιστο χρόνο.
- Ανταγωνιστικές Υπηρεσίες  
Υπηρεσίες που θα προσφέρονται αποτελεσματικότερα και διαφορετικά συγκριτικά με τους ανταγωνιστές. Προσθήκη καινοτόμων υπηρεσιών.
- Οφέλη/Επιβραβεύσεις Χρηστών  
Ανάπτυξη σχέσης της επιχείρησης με τα μέλη της σελίδας. Εφαρμογή σύστημα επιβραβεύσεων (πόντοι, εκπτώσεις) σύμφωνα με την συμμετοχή τους στην σελίδα.
- Διαρκής Ανάπτυξη  
Η επιχείρηση επιβάλλεται να διακρίνει συνεχώς τρόπους εξέλιξης σε όλους τους τομείς για να επιτύχει.

## 5.6 Έρευνα & Ανάλυση της Αγοράς

### Ευκαιρία Αγοράς

Η ευκαιρία που εντοπίστηκε αφορά κυρίως την ελληνική αγορά καθώς υπάρχει κενό. Τα ξενοδοχεία κατοικίδιων έχουν κάνει την εμφάνιση τους τα τελευταία χρόνια αλλά τίποτα αντίστοιχο με το hospitality δεν υφίσταται. Επίσης και στην παγκόσμια αγορά καμία αντίστοιχη εφαρμογή δεν έχει καταφέρει να πάρει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς. Παρόμοιες υπηρεσίες μέσω διαδικτύου έχουν κερδίσει την εμπιστοσύνη των χρηστών τα τελευταία χρόνια, όπως η δημοφιλής πλατφόρμα βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων (AirBnB.com). Χρειάζεται όμως κάποιο σεβαστό διάστημα για την αφομοίωσή τους.

### Δομή Αγοράς

Η αγορά στον χώρο των κατοικίδιων είναι ιδιαίτερη. Χρειάζεται συνεχόμενη ανάπτυξη και αναβάθμιση, επιμόρφωση και ενημέρωση των πελατών για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Οι πωλήσεις των υπηρεσιών μας γίνονται αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Το βασικό πλεονέκτημα για τον εγχώριο κυρίως ανταγωνισμό είναι οι χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα ξενοδοχεία ζώων. Ενώ γενικό πλεονέκτημα είναι η εμπειρία μας στον χώρο και της φιλοξενίας αλλά και των κατοικίδιων μαζί με την φιλοζωία που προασπίζουμε.

### Μέγεθος Αγοράς & Προοπτικές

Το μέγεθος της αγοράς είναι τεράστιο. Σχεδόν κάθε κατοικία έχει από ένα οικόσιτο ζώο. Στις ηλικίες μεταξύ 26 κα 55 ετών το 75 % είναι ιδιοκτήτης κατοικίδιου, ενώ το 63% του πληθυσμού δηλώνει ότι απολαμβάνει την συντροφιά του. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα το 64% των ιδιοκτητών ξοδεύει 50 ευρώ το μήνα για το κατοικίδιο του ενώ το 20% 80 ευρώ το μήνα. (Αλεξάνδρα Κασσίμη, 2017, [kathimerini.gr https://www.kathimerini.gr/912124/article/epikairothta/ellada/h-syntrofia-twn-zwn-die3odos-sta-xronia-ths-krishs](https://www.kathimerini.gr/912124/article/epikairothta/ellada/h-syntrofia-twn-zwn-die3odos-sta-xronia-ths-krishs))

Η φιλοζωία σε συνδυασμό με την όλο ευκολότερη μετακίνηση μαζών ανά τον κόσμο δημιουργούν τέλειες προοπτικές για τις υπηρεσίες που παρέχει η πλατφόρμα.

## **Αγορά Στόχος**

### **Περιγραφή Αγοράς Στόχου**

Η αγορά στόχος είναι οι ιδιοκτήτες κατοικίδιων που μετακινούνται ή έχουν σκοπό να μετακινηθούν από την μόνιμη τους κατοικία με ελαχίστη διάρκεια ώρες έως μέρες. Επίσης ιδιοκτήτες που επιθυμούν να παρέχουν επιπλέον υπηρεσίες στα ζώα τους. Η αγορά στόχος ανήκει στον χώρο των κατοικίδιων, σε όσους είναι ήδη ιδιοκτήτες, στους εν δυνάμει ιδιοκτήτες και σε όσους μπορούν να παρέχουν τις παραπάνω υπηρεσίες ιδιοκτήτες ή μη.

### **Παράγοντες που επηρεάζουν τις συνήθειες της αγοράς.**

Ο βασικός παράγοντας επιρροής της αγοράς είναι το Διαδίκτυο. Μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επηρεάζεται και καθοδηγείται η μεγάλη μάζα του πληθυσμού των χρηστών. Επίσης γενικώς οι τεχνολογικές αλλαγές που μπορούν να προκύψουν και οι συνήθειες των μαζών. Ειδικότερα, για παράδειγμα, μπορούν να εξελιχθούν νέοι τρόποι μετακίνησης και μεταφοράς φιλικότεροι προς τα κατοικίδια με αποτέλεσμα οι ιδιοκτήτες να τα μεταφέρουν οπουδήποτε και οποτεδήποτε με μείωση της ανάγκης φιλοξενίας από τρίτους. Τέλος η οικονομική κατάσταση και το βιοτικό επίπεδο των κοινωνιών.

### **Πως η επιχείρησή σας θα ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της αγοράς.**

- Καινοτόμες υπηρεσίες.  
Γενικώς υπάρχουν ελάχιστες επιχειρήσεις παγκοσμίως που προσφέρουν τις συγκεκριμένες υπηρεσίες μέσω διαμοιρασμού. Επιπλέον η επιχείρησή θα παρέχει νέες υπηρεσίες όπως η φιλοξενία αδέσποτων ζώων.
- Χαμηλή τιμολόγηση συγκριτικά με τον ανταγωνισμό.  
Μέσω συνεχής έρευνας της αγοράς θα γίνει σημαντική προσπάθεια για ανταγωνιστικές τιμές και χρεώσεων των μελών.
- Δυνατότητα επιπλέον εισοδήματος για τους χρήστες.  
Συγκριτικά με φυσικά καταστήματα(ξενοδοχείο ζώων) δίνεται η δυνατότητα είσπραξης χρημάτων μέσω της πλατφόρμας.
- Φιλοζωία – Κοινωνική Ευθύνη  
Στήριξη των ήδη υπάρχων οργανισμών και εθελοντών και παρακίνηση μέσω της ιστοσελίδας για περαιτέρω δράση.
- Εφαρμογή τωρινής τεχνολογίας στο έπακρο.  
Καθημερινή έρευνα και ανάπτυξη στο τομέα της πληροφορικής των στελεχών και εξωτερικών συνεργατών.



## 5.7 Ανάλυση Ανταγωνισμού

Βασικός Ανταγωνιστής – DogVacay (Rover) <https://dogvacay.com/>

Δυνάμεις	Αδυναμίες
Το DogVacay υφίσταται από το 2011 στην Αμερική και κατέχει ήδη πάνω από 200.000 εγγεγραμμένους χρήστες. Η εφαρμογή διανέμεται μέσω του app store αλλά και του google play. Έχουν προχωρήσει στην δημιουργία του δικού τους blog με αρκετή απήχηση, το The Dog People. Η φιλοζωική δράση της εταιρείας είναι έντονη.	Δεν προσφέρονται υπηρεσίες pet grooming. Η σελίδα έχει ανταπόκριση μόνο στις Ηνωμένες Πολιτείες και όχι παγκοσμίως. Το brand name είναι αδύναμο. Τέλος ουσιαστικά απευθύνεται μόνο σε ιδιοκτήτες σκύλων.

### Στρατηγική

Η αντιμετώπιση των δυνάμεων του βασικού ανταγωνιστή γίνεται με επιθετική τακτική. Στοχευμένη διαφήμιση και προώθηση στην αγορά της Αμερικής. Ευνοϊκότερες συνθήκες και προσφορές για συγκεκριμένους χρήστες του DogVacay. Το hospitality θα βρίσκεται το συντομότερο δυνατόν και στο app store και στο google play. Ιδιαίτερη συγκέντρωση δίνεται όπως έχει αναφερθεί επανειλημμένα στην φιλοζωία, πέρα από το κοινωνικό κομμάτι, θα βοηθήσει αισθητά και το εμπορικό κομμάτι.

Ο δικτυακός τόπος θα προσπαθήσει να υπερνικήσει τις αδυναμίες του αντιπάλου, προσφέροντας υπηρεσίες καλλωπισμού, προωθώντας την εφαρμογή παγκοσμίως και ιδιαίτερα σε πυκνοκατοικημένες περιοχές με πολλά κατοικίδια. Επιπροσθέτως έχει γίνει προσπάθεια για την εύρεση του ονόματος της επιχείρησης, θεωρείται ευκολομνημόνευτο και μας χαρακτηριστικό

Δυνάμεις	Αδυναμίες
Το PetBacker δραστηριοποιείται σε πολλές διαφορετικές χώρες και ταυτόχρονα παροτρύνει να το χρησιμοποιηθεί στην χώρα του χρήστη. Παρέχει ισάξιες υπηρεσίες αλλά και μία επιπλέον , το pet taxi. Επίσης επιτρέπει και σε κτηνιάτρους να συνδέονται στην ιστοσελίδα και να παρέχουν τις υπηρεσίες τους.	Διαθέτει μη ελκυστική ιστοσελίδα, με λίγα χρώματα και πολλές πληροφορίες. Επίσης το όνομα δεν σχετίζεται απόλυτα με το περιεχόμενο που εν τέλει παρέχει.

## Στρατηγική

Μεγάλος στόχος της επιχείρησης είναι η παγκόσμια επέκταση. Διαφήμιση, προώθηση, επιβράβευση αλλά και παρακίνηση είναι οι κύριες τακτικές. Επίσης συνεργασίες με οργανισμούς του εξωτερικού θα επωφελήσουν αρκετά τον οργανισμό. Οι επιπλέον υπηρεσίες όπως pet taxi και κτηνιατρικές θα εξετασθούν αναλυτικά , αν και την παρούσα στιγμή θεωρούνται περιττές.

Γίνεται προσπάθεια για διαρκής να βελτίωση για να επιτευχθεί τελικά μια σύγχρονη, ελκυστική και δυναμική ιστοσελίδα.

