



Πανεπιστήμιο Πειραιώς
Τμήμα Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων
ΠΜΣ στην Διοίκηση Επιχειρήσεων (MBA)

Διπλωματική Εργασία

Οικονομία Διαμοιρασμού και οι επιπτώσεις της στο κλάδο της
ξενοδοχίας

Ουρανία Βούρτσα

Επιβλέπων Καθηγητής: Ελένη Διδασκάλου

Πειραιάς 2021

ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων : MBA» με τίτλο:

«...Οικονομία... Διαφοροποίηση... και... αι. επιπτώσεις... της... κλάδου... της...» ^{Γεωδυναμική}

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή Ονοματεπώνυμο

...Ουρανία... Βασιλεία.....



Αφιερώνεται στους γονείς μου

Οικονομία Διαμοιρασμού και οι επιπτώσεις της στο κλάδο της ξενοδοχίας

Ουρανία Βούρτσα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η οικονομία διαμοιρασμού έχει εξελιχθεί ραγδαία την τελευταία δεκαετία χάρη στην ευελιξία του διαδικτύου. Τα τελευταία χρόνια έχει κάνει την εμφάνιση της τόσο στο πανελλαδικό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο με πρωτοφανή τρόπο. Η οικονομία διαμοιρασμού έχει επεκταθεί σε διάφορους κλάδους της επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα στον κλάδο του τουρισμού. Διαδικτυακές πλατφόρμες όπως είναι αυτή του Airbnb, χρησιμοποιείται στις περισσότερες πόλεις της Ευρώπης, ανάμεσα σε αυτές και η Αθήνα. Παρατηρήθηκε ότι η εξέλιξη αυτή έχει επηρεάσει ιδιαίτερα τον κλάδο του τουρισμού με διάφορους τρόπους.

Σε αυτή την διπλωματική εργασία, η οποία δημιουργήθηκε για εκπαιδευτικούς σκοπούς, διερευνήθηκε πως έχει επηρεάσει η διαδικτυακή πλατφόρμα του Airbnb την Ελλάδα αλλά και άλλες μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Ολοένα και περισσότεροι ιδιοκτήτες επιλέγουν να νοικιάσουν την κύρια ή εξοχική τους κατοικία μέσω Airbnb και να συμπληρώσουν το εισόδημά τους. Η βραχυχρόνια μίσθωση στην Ελλάδα έχει επηρεάσει όλη την χώρα και ιδιαίτερα την αθηναϊκή αγορά. Συγκεκριμένα, η χρήση της πλατφόρμας Airbnb φαίνεται να έχει αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδα των τοπικών ξενοδοχείων, βλάπτοντας τους τοπικούς παρόχους εστίασης αλλά και τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων αυτών. Τέλος πραγματοποιήθηκαν δύο swot αναλύσεις (μη βασισμένες σε κάποια δημοσιευμένη μελέτη), μια από την πλευρά της διαδικτυακής πλατφόρμας Airbnb και μια από την πλευρά του οικοδεσπότη παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με τις δυνατότητες, τα αδύνατα σημεία καθώς και τις ευκαιρίες και τις απειλές που μελλοντικά ενδέχεται να αντιμετωπίσουν.

Σημαντικοί όροι: Οικονομία Διαμοιρασμού, Airbnb, τουρισμός, βραχυχρόνια μίσθωση

Οικονομία Διαμοιρασμού και οι επιπτώσεις της στο κλάδο της ξενοδοχίας

Ουρανία Βούρτσα

ABSTARCT

Tourism is a social phenomenon that has been evolved over time providing a great experience to travelers. It is worth mentioning that, nowadays, sharing economy has been evolved rapidly due to the flexibility that internet provides. More specifically, over the past years, it has made its appearance both nationwide and globally and has been expanded into various branches of entrepreneurship especially in the tourism sector. Internet platforms such as Airbnb, are being widely used in most European cities, including Athens. This development has particularly affected the tourism industry in various ways.

In this work, we aim to investigate the impact of the Airbnb platform in Greece but also and in other European countries. Many real estate owners, taking into advantage the loose legislation polices, choose to lease their houses for a short term as an opportunity to increase their income. However, the short-term lease in Greece has affected the whole country and especially the Athenian market. The use of the Airbnb platform seems to have a negative impact on several hotel revenues, hurting local catering providers as well as their employees. Finally, the results of two different swot analyses from the perspective of the Airbnb platform and the host are illustrated, providing valuable information about the opportunities, weaknesses and threats they may face in the future.

Keywords: Sharing Economy, Airbnb, Tourism, Short term lease

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια της διπλωματικής μου κ. Ελένη Διδασκάλου, κυρίως για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε και την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση της για την επίλυση διαφόρων θεμάτων.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις κατά περιοχή.....	15
Πίνακας 2: Μεταβολές εισερχομένου τουρισμού.....	25
Πίνακας 3: Βασικά Μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2019.....	26
Πίνακας 4: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανα περιφέρεια.....	28
Πίνακας 5: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας, 2019.....	30
Πίνακας 6: Συντελεστής εισοδήματος από ακίνητη περιουσία.....	46
Πίνακας 7: Διαφορές μεταξύ μιας τυπικής επιχείρησης και μια επιχείρησης στην εποχή του διαμοιρασμού.....	57
Πίνακας 8: Αριθμός προσφορών Airbnb και παραδοσιακών παροχών διαμονής.....	67
Πίνακας 9: Παροχή Airbnb κατά δομή ιδιοκτησίας: μερίδιο των καταχωρήσεων Airbnb με τον αριθμό των καταχωρήσεων που ανήκουν στον κεντρικό υπολογιστή.....	67
Πίνακας 10: Προμήθεια Airbnb κατά δομή και τύπο ιδιοκτησίας: μερίδιο των καταχωρίσεων Airbnb κατά τον αριθμό των καταχωρήσεων που ανήκουν στον κεντρικό υπολογιστή.....	68
Πίνακας 11: Μερίδιο των προσφορών Airbnb που αποτελούν μέρος της οικονομίας διαμοιρασμού.....	70
Πίνακας 12: Ποσοστά κρατήσεων σε περιοχές της Ελλάδας το 2018.....	73

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Τουριστικός προορισμός - διανυκτέρευση σε τουριστικά καταλύματα, 2018.....	13
Διάγραμμα 2: Τάσεις για διανυκτερεύσεις δαπανών για τουριστικά καταλύματα ΕΕ-27, 2005-2019.....	14
Διάγραμμα 3: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά μήνα (Παγκόσμια).....	15
Διάγραμμα 4: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά μήνα (Ευρώπη).....	16
Διάγραμμα 5: Κατανομή Επισκέψεων 2019.....	27
Διάγραμμα 6: Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη και % μεταβολή ανά τρίμηνο , 2017-19.....	31
Διάγραμμα 7: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση και % μεταβολή ανά τρίμηνο, 2017-19.....	32
Διάγραμμα 8: Μέση Διάρκεια Παραμονής και % μεταβολή ανά τρίμηνο, 2017-2019.....	32
Διάγραμμα 9: Μείωση των εσόδων ανά διαθέσιμο δωμάτιο σε ξενοδοχειακές μονάδες χωρώ της Ευρώπης, Ιανουάριος– Μάρτιος 2020.....	34
Διάγραμμα 10: Επιπτώσεις του Covid-19: μείωση του RevPAR στα ελληνικά ξενοδοχεία, 1ο τρίμηνο του 2020 σε σχέση με το 2019	35
Διάγραμμα 11: Αθήνα: Εξέλιξη του αριθμού καταλυμάτων Airbnb στο Δήμο Αθηναίων.....	43
Διάγραμμα 12: Διάκριση τουριστικών καταλυμάτων.....	44
Διάγραμμα 13: Ποσοστά πληρότητας καταλύματα Airbnb υψηλής δραστηριότητας και ξενοδοχειακές μονάδες την περίοδο Ιούλιο 2018-Σεπτέμβριο 2019	58
Διάγραμμα 14: Προτίμηση ταξιδιωτών σχετικά με το μέρος όπου επιλέγουν για τη διαμονή τους.....	76

Περιεχόμενα

Κατάσταση Πινάκων	II
Κατάσταση Διαγραμμάτων	III
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTARCT.....	5
<i>Ευχαριστίες</i>	1
Κεφάλαιο 1: Η έννοια του Τουρισμού.....	6
Χαρακτηριστικά του τουρισμού	8
Η Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού	9
Διακρίσεις τουρισμού	16
Τουρισμός των πόλεων	19
Ο Τουρισμός στην Ελλάδα	23
Ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων	28
Επιπτώσεις του Covid-19 στον τουρισμό	33
Κεφάλαιο 2 : Οικονομία Διαμοιρασμού- Sharing Economy	36
Εισαγωγή στην οικονομία διαμοιρασμού	36
Βραχυχρόνια μίσθωση στην Ελλάδα	41
Νομικό πλαίσιο λειτουργίας καταλυμάτων στην Ελλάδα	43
Πλατφόρμες Διαδικτυακών μισθώσεων	47
Οικονομία Διαμοιρασμού και Ξενοδοχεία	55
Κεφάλαιο 3 : Η πλατφόρμα Airbnb	59
Πολιτική της οικονομίας του διαμοιρασμού - Airbnb	59
Οι επιπτώσεις της πλατφόρμας Airbnb σε Ελλάδα και Ευρώπη	61
Οικονομία Διαμοιρασμού σε πόλεις της Ευρώπης	63
Αποτελέσματα.....	66
Συμπέρασμα.....	71
Κεφάλαιο 4 : Airbnb στην Ελλάδα	71
Airbnb στην Ελλάδα	71
Το Airbnb στην Αθήνα	73
Το αποτόπωμα του Airbnb στην αθηναϊκή αγορά.....	74

Διαχρονική εξέλιξη αριθμού καταλυμάτων στις πιο δημοφιλείς περιοχές.....	75
Κεφάλαιο 5: Swot Analysis	77
Swot Analysis σχετικά με την πλατφόρμα Airbnb	77
Ανάλυση δυνάμεων (Strengths).....	79
Ανάλυση Αδυναμιών (Weaknesses)	81
Ανάλυση Ευκαιριών (Opportunities).....	82
Ανάλυση Απειλών (Threats).....	83
Swot Analysis από την μεριά του οικοδεσπότη.....	84
Δυνάμεις.....	85
Αδυναμίες	87
Ευκαιρίες.....	87
Απειλές.....	88
Συμπεράσματα	89
Βιβλιογραφία	91

Κεφάλαιο 1: Η έννοια του Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί ένα αντικείμενο μελέτης πολυμερές, σύγχρονο, διαχρονικό που διαφοροποιείται ανάλογα με το κοινωνικοπολιτικό και οικονομικό περιβάλλον το οποίο εξετάζεται. Σύμφωνα με τους καθηγητές Hunziker και Krapf του Πανεπιστημίου της Βέρνης στην Ελβετία, ο ορισμός του τουρισμού είναι οι συνολικές σχέσεις καθώς επίσης και τα φαινόμενα που έχουν σαν αποτέλεσμα έπειτα από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή σε έναν προορισμό. Ο τουρισμός αποτελεί ένα παγκόσμιο φαινόμενο μεγάλης αξίας, ο οποίος οφείλει την ονομασία του τόσο στην αγγλική λέξη *tour* = 'γύρος' όσο και στην γαλλική λέξη *tourisme* = 'περιήγηση' (Καραγιάννης και Έξαρχος, 2006).

Ωστόσο, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (ΠΟΤ), ο οποίος έχει κοινοποιήσει τον ορισμό του τουρισμού ως εξής : «Ο τουρισμός ορίζεται ως οι δραστηριότητες των ταξιδιωτών, οι οποίοι μένουν σε ένα περιβάλλον διαφορετικό από το συνηθισμένο περιβάλλον που διαμένουν και διαμένουν και όχι περισσότερο από ένα συνεχή χρόνο (World Tourism Organization, 1997). Ταξιδεύουν για αναψυχή, επαγγελματικούς και άλλους σκοπούς που δεν σχετίζονται με την άσκηση κάποιας δραστηριότητας αμειβόμενης στον τόπο επίσκεψης». Με την χρήση της έννοιας αυτής, μπορούμε να ορίσουμε τον τουρισμό ως μια πράξη που γίνεται μεταξύ διαφόρων περιοχών ή και χωρών και συμπεριλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που κάνουν οι επισκέπτες μέσα σε μια μέρα. Επιπλέον, τουρίστες θεωρούνται επισκέπτες που διανυκτερεύουν για τουλάχιστον μια βραδιά.

Έχουν καταγραφεί πολλοί και διάφοροι ορισμοί για τον «τουρισμό» σε διάφορες βιβλιογραφίες. Ο πρώτος ορισμός δόθηκε από τους Hunzinger και Krapf το 1942 και ήταν ο ακόλουθος: «Τουρισμός είναι το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από το ταξίδι προς έναν τόπο και την παραμονή ξένων στον τόπο αυτό, εφόσον η παραμονή δεν έχει τον χαρακτήρα της μόνιμης εγκατάστασης και συνεπώς δεν ασκείται κάποια δραστηριότητα για την εξασφάλιση εισοδήματος» (Κούτουλας, 2001). Ο Τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο που, ταυτόχρονα, μπορεί να θεωρηθεί ως μια διαδικασία ή εμπειρία και όχι ένα απλό προϊόν ή υπηρεσία, παρέχοντας μια ποικιλία εμπειριών στους ταξιδιώτες (Theobald, 1994).

Αποτελεί μια από τις πιο σημαντικές δυνάμεις ομογενοποίησης του κόσμου, καθώς ενώνει διαφορετικούς λαούς κουλτούρες, κοινωνίες, ιδεολογίες, πολιτικές και κοινωνικές αντιλήψεις. Σε

παγκόσμιο επίπεδο είναι από τους κλάδους που εξελίσσεται με μεγάλη ταχύτητα, αναπτύσσοντας τα κράτη τόσο σε οικονομικό όσο και κοινωνικοπολιτικό επίπεδο.

Επιπλέον, αποτελεί ένα φαινόμενο που επιδέχεται επιστημονικές προσεγγίσεις, διότι ως κοινωνικό φαινόμενο επηρεάζει πληθώρα κοινωνικών καταστάσεων και πεδίων ανάπτυξης. Όμως στην σύγχρονη εποχή ο τουρισμός έχει εξελιχθεί σε ένα φαινόμενο με μεγάλη έκταση μετά τα μέσα του 2^{ου} αιώνα (Jenkins και Lickorish, 2004).

Έχοντας ως θεμέλιο την ανθρώπινη και φυσιολογική ανάγκη για ξεκούραση και ψυχαγωγία η βιομηχανία του τουρισμού κατάφερε να εξελιχθεί σε κοινωνική ανάγκη. Η ανάγκη αυτή κατάφερε να αποτελεί ένα κοινωνικό φαινόμενο με πολύ μεγάλη αξία παγκοσμίως τόσο σε κοινωνικό επίπεδο όσο και οικονομικό για την ανάπτυξη ενός τόπου. (Κοκκώσης κ.ά., 2011).

Υπάρχουν διάφορες μορφές του τουρισμού, οι οποίες περιλαμβάνουν απαραίτητα δύο βασικά στοιχεία: Το ταξίδι και τη διαμονή σε έναν τουριστικό προορισμό καθώς επίσης και τις δραστηριότητες που το συνοδεύουν. Τα δύο αυτά βασικά στοιχεία θα πρέπει να βρίσκονται εκτός μόνιμης κατοικίας των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν. Η μετακίνηση αυτή είναι προσωρινή και με βραχυχρόνιο χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεσή τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης κατοικίας τους μέσα σε λίγες, μέρες βδομάδες ή μήνες. Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό για να οριστεί κάποιος ότι είναι τουρίστας είναι η χιλιομετρική απόσταση που διένυσε από την μόνιμη κατοικία του. Μερικοί οργανισμοί (όπως ο UNWTO) μιλούν για 100 χιλιόμετρα. Επιπρόσθετα είναι πιθανόν κάποιος να καθοριστεί ως τουρίστας από την ποσότητα του χρόνου που αφιέρωσε στο μέρος που επισκέφτηκε. Συνηθίζεται να θεωρείται τουριστική η μετακίνηση που έχει διάρκεια τουλάχιστον 24 ώρες (Ηγουμενάκης, 1997).

Στην Ευρώπη έχει παρατηρηθεί πως μια πολύ σημαντική δραστηριότητα τόσο οικονομική όσο και κοινωνική είναι ο τουρισμός. Με την δραστηριότητα του τουρισμού το εισόδημα και η απασχόληση αυξάνονται, επιπλέον υπάρχει κατανόηση άλλων πολιτισμών, η πολιτιστική και η φυσική κληρονομιά διατηρείται, οι υποδομές αυξάνονται δημιουργώντας έτσι οικονομικά και κοινωνικά οφέλη. Η ποιότητα του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι αυτή που χαρακτηρίζει τον τουρισμό. Οι περισσότερες τουρίστες που προέρχονται από την Βόρεια Ευρώπη, κατά την διάρκεια της διαμονής τους ξοδεύουν αρκετά χρήματα. Στις χώρες της

Μεσογείου όπως η Ελλάδα, Πορτογαλία, Ισπανία, Τουρκία, ο τουρισμός έχει μεγάλη συμμετοχή στην εθνική οικονομία (Bourdeau, 1995)

Σύμφωνα με τον Ηγουμενάκη (1991), τουρισμός αποτελεί ένα κοινωνικό, ψυχολογικό και οικονομικό φαινόμενο που προκύπτει από τη δράση και αντίδραση των 4 παρακάτω ομάδων: α) τουρίστες, β) επιχειρήσεις, γ) κοινωνία υποδοχής και δ) διοίκηση του προορισμού.

Παρατηρείται πως σήμερα οι τουρίστες φαίνεται να είναι περισσότερο έμπειροι, γεγονός που τους κάνει περισσότερο απαιτητικούς και εκλεκτικούς (Wood, 1994). Είναι πολύ σημαντικό για την σημερινή τουριστική βιομηχανία να δημιουργήσει το κατάλληλο ψυχολογικό περιβάλλον και όχι τόσο να απασχολείται με τα τεχνικά ζητήματα (Crompton και McKay, 1997), Μέσω της εμπειρίας που αποκτούν οι τουρίστες με την κατανάλωση των υπηρεσιών διαμορφώνεται και το ψυχολογικό περιβάλλον από αντιδράσεις και συναισθήματα (Otto και Ritchie, 1996). Είναι σημαντικό για την αύξηση του τουρισμού να αναλυθεί ο τρόπος διαχείρισης της εμπειρίας των τουριστών, με παράλληλο σεβασμό και διατήρηση της σπουδαιότητάς της. Η άποψη του Jensen (1998) σχετικά με τον τουρισμό είναι ότι αποτελεί έναν σημαντικό οικονομικό παράγοντα κάθε περιοχής και μπορεί να ωφελήσει οποιονδήποτε ασχολείται με αυτόν, επεκτείνοντας τους ορίζοντές του και εισάγοντάς τον σε διαφορετικούς κόσμους. Ο τουρισμός μπορεί επίσης να συνεισφέρει θετικά στο κοινωνικό, οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον, σε τοπικό ή σε εθνικό ή σε διεθνές επίπεδο.

Στην ελληνική οικονομία ο τουρισμός την σημερινή εποχή διαδραματίζει σημαντικό ρόλο. Οι συνήθειες των τουριστών είναι εκείνες που καθορίζουν το στρατηγικό σχέδιο, συνήθειες όπως είναι τον τρόπο που αναζητούν οποιαδήποτε πληροφορία, τα κριτήρια της επιλογής του προορισμού τους, τον τρόπο με τον οποίο αγοράζουν υπηρεσίες και οργανώνουν ένα ταξίδι. Τα σύγχρονα μέσα προώθησης του ελληνικού τουρισμού συνιστούν επανάσταση στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Με σκληρή δουλειά άλλαξε η τουριστική εικόνα της χώρας στο εξωτερικό και χτίστηκαν σχέσεις εμπιστοσύνης με μεγάλες τουριστικές αγορές.

Χαρακτηριστικά του τουρισμού

Ως μια ιδιαίτερη μορφή ψυχαγωγίας, ο τουρισμός έχει τα δικά του ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Έρευνα έχει δείξει ότι συγκεκριμένοι τύποι ή είδη τουρισμού μπορούν να διακριθούν με βάση τα

χαρακτηριστικά της ψυχαγωγίας (Moore κ.ά., 1995). Σύμφωνα με τους Καραγιάννης και Έξαρχος (2006) τα χαρακτηριστικά του τουριστικού τομέα είναι τα εξής:

- Ο τουρισμός είναι η μετακίνηση ομάδας ανθρώπων ή ενός ατόμου, σε διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς, σε σκοπό την διαμονή στους τόπους αυτούς τουλάχιστον 24 ώρες ώστε να ικανοποιήσουν τις επιθυμίες και τις ανάγκες τους.
- Δυο είναι τα βασικά στοιχεία που περιέχουν οι διάφορες μορφές του τουρισμού, το ταξίδι σε οποιονδήποτε προορισμό και την διαμονή σε αυτόν, το οποίο περιλαμβάνει και τις δραστηριότητες που θα επακολουθήσουν.
- Επιπλέον, σημαντικό είναι το ταξίδι και η διαμονή να λαμβάνουν χώρα εκτός του τόπου της μόνιμης διαμονής των ανθρώπων που αποφασίζουν να μετακινηθούν για τουριστικούς λόγους.
- Η μετακίνηση ανθρώπων σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς είναι προσωρινού και βραχυχρόνιου χαρακτήρα, που σημαίνει ότι πρόθεση τους είναι να επιστρέψουν στον τόπο της μόνιμης διαμονής τους μέσα σε λίγες ημέρες, εβδομάδες ή μήνες.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται διάφορους τουριστικούς προορισμούς για τουριστικούς σκοπούς, δηλαδή για σκοπούς άλλους από εκείνους της μόνιμης διαμονής τους ή της επαγγελματικής απασχόλησης τους

Η Ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα πολύ «παλιό» φαινόμενο, που στόχο έχει να καλύψει την ανάγκη του ανθρώπου να ανακαλύψει καινούργιους κόσμους, να δημιουργήσει νέες εμπειρίες, αφήνοντας πίσω την μόνιμη κατοικία του. Είναι ένα φαινόμενο που ξεκινά από την αρχαιότητα, συνεχίζεται στο μεσαίωνα και την αναγέννηση και φτάνει με διαφορετική μορφή μέχρι το σήμερα. Η μεγάλη ανάπτυξη των μεταφορικών μέσων συνέβαλε στην εξελικτική πορεία του τουρισμού. Βασική προϋπόθεση όμως είναι η ύπαρξη ειρήνης, η δυνατότητα επικοινωνίας και οργανωμένη κοινωνία (Λαγός, 2005).