## 5.8 Οικονομικό Σχέδιο

### Αρχικά Έξοδα

<i>Αγορά Domain Name</i>	<b>20 € / το χρόνο</b>
<i>Κατασκευή Ιστοσελίδας Προγραμματισμός Σχεδιασμός γραφικών, αγορά φωτογραφιών</i>	<b>2000 € (περίπου)</b>
<i>Διαφήμιση/Προώθηση</i>	<b>2000 €</b>
<i>Φόροι, Τέλη</i>	<b>500€</b>
<i>Διάφορα Έξοδα (Δικηγορικά Έξοδα)</i>	<b>1500€</b>

## Χρηματοδότηση

Η αρχική χρηματοδότηση γίνεται εξ ολοκλήρου με ίδια κεφάλαια.

Θα αναζητηθεί χρηματοδότηση από επενδυτικούς φορείς και τράπεζες που υποστηρίζουν νεοσύστατες επιχειρήσεις καθώς επίσης και από αντίστοιχα Ευρωπαϊκά Προγράμματα

## Νεκρό Σημείο:

Από εκτιμήσεις υπολογίζεται να επέλθει το νεκρό σημείο σε μικρό, σχετικά, χρονικό διάστημα. Οι μεταβλητές και οι σταθερές δαπάνες της επιχείρησης είναι περίπου 5500 με 6000 ευρώ για το πρώτο έτος. Υπολογίζεται πως ο κύκλος εργασιών θα φτάσει μέσα σε ένα ημερολογιακό έτος από την εκκίνηση της επιχείρησης το σύνολο των εξόδων. Τα αρχικά έσοδα προκύπτουν από την εγγραφή των χρηστών (5 ευρώ) και τις προμήθειες από κάθε συναλλαγή. Όποτε οι αριθμοί υπολογίζονται σε περίπου 800 χρήστες και 600 συναλλαγές.

## Πρόβλεψη κερδών και ζημιών

	Πρώτος χρόνος	Δεύτερος χρόνος	Τρίτος χρόνος
Εκτιμώμενες Πωλήσεις	6000€	15000	21000
Εκτιμώμενα Κόστη	6000€	8000	12000
Εκτιμώμενο κέρδος/ζημία	0€	+ 7000	+ 9000

## Πρόβλεψη ταμειακών ροών

Η πρόβλεψη ταμειακών ροών για τα επόμενα τρία με πέντε χρόνια θα έχει ραγδαία ανάπτυξη.

Μετά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας, η επιχείρηση εκτιμάται ότι θα είναι σε θέση να αρχίσει νέες συνεργασίες με τεράστιες δυνατότητες.

Μέσω υπολογισμών μέχρι τα 3 χρόνια λειτουργίας, ο κύκλος εργασιών θα ξεπερνάει τα 20000€.

Οι συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις προβλέπουν ετήσια έσοδα ισάξιων και μεγαλύτερων ποσών.

Στο τέλος της πενταετίας υπολογίζεται ότι τα μελλοντικά έσοδα θα ξεπεράσουν τις 100.000€.

## 5.9 Περιουσιακά Στοιχεία

### Εγκαταστάσεις Επιχείρησης

Η επιχείρηση στο πρώτο στάδιο της ζωής της δεν θα χρειαστεί φυσικές εγκαταστάσεις όπως γραφεία ή πολυχώρο. Όλη η απαραίτητη εργασία της αρχικής ομάδας, όταν θα αρχίσει την λειτουργία, θα γίνεται μέσω προσωπικών χώρων. Μεμονωμένα αλλά και σε συνεργασία, τα μέλη της ομάδας θα εργάζονται σε έναν ή περισσότερους προσωπικούς χώρους. Στόχος η ελαχιστοποίηση των εξόδων(ενοίκιο) για το πρώτο διάστημα λειτουργίας της επιχείρησης.

### IT

#### *Απαιτήσεις*

Η επιχείρηση βασίζεται εξ ολοκλήρου στην τεχνολογία. Λόγω των αυξημένων τεχνολογικών απαιτήσεων του δικτυακού τύπου είναι απαραίτητη η πρόσληψη εξωτερικών συνεργατών ειδικών της πληροφορικής.

Οι απαιτήσεις είναι οι βασικές , να δημιουργηθεί η ιστοσελίδα και να συντηρηθεί. Έπειτα θα πρέπει να αντιμετωπίζεται κάθε πρόβλημα που θα προκύψει ενώ ταυτόχρονα να γίνονται αντιληπτά τυχόν λάθη και να διαμορφώνονται γρήγορα και ευφάνταστα όλες οι νέες ιδέες και απαιτήσεις μας.

Επίσης χρήζει ιδιαίτερης σημασίας η καλή ηλεκτρονική προστασία της ιστοσελίδας μας και των προσωπικών στοιχείων των πελατών.

#### *Λύσεις*

Συνεντεύξεις με εταιρίες που προσφέρουν υπηρεσίες προγραμματισμού έχουν ήδη δρομολογηθεί. Η επιλογή των εξωτερικών συνεργατών πρέπει να είναι πολύ προσεγμένη καθώς εξαρτώνται πολλά από την απόδοση τους.

Επίσης υπάρχουν πολλοί φίλοι , συγγενείς , παλαιοί συνάδελφοι και κοινοί γνωστοί με γνώσης πληροφορικής και προγραμματισμού που μπορούν μετά τους πρώτους μήνες εξοικείωσης να εισχωρήσουν στην ομάδα και να βοηθούν εκ των έσω.

## **Εξοπλισμός**

### *Απαιτήσεις*

Στο αρχικό στάδιο λειτουργίας της επιχείρησης θα απαιτηθούν 4-5 ηλεκτρονικοί υπολογιστές, σύνδεση στο διαδίκτυο(100Mbps) και κεντρικός εκτυπωτής.

Σε δεύτερο πλάνο υπάρχει η σκέψη της δημιουργίας ειδικά διαμορφωμένων χώρων σε φιλικά σπίτια για την φιλοξενία ζώων με σκοπό την προώθηση των υπηρεσιών. Εάν προχωρήσει η ιδέα θα χρειαστεί ένας βασικός εξοπλισμός. (Σπιτάκια, παιχνίδια, μπολ κ.α.)

### *Λύσεις*

Οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και ο εκτυπωτής βρίσκονται ήδη στην κατοχή των στελεχών.

Ένα αποφασιστεί και γίνει η πράξη της δημιουργίας δυο με τριών δικών μας χώρων για την φιλοξενία ζώων, η χρόνια συνεργασία με μεγάλη αλυσίδα pet shop θα βοηθήσει ιδιαίτερα. Ευελπιστούμε στην αρχή μιας κερδοφόρας συνεργασίας, να λάβουμε μερικά προϊόντα δωρεάν ή σε τιμή κόστους και να ανταποδώσουμε με διαφήμιση και προώθηση του συνεργάτη μας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ & ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ hosPETality.com

Αξιολόγηση της σελίδας hospetality.com

<https://christosstamou.wixsite.com/mysite>

#### 6.1 Υλοποίηση

Η υλοποίηση του δικτυακού τόπου διαμορφώθηκε μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας wix.com. Η υλοποίηση της σελίδας έγινε μόνο για δοκιμή και δεν αποτελεί το τελικό αποτέλεσμα.

Τα βασικά στοιχεία που το συνθέτουν είναι:

- Κεντρικό Μενού

Στο επάνω μέρος εμφανίζονται οι επιλογές "search και "become a sitter" οι οποίες είναι παρότρυνση για δράση προς τον χρήστη. Ακολουθεί το κεντρικό μενού που απαρτίζεται από τις εξής επιλογές(οι οποίες οδηγούν στις αντίστοιχες σελίδες):

- Εγγραφή
- Μέλη
- Κατηγορίες ζώων
- Συχνές Ερωτήσεις
- Σχετικά με Εμάς
- Πολιτική Απορρήτου
- Όροι χρήσης
- Blog
- Επικοινωνία

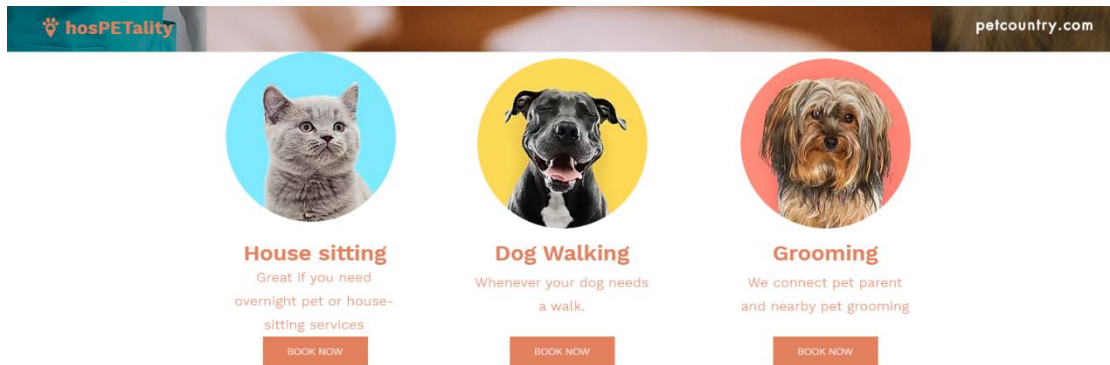


Εικόνα 6.1 Menu

- Παρουσίαση Υπηρεσιών

Στο σημείο αυτό γίνεται μια γρήγορη παρουσίαση των κύριων υπηρεσιών που προσφέρει η πλατφόρμα μέσω εικόνων και κειμένου. Υπάρχει επίσης το κουμπί

“book now” κάτω από κάθε υπηρεσία που παροτρύνει τον επισκέπτη να κάνει χρήση της εφαρμογής.

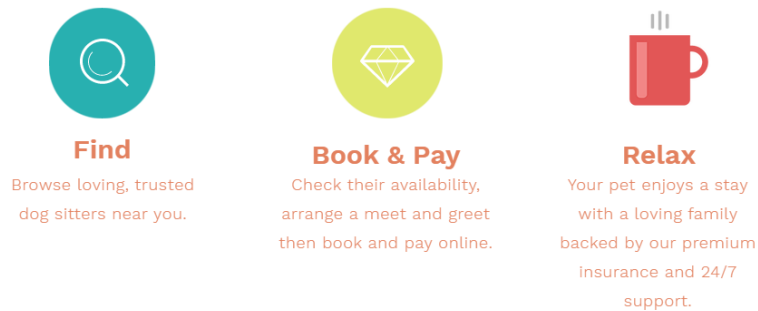


**Εικόνα 6.2 Υπηρεσίες**

- Επεξήγηση Λειτουργίας Σελίδας

Συνοπτική επεξήγηση με εικόνες και κείμενο για τον τρόπο που μπορεί να χρησιμοποιήσει κάθε χρήστης την σελίδα.