Κατά την αρχαιότητα δημιουργήθηκε με την επιθυμία των ανθρώπων να ανακαλύψουν καινούργια εδάφη και να επεκτείνουν το εμπόριο, ακόμη και να παρακολουθήσουν θρησκευτικές τελετές. Οι πρώτοι ταξιδιώτες εκείνης της εποχής Τα πρώτα ταξίδια πραγματοποιήθηκαν στα

μέσα της τέταρτης χιλιετίας από τους ήταν οι Σουμέριοι, περίπου στα μέσα της τέταρτης χιλιετίας. Στην συνέχεια ακολούθησαν οι Ασσύριοι, οι Αιγύπτιοι, οι Κρήτες της μινωικής περιόδου, οι Αχαιοί της μυκηναϊκής περιόδου, οι Πέρσες, οι Έλληνες της κλασικής περιόδου και της περιόδου του Μέγα Αλεξάνδρου, οι Ρωμαίοι κ οι Βυζάντιοι. Τα πρώτα ταξίδια πραγματοποιήθηκαν από εμπόρους και επιστήμονες που συνέδεαν το ταξίδι με το επάγγελμά τους (Ηγουμενάκης κ.ά., 2014).

Οι Σουμέριοι επιπλέον εφεύραν την σφηνοειδής γραφή του χρήματος καθώς επίσης και ρόδα, γεγονός που τους καθιερώνει ως τους ιδρυτές του τουρισμού. Στην Μεσοποταμία αναπτύχθηκαν οι πρώτες μεγάλες πόλεις, αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να δημιουργείται η ανάγκη για επαφές με εμπορικούς, πολιτικούς ή μορφωτικούς λόγους. Οι Αρχαίοι Έλληνες και οι Ρωμαίοι ταξίδευαν τόσο για ιδιωτικούς όσο και για εμπορικούς λόγους και ήταν συνήθως άτομα της άρχουσας τάξης (Τσάρτας, 1996)

Η ανάπτυξη των ταξιδιών, την εποχή του Μεσαίωνα, συνεχώς μεγαλώνει ακόμη και την περίοδο της. Επιπλέον τα ταξίδια με εκπαιδευτικό χαρακτήρα είναι όλο και πιο συχνά. Αυτή την περίοδο πραγματοποιήθηκαν τα μεγάλα ταξίδια ανακαλύψεων και εξερευνήσεων (Κίνα Αμερική). Τα περισσότερα όμως ταξίδια κατά τον μεσαίωνα γίνονταν για εμπορικούς και θρησκευτικούς λόγους. Οι πόλεις που είχαν την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα ήταν οι Άγιοι Τόποι κ η Ιερουσαλήμ. (Βιτουλαδίτη, 2000).

Στην Ευρώπη τα οργανωμένα ταξίδια αναπτύχθηκαν την περίοδο της Αναγέννησης. Οι πλούσιες και αριστοκρατικές οικογένειες ξεκίνησαν να ταξιδεύουν στην Ευρώπη για να διευρύνουν τους πνευματικούς τους ορίζοντες και να δημιουργήσουν στενές επαφές και γνωριμίες στις βασιλικές αυλές. Αυτό φυσικά βοήθησε πολύ στην ανάπτυξη κάθε δραστηριότητας του τουρισμού όπως ξενοδοχεία, μεταφορικά μέσα, δρόμοι και με αυτόν τον τρόπο αναπτύχθηκε η μαζικοποίηση του τουρισμού και η δημιουργία «τουριστικών πακέτων», καθώς επίσης και υπηρεσίες όπως αυτή του ξεναγού.

Παράλληλα ξεκίνησαν οι εξερευνήσεις και στις υπόλοιπες Ηπείρους εκτός της Ευρώπης. Μεγάλες εξερευνήσεις στην Αμερική, Αφρική, Ασία, Αυστραλία και Ωκεανία. Οι κάτοικοι της Ευρώπης διαπίστωσαν πως έπειτα από την εξερεύνηση των νέων χωρών το εύρος των ταξιδιών και των εμπειριών τους μεγαλώνει. Επιστήμονες, ιεραπόστολοι και έμποροι, με την

βοήθεια των ανθρώπων των θαλασσοπόρων, μετακινούνται στις νέες χώρες, μεταφέροντας την ιστορία, τον πολιτισμό, την επιστήμη και τις ιδέες των χωρών προέλευσής τους (Τσάρτας, 1996)

Το 1811 κάνει την εμφάνισής πρώτη φορά η λέξη *tourism* (τουρισμός), το οποίο σημαίνει την πρακτική του να ταξιδεύει κανείς από ευχαρίστηση. Ο ορισμός του όρου *tourist* καθορίστηκε στη διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών που έγινε στη Ρώμη από 21/08 έως 05/09 του 1963. Ο 19ος αιώνας υπήρξε σταθμός για την ανάπτυξη του τουρισμού και την μεταγενέστερη εξέλιξη του που οδήγησε στην μαζικοποίησή του.

Πολύ σημαντικό ρόλο στη ανάπτυξη έπαιξε και η εμφάνιση του σιδηρόδρομου. Το 1841 στην Αγγλία ο Thomas Cook οργανώνει το πρώτο ταξίδι με τουριστικούς οδηγούς, ενώ το 1845 δημιουργεί στο Λέστερ το γραφείο ταξιδιών “Thomas Cook & Son” υπήγηση των ποταμόπλοιων, ενώ 1855 οργάνωσε το «Circular Club». Στη συνέχεια θα συνεχιστεί η επέκτασή του με την ίδρυση υποκαταστημάτων σε 68 χώρες του κόσμου. Αποτελούσε τον πρώτο επαγγελματία τουριστικό παραγωγό και πράκτορα. Επιπλέον προχωρούσε στην οργάνωση ταξιδιών με μαζικές μεταφορές, όπου παρείχε επιπρόσθετες υπηρεσίες όπως χρηματικές διευκολύνσεις, κουπόνια για την διαμονή, βιβλία για τουριστικούς οδηγούς, σε αρκετά χαμηλές τιμές για την διευκόλυνση της μεσαίας τάξης ταξιδιωτών όπου απευθύνονταν.

Στην συνέχεια ξεκίνησε ο ανταγωνισμός όπου ακολούθησαν την δραστηριότητα του και άλλοι επιχειρηματίες στην Αμερική και στην Ευρώπη, γεγονός που κατέστησε ιδιαίτερα δημοφιλή τα οργανωμένα ταξίδια σε παγκόσμιο επίπεδο. Το 1890 ιδρύεται το Touring Club στη Γαλλία, ενώ παράλληλα εκείνη την εποχή κτίστηκαν μερικά από τα πιο δημοφιλή ξενοδοχεία των ημερών μας όπως το Ritz στο Παρίσι, το Grand Hotel στη Ρώμη, η Μεγάλη Βρετανία στην Ελλάδα, το Carlton στο Λονδίνο (Λαγός, 2005).

Το τουριστικό φαινόμενο φαίνεται να μεταβάλλεται στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Σ’ αυτό συμβάλλουν οι εξής λόγοι: Ο Α΄ Παγκόσμιος πόλεμος (1914-1918) καθώς οι αριστοκράτες και οι μονάρχες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης ουσιαστικά εξαφανίζονται. Επιπλέον η αύξηση του πληθωρισμού δυσχεράνουν τους εισοδηματίες, οι οποίοι αποτελούσαν την τουριστική κοινωνία του 19ου αιώνα. Η οικονομική κρίση του 1929, η οποία καταστρέφει οριστικά τον αριστοκρατικό τουρισμό του 19ου αιώνα.

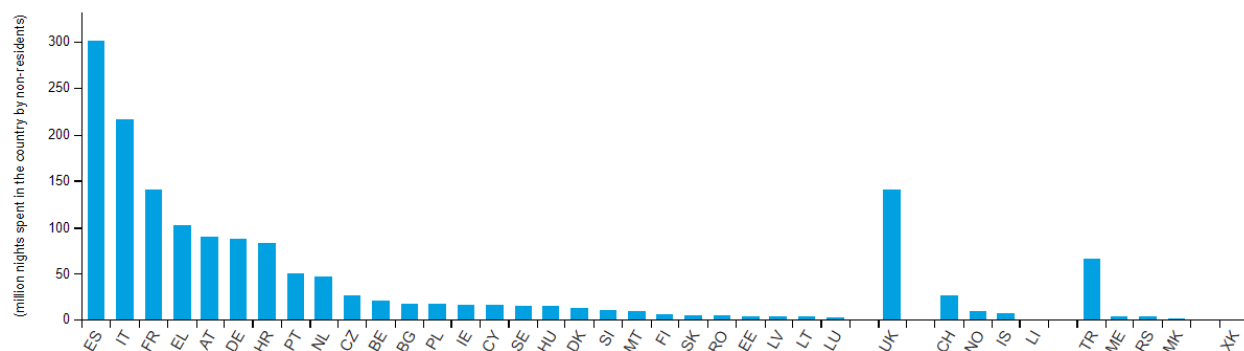
Μετά τον Α΄ Παγκόσμιο πόλεμο ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιούνταν τα ταξίδια αλλάζει. Ένας σημαντικός λόγος που επηρέασε τον τουρισμό εκείνη την εποχή είναι η εμφάνιση του αεροπλάνου και του αυτοκινήτου. Μέχρις τότε οι μετακινήσεις γίνονταν με τρένα και ατμόπλοια. Λόγω της μεγάλης ανάπτυξης που έχει η αυτοκινητοβιομηχανία εκείνη την εποχή, δημιουργεί την ανάγκη για την ανάπτυξη οδικού δικτύου που είχε ως αποτέλεσμα την μεγάλη ανάπτυξη του εσωτερικού τουρισμού. Η ανακάλυψη και η μετέπειτα εξέλιξη των αεροπλάνων αποτέλεσε τη βάση στην οποία στηρίχθηκε η μαζικοποίηση του διεθνούς τουρισμού στη μεταπολεμική περίοδο.

Επιπλέον, στις αρχές του 20ου αιώνα υπήρξε μια σημαντική εξάπλωση μεγάλων τουριστικών πρακτορείων και ξενοδοχειακών αλυσίδων. Πολλές πόλεις αναπτύχθηκαν σε τουριστικό επίπεδο γεγονός που καθιστούσε τον τουρισμό ως μια νέα δραστηριότητα που παρήγαγε εισόδημα και δημιουργεί νέες μορφές απασχόλησης παγκόσμιο επίπεδο. Οι ανεπτυγμένες χώρες προωθούν τη δραστηριότητα του τουρισμού με σημαντική εξέλιξη στα θέματα της οικονομίας τους και με τον τρόπο αυτό σχηματίζουν το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο που θα οργανώσει, θα μεγαλώσει και θα ελέγξει αυτή την ταχύτατα αναπτυσσόμενη «βιομηχανία». Από το 1950 και έπειτα ο τουρισμός αναπτύσσεται ραγδαία, δημιουργώντας έτσι τον οικονομικό τομέα του τουρισμού, όπου αποτελεί μεγάλη οικονομική δύναμη στις χώρες όπου δραστηριοποιείται (Τσάρτας, 1996).

Ο τουρισμός διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ΕΕ λόγω του οικονομικού και εργασιακού δυναμικού του, καθώς και των κοινωνικών και περιβαλλοντικών του επιπτώσεων. Οι τουριστικές στατιστικές δεν χρησιμοποιούνται μόνο για την παρακολούθηση των τουριστικών πολιτικών της ΕΕ, αλλά και για τις πολιτικές περιφερειακής και βιώσιμης ανάπτυξης ([Tourism statistics - Statistics Explained \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&code=sdg_8_3_10)).

Το 2016 μία στις δέκα επιχειρήσεις στην ευρωπαϊκή μη χρηματοοικονομική επιχειρηματική οικονομία ανήκε στις τουριστικές βιομηχανίες. Αυτές οι 2,4 εκατομμύρια επιχειρήσεις απασχολούσαν περίπου 13,6 εκατομμύρια άτομα. Οι επιχειρήσεις σε βιομηχανίες με δραστηριότητες που σχετίζονται με τον τουρισμό αντιπροσώπευαν το 9,5% των ατόμων που απασχολούνται σε ολόκληρη τη μη χρηματοοικονομική επιχειρηματική οικονομία και το 21,7% των ατόμων που απασχολούνται στον τομέα των υπηρεσιών. Τα μερίδια των τουριστικών βιομηχανιών στο συνολικό κύκλο εργασιών και προστιθέμενη αξία στο συντελεστή κόστους ήταν σχετικά χαμηλότερα, με τις τουριστικές βιομηχανίες να αντιπροσωπεύουν το 3,9% του

κύκλου εργασιών και το 5,8% της προστιθέμενης αξίας της μη χρηματοοικονομικής επιχειρηματικής οικονομίας.



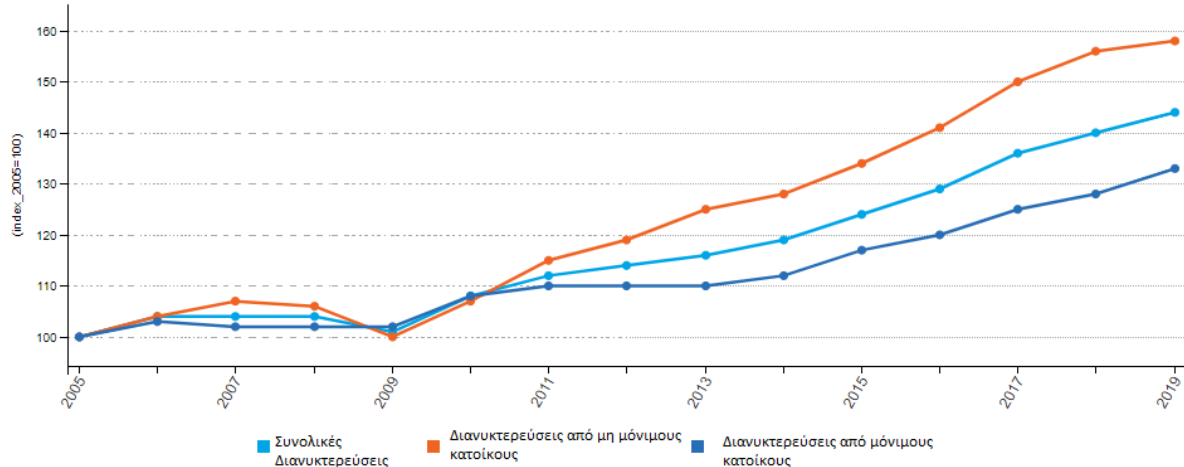
Διάγραμμα 1: Τουριστικός προορισμός - διανυκτέρευση σε τουριστικά καταλύματα, 2018

Ποσοστό ανα χώρα : Ιρλανδία, Σλοβενία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ελβετία, Νορβηγία, Ισλανδία, Μαυροβούνιο, Σερβία και Κοσσυφοπέδιο *: εκτιμάται ότι χρησιμοποιούνται μηνιαία δεδομένα για το 2018 (Τουρκία: Δεδομένα 2016).

* Ο ορισμός αυτός δεν θίγει τις θέσεις σχετικά με το καθεστώς και είναι σύμφωνος με την UNSCR 1244/1999 και τη γνωμοδότηση του ICJ σχετικά με τη δήλωση ανεξαρτησίας του Κοσσυφοπεδίου.

Πηγή: Eurostat (Tourism statistics - Statistics Explained (europa.eu))

Κατά την περίοδο 2005-2019, ο αριθμός των διανυκτερεύσεων σε τουριστικά καταλύματα στην ΕΕ αυξήθηκε κατά 44%. Συγκεκριμένα, σημειώθηκαν σημαντικές αυξήσεις στον αριθμό των διανυκτερεύσεων που διαμένουν από μη κατοίκους (+ 58%) ενώ ο αριθμός των διανυκτερεύσεων που διαμένουν από κατοίκους κατά τη διάρκεια εσωτερικών ταξιδιών αυξήθηκε κατά 33%.



Διάγραμμα 2: Τάσεις για διανυκτερεύσεις δαπανών για τουριστικά καταλύματα ΕΕ-27, 2005-2019

Πηγή: Tourism statistics - annual results for the accommodation sector - Statistics Explained (europa.eu)

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (UNWTO) είναι ο εξειδικευμένος οργανισμός των Ηνωμένων Εθνών με εντολή προώθησης υπεύθυνου, βιώσιμου και παγκόσμιου προσβάσιμου τουρισμού (www.unwto.org/market-intelligence). Η ιδιότητα μέλους του UNWTO περιλαμβάνει 159 χώρες, 6 συνδεδεμένα μέλη, δύο μόνιμους παρατηρητές και πάνω από 500 συνδεδεμένα μέλη που εκπροσωπούν τον ιδιωτικό τομέα, εκπαιδευτικά ιδρύματα, τουριστικούς συλλόγους και τοπικές τουριστικές αρχές. Η παρακάτω έρευνα στηρίζεται σε δεδομένα που έχει συλλέξει σε χώρες όλου του κόσμου αλλά και συγκεκριμένα της Ευρώπης.

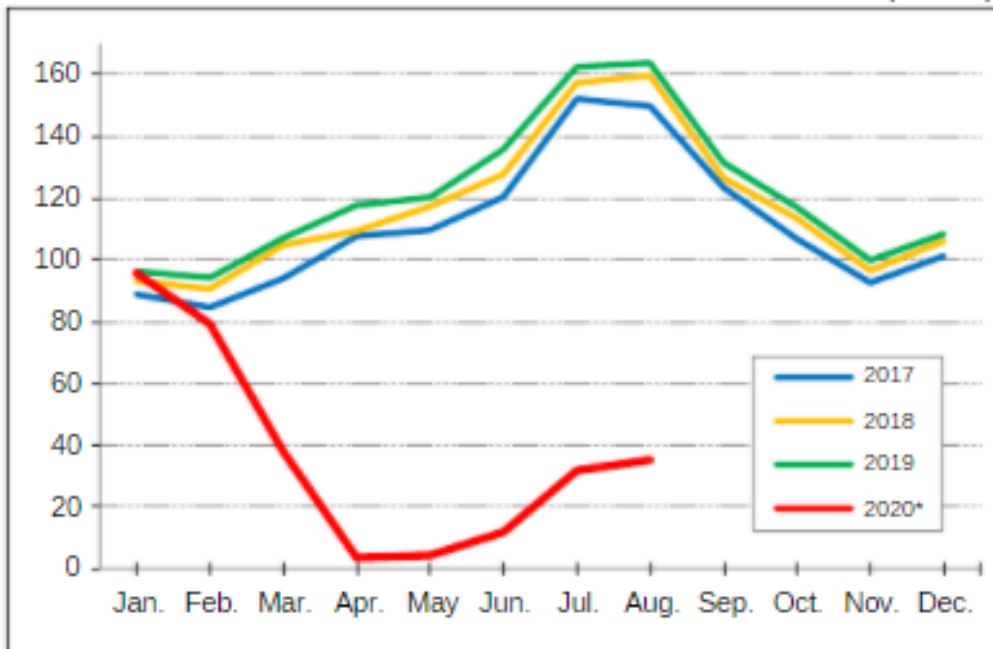
Πίνακας 1: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις κατά περιοχή

	(million)			Share (%)	Change (%)		Monthly/quarterly data series									
	2017	2018	2019*		2019*	18/17	19*/18	% change over same period of the previous year								
							2020*	YTD	Q1	Q2	H1	Apr.	May	Jun.	Jul.	Aug.
World	1,333	1,408	1,460	100	5.7	3.7	-70.1	-28.5	-94.9	-65.5	-97.1	-96.6	-91.5	-80.5	-78.6	
Advanced economies ¹	732	761	776	53.2	4.1	2.0	-70.2	-30.1	-94.5	-67.9	-97.8	-96.6	-90.0	-75.6	-73.6	
Emerging economies ¹	601	647	684	46.8	7.6	5.8	-70.0	-26.9	-95.5	-62.8	-96.4	-96.7	-93.4	-87.4	-85.4	
<i>By UNWTO regions:</i>																
Europe	676.6	715.8	743.7	50.9	5.8	3.9	-67.7	-21.0	-93.3	-66.0	-97.5	-96.3	-87.8	-71.9	-69.1	
Northern Europe	81.0	81.0	82.6	5.7	0.0	1.9	-72.4	-18.2	-95.7	-64.2	-96.7	-96.6	-94.2	-86.8	-84.9	
Western Europe	192.7	200.2	204.7	14.0	3.9	2.3	-62.6	-19.8	-91.6	-62.7	-98.1	-96.6	-82.4	-63.2	-61.7	
Central/Eastern Eur.	135.0	146.0	152.3	10.4	8.2	4.3	-69.0	-16.2	-94.1	-61.9	-97.3	-97.0	-88.7	-82.6	-83.4	
Southern/Medit. Eur.	267.9	288.6	304.1	20.8	7.7	5.4	-69.3	-26.2	-93.6	-71.1	-97.4	-95.7	-89.3	-69.3	-64.3	
- of which EU-28	540.5	562.5	579.0	39.6	4.1	2.9	-66.6	-21.8	-93.4	-65.9	-97.4	-95.9	-86.5	-68.7	-67.1	

1 Ταξινόμηση βάσει του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), δείτε το Στατιστικό Παράρτημα του Παγκόσμιου Οικονομικού Προοπτικού του ΔΝΤ του Απριλίου 2017, σελίδα 175, στη διεύθυνση www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29

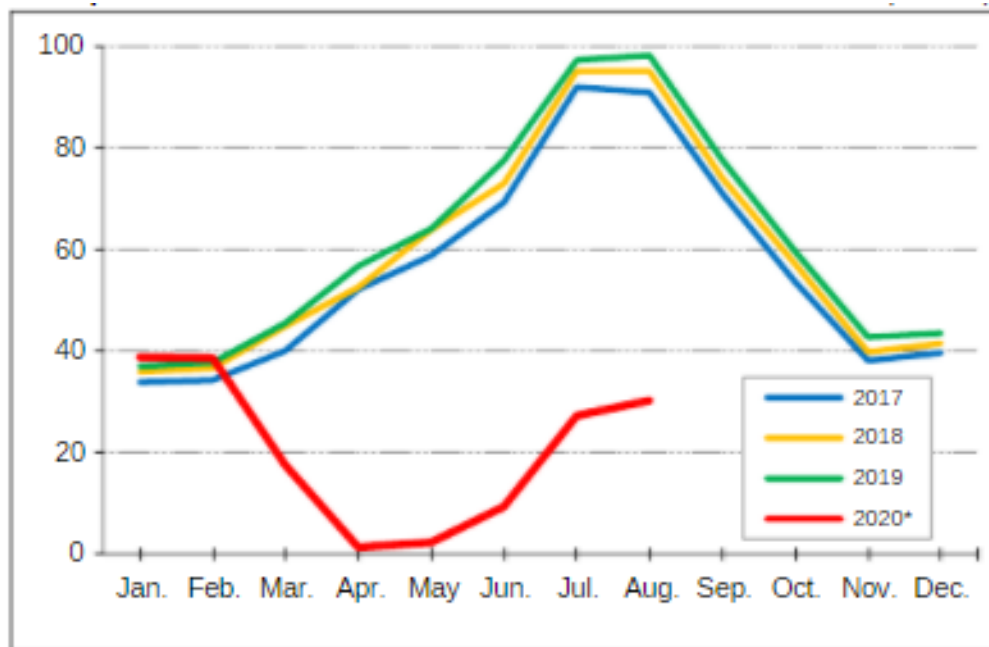
Πηγή : UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, October 2020 (e-unwto.org)

Επιπλέον, διαγραμματικά απεικονίζονται παρακάτω τα αποτελέσματα της παραπάνω έρευνας:



Διάγραμμα 3: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά μήνα (Παγκόσμια)

Πηγή : UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, October 2020 (e-unwto.org)



Διάγραμμα 4: Διεθνείς τουριστικές αφίξεις ανά μήνα (Ευρώπη)

Πηγή : UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, October 2020 (e-unwto.org)

Διακρίσεις τουρισμού

Ο τουρισμός τομέας αποτελεί μια δραστηριότητα η οποία χωρίζεται σε πολλά είδη/μορφές ανάλογα με ποια κριτήρια θα θέσουμε.

Κάθε εποχή επικρατούν διαφορετικές οικονομικές, πολιτικές και κοινωνικές συνθήκες και αναλόγως επηρεάζουν τον τουριστικό τομέας της χώρας που διαμορφώνονται. Ο τουρισμός κατηγοριοποιείται ανάλογα με το λόγο της επίσκεψης του τουρίστα καθώς και τις δραστηριότητες που θα επιλέξει, μπορεί να διαχωριστεί σε διάφορες κατηγορίες

- **Συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός** - Η μορφή αυτή του τουρισμού αφορά την οργάνωση διεθνών εκθέσεων και συνεδρίων σε διάφορες περιοχές που προσφέρουν και εναλλακτικές δραστηριότητες. Δυστυχώς ενώ στη χώρα μας η δυνατότητα για ανάπτυξη του τουρισμού συνεδρίων είναι μεγάλη, παρόλα αυτά βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια.

Τα πλεονεκτήματα που καθιστούν την Ελλάδα "ελκυστική" ως συνεδριακό προορισμό είναι σύμφωνα με την (Βενετσανοπούλου, 2006):

- Οι κατάλληλες κλιματολογικές συνθήκες, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα σε όσους παίρνουν μέρος στα συνέδρια να συνδυάσουν την εργασία με τουρισμό.
 - Λόγω της γεωγραφικής έκτασης, οι αποστάσεις είναι μικρές και δίνουν την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να απολαύσουν τις φυσικές ομορφιές και να θαυμάσουν τα μοναδικά αξιοθέατα που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την επικράτεια.
- **Θρησκευτικός τουρισμός:** Αφορά τον τουρισμό που επιλέγουν οι τουρίστες με σκοπό την επίσκεψη σε εκκλησίες, μοναστήρια κλπ. Η συγκεκριμένη μορφή τουρισμού αναπτύχθηκε λόγω της ύπαρξης της πίστης και της λατρείας καθώς επίσης λόγω των τελετών και των εκδηλώσεων που ακολουθούσαν την πίστη και την λατρεία (Σπάθης, 2000). Στην Ελλάδα βρίσκονται πολύ σημαντικά έργα τέχνης και τεχνικής σε πολλά ελληνικά μοναστήρια, γεγονός που τα καθιστά φημισμένα στους τουρίστες που αναζητούν την ελληνική ορθόδοξη αρχιτεκτονική, ζωγραφική και παράδοση. Οι βυζαντινές και μεταβυζαντινές εκκλησίες, οι επιβλητικοί καθεδρικοί ναοί, τα ξωκλήσια, τα μοναστήρια, με την αξιόλογη εικονογράφησή τους, με ψηφιδωτά, τοιχογραφίες και εικόνες, μαρτυρούν την επίμονη προσήλωση με την θρησκευτική λατρεία (Σπάθης, 2000). Θαυμάστα μνημεία σε απόλυτα προσαρμοσμένα γεωγραφικά τοπία, μοναστήρια σε βράχους και ξωκλήσια σε βουνοπλαγιές, προσφέρουν θαυμάσιες εικόνες σε κάθε γωνιά του τόπου μας. Η μορφή του θρησκευτικού τουρισμού είναι περιορισμένης διάρκειας (συνήθως 2-3 ημερών) και αποτελεί σημαντική ευκαιρία για την ανάδειξη μνημείων και πολιτιστικών παραδόσεων (Σφακιανάκης, 2000).
- **Πολιτιστικός τουρισμός:** Η δημιουργία του τουρισμού αυτού προκύπτει με την επίσκεψη των τουριστών για πολιτιστικά γεγονότα ή για μνημεία. Η Ελλάδα με την μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά που κατέχει, αν καταφέρει να αξιοποιήσει κατάλληλα τα εφόδια της θα προσελκύσει μεγάλο μέρος της παγκόσμιας τουριστικής οικονομίας. Επιπλέον, το είδος αυτό του τουρισμού συνήθως δεν εμφανίζεται μόνος του, εκτός των περιπτώσεων εκπαιδευτικών εκδρομών σχολείων, αλλά πραγματοποιείται συμπληρωματικά με κάποιο άλλο είδος τουρισμού, προσφέροντας γνώση και ποικιλία στο τουριστικό προϊόν (Σφακιανάκης, 2000). Ο πολιτιστικός τουρισμός προσφέρει ευκαιρίες για πολιτιστική εμπειρία, προσφέρει την περιήγηση στη φυσική, καλλιτεχνική και πνευματική κληρονομιά μίας περιοχής, καθώς και στη σημερινή δημιουργία (Σφακιανάκης, 2000). Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική, οι γραφικοί οικισμοί και τα ιστορικά

κέντρα των πόλεων αποτελούν βασικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς και φυσιογνωμίας της χώρας μας.

Σύμφωνα με τους (Κοκκώσης κ.ά., 2011) τα στοιχεία του πολιτισμού που αποτελούν παράλληλα και τουριστικούς πόρους είναι τα εξής:

- Γκαλερί και χώροι τέχνης
- Αρχαιολογικά μνημεία και μουσεία
- Μουσική και χορός
- Έθιμα και παραδόσεις της περιοχής
- Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις (θέατρο, κινηματογράφος, μουσική, χορός)
- Μελέτη του προφορικού και γραπτού λόγου
- Πολιτιστικές εκδηλώσεις και φεστιβάλ
- Εκπαιδευτικές και επιστημονικές εκδηλώσεις (σεμινάρια, επιστημονικές ανταλλαγές, ερευνητικά προγράμματα, κ.ά.)
- Θρησκευτικές εκδηλώσεις, μνημεία θρησκευτικού χαρακτήρα και επίσκεψη σε ναούς και μονές
- Δομημένο περιβάλλον (αρχιτεκτονική, παραδοσιακοί οικισμοί, ιστορικά κέντρα, κ.ά.)
- Σύνολα φυσικού περιβάλλοντος ή μικτού φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος (τοπία)

➤ **Θεραπευτικός - Ιαματικός τουρισμός:** Στην Ελλάδα η πλούσια φύση εκτός από όμορφα τοπία και σπάνια ομορφιά, περιλαμβάνει και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Ήδη από την αρχαιότητα οι θεραπευτικές ιδιότητες της ελληνικής φύσης είναι ιδιαίτερα γνωστή, τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής τους θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών (Σπάθη, 2000).

Επιπλέον στον τουρισμό της υγείας βρίσκονται πιο μικρές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως:

- Θεραπευτικός τουρισμός.
- Ιαματικός τουρισμός.
- Τουρισμός φυσιοθεραπείας.

- Τουρισμός υγιεινής διαβίωσης.
- Τουρισμός ομορφιάς.
- Θερμαλισμός ή θερμαλιστικός τουρισμός

Ο κλάδος της θεραπευτικής αγωγής έχει τις βάσεις του τόσο σε ψυχρές μεταλλικές πηγές όσο και στις θερμοπηγές που υπάρχουν, κάνοντας έτσι την εμφάνιση της η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός) (Σπάθη, 2000).

- **Αγροτουρισμός:** αφορά μια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και δραστηριότητας στον τομέα τον αγροτικό, Με τον αγροτουρισμό δίνεται η ευκαιρία στον επισκέπτη να δει από κοντά τις αγροτικές περιοχές, τις ασχολίες που σχετίζονται με τις αγροτικές αυτές περιοχές, όπως είναι τα τοπικά προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου, με σεβασμό προς το περιβάλλον και την παράδοση. Επιπρόσθετα, η μορφή αυτή τουρισμού φέρνει τον επισκέπτη σε επαφή με τη φύση και δίνεται η δυνατότητα να συμμετέχει στις δραστηριότητες που την αφορούν, να ψυχαγωγηθεί και να νοιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης. Επιπρόσθετα οι αναπτυξιακές δυνάμεις που κατέχει ένας τόπος κινητοποιούνται, δυνάμεις όπως παραγωγικές, αναπτυξιακές και πολιτισμικές, με αυτόν τον τρόπο συμβάλλει σε οικονομικό, περιβαλλοντικό και οικονομικό επίπεδο στην αγροτική ανάπτυξη.. Σε όλη των χώρα προσφέρεται η δυνατότητα της απόλαυσης της ελληνικής υπαίθρου, με μοναδικά πλεονεκτήματα μέσω του αγροτουρισμού.
- **Ελληνική φύση - Οικολογικός τουρισμός:** Η Ελλάδα είναι γνωστή παγκοσμίως για το πλούσιο και ποικίλο φυσικό περιβάλλον. Παρόλο που σε έκταση είναι μικρή έκταση έχει σπάνια γεωμορφολογία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Χιλιάδες πλούσιες ακτές, μεγαλεπήβολα βουνά, σπήλαια και φαράγγια, ποτάμια, λίμνες, βιότοποι ιδιαίτερα όμορφοι, τα οποία σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα της χώρας, κάνουν την Ελλάδα τον ιδανικότερο προορισμό για τους λάτρεις του οικολογικού-εναλλακτικού τουρισμού.

Τουρισμός των πόλεων

Η ανάδειξη του τουρισμού των πόλεων (city tourism) – ή εναλλακτικά αστικός τουρισμός - ξεκινάει από τα μέσα της δεκαετίας του '80 , επηρεάζοντας έτσι δυναμικά την οικονομία του

τουρισμού. Ως η τουριστική δραστηριότητα που ορίζεται από “ταξίδια προς τα αστικά κέντρα με συνήθως σύντομη διάρκεια” (UNWTO, 2012). Ο τουρισμός των πόλεων, προσδιορίζεται από δύο οντότητες οι οποίες επηρεάζονται μεταξύ τους: Αρχικά από τους φορείς που ανήκουν γεωγραφικά εντάσσονται εντός των ορίων του αστικού χώρου και έπειτα από τους δυνητικούς επισκέπτες που ενώ δεν κατοικούν εντός της εκάστοτε πόλης, διαμορφώνουν ποικίλες εντυπώσεις για την εικόνα και τα χαρακτηριστικά της. (European Commission, 1999). Οι τουρίστες που επιλέγουν να επισκεφτούν τις πόλεις και να απολαύσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει, με αυτόν τον τρόπο αξιοποιούν τις σύγχρονες δυνατότητες για την πραγματοποίηση ταξιδιών σε διεθνές επίπεδο και επιδιώκουν να βιώσουν αυθεντικές εμπειρίες της καθημερινής ζωής σε άλλες πόλεις.

Οι τουριστικές περιφέρειες είναι μια οικονομική ζώνη που παρουσιάζει μια ευρεία ανάπτυξη. Λαμβάνοντας υπόψη ποικίλους παράγοντες, η ένταση του τουρισμού αναπτύσσεται ιδιαίτερα στα διεθνή οικονομικά κέντρα. Λόγω των πολυάριθμων δυνατοτήτων της και για λόγους απλούστευσης, ο όρος "τουρισμός" πρέπει να περιοριστεί στη φόρμουλα "ταξίδια σε συνδυασμό με τουλάχιστον μία διανυκτέρευση".

Οι εξορμήσεις του είδους αυτού που έχουν μικρή χρονική διάρκεια (ο εναλλακτικός όρος “city break”), σε σύγκριση με την διάρκεια που έχουν οι παραδοσιακές διακοπές παραθερισμού, επιβεβαιώνεται από την:

- Ραγδαία αύξηση της αγοράς των city-breaks (58%) κατά την περίοδο 2009-2014, με πόλεις όπως το Παρίσι και η Νέα Υόρκη να υποδέχονται περισσότερα από 18 εκατομμύρια επισκέπτες, για το 2013 (IPK International, 2014).
- Αναδυόμενη τάση προσθήκης ημερών αναψυχής σε τουριστικούς προορισμούς στους οποίους ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους (INSETE 2015 , BridgeStreet Global Hospitality, 2014).

Από την άποψη τόσο του ταξιδιού αναψυχής όσο και των επαγγελματικών ταξιδιών, το κέντρο της πόλης αποτελεί το επίκεντρο της πλειονότητας των περιπτώσεων, είτε πρόκειται για το πού βρίσκονται τα περισσότερα από τα δημοφιλή ιστορικά αξιοθέατα είτε επειδή οι κεντρικές πόλεις έχουν καθιερωθεί ως κέντρα εμπορίου και παροχής υπηρεσιών -πρόβλεψη. Είναι σημαντικό να ασχοληθούμε με τις ιστορικές διαδικασίες μετασχηματισμού που πραγματοποιήθηκαν από τις

κεντρικές πόλεις, προκειμένου να κατανοήσουμε τις τρέχουσες προκλήσεις όσον αφορά τον τουρισμό και τις αγορές ακινήτων

Η σημαντική ανάπτυξη του τουρισμού των πόλεων έχει αποτελέσει σημαντικό παράγοντα της δημιουργίας θέσεων εργασίας ιδιαίτερα για τα νεότερα τμήματα του πληθυσμού. Επιπλέον, έχει αναγνωριστεί ιδιαίτερα στις χώρες της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης, όπου κατά την διάρκεια της οικονομικής κρίσης οι πόλεις αυτές έχουν δεχτεί ιδιαίτερα ισχυρές πιέσεις . Το σημαντικό είναι η ανάδειξη του τουριστικού κλάδου σε κάθε προσπάθεια προβολής της πολιτιστικής κληρονομιάς και της σύγχρονης καθημερινότητας, με αυτόν τον τρόπο οι πόλεις της Νότιας και Ανατολικής Ευρώπης να ενισχύσουν την εικόνα τους ως πυρήνες καινοτομίας και ανταγωνιστικότητας στο διεθνές περιβάλλον (Global Cities Initiative and Centre for London, 2013).

Για παράδειγμα, στη Γερμανία, το μέσο ποσοστό πληρότητας κλινών κατά τα έτη 2011-2015 ήταν 31,9%. στις μεγάλες πόλεις με έως 500.000 κατοίκους, ήταν 42,6%, και στις ακόμη μεγαλύτερες πόλεις, 52,6%. Συνολικά, το ποσοστό πληρότητας στις πολύ μεγάλες πόλεις αυξήθηκε από κατά μέσο όρο 42,8% το 1995 σε 55,3% το 2015, παρόλο που η χωρητικότητα των κρεβατιών επεκτάθηκε μαζικά. Στη Γερμανία ως σύνολο, αυξήθηκε κατά μέσο όρο κατά 61,6%, στις μεγάλες πόλεις με μέχρι 500.000 κατοίκους κατά 45,6% και κατά 119,5% στις ακόμη μεγαλύτερες πόλεις (Eckert και Schelhase, 2019).

Επιπλέον, αναφορικά για τον τουρισμό πόλεων στην Ελλάδα εκτιμάται ότι τόσο η Αθήνα κατά κύριο λόγο, όσο και η Θεσσαλονίκη ανήκουν στους ευνοημένους προορισμούς από το 2013. Ένα σημαντικό ζητούμενο που έχει επηρεάσει τον τουρισμό των πόλεων είναι η αύξηση των τουριστικών το 2014 στα αεροδρόμια της Αθήνας (29,4%) και της Θεσσαλονίκης (16,6%) ήταν υψηλότερος του αντίστοιχου ρυθμού για το σύνολο της χώρας (15,4%). Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2015, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στο αεροδρόμιο της Αθήνας αυξήθηκαν την κατά 26,5% έναντι 2,9% στην Θεσσαλονίκη και 6,9% στο σύνολο της χώρας (στοιχεία του ΣΕΤΕ, 2014).

Εκτιμάται ότι έως το 2014 ο τουρισμός πόλεων στην Ελλάδα συγκριτικά με τα ταξίδια των πόλεων που λαμβάνουν χώρα στην υπόλοιπη Ευρώπη ετησίως, αποσπούσε μερίδιο αγοράς μόλις 1,1% από τα 63 εκ. ταξίδια city breaks, και τα οποία αποφέρουν συνολικά έσοδα της τάξεως των 46 δισ. ευρώ (INSETE, 2014). Στο πλαίσιο αυτό, θα πρέπει να διερευνηθεί το

ζήτημα του ποσοστού της εγχώριας αγοράς των city breaks που απορροφάτε άτυπα μέσω βραχυχρόνιων μισθώσεων στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού, δεδομένου ότι οι τιμές μάλιστα των διαμερισμάτων σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη έχουν υποστεί σωρευτικά απώλειες της τάξεως του 38% από το 2008 έως το 2014 (Τράπεζα της Ελλάδος, 2015).

Στα ζητήματα που επηρεάζουν τις προοπτικές βιώσιμης ανάπτυξης του τουρισμού πόλεων στην Ελλάδα, περιλαμβάνονται: (INSETE, 2015)

- Την απαραίτητη αξία που θα προσδώσουν για την ανάπτυξη του τουρισμού των πόλεων, όπως είναι η σωστή αξιοποίηση της δημόσιας περιουσίας, το οποίο είναι σημαντικό μέσο για την αύξηση των εσόδων, που θα βοηθήσει στην αποπληρωμή τμήματος του χρέους.
- Την διαχείριση κρίσιμων θεμάτων που διέπουν αυτή την στιγμή την πόλη όπως είναι η έξαρση της εγκληματικότητας ιδιαίτερα στο κέντρο της Αθήνας όπου είναι και το κέντρο του τουρισμού, η συσσώρευση του αδιάθετου κτιριακού αποθέματος, η συγκέντρωση στην ευρύτερη περιοχή των κέντρων των πόλεων μεγάλου αριθμού ατόμων από τρίτες χώρες, κ.λπ.
- Η προοπτική για την ολοκλήρωση ή την έναρξη μεγάλων έργων όπως το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, το Ελληνικό και το Μετρό στη Θεσσαλονίκη, που εκτιμάται ότι θα δημιουργήσουν προστιθέμενη αξία για το τουριστικό προϊόν της κάθε πόλης.
- Οι σημαντικές συνέπειες που έχει στον τουριστικό τομέα και την ξενοδοχεία η ραγδαία ανάπτυξη της βραχυχρόνια μίσθωση δεδομένου ότι εκτιμάται ότι για την περίοδο 2009-2014 περίπου 75 χιλιάδες επισκέπτες παρέμειναν σε τέτοια καταλύματα εντός Αθηνών, σύμφωνα με την καταγραφή ενός από τους παρόχους (Airbnb, 2015).
- Η αναβάθμιση και η επέκταση της συνδεσιμότητας των αεροδρομίων μέσω αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους.
- Η επικοινωνιακή διαχείριση της εικόνας των αστικών κέντρων εντός και εκτός του διαδικτύου κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αμφιλεγόμενης δημοσιότητας για τη χώρα σε διεθνές επίπεδο.
- Η εξωστρέφεια των προωθητικών ενεργειών που θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τόσο τα γεω-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ταξιδιωτών (π.χ. αγορές Millennials, αναδυόμενων αγορών BRICS, κ.λπ.) όσο και τα ψυχογραφικά γνωρίσματα τους που καθορίζουν τη ζήτηση εκ μέρους τους για συγκεκριμένες υπηρεσίες.

Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Η Ελλάδα αποτελεί δημοφιλή τουριστικό προορισμό χάρη στον μεγάλο αριθμό των νησιών που διαθέτει, τις πολυάριθμες και ποικίλες παραλίες, αλλά και για την φυσική ομορφιάς της γενικότερα. Όλα αυτά τα χαρακτηριστικά της έχουν δημιουργήσει πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη ποικίλων και πολυάριθμων καταλυμάτων σε όλη την χώρα κυρίως όμως στα νησιά.

Συγκεκριμένα, η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Οι τουρίστες που επισκέπτονται την Ελλάδα κατά κύριο λόγο αναζητούν τον συνδυασμό ιστορία, παράδοση, θάλασσα και ήλιο. Οι πανέμορφες «απάτητες» παραλίες, τα επιβλητικά βουνά, η πλούσια ιστορία της, τα θεαματικά τοπία, η παράδοση που διαθέτει καθώς και η φημισμένη φιλοξενία της είναι τα στοιχεία που προσελκύουν επισκέπτες από όλο τον κόσμο. Ο αριθμός των τουριστών αυξάνεται σταθερά τα τελευταία είκοσι χρόνια. (INSETE, 2020)

Διαθέτει πολλές χιλιάδες χιλιόμετρα παραλίας, συγκεκριμένα διαθέτει 190.000 ακτές και 6.000 μεγάλα και μικρότερα νησιά. Επιπλέον, η χώρα μας θεωρείται μοναδική στις προτιμήσεις και τις επιλογές πολλών τουριστών χάρη στην ποικιλία σε φυσικά τοπία, το μεγάλο αριθμό των ιστορικών μνημείων και χωριών, καθώς επίσης και η δυνατότητα ποικίλων δραστηριοτήτων, υποδηλώνουν ότι οι ευκαιρίες ουσιαστικά είναι απεριόριστες.

Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να λειτουργούν περισσότερα από 9.000 ξενοδοχεία πανελλαδικά και οι επισκέπτες συμμετέχουν σε διάφορες δραστηριότητες όπως είναι οι κρουαζιέρες, τα ταξίδια του σαββατοκύριακου, την ιστιοπλοΐα, δραστηριότητες που δημιουργούν νέες ευκαιρίες για την ανάπτυξη αγορών.

Έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της σημερινής ελληνικής οικονομίας είναι φυσικό να είναι ο τομέας του Τουρισμού στην Ελλάδα. Ως οικονομική δραστηριότητα αποτελούν ενδιαφέρον αντικείμενο έρευνας από διάφορες απόψεις. Αρχικά, οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργεί συνεχώς συμβάλλουν σημαντικά στη διαμόρφωση του εθνικού εισοδήματος. Επίσης, αποτελεί σημαντικό εργαλείο περιφερειακής ανάπτυξης, λόγω της ευρείας κατανομής των τουριστικών δραστηριοτήτων στο χώρο.

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα σημαντική συνεισφορά στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν, συγκεκριμένα περίπου το 18% του ΑΕΠ. Επίσης χάρη του τουρισμού δημιουργούνται περίπου

850.000 θέσεις εργασίας που αποτελεί σημαντικό αριθμό εργαζομένων για τα ελλαδικά δεδομένα, ιδιαίτερα την σημερινή εποχή όπου η ανεργία πλήττει την ελληνική κοινωνία. Αυτός αριθμός υποδηλώνει πως πολλές οικογένειες ζουν και επιβιώνουν έχοντας ως βασική εργασία τον τουρισμό. Με λίγα λόγια, οι κάτοικοι απέκτησαν ευημερία και αναβάθμισαν το βιοτικό τους επίπεδο δίνοντας έτσι λύση πάνω στο βιοποριστικό τους πρόβλημα

Σύμφωνα με την 1 η εκτίμηση της ΕΛΣΤΑΤ, το ΑΕΠ της χώρας, σε τρέχουσες τιμές, το 2019 διαμορφώθηκε στα € 187.456 εκ. αυξημένο κατά +1,5% σε σύγκριση με το 2018 (€ 184.714 εκ.). Σύμφωνα λοιπόν με τις εκτιμήσεις αυτές προκύπτει η ακόλουθη εικόνα (ΙΝΣΕΤΕ, 2020) :

- η οικονομία της χώρας για το 2019 ενισχύεται άμεσα από την συνεισφορά του τουρισμού και εκτιμάται ότι φτάνει το ποσό των € 23,4 δισ., μέγεθος που αντιστοιχεί με το 12,5% του ΑΕΠ.
- ένα επιπλέον υπολογιστούν και τα υπόλοιπα οφέλη που φέρνει η ύπαρξη του τουρισμού, η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2019 εκτιμάται μεταξύ € 51,6 και € 62,1 δισ., μεγέθη που αντιστοιχούν μεταξύ του 27,5% και του 33,1% του ΑΕΠ.
- το ΑΕΠ παρουσίασε ετήσια αύξηση κατά +1,5% ή κατά € 2.742 εκατ., ενώ η δραστηριότητα του τουρισμού αυξήθηκε σε ετήσια βάση κατά +10,9% ή κατά € 2.299 εκατ. άμεσα ή € 5.058 / 6.093 εκ. έμμεσα και άμεσα,
- η τουριστική δραστηριότητα που προέρχεται κυρίως από το εξωτερικό ξεπερνά το 90% του συνολικού εισοδήματος από τουρισμό

Εισερχόμενος Τουρισμός στην Ελλάδα 2017-2019

Το 2019 ο τουρισμός της Ελλάδας είχε σημαντική ανοδική πορεία σημειώνοντας υψηλά επίπεδα, από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων, τόσο σε επίπεδο αφίξεων όσο και σε επίπεδο διανυκτερεύσεων και εισπράξεων. Το 2019 η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 31,3 εκ. τουρίστες, δηλαδή πολίτες που είναι μόνιμοι κάτοικοι άλλων χωρών και εισέπραξε σχεδόν € 17,8 δισ. (ΙΝΣΕΤΕ, 2020). Επιπλέον, την περίοδο 2017-2019 τα βασικά μεγέθη του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα εμφάνισαν τις ακόλουθες αυξήσεις:

- αφίξεις: +15% (από 27,2 εκατ. το 2017 σε 31,3 εκατ. το 2019),
- διανυκτερεύσεις: +11% (από 209,9 εκατ. το 2017 σε 232,5 εκατ. το 2019)

- εισπράξεις: +24% (από € 14,2 δισ. το 2017 σε € 17,7 δισ. το 2019).

Πίνακας 2: Μεταβολές εισερχομένου τουρισμού

Μεταβολές εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2017 - 2019			
	Αφίξεις	Διανυκτερεύσεις	Έσοδα
Σύνολο εισερχόμενου τουρισμού	15%	11%	24%
Χώρες Ζώνης Ευρώ	12%	6%	23%
Χώρες ΕΕ εκτός Ζώνης Ευρώ	26%	15%	28%
Λοιπές Χώρες	8%	14%	24%
από Γερμανία	9%	-1%	16%
από Ην. Βασίλειο	17%	14%	24%
από ΗΠΑ	36%	30%	46%
από Γαλλία	9%	6%	10%
από Ιταλία	8%	5%	34%
από Ολλανδία	-14%	-11%	-17%
από Ρουμανία	20%	17%	29%
από Ελβετία	20%	22%	35%
από Κύπρο	27%	8%	39%
από Αυστρία	47%	46%	80%
από Πολωνία	14%	11%	70%
από Βέλγιο	12%	9%	33%
από Ρωσία	-1%	3%	4%
από Αυστραλία	4%	10%	-6%
από Σερβία	-5%	-10%	-6%
από Καναδά	62%	65%	92%
από Βουλγαρία	52%	31%	19%
από Τουρκία	12%	25%	2%
από Σουηδία	-16%	-15%	-5%
από Αλβανία	14%	2%	12%
από Ισραήλ	35%	10%	46%
από Ισπανία	72%	68%	131%
από Δανία	10%	0%	30%
από Τσεχία	18%	16%	41%
από Νορβηγία	-10%	-15%	4%
από Φινλανδία	10%	6%	26%
από Βόρεια Μακεδονία	-40%	-45%	-36%

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδας - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Με κόκκινο χρώμα σημειώνονται οι μεταβολές που είναι μικρότερες από τις αντίστοιχες μεταβολές για το σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού ενώ με πράσινο χρώμα οι μεταβολές που είναι μεγαλύτερες.

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος –Επεξεργασία INSETE Intelligence https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10_X-Ray_2017-2019-1.pdf

Βασικά Μεγέθη

Πίνακας 3: Βασικά Μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2019

Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2019						
	Αφίξεις		Διανυκτερεύσεις		Έσοδα	
	σε χιλ. μερίδιο αγοράς		σε χιλ. μερίδιο αγοράς		σε εκατ. € μερίδιο αγοράς	
Σύνολο	31.348		232.464		17.680	
Χώρες Ζώνης Ευρώ	11.071	35,3%	97.573	42,0%	7.732	43,7%
Χώρες ΕΕ εκτός Ζώνης Ευρώ	10.982	35,0%	65.539	28,2%	4.563	25,8%
Λοιπές Χώρες	9.295	29,7%	69.351	29,8%	5.385	30,5%
από Γερμανία	4.026	12,8%	37.313	16,1%	2.959	16,7%
από Ην. Βασίλειο	3.499	11,2%	30.349	13,1%	2.564	14,5%
από ΗΠΑ	1.179	3,8%	12.457	5,4%	1.189	6,7%
από Γαλλία	1.542	4,9%	12.946	5,6%	1.090	6,2%
από Ιταλία	1.553	5,0%	12.609	5,4%	1.009	5,7%
από Ολλανδία	818	2,6%	7.573	3,3%	534	3,0%
από Ρουμανία	1.378	4,4%	8.873	3,8%	483	2,7%
από Ελβετία	540	1,7%	4.851	2,1%	462	2,6%
από Κύπρο	801	2,6%	7.230	3,1%	465	2,6%
από Αυστρία	583	1,9%	5.132	2,2%	462	2,6%
από Πολωνία	852	2,7%	5.590	2,4%	416	2,4%
από Βέλγιο	588	1,9%	5.136	2,2%	453	2,6%
από Ρωσία	583	1,9%	6.087	2,6%	433	2,5%
από Αυστραλία	339	1,1%	4.582	2,0%	371	2,1%
από Σερβία	1.027	3,3%	8.581	3,7%	356	2,0%
από Καναδά	321	1,0%	4.048	1,7%	343	1,9%
από Βουλγαρία	3.883	12,4%	9.280	4,0%	338	1,9%
από Τουρκία	1.093	3,5%	4.066	1,7%	326	1,8%
από Σουηδία	412	1,3%	3.675	1,6%	258	1,5%
από Αλβανία	944	3,0%	3.311	1,4%	212	1,2%
από Ισραήλ	341	1,1%	1.674	0,7%	206	1,2%
από Ισπανία	283	0,9%	2.435	1,0%	203	1,1%
από Δανία	308	1,0%	2.561	1,1%	191	1,1%
από Τσεχία	402	1,3%	3.238	1,4%	186	1,1%
από Νορβηγία	224	0,7%	2.091	0,9%	169	1,0%
από Φινλανδία	252	0,8%	2.008	0,9%	166	0,9%
από Βόρεια Μακεδονία	948	3,0%	2.394	1,0%	114	0,6%

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Με εντονότερο πράσινο σημειώνονται τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς στο αντίστοιχο μέγεθος

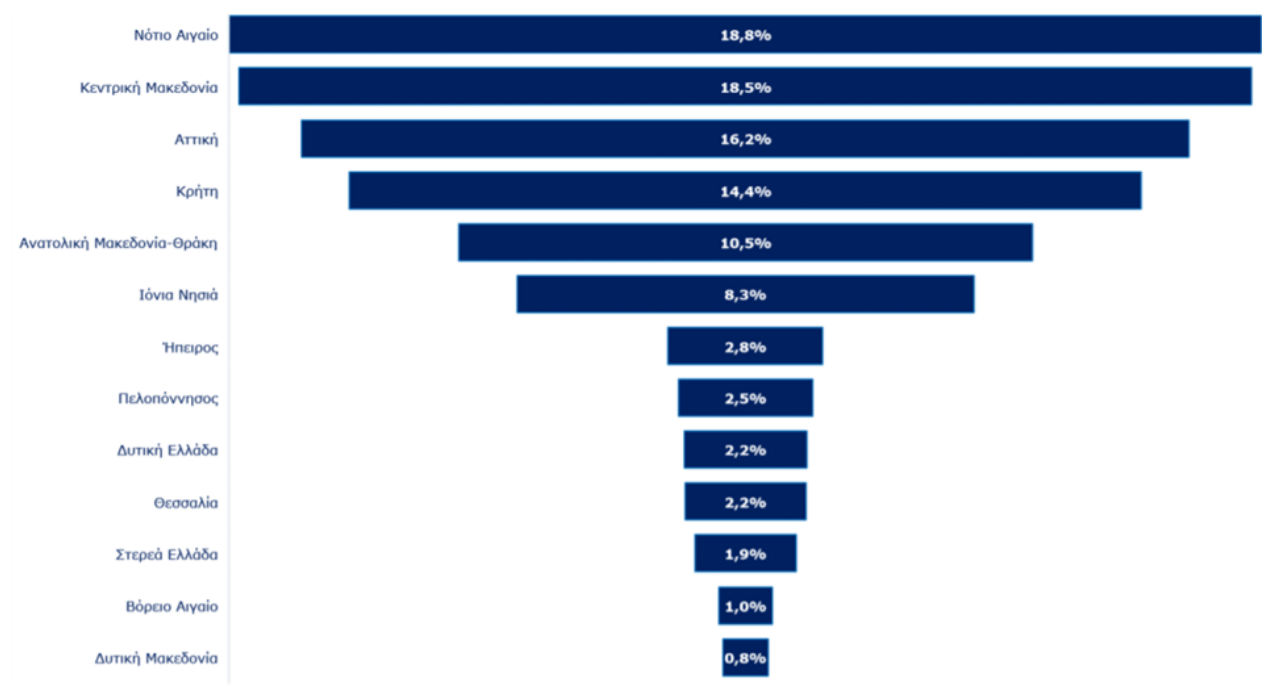
Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος –Επεξεργασία INSETE Intelligence <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10-X-Ray-2017-2019-1.pdf>

Κατάταξη Περιφερειών βάσει επισκέψεων

Είναι σημαντική η αναφορά για την κατανομή των επισκέψεων, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα. Όπως φαίνεται το 78,3% των επισκέψεων πραγματοποιήθηκε στις εξής σημαντικές περιφέρειες: Νοτίου Αιγαίου (18,8%), Κεντρικής Μακεδονίας (18,5%), Αττικής (16,2%), Κρήτης (14,4%) και Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (10,5%). Ακολουθούν οι περιφέρειες: Ιονίων Νήσων, Πελοποννήσου, Ηπείρου, Δυτικής Ελλάδας, Θεσσαλίας, Στερεάς

Ελλάδας, Βορείου Αιγαίου και Δυτικής Μακεδονίας όπου το ποσοστό που αντιστοιχεί σε αυτές είναι το 21,7% των επισκέψεων επί του συνόλου.

Τέλος οι περιφέρειες Ιονίων Νήσων(8,3%), Ηπείρου (2,8%), Πελοποννήσου (2,5%), Δυτικής Ελλάδας (2,2%), Θεσσαλίας (2,2%), Στερεάς Ελλάδας (1,9%), Βορείου Αιγαίου (1,0%) και Δυτικής Μακεδονίας (0,8%), όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα :



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος - Επεξεργασία: INSETE Intelligence

Διάγραμμα 5: Κατανομή Επισκέψεων 2019

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος- Επεξεργασία INSETE Intelligence https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_07-Eiserxomenos-Tourismos_Perifereiwn_2019.pdf

Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανά Περιφέρεια

Σύμφωνα με έρευνες που πραγματοποιήθηκαν η INSETE , όπως φαίνεται και στο διάγραμμα το 2019 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις ανήλθαν στα 17.680 εκατ. € παρουσιάζοντας αύξηση +12,9% σε σχέση με το 2018. Η αύξηση αυτή αφορά τις 11 από τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας, ενώ μείωση κατέγραψαν οι Περιφέρειες Κεντρικής Μακεδονίας και Στερεάς Ελλάδας.

Πίνακας 4: Ταξιδιωτικές Εισπράξεις ανα περιφέρεια

Θέση Κατάταξης 2019	Μεταβολή Θέσης Κατάταξης 2019-2018	Περιφέρειες	Ταξιδιωτικές Εισπράξεις (σε εκατ. €)				% Διαφορά		
			2019	2018	2017	2016	2019-2018	2018-2017	2017-2016
1	■	Νότιο Αιγαίο	5.175	4.414	3.653	3.136	17,2%	20,8%	16,5%
2	■	Κρήτη	3.601	3.134	3.260	3.095	14,9%	-3,9%	5,3%
3	■	Αττική	2.592	2.279	2.083	1.734	13,7%	9,4%	20,1%
4	■	Κεντρική Μακεδονία	2.250	2.275	1.852	1.688	-1,1%	22,9%	9,7%
5	■	Ιόνια Νησιά	1.911	1.691	1.775	1.504	13,0%	-4,7%	18,0%
6	▲	Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	440	322	282	288	36,7%	14,0%	-2,2%
7	▼	Πελοπόννησος	417	415	307	324	0,3%	35,2%	-5,0%
8	■	Θεσσαλία	355	270	290	301	31,3%	-6,6%	-3,9%
9	■	Ήπειρος	261	222	216	218	17,8%	2,6%	-0,7%
10	■	Δυτική Ελλάδα	257	212	159	146	21,5%	33,3%	9,1%
11	■	Στερεά Ελλάδα	180	194	113	117	-7,1%	71,3%	-3,4%
12	■	Βόρειο Αιγαίο	165	164	167	131	0,7%	-1,6%	27,6%
13	■	Δυτική Μακεδονία	76	61	45	68	24,8%	34,8%	-33,7%
Σύνολο			17.680	15.653	14.202	12.749	12,9%	10,2%	11,4%

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας - Επεξεργασία: INSETE Intelligence

Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδας – Επεξεργασία INSETE Intelligence https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_07-Eiserxomenos- Tourismos_Perifereiwn_2019.pdf

Ο κλάδος των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

Ο ξενοδοχειακός κλάδος ή αλλιώς η ξενοδοχειακή βιομηχανία αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας και ειδικότερα του τομέα του τουρισμού . Περιλαμβάνει μεγάλη ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει κατακτώντας με αυτόν τον τρόπο ένα σημαντικό μερίδιο στην ελληνική οικονομία .

Η ξενοδοχία αποτελεί τμήμα της βιομηχανίας του Τουρισμού καθώς προσφέρει διαμονή, διατροφή και πολλές άλλες υπηρεσίες στους τουρίστες, όπως για παράδειγμα καθαριότητα, φροντίδα, κρατήσεις δωματίων , πληροφορίες για την διαμονή). Όμως στο είδος αυτό της βιομηχανίας ανήκουν κι άλλου είδους καταλύματα εκτός από τα ξενοδοχεία , όπως είναι τα hostel , motel και ransion. (Χυτήρης, 1991).

Η διάκριση των ξενοδοχειακών μονάδων μπορεί να πραγματοποιηθεί με διάφορους τρόπους και να ταξινομηθούν σε διάφορες κατηγορίες, τα κριτήρια κατανομής μπορεί να είναι τα εξής: 1) Το επίπεδο του συνδυασμού αγαθών – υπηρεσιών που προσφέρουν, 2) τον τύπο ιδιοκτησίας (ελληνικών ή ξένων συμφερόντων, αλυσίδα, όμιλος κλπ.) και 3) τη γεωγραφική περιοχή στην οποία λειτουργούν.

Τα είδη των ξενοδοχειακών μονάδων σύμφωνα με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) τα ξενοδοχεία διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Ξενοδοχεία τυπικά (Πολυτελείας, Α, Β, Γ, Δ, Ε).
- Ξενοδοχεία τύπου μοτέλ (Α, Β).
- Ξενοδοχεία τύπου ξενώνα (Πολυτελείας, Α, Β, Ξενώνες Νεότητας).
- Ξενοδοχεία επιπλωμένων διαμερισμάτων (Α, Β, Γ, Δ) (Χυτήρης, 1991).

Στο μεγαλύτερο μέρος του ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος βασίζεται σε μικρές μονάδες σε χαμηλές κατηγορίες. Σύμφωνα με τα δεδομένα που διαθέτει το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ) , μέχρι και το τέλος Δεκεμβρίου 2016, φαίνεται η χώρα μας να διαθέτει περίπου 9.730 ξενοδοχειακές μονάδες συνολικής δυναμικότητας 788.553 κλινών. Από αυτά μόνο το 17% ανήκει στην κατηγορία των 4 ή 5 αστέρων, ενώ μόνο 307 ξενοδοχεία έχουν πάνω από 300 κρεβάτια. Τα ξενοδοχεία είναι άνισα κατανομημένα στη χώρα, με τους πέντε κύριους προορισμούς να συγκεντρώνουν το 84% της συνολικής χωρητικότητας και περίπου το 93% του κύκλου εργασιών και των κερδών (Soklis κ.ά., 2017).

Πίνακας 5: Ξενοδοχειακό Δυναμικό Ελλάδας , 2019

		2019					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ		5*	4*	3*	2*	1*	Γενικό άθροισμα
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	Μονάδες	12	31	115	156	72	386
	Δωμάτια	1.185	2.038	3.577	3.361	1.100	11.261
	Κλίνες	2.463	4.191	7.045	6.521	2.144	22.364
ΑΤΤΙΚΗΣ	Μονάδες	38	127	157	241	112	675
	Δωμάτια	6.594	9.962	7.063	7.327	2.181	33.127
	Κλίνες	12.640	19.238	13.118	13.518	4.385	62.899
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	8	35	134	170	40	387
	Δωμάτια	939	1.839	4.677	3.937	614	12.006
	Κλίνες	1.909	3.515	9.029	7.386	1.167	23.006
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	4	44	105	97	24	274
	Δωμάτια	1.461	2.604	3.188	2.426	295	9.974
	Κλίνες	3.127	5.183	6.036	4.639	578	19.563
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	3	16	58	37	11	125
	Δωμάτια	61	373	1.439	732	233	2.838
	Κλίνες	137	807	3.157	1.582	783	6.466
ΗΠΕΙΡΟΥ	Μονάδες	14	103	165	128	23	433
	Δωμάτια	1.052	2.096	3.237	2.189	373	8.947
	Κλίνες	2.184	4.435	6.564	4.261	727	18.171
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Μονάδες	29	116	141	195	74	555
	Δωμάτια	1.487	3.582	3.983	4.350	1.351	14.753
	Κλίνες	3.038	7.187	7.865	8.352	2.751	29.193
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Μονάδες	62	157	251	437	73	980
	Δωμάτια	9.156	13.133	14.076	13.624	1.456	51.445
	Κλίνες	18.924	25.890	27.658	26.090	2.843	101.405
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Μονάδες	55	130	282	332	376	1.175
	Δωμάτια	9.307	10.332	10.079	8.638	7.865	46.221
	Κλίνες	19.497	20.710	20.367	17.047	15.415	93.036
ΚΡΗΤΗΣ	Μονάδες	128	330	392	589	180	1.619
	Δωμάτια	23.027	31.936	17.395	19.461	4.548	96.367
	Κλίνες	48.061	63.189	32.838	34.899	8.612	187.599
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Μονάδες	220	394	534	802	204	2.154
	Δωμάτια	31.949	34.893	20.532	20.941	3.197	111.512
	Κλίνες	66.412	70.705	40.151	40.130	6.283	223.681
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	Μονάδες	29	134	238	218	66	685
	Δωμάτια	2.949	4.746	6.406	4.902	850	19.853
	Κλίνες	6.287	9.403	12.733	9.311	1.650	39.384
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Μονάδες	8	47	157	249	62	523
	Δωμάτια	685	3.008	4.982	5.622	1.088	15.385
	Κλίνες	1.511	5.933	9.460	10.630	2.046	29.580
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΚΡΑΤΕΙΑΣ	Μονάδες	610	1.664	2.729	3.651	1.317	9.971
	Δωμάτια	89.852	120.542	100.634	97.510	25.151	433.689
	Κλίνες	186.190	240.386	196.021	184.366	49.384	856.347

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος.