## How it Works



**Εικόνα 6.3 How it Works**

- Σχόλια Χρηστών

Ενότητα που αποτελείται από σχόλια χρηστών που έχουν ήδη χρησιμοποιήσει τον δικτυακό τόπο έτσι ώστε να βοηθήσουν τους εν δυνάμει χρήστες στην επιλογή τους. Τα σχόλια στην περίπτωση μας είναι εικονικά.

## What Pet Owners Say



### "Very Professional"

Wonderful patient dog lover

**Xristos Katsilis**



### "Great Service"

Great service & healthy food very responsible and caring person

**Sarantis Tsantalis**



### "Kind & Loving"

Thank you Christos for taking good care of my furkids. I dont have to worry about them while i am on vacation.

**Spyridoula Kokkali**

Εικόνα 6.4 Σχόλια

- Φωτογραφίες

Συλλογή από φωτογραφίες κατοικίδιων, χώρων παροχής υπηρεσιών και χρηστών.

## GALLERY

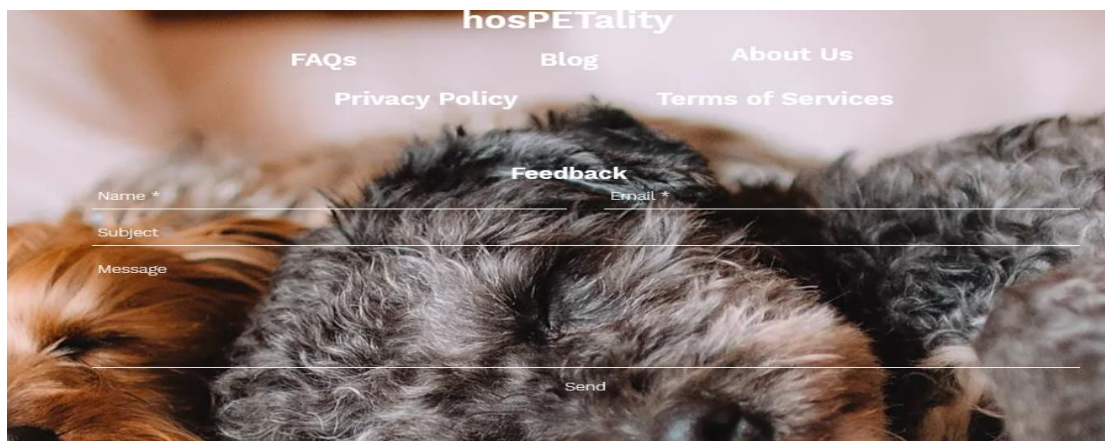


Εικόνα 6.5 Φωτογραφίες



- Επικοινωνία

Στο τελευταίο μέρος της σελίδας βρίσκονται κάποιες από τις επιλογές του κεντρικού μενού και μια φόρμα επικοινωνίας των χρηστών απευθείας με τον δικτυακό τόπο.



**Εικόνα 6.6 Επικοινωνία**

## 6.2 Αξιολόγηση

Η αξιολόγηση της σελίδας έγινε με την βοήθεια μιας ομάδας αξιολογητών αποτελούμενη από άτομα με πολυετή εμπειρία στον χώρο των κατοικίδιων ζώων. Ο λόγος που επιλέχθηκαν ως επί το πλείστον για την έρευνα τα συγκεκριμένα άτομα ήταν επειδή ήταν τα πλέον αρμόδια για να καλύψουν τον ανώτερο σκοπό της έρευνας. Ο σκοπός δεν είναι άλλος από το να διερευνηθεί κατά πόσο η σελίδα θα μπορούσε να έχει πραγματική εφαρμογή στην αγορά κατοικίδιων. Επίσης μικρό μέρος των αξιολογητών αποτελείται από απλούς χρήστες με ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην πιθανή αύξηση του εισοδήματός τους μέσω υπηρεσιών διαμοιρασμού.

Τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν δεκαέξι στον αριθμό (16). Καλούμενοι παράλληλα να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο που επισυνάπτεται στο παράρτημα της παρούσας εργασίας. Η σύνθεση των αξιολογητών είναι:

- Απλοί χρήστες
- Ιδιοκτήτες κατοικίδιων
- Φιλόζωοι
- Ιδιοκτήτες Pet shop

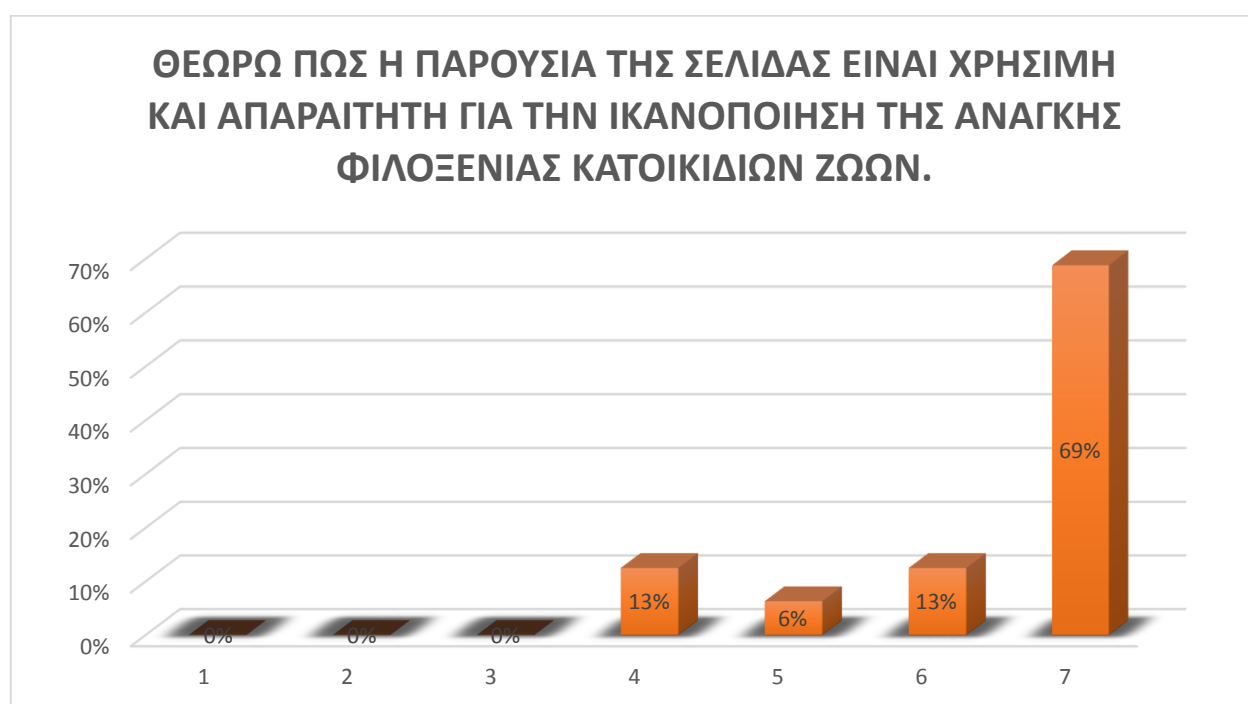
Η σύνταξη του ερωτηματολογίου βασίστηκε στην μεθοδολογία WebQual. (Durova V. And Amin N., 2009). Η WebQual είναι ένα εργαλείο που βοηθά τις εταιρίες να αξιολογήσουν την χρηστικότητα, τις πληροφορίες αλληλεπίδρασης και την ποιότητα των υπηρεσιών των ιστοσελίδων μέσω ενός απλού ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο παρουσιάζεται στο παράρτημά Α ενώ στο παράρτημα Β αναλυτικά όλες οι απαντήσεις.

## 6.3 Αποτελέσματα

### Χρησιμότητα της ιστοσελίδας

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (70%) ήταν απολύτως σύμφωνοι και με τις τέσσερις ερωτήσεις που αφορούν την χρησιμότητα της ιστοσελίδας. Συγκεκριμένα 11 στους 16 συμφώνησαν απόλυτα με την άποψη ότι η σελίδα είναι χρήσιμη και απαραίτητα για την ικανοποίηση της ανάγκης φιλοξενίας κατοικίδιων ζώων.

Διάγραμμα 6.1



Από το παραπάνω διάγραμμα παρατηρείται πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (69%) απάντησε ότι συμφωνεί απόλυτα με την χρησιμότητα της σελίδας για την ικανοποίηση της ανάγκης φιλοξενίας και ότι την θεωρεί απαραίτητη. Το 13% συμφωνεί ενώ και βρίσκει ουδέτερη την ερώτηση.

## Ευκολία χρήσης και λειτουργίας

Σχεδόν όλοι η ερωτηθέντες συμφώνησαν ότι η σελίδα είναι εύχρηστη, εύκολη στην πλοήγηση και στην εκμάθησή της. Επιπλέον προέκυψε ότι πως η σχεδίαση της είναι κατάλληλη και ταιριάζει με το περιεχόμενο και το είδος του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου.

**Διάγραμμα 6.2**



Συνολικά το 75% συμφωνεί με την παραπάνω άποψη. Επίσης το 25% συμφωνεί εν μέρει ενώ κανένας από τους ερωτηθέντες δεν διαφωνεί ή την θεωρεί ουδέτερη.

## Ποιότητα αλληλεπίδρασης

Κατά την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τους ερωτηθέντες διαπιστώθηκε ότι το 19% συμφωνούν ενώ το 38% συμφωνούν απόλυτα με την άποψη ότι η πλατφόρμα διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ χρηστών ενώ μόνο τρεις (6%) δεν συμφωνούν εν μέρει.

**Διάγραμμα 6.3**



## Ποιότητα πληροφοριών

Σε ερωτήματα όπως η παρουσίαση, η αξιοπιστία η κατανόηση και η επικαιρότητα των πληροφοριών συμφώνησαν όλοι οι ερωτηθέντες εν μέρει έως απόλυτα. Δύο ερωτηθέντες συμφώνησαν ότι ο δικτυακός τόπος εξαντλεί τον επισκέπτη ενώ σεβαστό ποσοστό ήταν ουδέτερο στην επάρκεια των πληροφοριών.

**Διάγραμμα 6.4**



Όπως γίνεται φανερό από το παραπάνω γράφημα υπήρχαν ποικίλες απόψεις για την επάρκεια των πληροφοριών. Θετικό αποτέλεσμα ότι το 69% τουλάχιστον συμφωνεί αλλά πρέπει να εξεταστεί ότι το 19% την θεωρεί ουδέτερη.

## Συνολική εντύπωση

Το ερώτημα της άμεσης εφαρμογής της σελίδας συνέβαλε σημαντικά στα συμπεράσματα για την συνολική εντύπωση της στους ερωτηθέντες. Το 62,5 % συμφωνούν απόλυτα καθώς και το 18,8% συμφωνεί.

**Διάγραμμα 6.5**



Χρήζει ιδιαίτερης προσοχής ότι το 6 % δεν συμφωνεί με την άμεση εφαρμογή της σελίδας, έχει ουδέτερη άποψη και συμφωνεί εν μέρει.

## 6.4 Συμπεράσματα

Λαμβάνοντας υπόψη τα αρνητικά αλλά και τα θετικά σχόλια καθώς και όλες τις απόψεις των ερωτηθέντων, χρειάζονται βελτιώσεις και αλλαγές για την ανάπτυξη της σελίδας. Είναι απαραίτητες οι τελικές προσθήκες από κάποιο άτομο με επαγγελματική εμπειρία στον χώρο του προγραμματισμού. Η γενική εικόνα ήταν ικανοποιητική καθώς το μεγαλύτερο μέρος απάντησε θετικά και οι περισσότεροι ερωτηθέντες κατατάσσονται στην αγορά στόχος της σελίδας δηλαδή τους ιδιοκτήτες κατοικίδιων.

Ένα από τα θέματα που απασχόλησαν ιδιαίτερος είναι αν διευκολύνεται η επικοινωνία μεταξύ χρηστών, όπου τέσσερις ήταν ουδέτεροι ενώ ένας δεν συμφωνεί εν μέρει. Για την ορθή λειτουργία της σελίδας θα πρέπει να γίνει ο έλεγχος των εξής:

- Παραδείγματα επικοινωνίας χρηστών
- Σαφής διαχωρισμός μεταξύ των προφίλ χρηστών που παρέχουν υπηρεσίες και εκείνων που εγγράφονται για να ζητήσουν φιλοξενία
- Επεξεργασία κεντρικού μενού
- Έλλειψη χαρακτήρα
- Μεγάλη σε μήκος
- Μεγάλη μάζα πληροφοριών στην αρχική σελίδα

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α



## 6.5 Ερωτηματολόγιο

### **Επιστολή:**

*Στα πλαίσια της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας του Μεταπτυχιακού προγράμματος του Πανεπιστημίου Πειραιώς στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική δημιουργήθηκε η σελίδα [hospetality.com](http://hospetality.com) μέσω της σελίδας [wix.com](http://wix.com) που έχει ως στόχο την πραγματοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας για παροχή υπηρεσιών διαμοιρασμού και φιλοξενίας κατοικίδιων ζώων.*

*Ως άτομα με μεγάλη εμπειρία στον χώρο των κατοικίδιων ζώων σας θεωρώ τους πλέον αρμόδιους για την αξιολόγηση της προαναφερόμενης σελίδας και θα εκτιμηθεί πάρα πολύ η πολύτιμη γνώμη σας προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο μία τέτοια σελίδα θα μπορούσε να έχει πραγματική εφαρμογή.*

*Σκοπός της σελίδας είναι ο διαμοιρασμός υπηρεσιών μεταξύ χρηστών οι οποίες αφορούν κατοικίδια ζώα. Σε αυτές συμπεριλαμβάνονται οι φιλοξενία, ο καλλωπισμός, οι συναντήσεις και οι βόλτες σκύλων. Οι υπηρεσίες θα διατίθενται είτε δωρεάν είτε με το χρηματικό αντάλλαγμα που κρίνει ο χρήστης. Επίσης σκοπός είναι να δημιουργηθεί μια σχέση εμπιστοσύνης και να ενισχύσει την κοινωνική ευθύνη για φιλοζωία. Η σελίδα κάνει τον χρήστη με έμμεσο τρόπο να αντιλαμβάνεται ότι πρόκειται για υπηρεσίες αναγκαίες και να επιτρέψει στην άνθηση του κοινωνικού και βιοτικού επιπέδου. Εστιάζει στην διαρκή καλύτερευση των συνθηκών διαβίωσης των τετράποδων και μη φίλων μας και στην κάλυψη διαρκώς νέων αναγκών των ιδιοκτητών τους.*

## Ερωτηματολόγιο

### A. Ευκολία χρήσης και λειτουργίας

1. Βρίσκω τον δικτυακό τόπο εύκολο στην πλοήγησή του. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

2. Βρίσκω το δικτυακό τόπο να είναι εύκολος στην εκμάθηση της χρήσης του. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

3. Θεωρώ ότι ο δικτυακός τόπος έχει ελκυστική εμφάνιση. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

4. Η αλληλεπίδραση μου με τον δικτυακό τόπο είναι κατανοητή και αποσαφηνισμένη. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

5. Η σχεδίαση της είναι κατάλληλη και ταιριάζει με το περιεχόμενο και το είδος του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου.

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

6. Η σελίδα αποπνέει μία αίσθηση επάρκειας. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

7. Η ιστοσελίδα μου προκαλεί μια ευχάριστη και θετική εμπειρία. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

## B. Ποιότητα Πληροφοριών

8. Παρουσιάζει με το σωστό τρόπο τις πληροφορίες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

9. Παρέχει κατανοητές πληροφορίες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

10. Παρέχει ακριβή ενημέρωση. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

11. Παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

12. Παρέχει επίκαιρες πληροφορίες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

13. Παρέχει πληροφορίες στο σωστό επίπεδο λεπτομέρειας. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

14. Παρέχει επαρκείς πληροφορίες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

15. Η θεματολογία του δικτυακού τόπου κουράζει. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

### Γ. Ποιότητα Αλληλεπίδρασης

16. Αισθάνομαι ότι οι προσωπικές πληροφορίες είναι ασφαλείς. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

17. Αισθάνομαι ότι ικανοποιεί τις υποσχέσεις και τους στόχους. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

18. Διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ χρηστών. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

19. Έχει ικανοποιητικό βαθμό εξειδίκευσης. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

20. Αποπνέει μία αίσθηση καλής φήμης. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

#### Δ. Συνολική Εντύπωση

21. Παρέχει την αίσθηση συμμετοχής σε μία κοινότητα. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

22. Συνολική άποψη για δικτυακό τόπο. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Ανεπαρκής	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Άριστος

23. Θεωρώ ότι η συγκεκριμένη σελίδα θα μπορούσε να τεθεί σε εφαρμογή άμεσα. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

## Ε. Χρησιμότητα

24. Θεωρώ πως η παρουσία της σελίδας είναι χρήσιμη αλλά και απαραίτητη για την ικανοποίηση της ανάγκης φιλοξενίας κατοικιδίων. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

25. Θεωρώ ότι το ιστολόγιο θα αυξήσει την δημοτικότητα της φιλοξενίας κατοικιδίων απο ιδιώτες. <sup>1</sup>

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

26. Θεωρώ ότι η σελίδα θα βοηθήσει την άυηση ιδιοκτητών κατοικιδίων αφού θα προσελκύσει αναγνώστες οι οποίοι μελλοντικά θα αποτελέσουν νέους πελάτες. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

27. Θεωρώ ότι η σελίδα προωθεί την φιλοζωία. \*

	1	2	3	4	5	6	7	
Δεν συμφωνώ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Συμφωνώ απολύτως

28. Αναφέρετε τις (3) πιο θετικές και τις (3) πιο αρνητικές εντυπώσεις σας από την συγκεκριμένη σελίδα.

Κείμενο μακροσκελούς απάντησης

---

29. Αναφέρετε τις παρατηρήσεις σας για οποιοδήποτε θέμα εσείς επιθυμείτε σχετικό με την σελίδα που θεωρείτε ότι παραλήφθηκε ή δεν εκφράστηκε με την βαθμολογία.

Κείμενο μακροσκελούς απάντησης

---

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

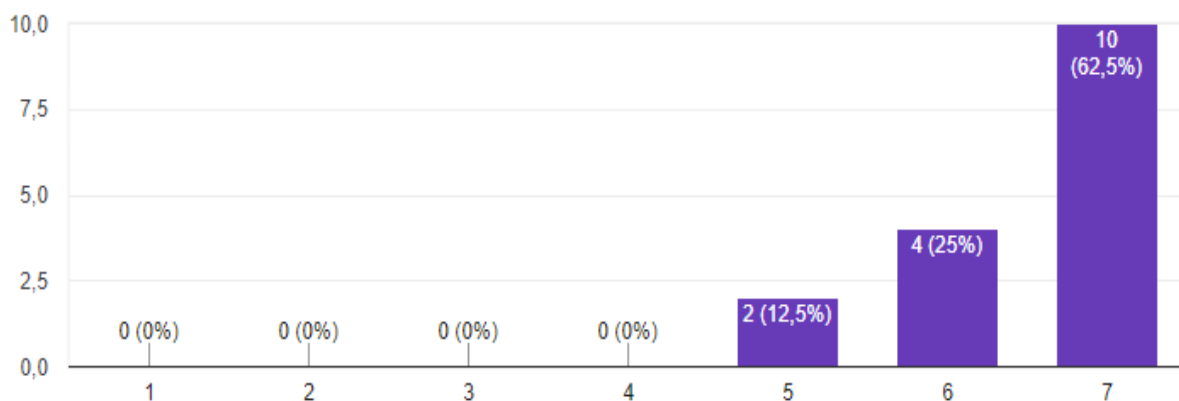


## 6.6 Συνολική Παρουσίαση Απαντήσεων Ερωτηματολογίου

1. Βρίσκω τον δικτυακό τόπο εύκολο στην πλοήγησή του.



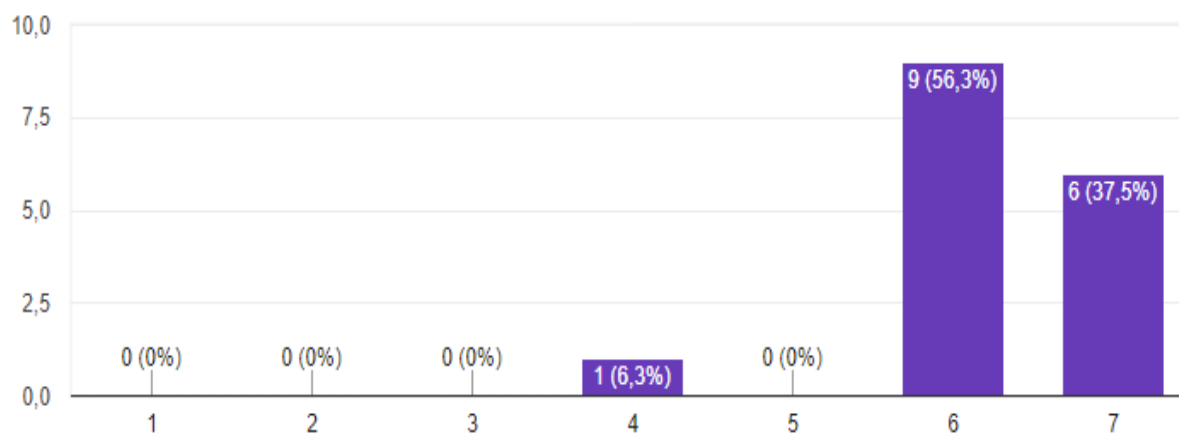
16 απαντήσεις



2. Βρίσκω το δικτυακό τόπο να είναι εύκολος στην εκμάθηση της χρήσης του.