Πηγή : [Hotels_2019.xlsx \(grhotels.gr\)](#)

Οι παράγοντες εκείνοι που καθορίζουν την οικονομική απόδοση των ξενοδοχείων είναι:

- ο προορισμός, ο οποίος επηρεάζει τις τιμές των δωματίων, τη μέση πληρότητα και το κόστος κεφαλαίου της γεωγραφικής περιοχής,
- η κατηγορία (τα αστέρια), που καθορίζει τις μέσες τιμές δωματίων και το κεφάλαιο που απαιτείται για την αρχική επένδυση,
- το μέγεθος μονάδας, που επηρεάζει το λειτουργικό κόστος και τα έσοδα που δεν προέρχονται από τα δωμάτια,
- η ποιότητα διοίκησης, που επηρεάζει τη συνολική ανταγωνιστικότητα (Επενδυτικές στρατηγικές για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, PWC).

Σύμφωνα με έρευνα που έχει πραγματοποιήσει το INSETE δείχνει ότι η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα το 2019 ανέρχεται στα € 564,0, ποσό το οποίο είναι υψηλότερο κατά +8,0% από την ΜΚΔ που καταγράφηκε το 2017 (€ 522,3). Επιπρόσθετα, το 2018 σημειώθηκε μείωση κατά -0,5% στα € 519,6 ενώ το 2019 αύξηση κατά +8,5% στα € 564,0, όπως φαίνεται και στο πιο κάτω διάγραμμα (INSETE, 2020):



Διάγραμμα 6: Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη και % μεταβολή ανά τρίμηνο , 2017-19

Επιπλέον , σύμφωνα με την ίδια έρευνα του INSETE η Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση (ΜΔΔ) εμφανίζει παρόμοια εικόνα με την ΜΚΔ, καταγράφοντας αύξηση κατά +12,4% (από € 67,7 το 2017 σε € 76,1 το 2019). Σε αντίθεση με την ΜΚΔ, η ΜΔΔ σημειώνει αύξηση τα έτη 2017-2019. Συγκεκριμένα, 2018: +1,9% στα € 69,0 και 2019: +10,3% στα € 76,1.(INSETE, 2020)



Διάγραμμα 7: Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση και % μεταβολή ανά τρίμηνο, 2017-19

Ενώ όλοι υπόλοιποι δείκτες εμφανίζουν αύξηση η Μέση Διάρκεια Παραμονής σημειώνει την περίοδο 2017-2019 πτώση κατά -3,9% (από 7,7 διανυκτερεύσεις το 2017 σε 7,4 διανυκτερεύσεις το 2019), όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα(INΣΕΤΕ, 2020):



Διάγραμμα 8: Μέση Διάρκεια Παραμονής και % μεταβολή ανα τρίμηνο, 2017-2019

Επιπτώσεις του Covid-19 στον τουρισμό

Στις 11 Μαρτίου 2020, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας ανακοίνωσε πως πλήττει την παγκόσμια κοινότητα ο ιός με την ονομασία COVID-19. Ο εν λόγω ιός εξαπλώθηκε με μεγάλη ταχύτητα προκαλώντας πανδημία. Πολλές χώρες έχουν πληγεί μέχρι στιγμής, λόγω της θνησιμότητας αλλά και λόγω των οικονομικών επιπτώσεων που έχουν φέρει τα μέτρα που έχουν παρθεί για την αντιμετώπιση του. Ο κόσμος αντιμετωπίζει μια άνευ προηγουμένου παγκόσμια υγεία, κοινωνική και οικονομική έκτακτη ανάγκη ως αποτέλεσμα της πανδημίας COVID-19.

Ο τουρισμός αποτελεί για την Ελλάδα έναν από τους σημαντικότερους τομείς της οικονομίας, καθώς επιφέρει σημαντικά έσοδα και επηρεάζει το εισόδημα πολλών ειδών επαγγελματιών. Για τον λόγο αυτό η βιομηχανία του τουρισμού είναι το πιο σημαντικό οικονομικό πλήγμα της χώρας, καθώς ο περιορισμός του έχει μειώσει το συνολικό βιοτικό επίπεδο. Τα ταξίδια και ο τουρισμός συγκαταλέγονται μεταξύ των τομέων που πλήττονται περισσότερο με μια τεράστια πτώση της διεθνούς ζήτησης εν μέσω παγκόσμιων ταξιδιωτικών περιορισμών, συμπεριλαμβανομένων πολλών συνόρων που είναι πλήρως κλειστά, για τον περιορισμό του ιού.

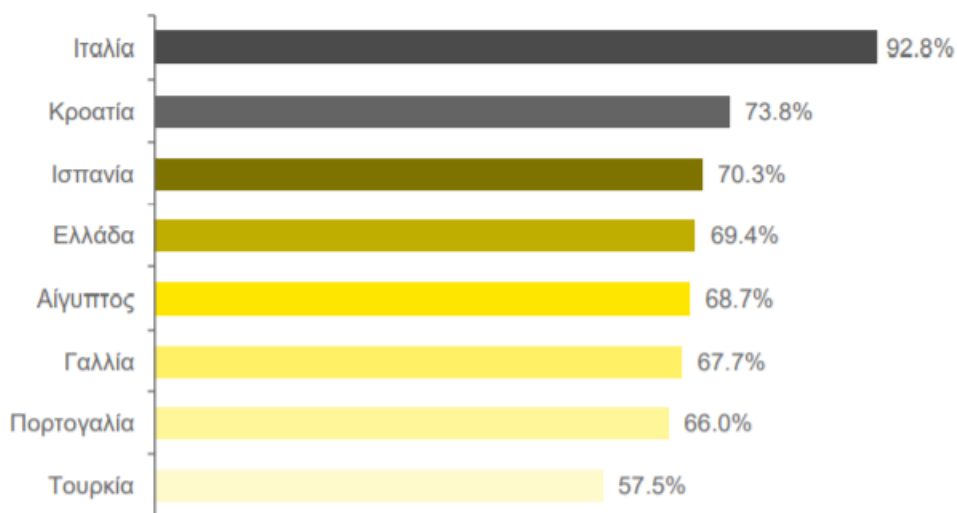
Οι περιορισμοί των ταξιδιών είχαν σοβαρές επιπτώσεις στις πτήσεις άρα και στις αεροπορικές εταιρείες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα μεγάλες ακυρώσεις κρατήσεων σε καταλύματα και ξενοδοχεία, με τραγικό αποτέλεσμα σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα αυτών. Κάθε υπο-κλάδος θα επηρεαστεί διαφορετικά - ορισμένοι (π.χ. αερομεταφορές, εστίαση, πολιτισμός, φιλοξενία) θα χρειαστεί να αντιμετωπίσουν ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα ζήτησης και για μεγαλύτερη διάρκεια, ενώ άλλοι υποκλάδοι (π.χ. καταναλωτικά αγαθά), εκτιμάται ότι αρχικά θα αντιμετωπίσουν χαμηλά επίπεδα ζήτησης, τα οποία ωστόσο αναμένεται να ανακάμψουν σύντομα.

Στην παρακάτω εικόνα απεικονίζεται η μείωση των εσόδων ανά διαθέσιμο δωμάτιο στις ξενοδοχειακές μονάδες. Συνεπώς γίνεται αντιληπτό ότι το ποσοστό αυτό για την Ελλάδα είναι στο 69,4% για την περίοδο Ιανουάριος –Μάρτιος 2020 συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Επιπλέον στην εικόνα 8 παρατηρείται ότι τα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο για την περιοχή της Αθήνας περιορίστηκαν κατά 32,5% κατά το 1ο τρίμηνο του 2020 .

Στις 20 Μαΐου 2020, ανακοινώθηκε από το Υπουργείο Τουρισμού ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης. Στο σχέδιο αυτό είχε συμπεριληφθεί και το χρονοδιάγραμμα συγκεκριμένων τομεακών

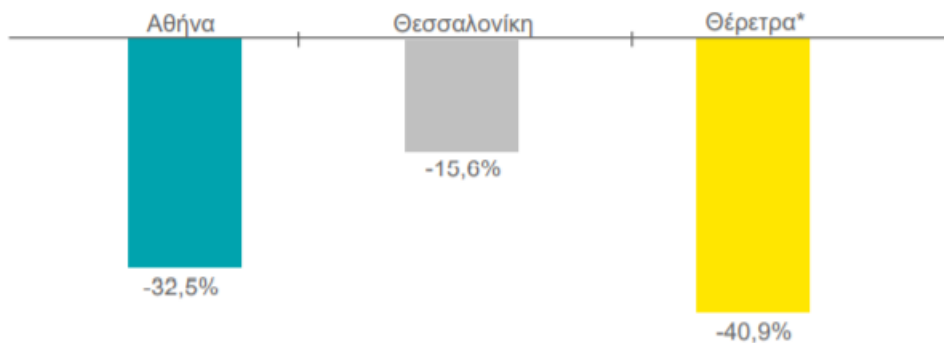
μέτρων, για την επανεκκίνηση του τουρισμού. Με βάση αυτό, τα ξενοδοχεία δωδεκάμηνης λειτουργίας ξεκινούν την λειτουργία τους την 1η Ιουνίου, ενώ τα υπόλοιπα καταλύματα στις 15 Ιουνίου, έπειτα από αρκετούς μήνες απολεσθέντων εσόδων όπου η λειτουργία τους παραμένει σε αναστολή.

Σε ότι αφορά τις πτήσεις, αρκετές είναι οι αεροπορικές εταιρείες που ζητούν κρατική ενίσχυση ώστε να παραμείνουν βιώσιμες, λόγω της απαγόρευσης των περισσότερων πτήσεων και της χαμηλής ζήτησης που αντιμετωπίζουν λόγω της πανδημίας.



Διάγραμμα 9: Μείωση των εσόδων ανά διαθέσιμο δωμάτιο σε ξενοδοχειακές μονάδες χωρών της Ευρώπης, Ιανουάριος–Μάρτιος 2020

Πηγή: STR, Ανάλυση ΕΥ



Διάγραμμα 10: Επιπτώσεις του Covid-19: μείωση του RevPAR στα ελληνικά ξενοδοχεία, 1ο τρίμηνο του 2020 σε σχέση με το 2019

Πηγή: GBR, Ανάλυση EY

Όπως είναι φυσικό η Airbnb, ως μια εταιρεία που ανήκει στον τουρισμό, συμπεριλαμβάνεται στις εταιρείες που έχουν πληγεί από τον COVID-19, τόσο στον ελλαδικό όσο και στον παγκόσμιο χώρο. Τον Μάρτιο 2020, η αξία της Airbnb ανερχόταν στα 31 δις \$, ενώ στο τέλος του Απριλίου 2020 η αξία της σημείωσε σημαντική πτώση καθώς εκτιμήθηκε στα 18 δις \$.

Σύμφωνα με ανακοίνωση της εταιρείας Airbnb, οι επενδυτικές εταιρίες Silver Lake και Sixth Street Partners αποφάσισαν να επενδύσουν κεφάλαια ύψους \$1 δις για την ανάπτυξη του πλαισίου των δραστηριοτήτων της Airbnb σε μια εποχή που οι προκλήσεις είναι μεγάλες λόγω της πανδημίας. Σύμφωνα με την εταιρία τα κεφάλαια αυτά θα χρησιμοποιηθούν κυρίως για την προσέλκυση νέων ιδιοκτητών καταλυμάτων στην πλατφόρμα, δίνοντας έμφαση και στη μακροχρόνια μίσθωση, που είναι ένα νέο είδος ενοικίασης για την εταιρεία.

Με στόχο την αντιστάθμιση των οικονομικών απωλειών από την πανδημία, η οποία αποτελεί μια πρώτη κρίση για την πλατφόρμα, προσπαθεί να από ζημιώσει τους διαχειριστές των ακινήτων με το ποσοστό των 25% των εσόδων που απώλεσαν λόγω κρατήσεων που ακυρώθηκαν. Το ποσό που διέθεσαν για την αντιστάθμιση αυτή είναι 250εκ \$, ενώ ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας ανακοίνωσε την απόλυση σχεδόν του 25% του εργατικού δυναμικού της σε όλο τον κόσμο λόγω της δυσμενούς θέσης στην οποία βρέθηκε για πρώτη φορά η εταιρεία.

Η πανδημία σε εθνικό επίπεδο επιφέρει σημαντική ύφεση που καταγράφεται στην αγορά ακινήτων. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν καταρρεύσει και οι ιδιοκτήτες των ακινήτων έχουν

ζημιωθεί ανεπανόρθωτα, με αποτέλεσμα να μετατρέπουν τα κινητά τους σε μακροχρόνια μίσθωση. Επιπλέον, οι αγοραπωλησίες έχουν σταματήσει. Μέχρι πριν από μερικούς μήνες, σε δημοφιλείς τουριστικές περιοχές όπου παρατηρείτε υψηλή προσφορά καταλυμάτων τύπου Airbnb, η περιορισμένη προσφορά σε ακίνητα για μακροχρόνια μίσθωση είχε οδηγήσει τα ενοίκια σε υψηλά επίπεδα. Ωστόσο, σήμερα η κατάσταση φαίνεται να έχει αλλάξει.

Τα διεθνή ταξίδια σταμάτησαν σχεδόν στα τέλη Μαρτίου 2020 μετά το κλείσιμο των περισσότερων διεθνών συνόρων, με τις αφίξεις να πέφτουν 97% τον Απρίλιο, 96% τον Μάιο και 91% τον Ιούνιο. Τα αποτελέσματα στη συνέχεια σημείωσαν άνοδο ελαφρώς στο -80% τον Ιούλιο και -77% τον Αύγουστο, αφού ορισμένοι προορισμοί άνοιξαν σταδιακά τα σύνορά τους κατά τη θερινή περίοδο στο Βόρειο Ημισφαίριο, ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Ωστόσο, καθώς τα περιστατικά του ιού covid-19 ανέβηκαν ξανά σε ορισμένα μέρη του κόσμου, πολλοί προορισμοί επανέφεραν ή ενίσχυσαν τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς, συμπεριλαμβανομένων των υποχρεωτικών καραντινών ή άλλων μέτρων, με αποτέλεσμα μείωση κατά 80% στις αφίξεις τον Σεπτέμβριο και 83% τον Οκτώβριο.

Στις αρχές Δεκεμβρίου, οι περισσότεροι από αυτούς τους περιορισμούς δεν είχαν αρθεί, αν και ορισμένοι προορισμοί είχαν μετατοπιστεί από την πολιτική πλήρους κλεισίματος σε στενυμένους περιορισμούς. Ωστόσο, άλλοι μεγάλοι προορισμοί και αγορές πηγών, όπως η Κίνα, παρέμειναν εντελώς κλειστοί στα διεθνή ταξίδια. Τα τελευταία στοιχεία δείχνουν ότι το έτος 2020 θα τελειώσει με συνολική μείωση 70% έως 75% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών. (UNWTO, 2020)

Κεφάλαιο 2 : Οικονομία Διαμοιρασμού- Sharing Economy

Εισαγωγή στην οικονομία διαμοιρασμού

Η Οικονομία Διαμοιρασμού ή Sharing Economy χρησιμοποιείται ευρέως την τελευταία δεκαετία και περιλαμβάνει ένα πλήθος χαρακτηριστικών που την απαρτίζουν. Το είδος αυτό της οικονομίας έχει εξελιχθεί ραγδαία με τις υπηρεσίες διαδικτύου. Συγκεκριμένα, μέσω του διαδικτύου, της συνεχής ενημέρωσης και επικοινωνίας ενθαρρύνονται τα άτομα να μοιράζονται αγαθά και υπηρεσίες με διάφορους τρόπους. Τα τελευταία χρόνια, η έννοια της οικονομίας διαμοιρασμού εμφανίστηκε στον τουρισμό, η αγορά και οι επιχειρήσεις που βασίζονται στην ιδέα της οικονομίας διαμοιρασμού εξακολουθούν να αυξάνονται με εκπληκτικό ρυθμό.

Σύμφωνα με τον ορισμό των (Botsman και Rogers, 2010a), η οικονομία διαμοιρασμού είναι ένα «οικονομικό σύστημα που βασίζεται στην κοινή χρήση υπο-χρησιμοποιούμενων αγαθών ή υπηρεσιών, δωρεάν ή έναντι αντιτίμου, άμεσα εκ μέρους ιδιωτών».

Η οικονομία διαμοιρασμού περιγράφεται ως «μια εναλλακτική λύση στην ιδιωτική ιδιοκτησία που τονίζεται τόσο στην ανταλλαγή των αγορών όσο και στην παροχή δώρων» (Belk, 2007). Με την άνοδο των ενοικιαζόμενων καταλυμάτων που ενοικιάζονται μέσω της βραχυχρόνιας μίσθωσης και τον αντίκτυπό τους στον παραδοσιακό τομέα φιλοξενίας, έχουν ξεκινήσει παγκοσμίως έρευνες για τον τύπο φιλοξενίας και την επιρροή τους στα διάφορα κοινωνικά θέματα. Συγκεκριμένα, η θεωρία του (Guttentag και Smith, 2017) αναφέρει ότι οι τουρίστες χρησιμοποιούν Airbnb όχι μόνο για οικονομικά οφέλη αλλά και για εμπειρικές αξίες. Επιπλέον, η μελέτη του Möhlmann (2015) αποκάλυψε την ικανοποίηση και την πιθανότητα επιλογής μιας εναλλακτικής επιλογής για να εξηγηθεί κατά κύριο λόγο από καθοριστικούς παράγοντες που εξηγούν την ίδια τη χρησιμότητα, την εμπιστοσύνη, την εξοικονόμηση κόστους και την εξοικείωση των χρηστών.

Ο όρος Οικονομία του διαμοιρασμού πήρε μορφή στα λεξικά και στα οικονομικά άρθρα το 2015. Το 2015 και έπειτα έχει αποδειχτεί ότι η νέα αυτή τάση της οικονομίας είναι η αρχή μιας νέας οικονομικής δραστηριότητας και δεν είναι μια εφήμερη πηγή εσόδων διότι καθορίζει με την εξέλιξη της τις αγορές. Αυτή ή νέα οικονομική δραστηριότητα στηρίζει την δομή της και την ανάπτυξη της πάνω στο ίντερνετ. Η οικονομική κρίση η οποία περιορίζει το εισόδημα των πολιτών, οι αλλαγές πάνω στην κοινωνία όπως η αστικοποίηση και ο γρήγορος τρόπος ζωής καθώς επίσης και η εξέλιξη της τεχνολογίας με την χρήση του διαδικτύου, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξή της. Η παγκόσμια οικονομία και ο τουρισμός χάρη στην οικονομία διαμοιρασμού εμφάνισαν σημαντικές αλλαγές, αλλά και βελτιώσεις.

Η ιδέα της οικονομίας διαμοιρασμού ξεκινάει με την χρήση κυρίως περιουσιακών στοιχείων που υπάρχουν ήδη ή έχουν αγοραστεί και δεν είναι σε πλήρη εκμετάλλευση από τους ιδιοκτήτες τους. Επίσης είναι γνωστή και ως συλλογική κατανάλωση. Χαρακτηρίζεται ως συλλογική κατανάλωση καθώς πρόκειται για μια συλλογική συμπεριφορά που διαμορφώνει από την αρχή τις παραδοσιακές σχέσεις της αγοράς, και επηρεάζει τα υπάρχοντα επιχειρηματικά μοντέλα που αφορούν το τρίπτυχο της παραγωγής, της διανομής και της κατανάλωσης. Είναι μία αρκετά ισχυρή δύναμη τόσο πολιτιστική αλλά και οικονομική καθώς φέρνει την επανάσταση τόσο στο «τι» καταναλώνουν οι χρήστες αλλά και στο «πως» (Botsman και Rogers, 2010b).

Πρόκειται συνεπώς για μια ιδιαίτερη αγορά καθώς θέτει τη δομή για τη μετάβαση από την καταναλωτική ανάγκη της ιδιοκτησίας στην καταναλωτική ανάγκη της χρήσης.

Το «peer-to-peer economy model» είναι το πιο γνωστό μοντέλο που περιγράφει καλύτερα αυτή την οικονομική διαδικασία. Πρόκειται για ένα μοντέλο όπου δυο άτομα αλληλοεπιδρούν για να αγοράσουν ή να πουλήσουν. Ένα σημαντικό κριτήριο της οικονομίας διαμοιρασμού είναι ότι επιτρέπει στους ιδιώτες να δημιουργούν έσοδα από περιουσιακά στοιχεία που δεν αξιοποιούνται πλήρως. Τα αχρησιμοποίητα περιουσιακά στοιχεία κυμαίνονται από μεγάλα αγαθά, όπως αυτοκίνητα και σπίτια, μέχρι προϊόντα όπως εργαλεία, παιχνίδια και ρούχα.(Zervas κ.ά., 2017)

Στο παρελθόν, οι άνθρωποι χρησιμοποιούσαν τοπικές εφημερίδες για να δημοσιοποιούν και να μοιράζονται αντικείμενα ή από στόμα σε στόμα διάδοση της πληροφορίας. Ωστόσο, με την εμφάνιση του Διαδικτύου, την ευρεία χρήση υπολογιστών και την ευκολία των πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου, οι πλατφόρμες για την εύρεση και την ανταλλαγή περιουσιακών στοιχείων άλλαξαν, κερδίζοντας ολοένα καθημερινά την εμπιστοσύνη των καταναλωτών αλλά και το ενδιαφέρον των πωλητών, για ενίσχυση της οικονομίας τους.

Επιπλέον, η μεγάλη αύξηση του διαδικτύου μέσω των κινητών τηλεφώνων δημιουργούν την εμφάνιση των διαδικτυακών πλατφορμών, οι οποίες δίνουν την δυνατότητα επικοινωνίας των ανθρώπων που ενδιαφέρονται αν αξιοποιήσουν τα περιουσιακά τους στοιχεία με αυτούς που επιθυμούν να τα χρησιμοποιήσουν. Με αυτόν τον τρόπο, επέτρεψε σε άτομα να διαφημίζουν και να πωλούν ευρέως αγαθά και υπηρεσίες που παρείχαν από επιχειρήσεις πλήρους απασχόλησης. Στην οικονομία διαμοιρασμού, ο ρόλος των καταναλωτών αναδιατυπώνεται ως διμερής, με τους καταναλωτές να ενεργούν ως αποδέκτες και προμηθευτές πόρων. Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες επιτρέπουν επίσης στους καταναλωτές να υποστηρίξουν τους παρόχους πόρων.