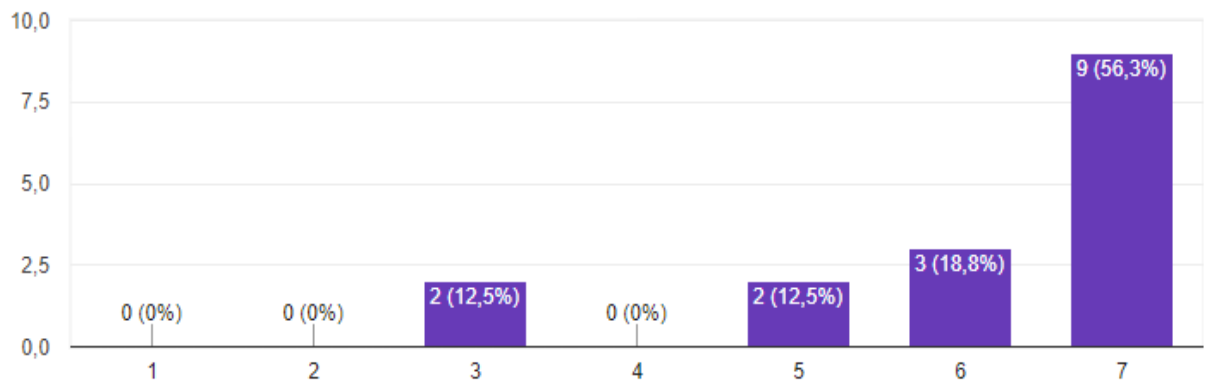


16 απαντήσεις



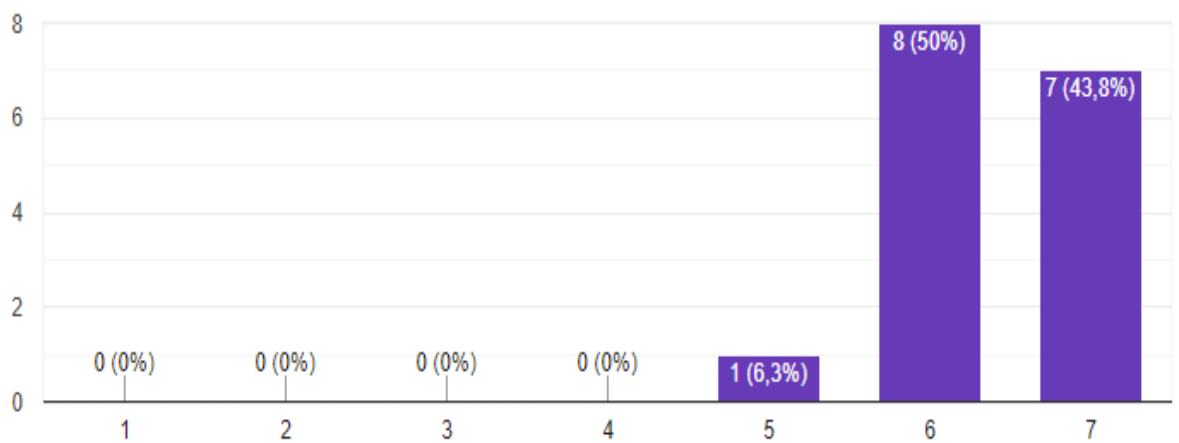
3. Θεωρώ ότι ο δικτυακός τόπος έχει ελκυστική εμφάνιση.

16 απαντήσεις



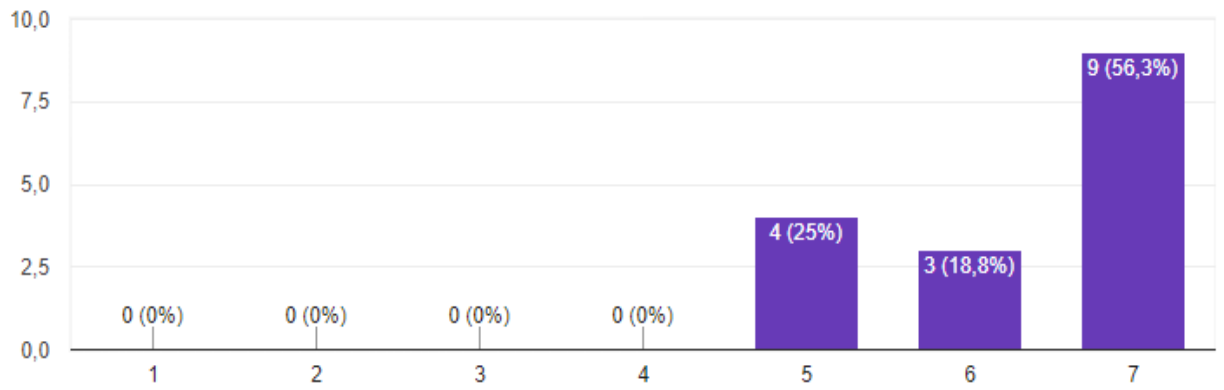
4. Η αλληλεπίδραση μου με τον δικτυακό τόπο είναι κατανοητή και αποσαφηνισμένη.

16 απαντήσεις



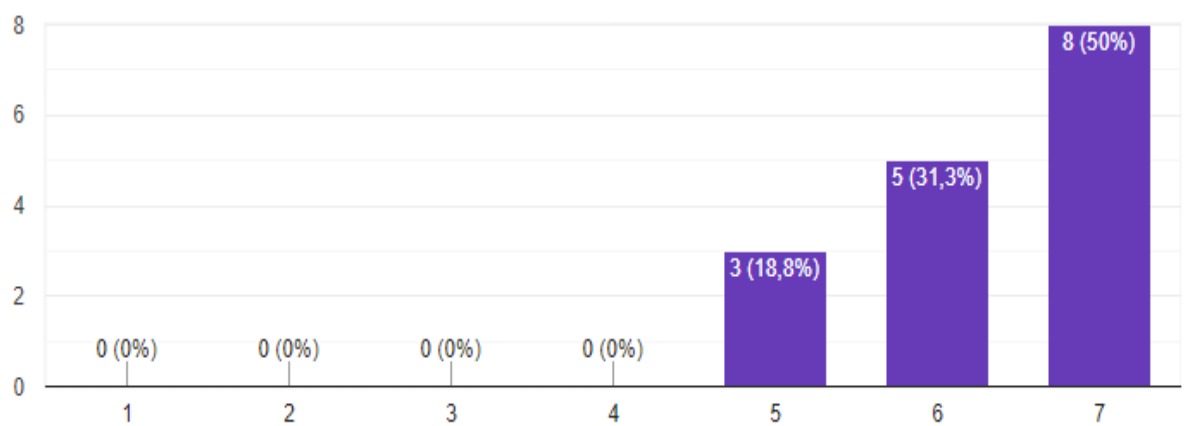
5. Η σχεδίαση της είναι κατάλληλη και ταιριάζει με το περιεχόμενο και το είδος του συγκεκριμένου δικτυακού τόπου.

16 απαντήσεις



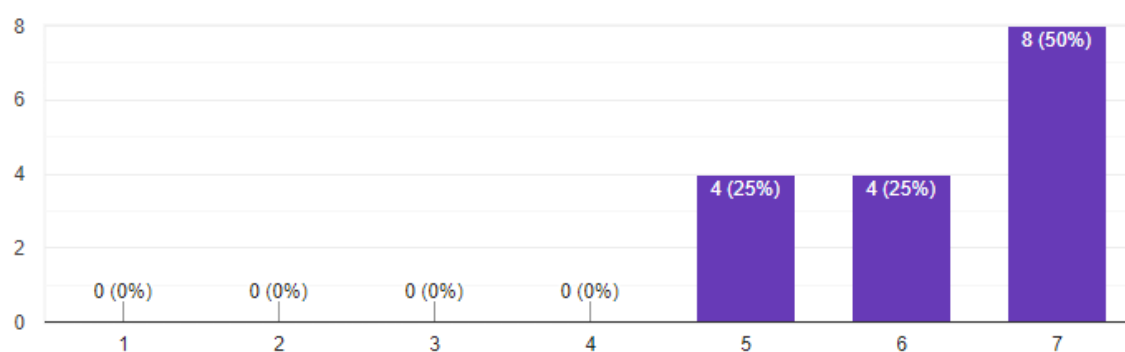
6. Η σελίδα αποπνέει μία αίσθηση επάρκειας.

16 απαντήσεις



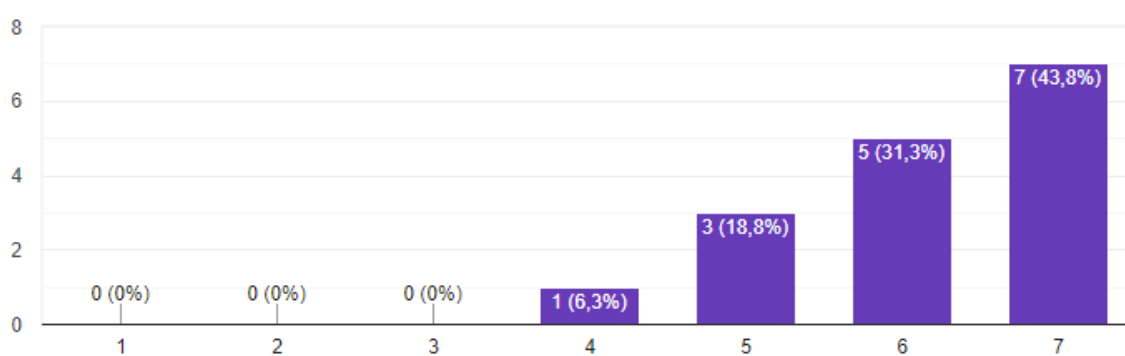
7. Η ιστοσελίδα μου προκαλεί μια ευχάριστη και θετική εμπειρία.

16 απαντήσεις



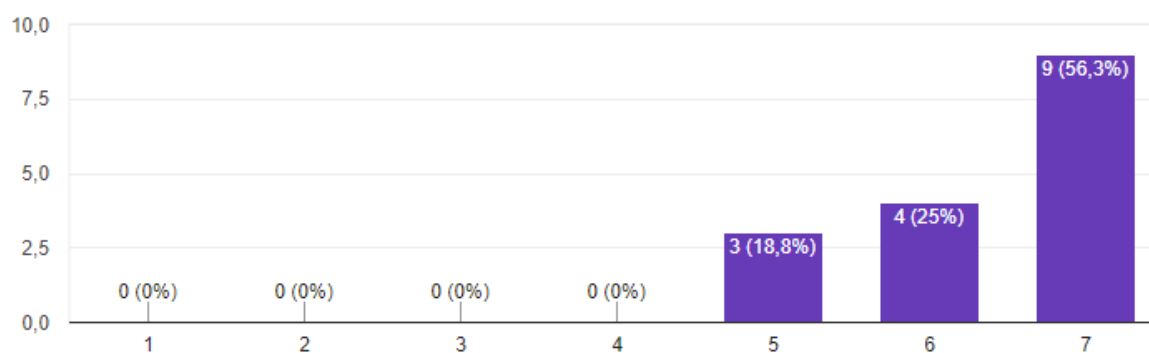
8. Παρουσιάζει με το σωστό τρόπο τις πληροφορίες.

16 απαντήσεις



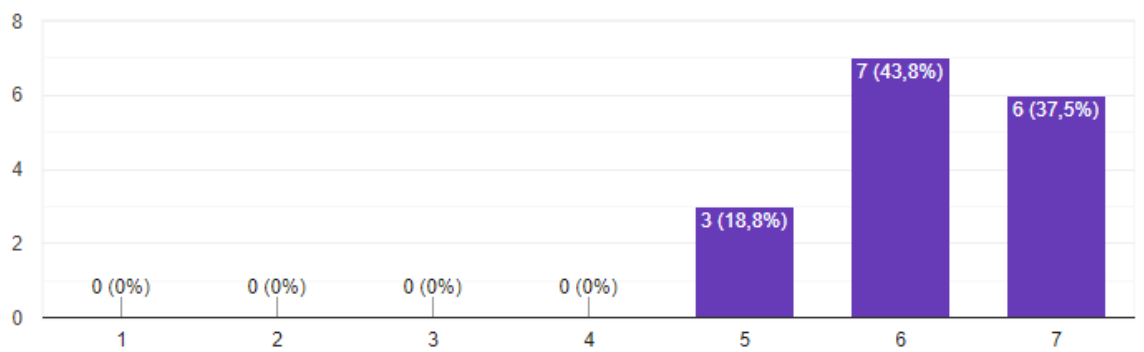
9. Παρέχει κατανοητές πληροφορίες.

16 απαντήσεις



10. Παρέχει ακριβή ενημέρωση.

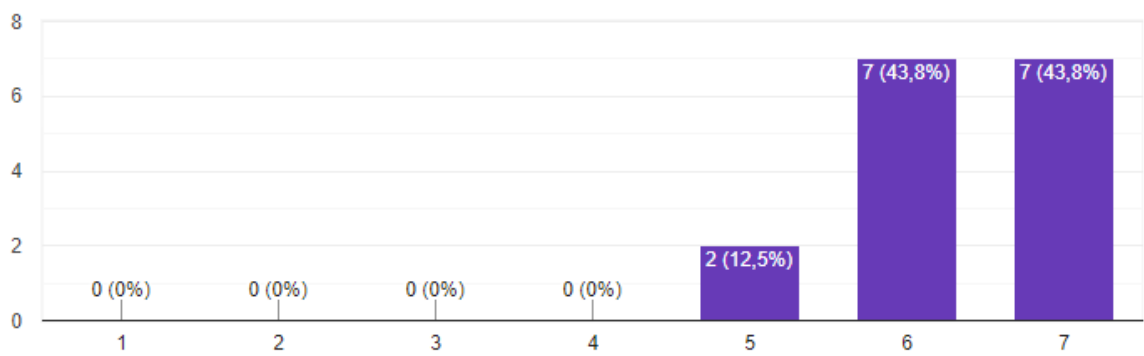
16 απαντήσεις



11. Παρέχει αξιόπιστες πληροφορίες

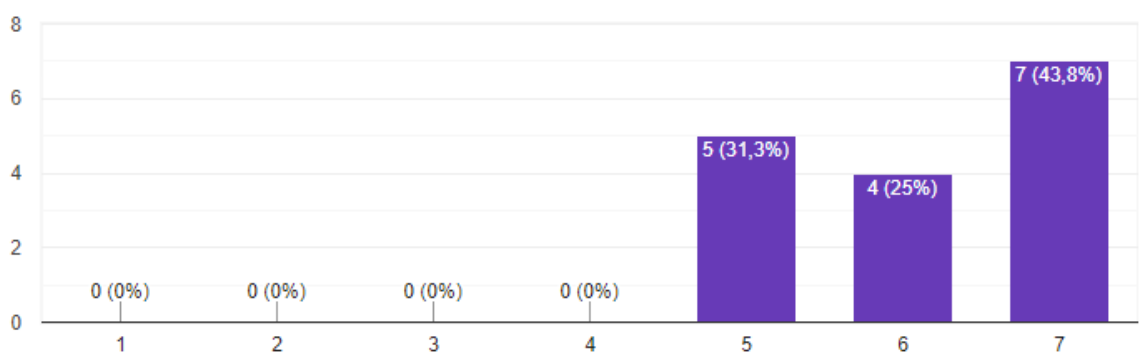


16 απαντήσεις



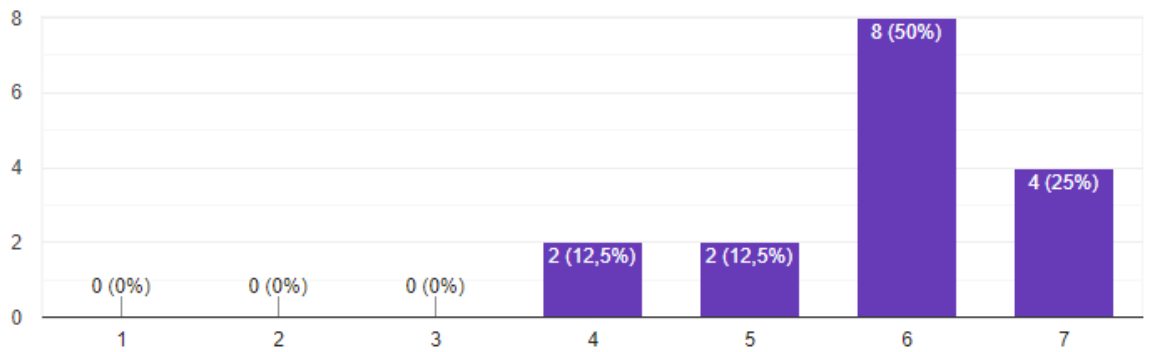
12. Παρέχει επίκαιρες πληροφορίες.

16 απαντήσεις



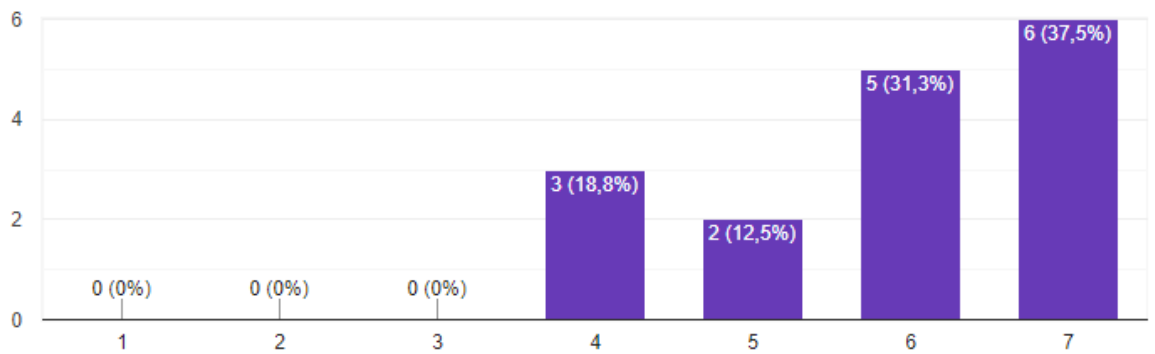
13. Παρέχει πληροφορίες στο σωστό επίπεδο λεπτομέρειας.

16 απαντήσεις



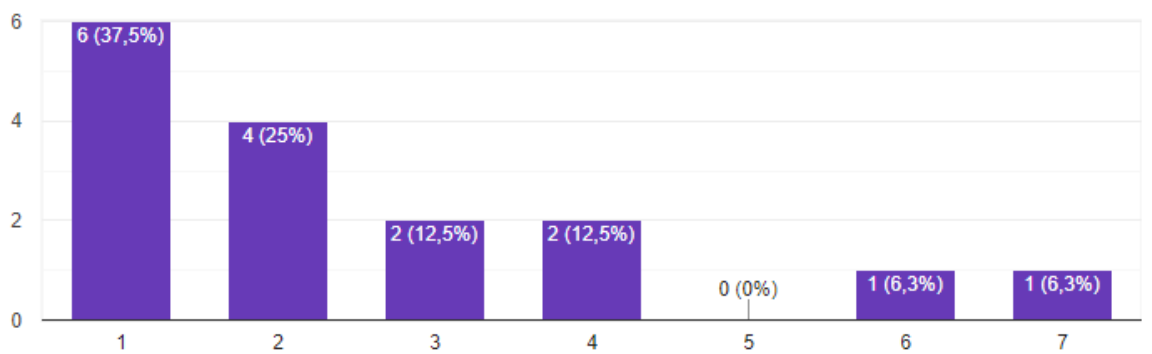
14. Παρέχει επαρκείς πληροφορίες.

16 απαντήσεις



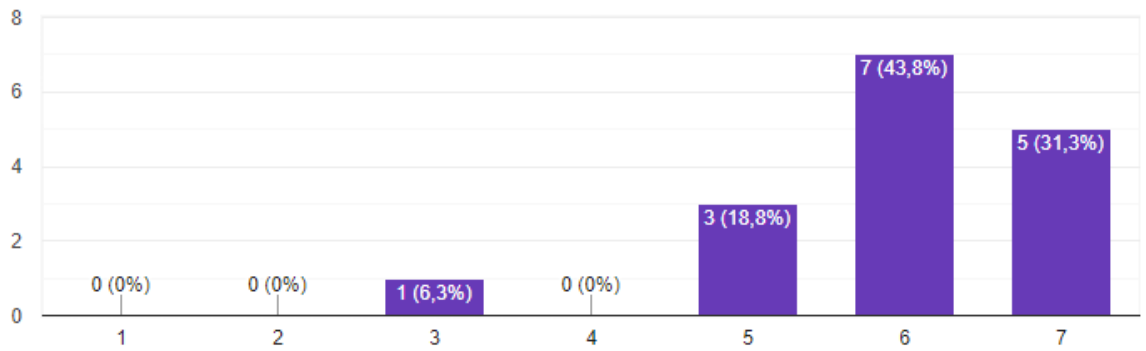
15. Η θεματολογία του δικτυακού τόπου κουράζει.