Βέβαια, την πρώτη εμφάνιση της οικονομίας διαμοιρασμού φαίνεται να είναι το 1995, διότι τότε δημιουργήθηκε για πρώτη φορά η γνωστή πλατφόρμα του eBay (<https://www.ebayinc.com/company/>) . Πρόκειται για μια διαδικτυακή πλατφόρμα αγορών και πωλήσεων προϊόντων, όπου οι καταναλωτές διαθέτουν και πωλούν προσωπικά τους αντικείμενα. Σκοπός της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω

διαδικτύου με στόχο την κάλυψη αναγκών χωρίς την ύπαρξη μεσαζόντων, η συναλλαγή αφορά καταναλωτή προς καταναλωτή.

Οι επιχειρήσεις πλατφόρμας εμφανίστηκαν ως μια βιώσιμη εναλλακτική λύση για την κάλυψη μιας σειράς αναγκών πελατών, όπως μεταφορά, διαμονή, γεύματα, ακόμη και επενδύσεις και προσωπικά δάνεια. Περιλαμβάνουν Airbnb, HomeAway, XiaoZhu και onefinestay που αγκαλιάζονται από ταξιδιώτες που κυμαίνονται από μαθητές και οικογένειες με γνώμονα τον προϋπολογισμό έως καταναλωτές πολυτελείας και ακόμη και επαγγελματίες ταξιδιώτες. Οι Uber (<https://www.uber.com/el-GR/newsroom/>), Lyft (<https://www.lyft.com/>), Didi (<https://www.didi.com/>), BlaBlacCar (<https://www.blablacar.com/>), Grab (<https://www.grab.com/>) και όλα είναι ταχέως αναπτυσσόμενες πλατφόρμες ανταλλαγής διαδρομών που έχουν διαταράξει συχνά τις νυσταλέες, ατημέλητες και ακριβές αγορές ταξί σε όλο τον κόσμο. Το EatWith (<https://www.eatwith.com/>) είναι πλατφόρμα που γίνιει την δυνατότητα στους τουρίστες να απολαμβάνουν φαγητά και την ευκαιρία να δοκιμάσουν νόστιμο σπιτικό φαγητό με τοπικούς οικοδεσπότες.. Άλλες υπηρεσίες πλατφόρμας δημιούργησαν εντελώς νέες αγορές, όπως το BorrowMyDoggy (<https://www.borrowmydoggy.com/>) που συνδέει τους λάτρεις των σκύλων που μοιράζονται τη φροντίδα για τους σκύλους τους. Συγκεντρώνονται στοιχεία ότι τα κοινά επιχειρηματικά μοντέλα οικονομίας και πλατφόρμας αλλάζουν σημαντικά τα οικοσυστήματα, τις αγορές και τα πρότυπα κατανάλωσης (Caldieraro κ.ά., 2018; Lamberton και Rose, 2012; Zervas κ.ά., 2017)

Ουσιαστικά οι χρήστες, μέσα από σχετικές εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί στο διαδίκτυο, πετυχαίνουν να ταιριάξουν εκατομμύρια «έχω» και εκατομμύρια «θέλω» (Eichhorst κ.ά., 2013)

Με την χρήση του διαδικτύου οι συναλλασσόμενοι καλύπτουν τις ανάγκες τους σε προϊόντα κ υπηρεσίες εύκολα, γρήγορα με την χρήση εικόνας και ανταλλαγή πληροφοριών άμεσα και κυρίως οικονομικά. Τα τελευταία χρόνια η Οικονομία Διαμοιρασμού (Sharing Economy) κάνει την εμφάνιση της σε όλο και περισσότερους τομείς και επιπλέον ένα μεγάλο πληθυσμιακό κομμάτι κάνει αποδεκτή την χρήση της, βρίσκοντας με αυτόν τον τρόπο ευκολότερα λύσεις για καθημερινά προβλήματα αλλά και μεγάλη ποικιλία επιλογών. Η οικονομική αυτή δραστηριότητα έχει επεκταθεί σε μια σειρά από κλάδους: γεωργία, χρηματοδοτήσεις, ακίνητα, εργασία και προϊόντα.

Ωστόσο, μια κεντρική ιδέα της οικονομίας διαμοιρασμού είναι ότι παρέχει στους καταναλωτές πρόσβαση σε πλεονάζουσα χωρητικότητα, όπως ένα ελεύθερο δωμάτιο στο σπίτι ενός μη επαγγελματία οικοδεσπότη. Ως εκ τούτου, ένας στενότερος ορισμός του όρου είναι απαραίτητος για να γίνει διάκριση μεταξύ της χρήσης της οικονομίας διαμοιρασμού και των υπηρεσιών των επιχειρήσεων. Οι Meelen και Frenken ορίζουν την οικονομία διαμοιρασμού ως εξής: «οι καταναλωτές που παρέχουν αμοιβαία προσωρινή πρόσβαση στα φυσικά περιουσιακά τους στοιχεία που δεν χρησιμοποιούνται πλήρως («αδράνεια»), ενδεχομένως με την ανταμοιβή χρημάτων» (Meelen και Frenken, 2015). Εφόσον επικεντρώνεται στην αξιοποίηση των περιουσιακών στοιχείων, ένας τέτοιος ορισμός περιλαμβάνει μόνο τις υπηρεσίες καταναλωτών προς τους καταναλωτές και αποκλείει τις υπηρεσίες που παρέχονται από επαγγελματίες ή επιχειρήσεις (π.χ. Zipcar). Συνεπώς η διαπραγμάτευση είναι μεταξύ ιδιωτών και όχι μεταξύ επαγγελματιών

Κάποιες από τις εταιρείες που χρησιμοποιώντας τόσο το διαδίκτυο όσο και την οικονομία διαμοιρασμού για να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους είναι οι εξής:

- Η Uber ξεκίνησε το 2009 στις ΗΠΑ, ανέπτυξε μια εφαρμογή για κινητά που επιτρέπει σε άτομα με σύγχρονα κινητά τηλέφωνα, να υποβάλουν ένα αίτημα διαδρομής, το οποίο στη συνέχεια δρομολογείται σε οδηγούς Uber που χρησιμοποιούν τα δικά τους αυτοκίνητα να μεταφέρουν πελάτες προς τον προορισμό τους. Το Uber έγινε αντικείμενο συνεχιζόμενων διαμαρτυριών και νομικών ενεργειών από τους οδηγούς ταξί, τις εταιρείες ταξί και τις κυβερνήσεις. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα με νομοθεσία το 2018 καταργήθηκε η χρήση από οδηγούς που δεν είναι επίσημοι επαγγελματίες ταξί, ωστόσο σαν εφαρμογή εξακολουθεί να υπάρχει και φέρνει σε επαφή τους υποψήφιους πελάτες με τους επαγγελματίες οδηγούς ταξί που κατέχουν την εφαρμογή.
- Το Vayable, το Toursbylocals και το Tripforeal προσφέρουν μια πλατφόρμα που επιτρέπει στους ταξιδιώτες να αναζητήσουν εμπειρίες στην πόλη προορισμού τους ενώ παράλληλα επιτρέπουν στους κατοίκους της περιοχής να κερδίζουν χρήματα ως ξεναγούς στην πατρίδα τους. Με το «Eat With a local», Sharing Meal και Cookening, οι άνθρωποι πληρώνουν για να δειπνήσουν σε ιδιωτικές κατοικίες.
- Τα Airbnb και Couchsurfing είναι τα πιο γνωστά παραδείγματα κατανομής καταλυμάτων P2P («Peer to Peer») στην αγορά διαμονής. Η Couchsurfing (<https://about.couchsurfing.com/about/about-us/>), ξεκίνησε ως μη κερδοσκοπικός

οργανισμός το 2004, από τον Αύγουστο του 2015, απαριθμούσε πάνω από 10 εκατομμύρια εγγεγραμμένα προφίλ. Η Airbnb, που ιδρύθηκε το 2008, ανέπτυξε διαδικτυακές πλατφόρμες που επιτρέπουν στα άτομα να μοιράζονται μεταξύ τους χώρους ανταλλαγής, όπως δωμάτια ή διαμερίσματα. Η PricewaterhouseCoopers (PwC) εκτιμά ότι η Airbnb έλαβε 155 εκατομμύρια επισκέψεις το 2014, σχεδόν 22% περισσότερο από το Hilton Worldwide, το οποίο είχε 127 εκατομμύρια επισκέψεις φιλοξενουμένων το 2014. Η Airbnb ανέφερε ότι 17 εκατομμύρια συνολικά υποψήφια κράτη μέλη με την Airbnb βρίσκονται σε ολόκληρο τον κόσμο από το 2015.

Βραχυχρόνια μίσθωση στην Ελλάδα

Μέσα στο πλαίσιο της αύξησης της ζήτησης για τουριστική διαμονή στην Ελλάδα, ήταν αναμενόμενο να ευνοηθεί το φαινόμενο του διαμοιρασμού και να ενισχυθεί ο αριθμός των οικοδεσποτών που θέλουν να διαθέσουν τα ακίνητά τους προς τουριστική διαμονή. Επιπροσθέτως, η οικονομική κρίση της Ελλάδας αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο συνέπεσαν χρονικά με την αύξηση αυτή της τουριστικής κίνησης γεγονός που οφείλετε στην αύξηση της ανεργίας και την ανάγκη ανεύρεσης εναλλακτικών πηγών εισόδων, ενισχύοντας περαιτέρω την οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό της Ελλάδας. Η λειτουργία των διαδικτυακών βάσεων, όπως της Airbnb και της Flipkey, ήταν το εργαλείο που χρησιμοποίησαν χιλιάδες ιδιοκτήτες ακινήτων να μισθώσουν τις εξοχικές κατοικίες τους αλλά και διαμερίσματα ή δωμάτια σε εισερχόμενους τουρίστες, δημιουργώντας μια νέα δυναμική στην τουριστική αγορά. Με τον τρόπο αυτό η οικονομία διαμοιρασμού έκανε την εμφάνιση της στον ελλαδικό χώρο.

Στην Ελλάδα η δραστηριότητα βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων αρχίζει να εμφανίζεται από το 2010, όπου η δραστηριότητα αυτή ήταν περιορισμένης εμβέλειας και δεν ήταν βέβαιη η θετική εξέλιξη της. Με εντυπωσιακούς ρυθμούς αύξησης και σε σύντομο χρονικό διάστημα άρχισε να αναπτύσσεται μέρα τη μέρα και μέχρι το 2018 περισσότερα από 126.000 καταλύματα είχαν διατεθεί για βραχυχρόνια μίσθωση διαμορφώνοντας νέες συνθήκες στην αγορά με πολλαπλές επιδράσεις.

Η οικονομία διαμοιρασμού αναπτύχθηκε και συνεχίζει να μεγεθύνεται με υψηλούς ρυθμούς εξαιτίας μιας σειράς παραμέτρων. Η πλέον πιο γνωστή υπηρεσία είναι η ανταλλαγή σπιτιών, βιβλίων και ποδηλάτων. Σε κάθε περίπτωση η οικονομία διαμοιρασμού τόσο στον τομέα του τουρισμού όσο και στους υπολοίπους κλάδους είναι μια νέα «πραγματικότητα», με μεγάλη

δυναμική διεξόδου στις νέες ηλικιακές ομάδες που θα επηρεάσει σημαντικά τη λειτουργία των αγορών όπου εμφανίζεται.

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων η Airbnb συγκαταλέγεται ως μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές στο διαδίκτυο. Αυτή η εντυπωσιακή ανάπτυξη οφείλεται στον αυξανόμενο επαγγελματισμό της πλατφόρμας, η οποία εγείρει κρίσιμα ερωτήματα σχετικά με τη συνολική οικονομική της επίπτωση στις πόλεις και τους κατοίκους της περιοχής.

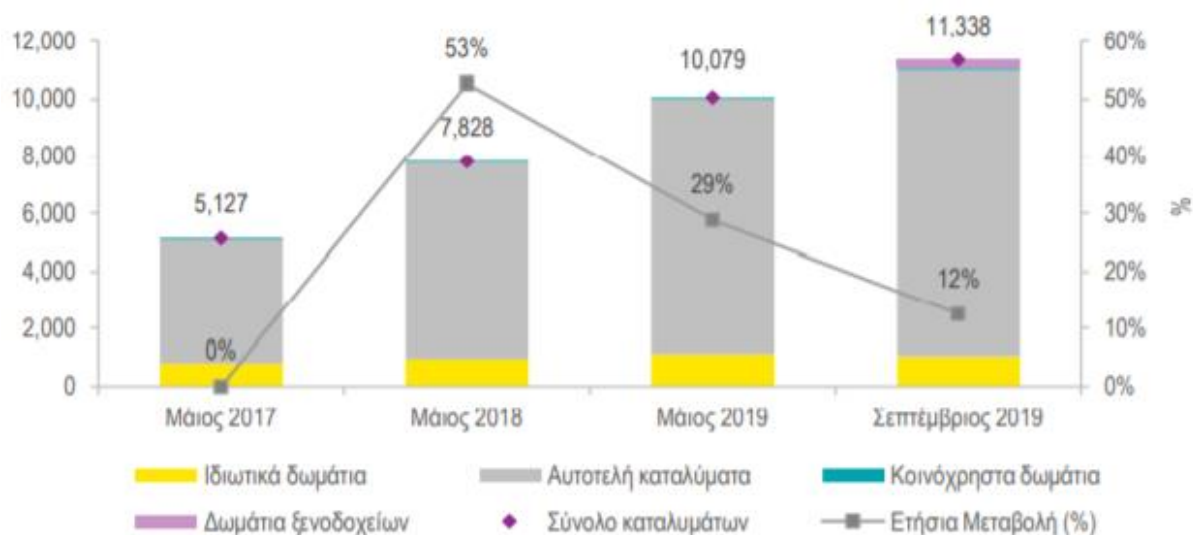
Ο κύριος σκοπός της εργασίας είναι να εξετάσει τα χαρακτηριστικά των δικτύων Airbnb στο πλαίσιο των οικονομικών τους επιπτώσεων. Με βάση την παραδοχή ότι η ομοτίμησή τους και η επαγγελματική φιλοξενία Airbnb επηρεάζουν με διαφορετικούς τρόπους τις αστικές κοινότητες, ερευνούμε την επαγγελματική εκμάθηση της Airbnb. Το επίκεντρο της μελέτης είναι οι επιπτώσεις των δικτύων Airbnb στους κατοίκους της περιοχής και στον ξενοδοχειακό κλάδο.

Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι ότι ένα μεγάλο μέρος ή το σύνολο αυτής της οικονομίας διαμοιρασμού δεν ρυθμίζεται ούτε ελέγχεται από κρατικούς και θεσμικούς φορείς, δεν εντάσσεται σε κάποιο νομοθετικό πλαίσιο και δεν επιβλέπεται από κάποιον μηχανισμό, παραβιάζοντας ουσιαστικά την υφιστάμενη νομοθεσία. Δημιουργούνται ζητήματα υποκατάστασης μεταξύ των καταλυμάτων των ξενοδοχείων και εκείνων που προσφέρονται από την πλατφόρμα της οικονομίας διαμοιρασμού. Όπως είναι φυσικό η οικονομία διαμοιρασμού μειώνει τα έσοδα των ξενοδοχειακών καταλυμάτων αλλά επίσης και σε επίπεδο δημόσιων εσόδων καθώς οι δραστηριότητες αυτές μέχρι ενός βαθμού δεν φορολογούνται. Πέραν αυτών των βασικών στοιχείων, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη και το φορολογικό καθεστώς προκειμένου να εκτιμηθεί η επίδραση στα έσοδα του δημοσίου.

Από τη στιγμή που τα καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού δεν εντάσσονται σε κάποιο θεσμικό πλαίσιο και λειτουργούν ως ένα βαθμό σαν υποκατάστατα στα ξενοδοχεία, υπάρχει απώλεια στα δημόσια έσοδα που θα απέρρευε από όλες τις φορολογικές υποχρεώσεις που θα κατέβαλαν τα τυπικά ξενοδοχειακά καταλύματα σε επίπεδο ΦΠΑ, δημοτικών τελών, τελών διαμονής. Επιπροσθέτως, δεδομένης της αρνητικής αυτής επίδρασης στα έσοδα των ξενοδοχείων και από τη στιγμή που αυξημένα έσοδα οδηγούν σε πρόσθετη απασχόληση, υπάρχει αντίκτυπος και στον αριθμό των εργαζομένων που θα απασχολούσε ο ξενοδοχειακός κλάδος αν δεν υπήρχε η οικονομία διαμοιρασμού. Στην περίπτωση αυτή χρειάζεται να ληφθούν υπόψη οι απώλειες που υπάρχουν και σε επίπεδο ασφαλιστικών εισφορών

Το φαινόμενο αυτό κάνει λόγο σε πολλές περιοχές της Ελλάδας. Πρωταγωνιστικό ρόλο έχουν οι περιφέρειες Αττικής, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης καθώς διαθέτουν το 60 % των συνολικών καταλυμάτων που διατίθενται για βραχυχρόνια μίσθωση. Εξετάζοντας τις εξελίξεις στη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων στην Περιφέρεια Αττικής, η οποία εμφανίζει τον μεγαλύτερο αριθμό καταλυμάτων, ο κεντρικός τομέας Αθηνών φαίνεται να συγκεντρώνει το 53,3% των αντίστοιχων καταλυμάτων στα τέλη της εξεταζόμενης περιόδου, από τα οποία το 93% συγκεντρώνεται στον Δήμο Αθηναίων.

Το 2018, η δαπάνη ανά επίσκεψη ανά Περιφέρεια μειώθηκε ως αποτέλεσμα της μείωσης της διάρκειας παραμονής, παρόλο που η δαπάνη ανά διανυκτέρευση αυξήθηκε. Παράλληλα, 12 από τις 13 Περιφέρειες παρουσίασαν αύξηση στον αριθμό των επισκέψεων, 9 από τις 13 κατέγραψαν αύξηση διανυκτερεύσεων με αποτέλεσμα την αύξηση των εισπράξεων σε σχέση με το 2017. Συγκεκριμένα, η δαπάνη ανά ταξίδι μη κατοίκων στην Ελλάδα κατά χώρα προέλευσης



Διάγραμμα 11: Αθήνα: Εξέλιξη του αριθμού καταλυμάτων Airbnb στο Δήμο Αθηναίων.

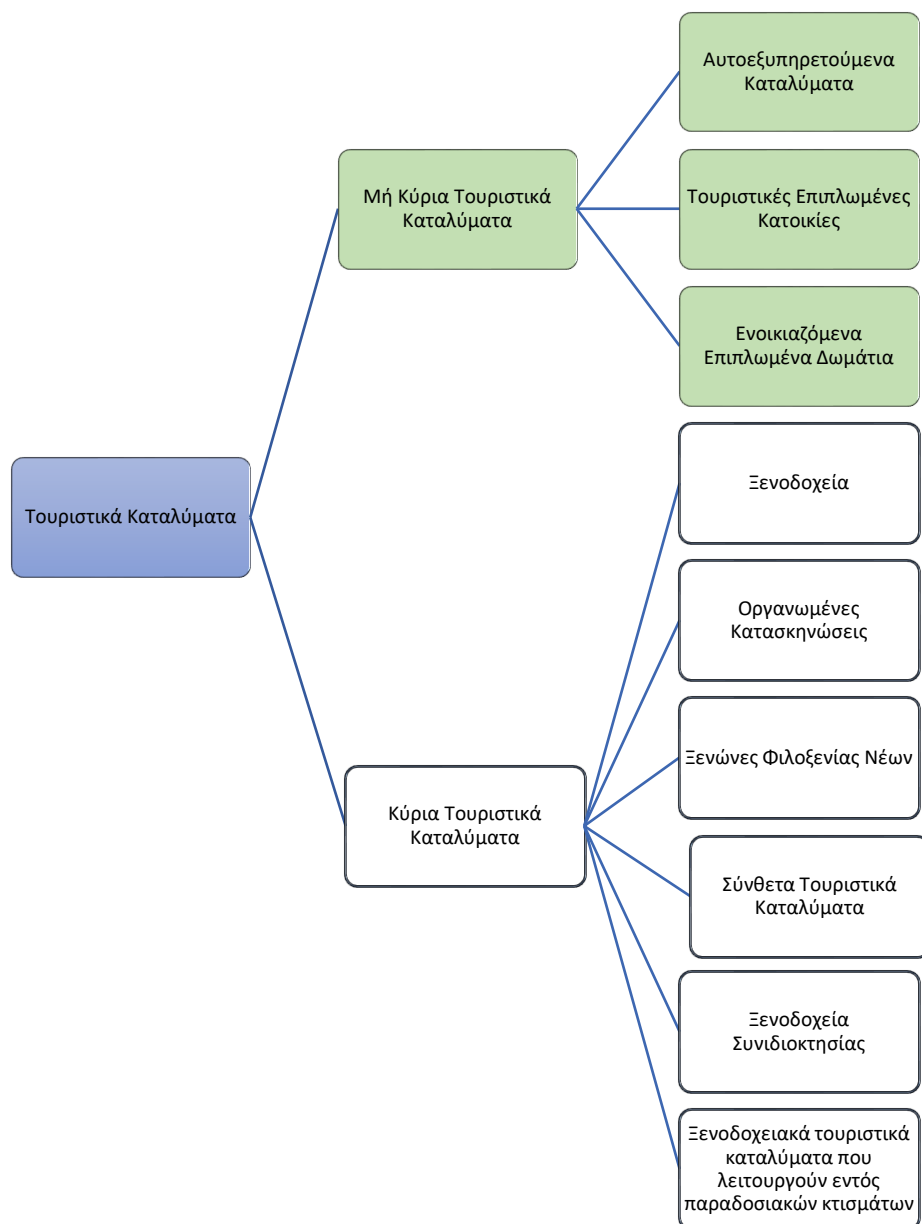
Πηγή: Αποτελέσματα έρευνας Ernst & Young Hellas, Μάιος 2020

Νομικό πλαίσιο λειτουργίας καταλυμάτων στην Ελλάδα

Στο σημείο αυτό θα ήταν χρήσιμο να αναλύσουμε το νομικό πλαίσιο λειτουργίας καταλυμάτων στην Ελλάδα.

Τα τελευταία χρόνια η ελληνική Πολιτεία έχει αναλάβει νομοθετικές πρωτοβουλίες, με γνώμονα τόσο την «χαλάρωση» των περιορισμών για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

όσο και την απλοποίηση των όρων για ένταξη στις διατάξεις περί των μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων. Συγκεκριμένα, βάσει του Νόμου 4276, ΦΕΚ Α 155/30.07.2014 και σύμφωνα με το άρθρο 1, τα τουριστικά καταλύματα διακρίνονται σε κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα και σε μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα.¹ Τα κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα διακρίνονται σε :



Διάγραμμα 12: Διάκριση τουριστικών καταλυμάτων

Πηγή: Νόμος 4276, ΦΕΚ Α 155/30.07.2014

Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

- **Ξενοδοχεία:** είναι οι εγκαταστάσεις της διαμονής, οι οποίες έχουν χώρους για την διανυκτέρευση, όπως είναι δωμάτιο, διαμέρισμα ενός, δύο ή περισσότερων χώρων. Επιπλέον οι εγκαταστάσεις αυτές διαθέτουν χώρο υποδοχής, ακόμη και χώρο για το πρωινό των πελατών, εστιατόριο ή κάποιου είδους μπαρ ή λόμπι.
- **Οργανωμένες τουριστικές κατασκηνώσεις:** Αποτελούν υπαίθρια ξενοδοχειακά καταλύματα, στα οποία υπάρχει η δυνατότητα διαμονής και αναψυχής των τουριστών. Το είδος των τουριστών αυτών διαθέτει διάφορα κατασκηνωτικά μέσα και μεταφορικά μέσα, όπως τροχόσπιτα ή σκηνή, οχήματα με σκηνή στην οροφή, ρυμουλκούμενο τροχόσπιτο κλπ, φυσικά τα μέσα αυτά μπορεί να μην είναι στην κατοχή των τουριστών αλλά να ενοικιάζονται από αυτούς.
- **Ξενώνες φιλοξενίας νέων:** Ξενώνες φιλοξενίας νέων είναι κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα τα οποία βρίσκουν οι τουρίστες εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και οικισμών.
- **Σύνθετα τουριστικά καταλύματα:** Σύνθετα τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνουν εκτός από αυτά που προσφέρουν τα ξενοδοχεία επιπλέον υπηρεσίες και εγκαταστάσεις όπως συνεδριακά κέντρα, θεραπευτικά πάρκα, γήπεδα, κέντρο ιαματικής θεραπείας, κέντρα ευεξίας και αναζωογόνησης, κέντρα αισθητικής κλπ.
- **Ξενοδοχεία συνιδιοκτησίας (condo hotels):** Είναι ξενοδοχειακά καταλύματα κατηγορίας 3 ή 4 ή 5 αστέρων εντός εγκεκριμένων σχεδίων πόλεων και εντός ορίων οικισμών προ του 1923 ή κάτω των 2.000 κατοίκων, επί των οποίων, με τη μορφή δωματίων ή διαμερισμάτων επιτρέπεται η σύσταση οριζοντίων και καθέτων ιδιοκτησιών και η σύσταση ή μεταβίβαση ενοχικών και εμπραγμάτων δικαιωμάτων σε τρίτους. Η μακροχρόνια μίσθωση συνομολογείται για χρονικό διάστημα τουλάχιστον δέκα ετών.
- Ξενοδοχειακά τουριστικά καταλύματα που λειτουργούν εντός παραδοσιακών κτισμάτων.

Μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα:

- **Αυτοεξυπηρετούμενα καταλύματα - τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις (βίλες):** Αφορούν τις μονοκατοικίες άνω των 80τ.μ., όπου παρουσιάζουν αυτοτέλεια οικοπέδου και κτίσματος. Δομούνται με όρους δόμησης κατοικίας.
- **Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια - διαμερίσματα:** Αφορά την διαμονή στις εγκαταστάσεις εκείνες που έχουν χώρους διανυκτέρευσης σε δωμάτια ή και σε διαμερίσματα ενός ή δύο ή περισσότερων χώρων με λουτρό. Το Ειδικό Σήμα

Λειτουργίας που χρειάζεται μια επιχείρηση να λειτουργήσει είναι η άδεια ίδρυσης και λειτουργίας τουριστικού καταλύματος, η οποία επέχει θέση άδειας ίδρυσης και λειτουργίας καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος και κολυμβητικών δεξαμενών που λειτουργούν εντός του ίδιου τουριστικού καταλύματος. Υπεύθυνοι για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων τουρισμού είναι οι Περιφερειακές Ενώτητες Τουρισμού ή ανάλογα με τις επιμέρους απαιτήσεις άλλοι εμπλεκόμενοι φορείς (π.χ. Ειδική Υπηρεσία Προώθησης και Αδειοδότησης Τουριστικών Επενδύσεων).

Όσον αφορά την Ελλάδα, στην 1 η Φεβρουαρίου 2017 η νομοθεσία για την βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων αλλάξει, σύμφωνα με το Νόμο 4446/2016. Ο πρόσφατος Νόμος 4472/2017 επέφερε τροποποιήσεις στο νομικό πλαίσιο που ισχύει για τη μίσθωση στο πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού, καθώς υπήρχαν δυσχέρειες εφαρμογής της φορολογικής νομοθεσίας για τις πλατφόρμες τύπου Airbnb.

Φορολογία

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. Σύμφωνα με το άρθρο 40, τα εισόδημα από ακίνητη περιουσία φορολογείται σύμφωνα με την ακόλουθη κλίμακα:

Πίνακας 6: Συντελεστής εισοδήματος από ακίνητη περιουσία

Εισόδημα Από Ακίνητη Περιουσία σε Ευρώ	Συντελεστής %
0 – 12.000 ευρώ	15%
12.0001 – 35.000 ευρώ	35%
35.001 ευρώ και άνω	45%

Πηγή: Άρθρο 40, Ν.4172/2013

Σε περίπτωση που παρέχονται οποιοσδήποτε άλλες υπηρεσίες, το εισόδημα αυτό αποτελεί εισόδημα 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.

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.

Πλατφόρμες Διαδικτυακών μισθώσεων

Υπάρχουν ποικίλες πλατφόρμες διαδικτυακής βάσης, οι οποίες συσχετίζονται με την βραχυχρόνια μίσθωση, οι οποίες αναλύονται παρακάτω. Το 2004 έκανε την εμφάνιση της για πρώτη φορά η εταιρεία couchsurfing, τη την ίδια να συνδέσει και να φέρει σε επαφή διάφορους επισκέπτες μιας χώρας, με εθελοντές οικοδεσπότες και εναλλακτικές διαμονές στους συμμετέχοντες. Στην συνέχεια, εμφανίστηκε η εξίσου μεγάλη διαδικτυακή βάση η Homeaway. Η

Homeaway ήταν προγενέστερη της Airbnb (ιδρύθηκε το 2005 στο Όστιν Τέξας), παρ' όλα αυτά έχει αρκετά λιγότερες καταχωρήσεις (1 εκ.) συγκριτικά με της Airbnb και ας έχει επεκταθεί σε 190 χώρες παγκοσμίως. Επιπρόσθετα η Flipkey και Housetrip είναι αρκετά γνωστές πλατφόρμες. Συγκεκριμένα η Flipkey ιδρύθηκε το 2008, ανήκει στην πολύ γνωστή εταιρεία ταξιδιών, Trip Advisor και έχει την έδρα της στη Βοστώνη (ΗΠΑ). Διαθέτει πάνω από 300.000 καταχωρήσεις σε 179 χώρες σε όλο τον κόσμο. Τέλος, η εταιρεία HouseTrip ιδρύθηκε το 2009, έχει την έδρα της στη Λοζάνη (Ελβετία) και διαθέτει περισσότερες από 300.000 καταχωρήσεις για ακίνητα, εξυπηρετώντας πάνω από 4.000.000 διανυκτερεύσεις

CouchSurfing

Το Couchsurfing είναι μια υπηρεσία που συνδέει τα μέλη με μια παγκόσμια κοινότητα ταξιδιωτών. Οι χρήστες χρησιμοποιούν το Couchsurfing για να βρουν ένα μέρος για να μείνουν ή να μοιραστούν το σπίτι και την πατρίδα τους με τους ταξιδιώτες. Το CouchSurfing αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο δίκτυο υπηρεσιών φιλοξενίας, με 1,4 εκατομμύρια μέλη περίπου σε 231 χώρες και αυτόνομες περιοχές. Σύμφωνα με το Alexa Internet είναι σήμερα η πιο συχνά επισκεπτόμενη υπηρεσία φιλοξενίας στο Διαδίκτυο, με κατά μέσο όρο περισσότερες από 30 εκατομμύρια ημερήσιες επισκέψεις τον Ιούλιο του 2008.

Από τον Μάρτιο του 2020, τα μέλη στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες πρέπει είτε να πληρώσουν μια χρέωση περίπου US \$ 2 / μήνα είτε 15 US \$ / έτος για να χρησιμοποιήσουν την πλατφόρμα. Τα μέλη μπορούν επίσης να πληρώσουν μια εφάπαξ χρέωση 60 \$ για να επαληθεύσουν το όνομα και την ταυτότητά τους, προσθέτοντας ένα επίπεδο ασφάλειας.

HomeAway

Το HomeAway είναι ένας παγκόσμιος ηγέτης στον κλάδο των ενοικιαζόμενων διακοπών, είναι ο τύπος για να κλείσετε παραλιακά σπίτια, καμπίνες και condos με περισσότερα από δύο εκατομμύρια μέρη για να μείνετε σε 190 χώρες. Η τοποθεσία καθιστά εύκολο να βρείτε και να κάνετε κράτηση για την ιδανική ενοικίαση διακοπών για οποιαδήποτε απόδραση, συχνά για λιγότερο από το κόστος των παραδοσιακών καταλυμάτων ξενοδοχείου. Το HomeAway ανήκει στην οικογένεια μάρκων της Expedia Group.

To HomeAway.com (<https://www.homeaway.com.au/>) είναι η ναυαρχίδα της οικογένειας HomeAway, η οποία επίσης εκμεταλλεύεται τη VRBO.com και VacationRentals.com στις Ηνωμένες Πολιτείες και άλλες μάρκες σε όλο τον κόσμο.

To HomeAway επίσης λειτουργεί το BedandBreakfast.com, ο πιο ολοκληρωμένος παγκόσμιος ιστότοπος για την εύρεση ακινήτων κρεβατιού-πρωινού, παρέχοντας στους ταξιδιώτες μια άλλη πηγή για μοναδικές εναλλακτικές στέγασης σε ξενοδοχεία αλυσίδας. Ιδρύθηκε το 2004 ως CEH Holdings. Η εταιρεία απέκτησε αρκετούς ιστότοπους και τις συνένωσε σε μια ενιαία αγορά διακοπών, ξεκινώντας το HomeAway.com τον Ιούνιο του 2006.

Η HomeAway μετακόμισε στη νέα παγκόσμια έδρα της στο Ώστιν, Τέξας, στις 2 Οκτωβρίου 2009. Ήταν το πρώτο έργο μικτής χρήσης και η δεύτερη εταιρεία στο Ώστιν για να επιτύχει πιστοποίηση LEED Gold για Εμπορική Εσωτερική Σχεδίαση.

Το 2009, το περιοδικό Us Weekly ανακοίνωσε ότι το HomeAway θα συνένωσε τους ηθοποιούς Chevy Chase και Beverly D'Angelo σε μια νέα ταινία μικρού μήκους και διαφήμισης με βάση την ταινία National Lampoon's Vacation. Η διαφήμιση HomeAway αποτέλεσε την πρώτη εθνική διαφημιστική καμπάνια της εταιρείας. Το ντεμπούτο κατά τη διάρκεια της τηλεοπτικής εκπομπής CBS του Super Bowl XLIV στις 7 Φεβρουαρίου 2010.

Το HomeAway αύξησε συνολικά 405 εκατομμύρια δολάρια σε κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών, τα οποία χρηματοδοτήθηκαν από εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων Austin Ventures, Institutional Venture Partners, Redpoint Ventures, Τεχνολογίες Crossover Ventures και Trident Capital. Το χρηματιστήριο IPO της Homeaway έκλεισε στις 40,21 δολ. Ανά μετοχή της Nasdaq, αυξημένο κατά 49% από την τιμή της IPO της τάξης των 27 δολαρίων.

FlipKey

Το FlipKey είναι μια ηλεκτρονική αγορά ενοικίασης διακοπών. Είναι μια θυγατρική του TripAdvisor. Το 2016 η εταιρεία απαριθμεί περισσότερα από 300.000 ακίνητα σε 179 χώρες. Η έδρα της βρίσκεται στη Βοστώνη, Μασαχουσέτη, Ηνωμένες Πολιτείες.

Αν και οι ιδιοκτήτες μίσθωσης επαληθεύονται από το προσωπικό της εταιρείας πριν προστεθούν στον ιστότοπο του FlipKey, ο ιστότοπος εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις αναθεωρήσεις ταξιδιών των ενοικιαζόμενων ακινήτων. Το FlipKey δημοσιεύει επίσης αξιολογήσεις για ταξιδιωτικά στοιχεία όπως τα blogs για τα τρόφιμα και στις Ηνωμένες Πολιτείες

παρέχει αξιολογήσεις για εθνικές ιστορικές τοποθεσίες .Αναφερόμενος στις καταγγελίες ότι το FlipKey δεν θα εξασφάλιζε λειτουργικές παροχές στους χώρους ενοικίασής του, το 2016 Better Business Bureau έδωσε στην εταιρεία F rating.

Το FlipKey ιδρύθηκε το 2007 ως δικτυακός τόπος ανταλλαγής κατοικιών και ενοικιαζόμενων ενοικίων. Η εταιρεία αποκτήθηκε από τον ταξιδιωτικό ιστότοπο, το TripAdvisor, το 2008. Εκείνο το έτος το FlipKey συμπεριλήφθηκε στον κατάλογο ταξιδιωτικών και ταξιδιωτικών ιστοσελίδων του Travel and Leisure.

Αρχικά, η Flipkey πώλησε συνδρομές σε ιδιοκτήτες σπιτιού, που λειτουργούσαν από γραφεία στην οδό Lincoln στη Βοστώνη. Μετά το 2013, η FlipKey άλλαξε το μοντέλο πωλήσεών της, παρέχοντας στους ιδιοκτήτες ακινήτων τη δυνατότητα να πληρώνουν ένα ποσοστό προμήθειας για κάθε μισθωμένο ακίνητο. Το 2014, η FlipKey μετακόμισε τα γραφεία της στην Causeway Street στη Βοστώνη, η οποία αναμένεται επίσης να στεγάσει μια άλλη θυγατρική της Tripadvisor, Smarter Travel. Εκείνο το έτος η Flipkey δημιούργησε μια εικονική περιήγηση στη Βοστώνη για την ιστοσελίδα της, για να προωθήσει τα ακίνητά της εκεί.

Το 2015, η FlipKey ενημέρωσε την τεχνολογική της πλατφόρμα, με αποτέλεσμα να γίνουν καταγγελίες από κάποιους μεγάλους διαχειριστές περιουσιών ότι ήταν υπερφορτωμένες. Το 2017, η πόλη Coral Gables της Φλόριντας, εναγόταν FlipKey, υποστηρίζοντας ότι η εταιρεία αγνόησε τα καταστατικά της πόλης που απαγορεύουν την εμπορική δραστηριότητα σε κατοικημένες περιοχές.

HouseTrip

Η HouseTrip είναι μια διαδικτυακή πλατφόρμα ενοικίασης κατοικιών, βίλες και διαμερίσματα διακοπών. Η εταιρεία, με έδρα στη Λοζάνη, έχει επίσης γραφεία στο Λονδίνο και της Λισαβόνας, και κατατάσσεται ανάμεσα στις 100 πιο δημοφιλή νέες επιχειρήσεις από το περιοδικό Wired, και ως μια από τις κορυφαίες ταξιδιωτικές ιστοσελίδες από το «The Times» . Επιπλέον, το 2012, το HouseTrip ψηφίστηκε ως η καλύτερη startup από την Ελβετία κυριαρχώντας στην κατάταξη των «Καλύτερων 100» που καθόρισε το Ινστιτούτο Junior Achievement .

Τον Σεπτέμβριο του 2013, η πλατφόρμα HouseTrip κατέγραψε περισσότερα από 250.000 ιδιότητες. Μέχρι το 2017, η εταιρεία σχεδιάζει να αναφέρει ένα εκατομμύριο μονάδες, διαθέσιμο προς ενοίκιαση 4. Οι ιδιότητες που αναφέρονται στον ιστότοπο ταξινομούνται σε διάφορες κατηγορίες για να διευκολύνουν την αναζήτηση των ενοικιαστών. Αυτός είναι ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν ένα ολόκληρο κατάλυμα ή μια homestay σε μια κύρια κατοικία. Μπορούν επίσης να επιλέξουν εναλλακτικά καταλύματα όπως διαμονή σε βάρκα ή κάστρο.

Στις 27 Απριλίου 2016 Housetrrip ανακοινώνει την εξαγορά της από την ιστοσελίδα του TripAdvisor, η οποία παραθέτει απόψεις των πελατών και διευθύνσεις στο κέντρο της τουριστικής

Η οικονομία των πλατφόρμων

Ο τουρισμός αποτελεί βασική αγορά για την επέκταση των συνεργατικών επιχειρηματικών μοντέλων κατανάλωσης λόγω της φύσης των υπηρεσιών του. Οι καταναλωτές ταξιδιών είναι όλο και περισσότερο πειραματικοί και πρόθυμοι να δοκιμάσουν τον τύπο νέων και μοναδικών εμπειριών του τουρισμού που μπορεί να προσφέρει η οικονομία διαμοιρασμού. Αυτή η αυξανόμενη επιθυμία για αυθεντικές και συναρπαστικές εμπειρίες έχει ως αποτέλεσμα τον κατακερματισμό των τουριστικών αγορών και την εμφάνιση νέων εξειδικευμένων αγορών, διευκολυνόμενων από τεχνολογικές πλατφόρμες.

Ο αντίκτυπος της οικονομίας διαμοιρασμού και το επίπεδο διείσδυσης των διαφόρων πλατφορμών στην παροχή υπηρεσιών τουρισμού ποικίλλει ανάλογα με τις χώρες και τους υποτομείς. Η αγορά είναι πιο ανεπτυγμένη σε χώρες της Βόρειας Αμερικής και της Δυτικής Ευρώπης, όπου οι πλατφόρμες οικονομικής απόδοσης λειτουργούν επί σειρά ετών, αλλά αναπτύσσονται ταχέως σε όλο τον κόσμο, κυρίως στην Ασία και την περιοχή του Ειρηνικού. Οι Ηνωμένες Πολιτείες βρίσκονται στην πρώτη γραμμή αυτών των εξελίξεων, με την εμφάνιση και την ανάπτυξη σημαντικών ποσοστών εκκίνησης της οικονομίας. Η τουριστική οικονομία είναι μικρότερη σε άλλες χώρες, αλλά υπάρχει ευρεία αναγνώριση των ισχυρών δυνατοτήτων για περαιτέρω ανάπτυξη και την ανάγκη καλύτερης κατανόησης των επιπτώσεων στον τουρισμό

Η ισχυρή ανάπτυξη κερδοσκοπικών πλατφορμών στον τουρισμό προκαλεί προβλήματα με τη μορφή νομικών και ρυθμιστικών προκλήσεων και έρχεται σε σύγκρουση με τις καθιερωμένες (τουριστικές) επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η Airbnb έχει αγωνιστεί στο δικαστήριο και μέσω της

τοπικής νομοθεσίας στη Νέα Υόρκη (Dickerson, 2015). Επειδή η Uber δεν υποχρεούται να διεκπεραιώσει όλες τις αιτήσεις, όπως και άλλες εταιρείες ταξί, ένα γερμανικό δικαστήριο απαγόρευσε τις υπηρεσίες της Uber στη Γερμανία (Malhotra και Van Alstyne, 2014). Στην πραγματικότητα, η Uber εισέρχεται στην αγορά ταξί με μεγάλη εξουσιοδότηση, παρακάμπτοντας αυτόν τον ισχύοντα κανονισμό (Gobble, 2015). Αυτό προκαλεί αντιπαραθέσεις, επειδή οι νέες επιχειρήσεις αυτού του είδους, λειτουργούν εκτός των υφιστάμενων κανονιστικών πλαισίων και χωρίς κυβερνητική άδεια (Gobble, 2015). Σε ορισμένες περιπτώσεις αυτό προκαλεί μεγάλες διαμαρτυρίες από τους κατοίκους τουριστικών προορισμών κατά των νέων δραστηριοτήτων, όπως στην περίπτωση της Airbnb στη Barceloneta της Βαρκελώνης, επειδή η Airbnb χρησιμοποιήθηκε από τους επενδυτές για την κατασκευή και την παροχή μεγάλου όγκου μη ρυθμιζόμενων καταλυμάτων που προκαλούν παρενόχληση κατοίκων από θορυβώδεις, μεθυσμένους και γυμνούς τουρίστες (UK) (Sinkeviciute, 2014).

Οι πλατφόρμες αυτές δεν είναι μοναδικές για τον κλάδο των καταλυμάτων. Οι ψηφιακές αγορές, στις οποίες οι αγοραστές και οι πωλητές αγαθών και υπηρεσιών μπορούν να συναντήσουν και να καταγράψουν τις συναλλαγές τους, έχουν καταστεί διαδεδομένη θέση οικονομικής ανταλλαγής σε διάφορες βιομηχανίες.

Γενικά, μπορούμε να πούμε ότι οι ψηφιακές πλατφόρμες έχουν γίνει ένα πραγματικό και βιώσιμο εναλλακτικό επιχειρηματικό μοντέλο στην ολοκληρωμένη επιχείρηση και αντιπροσωπεύουν επίσης ένα εργαλείο συντονισμού των οικονομικών δραστηριοτήτων, οι οποίες διακρίνονται σημαντικά από τις πιο τυπικές δομές της αγοράς. Στον ορισμό του Andrei και Wright, μια πλατφόρμα επιτρέπει άμεσες αλληλεπιδράσεις μεταξύ δύο ή περισσότερων διαφορετικών πλευρών χρηστών (αγοραστών και πωλητών), ενώ κάθε πλευρά συνδέεται με την πλατφόρμα (Andrei και Wright, 2011). Η υπάρχουσα βιβλιογραφία για τα οικονομικά της πλατφόρμας απεικόνισε τον ιδιοκτήτη της πλατφόρμας ως το κέντρο ενός οικοσυστήματος και έχει τον βασικό ρόλο της διαμεσολάβησης των χρηστών του εφοδιασμού και της ζήτησης, (Van Alstyne and Parker, 2005, Rochet και Tirole, 2006). Οι χρήστες και από τις δύο πλευρές επιλέγουν να αλληλοεπιδρούν μέσω της πλατφόρμας όταν είναι πιο αποτελεσματική από την άμεση συναλλαγή (Eisenmann κ.ά., 2006).