16 απαντήσεις



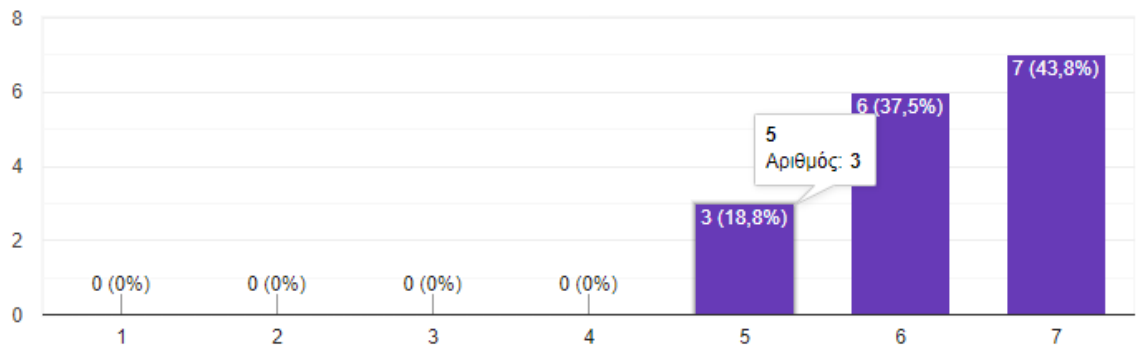
16. Αισθάνομαι ότι οι προσωπικές πληροφορίες είναι ασφαλείς.

16 απαντήσεις



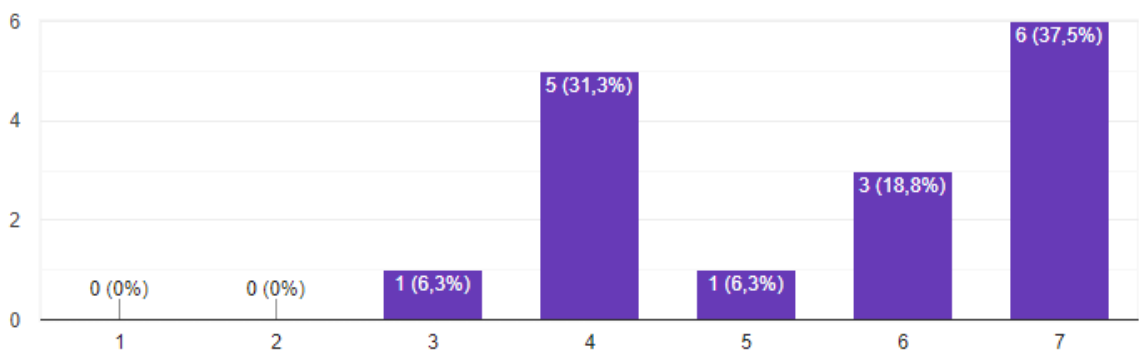
17. Αισθάνομαι ότι ικανοποιεί τις υποσχέσεις και τους στόχους.

16 απαντήσεις



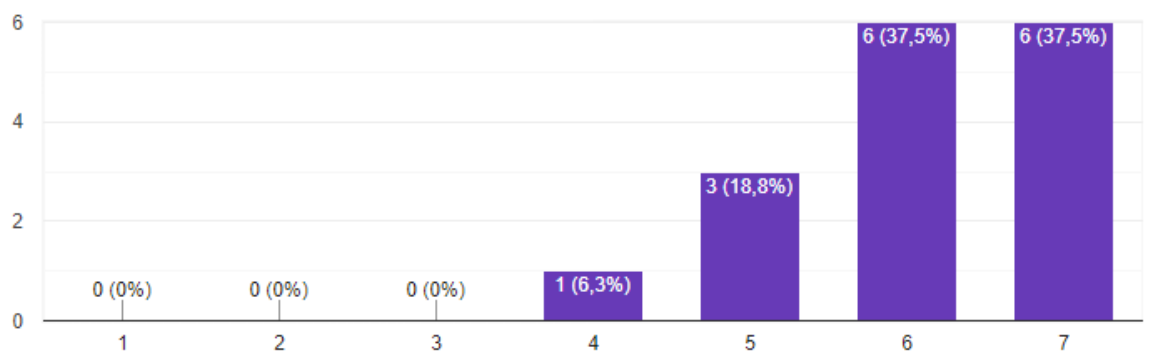
18. Διευκολύνει την επικοινωνία μεταξύ χρηστών.

16 απαντήσεις



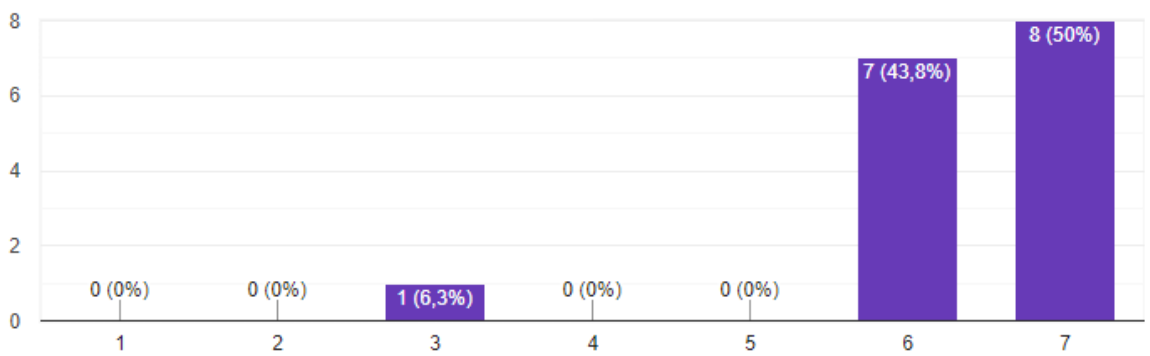
19. Έχει ικανοποιητικό βαθμό εξειδίκευσης.

16 απαντήσεις



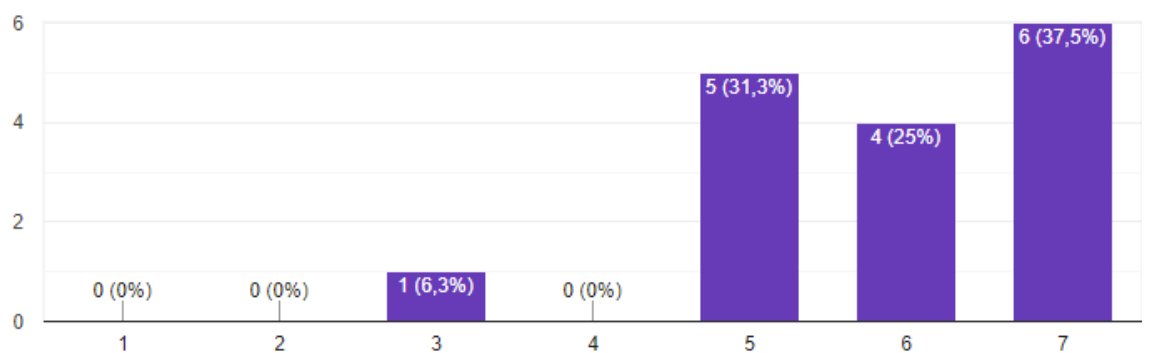
20. Αποπνέει μία αίσθηση καλής φήμης.

16 απαντήσεις



21. Παρέχει την αίσθηση συμμετοχής σε μία κοινότητα.

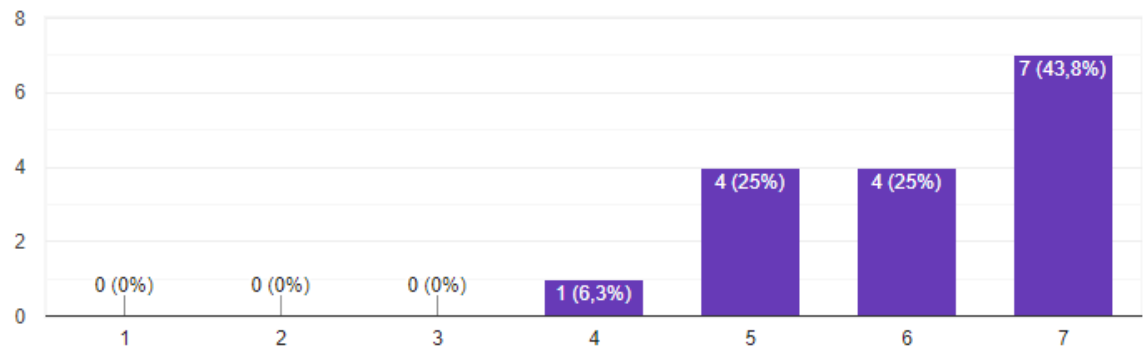
16 απαντήσεις





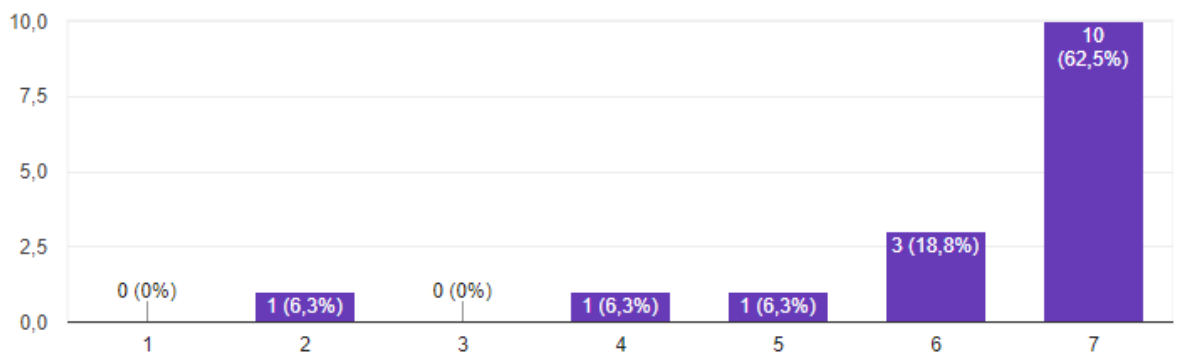
22. Συνολική άποψη για δικτυακό τόπο.

16 απαντήσεις



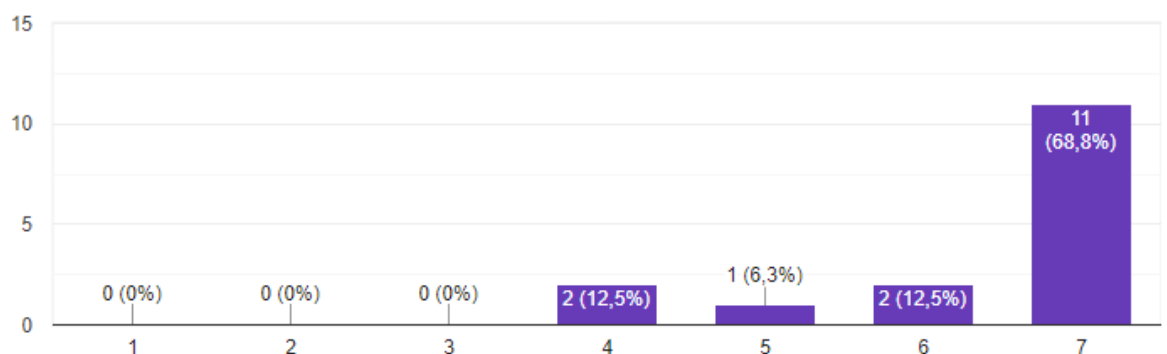
23. Θεωρώ ότι η συγκεκριμένη σελίδα θα μπορούσε να τεθεί σε εφαρμογή άμεσα.

16 απαντήσεις



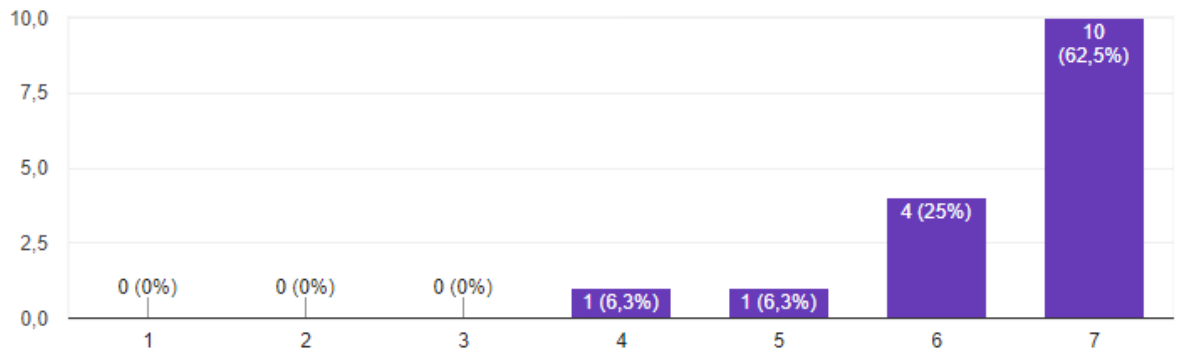
24. Θεωρώ πως η παρουσία της σελίδας είναι χρήσιμη αλλά και απαραίτητη για την ικανοποίηση της ανάγκης φιλοξενίας κατοικιδίων.

16 απαντήσεις



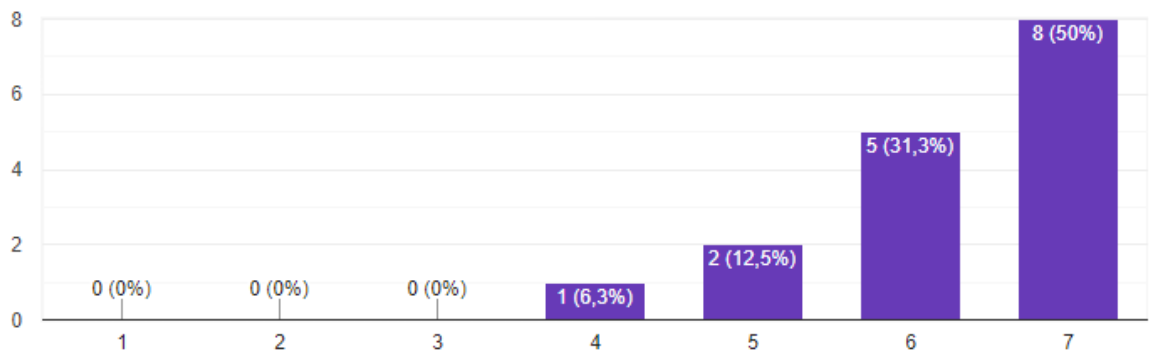
25. Θεωρώ ότι το ιστολόγιο θα αυξήσει την δημοτικότητα της φιλοξενίας κατοικιδίων απο ιδιώτες.

16 απαντήσεις



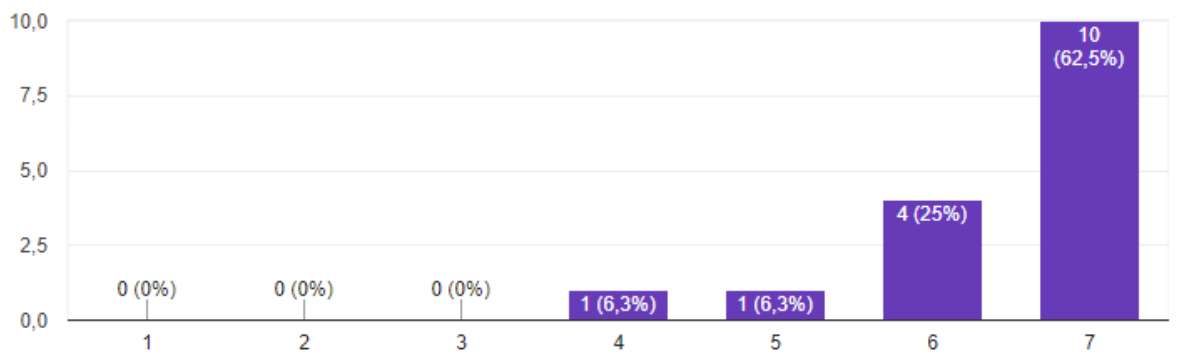
26. Θεωρώ ότι η σελίδα θα βοηθήσει την αύξηση ιδιοκτητών κατοικιδίων αφού θα προσελκύσει αναγνώστες οι οποίοι μελλοντικά θα αποτελέσουν νέους πελάτες.

16 απαντήσεις



27. Θεωρώ ότι η σελίδα προωθεί την φιλοζωία.

16 απαντήσεις



# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## Α. Ξενογλώσση

Martucci B., 2015 "What Is the Sharing Economy- Example Companies, Definition, Pros & Cons", moneycrashers.com

Forbes, 2019 "Airbnb, Snapgoods and 12 more pioneers of the Share Economy"

Emprechtlinger F., 2018, "How the sharing economy is changing business model and products", lead-innovation.com

Bowman & Ambrosini, 2000, "Value Creation VS Capture"

Mair & Reischauer, 2017, "Capturing the dynamics of the sharing economy: Institutional research on the plural forms and practices of sharing economy organizations"

Schor, J. (2014) Debating the Sharing Economy.  
<http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>

Kenney & Zysman, 2016, " The Rise of the Platform Economy" , [www.issues.org](http://www.issues.org)

Morozov, 2014, " Don't believe the hype, the 'sharing economy' masks a failing economy" [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)

Bardhi & Eckhardt, 2012, *Journal of Consumer Research*, Volume 39, Issue 4, Pages 881–898, <https://doi.org/10.1086/666376>

Murray, JK, Browne, WJ. Roberts, MA. Whitmarsh, A., Gruffydd-Jones, TJ.  
(2010) Number and ownership profiles of cats and dogs in the UK  
*Veterinary Record* **166**, 163-168  
<https://veterinaryrecord.bmj.com/content/166/6/163.full>

"The Pet Pound", 2019, trend – monitor.co.uk <https://trend-monitor.co.uk/the-pet-pound/>

Jan Hoole, 2019, "Ancient DNA reveals how cats conquered the world", theconversation.com <https://theconversation.com/ancient-dna-reveals-how-cats-conquered-the-world-79584>

Mandy Oaklander, 2017, "Science Says Your Pet Is Good for Your Health", time.com <https://time.com/4728315/science-says-pet-good-for-mental-health/>

Hal Herzog, 2017, "Large Study Finds Pet Owners Are Different", psychologytoday.com <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/animals-and-us/201707/large-study-finds-pet-owners-are-different>

Kristen C. Jacobson, 2015, "Differences in Frequency of Play with Pets among Middle-Aged Men: A Behavioral Genetic Analysis" <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/175303712X13479798785814>

Catherine E. Amiot, 2017, "Testing and Extending the Pets as Ambassadors Hypothesis", apa-hai.org <https://www.apa-hai.org/human-animal-interaction/haib/extending-pets-ambassadors-hypothesis-role-contact-pets-recategorization-processes-predicting-positive-attitudes-toward-animals/>

Will Self, 2017, "The Science behind our love of pets", theguardian.com <https://www.theguardian.com/books/2017/sep/20/animals-among-us-john-bradshaw-review>

Christian Seelos & Johanna Mair, 2007, "Profitable Business Models and Market Creation in the Context of Deep Poverty: A Strategic View", journals.aom.org <https://journals.aom.org/doi/10.5465/amp.2007.27895339>

## **B. Ελληνική**

Μπούκης Α. , 2019, “ Τι είναι η οικονομία διαμοιρασμού και πώς μπορούν οι ιδιώτες καταναλωτές να επωφεληθούν από αυτήν” , capital.gr

Αθανασίου Ε., Κώτση Α. , 2018 “Οικονομικές Εξελίξεις” ΚΕΠΕ , τεύχος 38.

Wikipedia, 2018 “Οικονομία διαμοιρασμού”

Grant Thornton / An instinct for growth , 2015 , “Λειτουργία και επίδραση στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα” www.grant-thornton.gr

,2016 , “Αμήχανες οι κυβερνήσεις στη ραγδαία εξάπλωση της οικονομίας διαμοιρασμού”, www.kathimerini.gr

Θωμαΐδης Α., 2016, δικηγόρος παρ’ Αρείω Πάγω – Σ.τ.Ε., με ειδίκευση στη Τουριστική Νομοθεσία, Greece Tourist Accommodation Federetion, fede.gr

Πέννυ Αδαμοπούλου “ Η Φιλοζωία είναι έμφυτη, είναι μόδα ή είναι ανάγκη;”  
<https://trihes.gr/>