Για να υποστηρίξουν τη βιωσιμότητα της πλατφόρμας, οι ιδιοκτήτες πλατφόρμας διαδραματίζουν διάφορους ρόλους ή λειτουργίες: τοπική συσσώρευση ζήτησης και προσφοράς,

τη διαμεσολάβηση και την ολοκλήρωση των αγορών με δύο όψεις, τη δημιουργία θετικών δικτύων μέσω της συσσώρευσης των τιμών και την προσφορά αυξημένης ποικιλίας προϊόντων ή υπηρεσιών, διευκόλυνση της ανταλλαγής πληροφοριών και μηχανισμοί δημιουργίας εμπιστοσύνης (η εμπιστοσύνη αφορά τον βαθμό στον οποίο οι διαπραγματεύσεις είναι δίκαιες και δεσμεύσεις (Anderson και Narus, 1990) και τη διαχείριση των συμβάσεων και τη διαχείριση των πληρωμών.

Συνολικά, ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας λειτουργεί ως ρυθμιστής (Farrell και Katz, 2000) παρέχοντας την απαιτούμενη εμπιστοσύνη στο οικοσύστημα της πλατφόρμας και προσπαθώντας να κλειδώσει τους χρήστες (Shapiro κ.ά., 1998) αυξάνοντας το κόστος μεταγωγής. Αυτό μπορεί να συνεπάγεται την παροχή συμπληρωματικών και προστιθέμενης αξίας υπηρεσιών ή προϊόντων, καθώς και τη χρήση διαφορετικών δομών τιμολόγησης. Με άλλα λόγια, η αξία της πλατφόρμας αυξάνεται όταν αυξάνεται ο αριθμός των χρηστών. Αυτό είναι πολύ σημαντικό για τη μελέτη μας: καθώς ο συνολικός όγκος των ανταλλαγών που συμβαίνουν σε μια πλατφόρμα αυξάνεται, έτσι και η ικανότητα και η βιωσιμότητα της πλατφόρμας. Αυτή η αυτοδύναμη δυναμική έχει συχνά εκθετική φύση και μπορεί να οδηγήσει σε μια "νικητή παίρνει όλη ή την περισσότερη" αγορά, όπου ο νικητής κυριαρχεί στην αγορά, ακόμη και στο βαθμό που δημιουργεί ένα διαρκές μονοπώλιο.

Για τον ιδιοκτήτη της πλατφόρμας είναι επομένως εξαιρετικά σημαντικό να επιτευχθεί ένα ελάχιστο βιώσιμο μέγεθος (αριθμός χρηστών και όγκος συναλλαγών) και να προσδιοριστεί η πλευρά που ωφελεί περισσότερο από την παρουσία της άλλης πλευράς (Hagiu and Alvarez, 2014) προκειμένου να έχει τη δυνατότητα ενσωμάτωσής της. Η κατανόηση και αξιοποίηση τόσο των ιδίων πλευρών (είτε των αγοραστών είτε των πωλητών) και των διασυννοριακών δικτύων μπορεί να τονώσει την υιοθέτηση της πλατφόρμας, επειδή η αγορά της πλατφόρμας υπόκειται σε θετικές επιπτώσεις στο δίκτυο (Katz and Shapiro, 1986). Από την άλλη πλευρά, προσθέτοντας περισσότερους χρήστες στην πλατφόρμα, οι ιδιοκτήτες μπορούν να επιτύχουν υψηλότερης κλίμακας και διαφοροποιημένες πηγές εσόδων, αλλά με αυτόν τον τρόπο αυξάνουν την πολυπλοκότητα των πλατφόρμων, θέτοντας προκλήσεις για την οικονομική βιωσιμότητα και την καινοτομία (Constantiou et al., 2016).

Στοιχεία σχετικά με τη μεταβαλλόμενη όψη τουριστικού καταλύματος στην οικονομία διαμοιρασμού. Τα στοιχεία που είναι διαθέσιμα για να ποσοτικοποιηθεί η κλίμακα του ταχέως εξελισσόμενου και σχετικά νέου φαινομένου που είναι γνωστό ως η οικονομία κοινής χρήσης.

Τα διαθέσιμα δεδομένα αποτελούνται κατά κύριο λόγο από εκτιμήσεις που βασίζονται σε καταχωρίσεις και πληροφορίες από τις κύριες πλατφόρμες οικονομίας διαμοιρασμού.

Για παράδειγμα, η επαγγελματική ένωση που εκπροσωπεί την ευρωπαϊκή βιομηχανία φιλοξενίας, το HOTREC (2014), εκτιμά ότι η οικονομία κατανομής των καταλυμάτων είναι περισσότερο από το διπλάσιο του μεγέθους του παραδοσιακού τομέα τουρισμού στην Ευρώπη, βάσει των καταλόγων στις κύριες πλατφόρμες. Η ταχεία ανάπτυξη και το μέγεθος των καταλόγων σχετικά με τις πλατφόρμες ανταλλαγής οικονομικών, σε σχέση με τις διαθέσιμες θέσεις σε παραδοσιακά καταλύματα, παρέχει ορισμένες ενδείξεις για τη σημασία αυτών των εξελίξεων. Οι πληροφορίες σχετικά με τις διανυκτερεύσεις μπορούν να δώσουν μια ακριβέστερη εικόνα της διείσδυσης, καθώς πολλά από αυτά τα κρεβάτια είναι μόνο στην αγορά για ένα μέρος του έτους και μπορεί να παρατίθενται σε πολλές πλατφόρμες. Η ανταλλαγή οικονομικών συναλλαγών και ανταλλαγών δεν συλλαμβάνεται επί του παρόντος από υπάρχοντα συστήματα για τη συλλογή και ταξινόμηση των στατιστικών τουρισμού. Στην Κολομβία διεξάγονται επί του παρόντος εργασίες για τη μέτρηση του αντίκτυπου της οικονομίας κοινής χρήσης στον τουρισμό μέσω του δορυφορικού λογαριασμού τουρισμού. Η συλλογή περισσότερων δεδομένων σχετικά με την ανταλλαγή υπηρεσιών στον τουρισμό είναι απαραίτητη προκειμένου να κατανοηθεί καλύτερα ο αντίκτυπος και να ενημερωθούν οι πολιτικές απαντήσεις. Ελλείπει αξιόπιστων στοιχείων, ορισμένες μελέτες σχετικά με την οικονομία που μοιράζεται τον τουρισμό συμβάλλουν στη δημιουργία μιας βάσης τεκμηρίωσης, μεταξύ των οποίων:

Σε μια μελέτη για τον ποσοτικό προσδιορισμό της παροχής ιδιωτικής στέγης στη Γαλλία, το Υπουργείο Οικονομίας, Βιομηχανίας και Ψηφιακών Υποθέσεων (Ministry for Economy, Industry and Digital Affairs (2015)) εκτιμά ότι από μια συνολική προσφορά 8,8 εκατομμυρίων κλινών, 3,8 εκατομμύρια μοιράζονται τις προσφορές καταλυμάτων. Τα ενοίκια αντιπροσωπεύουν 183 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις, κρεβάτι-πρωινό σχεδόν 8 εκατομμύρια, ανταλλαγή κατοικίας σχεδόν 2,5 εκατομμύρια και καναπέ-surfing περίπου 2 εκατομμύρια.

Σύμφωνα με μελέτη του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου (OECD, 2016), το HomeAway διαθέτει περισσότερα από 6 500 ακίνητα σε τουριστικές περιοχές της Ελλάδας, από τα οποία το 53% ήταν στην Κρήτη και στις νησιωτικές ομάδες των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων τον Οκτώβριο του 2014. Αυτό συγκρίνεται με 9.677 ξενοδοχεία με 401.332 δωμάτια που προσφέρουν 773.445 κρεβάτια, το 46% των οποίων βρίσκεται σε αυτές τις περιοχές τουρισμού.

Μια μελέτη του Exceltur (2015), η οποία αντιπροσωπεύει τις τουριστικές επιχειρήσεις στην Ισπανία, υπογραμμίζει την εκθετική αύξηση του όγκου και της συγκέντρωσης των ενοικιάσεων από ομότιμους τα τελευταία χρόνια (OECD, 2016). Η ανάλυση δείχνει αύξηση του αριθμού των διεθνών τουριστών που διαμένουν σε νοικιασμένα σπίτια κατά την περίοδο 2010-14, με αύξηση κατά 59,7%, με τα 2,7 εκατομμύρια κλίνες σε ενοικιαζόμενα σπίτια να ξεπερνούν τα 2,4 εκατομμύρια ρυθμιζόμενα κρεβάτια, κυρίως σε βασικές τουριστικές ζώνες όπως η Βαρκελώνη και η Μάλαγα. Τα δύο τρίτα (65%) αυτής της προσφοράς συγκεντρώνεται σε 3 πλατφόρμες - Airbnb, HomeAway και Niumba. Το Exceltur εκτιμά ότι η συνολική συνεισφορά της οικονομίας και της απασχόλησης από αυτή τη δραστηριότητα είναι σημαντικά χαμηλότερη σε σύγκριση με τον επίσημο τομέα - το εκτιμώμενο οικονομικό όφελος είναι 84,8% χαμηλότερο, με 9,8 θέσεις εργασίας ανά 100 κρεβάτια σε καταλύματα τουριστικής ενοικίασης σε σύγκριση με 53,3 θέσεις εργασίας σε ρυθμιζόμενες επιχειρήσεις.

Η έρευνα από το Πανεπιστήμιο Bocconi και Assolombarda-Confindustria (2015) στο Μιλάνο μέχρι το Εξρο 2015 προσδιόρισε περίπου 8 500 καταχωρίσεις μέσω των πιο δημοφιλών σε απευθείας σύνδεση πλατφορμών, σε μια πόλη με 455 ξενοδοχεία και 398 επίσημες προσφορές εκτός ξενοδοχειακών καταλυμάτων (OECD, 2016). Η ανάλυση των καταχωρίσεων της Airbnb (μέγεθος δείγματος 505 ή το 60% του συνόλου) διαπίστωσε ότι η πλειοψηφία (84%) ήταν ιδιωτική μίσθωση ολόκληρης ιδιοκτησίας, ενώ το 40% των φιλοξενουμένων μίσθωσε περισσότερα από ένα ακίνητα στην Airbnb, ενώ το 20% ακίνητα προς ενοικίαση σε άλλους προορισμούς.

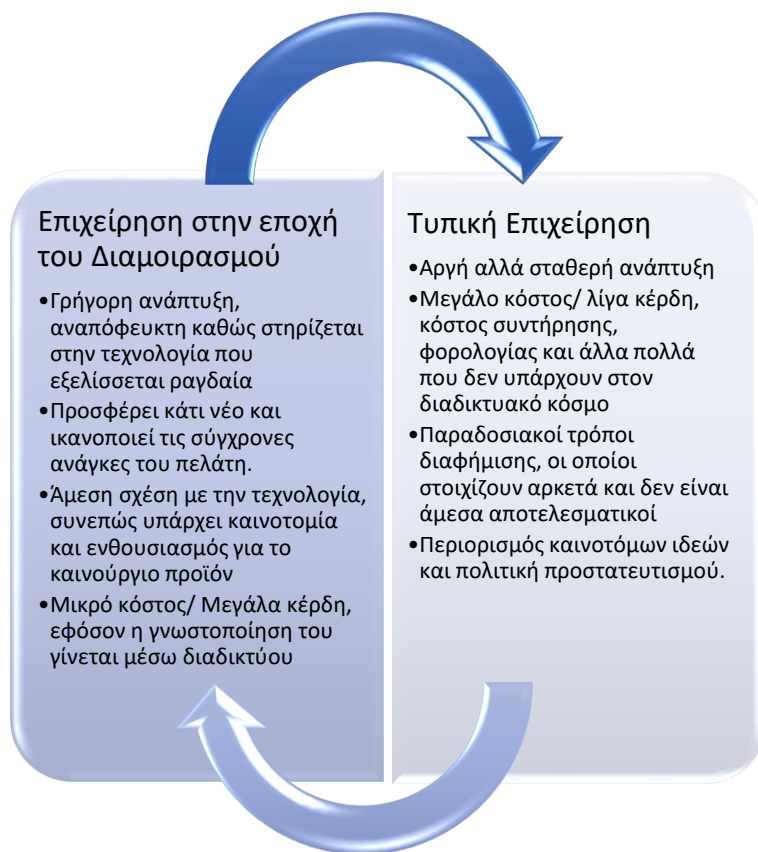
Οικονομία Διαμοιρασμού και Ξενοδοχεία

Όπως έχει αναφερθεί το πρώτο βασικό ζητούμενο που προκύπτει είναι αν η οικονομία διαμοιρασμού λειτουργεί υποκατάστατα και άρα ανταγωνιστικά έναντι των τυπικών ξενοδοχειακών καταλυμάτων ή συμπληρωματικά και άρα προσθετικά στο τουριστικό προϊόν. Αν και δεν υπάρχει κάποιο επίσημο καταγεγραμμένο στοιχείο που να αποτυπώνει το βαθμό υποκατάστασης ή συμπληρωματικότητας της οικονομίας διαμοιρασμού, έχουν γίνει ειδικές έρευνες προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο η παρουσία καταλυμάτων μέσω οικονομίας διαμοιρασμού περιόρισε την κίνηση επισκεπτών προς τα τυπικά ξενοδοχειακά καταλύματα (Ernst & Young, 2020).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερευνών, φαίνεται ότι το 30% περίπου των ταξιδιωτών που προτιμούν καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού δεν θα πραγματοποιούσε το ταξίδι αν δεν

υπήρχε αυτή η εναλλακτική, ενώ το υπόλοιπο μέρος θα πραγματοποιούσε ούτως ή άλλως το ταξίδι του, απλά μετακινήθηκε από την επιλογή του ξενοδοχείου σε αυτή της οικονομίας διαμοιρασμού. Άρα η οικονομία διαμοιρασμού λειτουργεί συμπληρωματικά σε βαθμό 30% και υποκατάστατα σε βαθμό 70%. Διευκρινίζεται ότι το 30% αφορά μόνο τους επισκέπτες μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού (και όχι το σύνολο των επισκεπτών σε τουριστικά καταλύματα).

Ένα βασικό μέγεθος τώρα που λήφθηκε υπόψη στους υπολογισμούς και των δύο μεθόδων ήταν η μέση δαπάνη ανά διανυκτέρευση κάθε τουρίστα. Η δαπάνη αυτή χρειάζεται να διαχωριστεί μεταξύ δαπάνης για διαμονή και δαπάνης για λοιπές υπηρεσίες (διατροφή, τοπικές μεταφορές, ξεναγήσεις, επισκέψεις σε μουσεία, κλπ). Το συνολικό μέγεθος της μέσης δαπάνης ανά διανυκτέρευση καταγράφεται μέσα από τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Επομένως προκειμένου να γίνει ο διαχωρισμός μεταξύ διαμονής και λοιπών υπηρεσιών, χρειάζεται να προσεγγιστεί, μέσα από αντιπροσωπευτική δειγματοληπτική έρευνα, η μέση τιμή ανά κλίνη στα καταλύματα της οικονομίας διαμοιρασμού. Τα μεγέθη αυτά θα χρησιμοποιηθούν στους σχετικούς υπολογισμούς της άμεσης και της έμμεσης μεθόδου προκειμένου να εκτιμηθούν οι απώλειες που υφίστανται σε επίπεδο ξενοδοχειακού κλάδου και δημοσίων εσόδων.



Πίνακας 7: Διαφορές μεταξύ μιας τυπικής επιχείρησης και μια επιχείρησης στην εποχή του διαμοιρασμού

Πληρότητα καταλυμάτων Airbnb και ξενοδοχειακών μονάδων

Για το διάστημα Ιούλιος 2018 - Σεπτέμβριος 2019, παρατηρείται ότι τόσο τα καταλύματα Airbnb υψηλής δραστηριότητας όσο και ο ξενοδοχειακός κλάδος παρουσιάζουν την ίδια τάση στον τουριστικό κλάδο του νομού Αττικής και ειδικότερα του Δήμου Αθηναίων. Συγκεκριμένα, είναι φανερό ότι η εποχικότητα είναι μεγάλη και η πληρότητα φαίνεται να είναι στα ύψη από τον Μάιο έως τον Αύγουστο, ενώ τους υπόλοιπους μήνες του έτους κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα. Για το έτος 2019, παρατηρούμε ότι κατά τη θερινή περίοδο η πληρότητα σε καταλύματα Airbnb υψηλής δραστηριότητας βρίσκεται στο 59% τον Απρίλιο και αυξάνεται έως 67% τον Ιούνιο, ενώ το Σεπτέμβριο υποχωρεί στο 64%.,

Οι ξενοδοχειακές μονάδες που αντλούνται τα στοιχεία της έρευνας, αφορούν την πληρότητα ξενοδοχείων 3*-5*, όπου βρίσκονται στην Αττική, εξαιρουμένου των νησιών του Αργοσαρωνικού και του Δήμου Πειραιά. Επιπλέον ο Κεντρικός Τομέας του Δήμου Αθηναίων κατέχει πάνω από το 50% του συνόλου των ξενοδοχειακών μονάδων, επαρκή αριθμό για να γίνει κατάλληλη η σύγκριση του Airbnb με τα ξενοδοχεία σε επίπεδο λειτουργικών επιδόσεων



Διάγραμμα 13: Ποσοστά πληρότητας καταλύματα Airbnb υψηλής δραστηριότητας και ξενοδοχειακές μονάδες την περίοδο Ιούλιο 2018-Σεπτέμβριο 2019

Πηγή: insideairbnb, Ένωση Ξενοδοχείων Αθήνας Αττικής & Αργοσαρωνικού, INSETE, Ανάλυση EY

Όπως φαίνεται από την εικόνα, η πληρότητα στα ξενοδοχεία ακολουθεί περίπου την ίδια τάση με αυτή στα καταλύματα τύπου Airbnb αλλά κυμαίνεται συστηματικά σε υψηλότερα επίπεδα. Όπως είναι φυσικό τους θερινούς μήνες η πληρότητα βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα, λόγω της εποχικότητας που χαρακτηρίζει τον ελληνικό τουρισμό. Συνεπώς η εποχικότητα και η πληρότητα συνάδουν. Όπως φαίνεται και στο σχήμα το Μάρτιο 2019 η πληρότητα των ξενοδοχείων είναι 74% και τον Ιούνιο με Σεπτέμβριο φτάνει 93% και 95%. Η υψηλότερη πληρότητα για το 2019 στον ξενοδοχειακό κλάδο παρατηρείται το Σεπτέμβριο.

Επιπλέον, χρήζει αναφοράς το γεγονός ότι για την εξεταζόμενη περίοδο η πληρότητα στα καταλύματα Airbnb κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα το 2019 σε σχέση με το 2018. Τον Ιούλιο 2018 βρισκόταν στο 67% έναντι του 60% τον Ιούλιο 2019, τον Αύγουστο 2018 στο 62% έναντι του 56% τον Αύγουστο 2019 και το Σεπτέμβριο 2019 στο 69% από 64%. Την ίδια στιγμή παρατηρούμε ότι η προσφορά σε καταλύματα Airbnb για το ίδιο διάστημα καταγράφει αύξηση το 2019 σε σχέση με το 2018, που ενδεχομένως υποδηλώνει ότι η αυξημένη προσφορά ίσως έχει οδηγήσει την πληρότητα σε χαμηλότερα επίπεδα το 2019. Την ίδια περίοδο, η πληρότητα στον ξενοδοχειακό κλάδο δεν παρουσιάζει ιδιαίτερη μεταβολή.

Κεφάλαιο 3 : Η πλατφόρμα Airbnb

Σε αυτή την διπλωματική εργασία επιλέχτηκε η πλατφόρμα του Airbnb καθώς είναι ευρέως διαδεδομένη, με πάρα πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα που όλοι και περισσότεροι ταξιδιώτες την επιλέγουν. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται οι πιθανές επιπτώσεις του Airbnb τόσο στους κατοίκους όσο και στα ξενοδοχεία στην Ελλάδα, αλλά και σε τέσσερις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης.

Πολιτική της οικονομίας του διαμοιρασμού - Airbnb

Η Airbnb, που είναι πάροχος διαμερισμάτων ταξιδιού και πρωτοπόρος στην «οικονομία διαμοιρασμού», έχει εξυπηρετήσει εκατομμύρια πελάτες από την έναρξή της το 2008, χωρίς να διαθέτει ούτε ένα δωμάτιο. Η AirBnB.com είναι μία ιστοσελίδα βραχυχρόνιας ενοικίασης καταλυμάτων και ακινήτων και η οποία ιδρύθηκε από τους Joe Gebbia, Brian Chesky και Nathan Blecharczyk στην Καλιφόρνια τον Αύγουστο του 2008. Παρόλο που η αποτίμηση της Airbnb παραμένει δυσμενή λόγω της ιδιωτικής ιδιοκτησίας της, η αποτίμηση της αξίας της κατά το έτος 2014, που υπερβαίνει τα 10 δισεκατομμύρια δολάρια, υπερέβη εκείνη των καθιερωμένων παγκόσμιων ξενοδοχειακών αλυσίδων, όπως η Hyatt (Dickey, 2014). Μέχρι τα μέσα του 2017, η αποτίμηση της Airbnb ανερχόταν σε 31 δισεκατομμύρια δολάρια (Thomas, 2017), με σχέδια για αρχική δημόσια εγγραφή (IPO), στην οποία η αποτίμηση της εταιρείας μπορούσε να φτάσει τα 50 δισεκατομμύρια δολάρια (Klein et al., 2017). Αυτό σημαίνει ότι αξίζει περισσότερο από τη μεγαλύτερη ξενοδοχειακή αλυσίδα του κόσμου, το Marriott International.

Η βασική δύναμη της Airbnb φαίνεται να είναι η ικανότητά της να συνδυάζει πρακτικά χαρακτηριστικά, όπως τα οφέλη στο σπίτι και η καινοτομία με μια «αυθεντική» ταξιδιωτική εμπειρία σε σύγκριση με ένα παραδοσιακό ξενοδοχείο (Guttentag και Smith, 2017). Στην πλατφόρμα Airbnb, έχει την δυνατότητα να εγγραφεί και να δημιουργήσει προφίλ οποιοσδήποτε διαθέτει σπίτι, εξοχικό, η ακόμα και ελεύθερο δωμάτιο μέσα σε μια κατοικία. Κατά τη διάρκεια της δημιουργία του προφίλ, ο οικοδεσπότης καταχωρεί φωτογραφίες από το κατάλυμα του. Στην συνέχεια ο ταξιδιώτης, βλέπει το προφίλ και μπορεί να στείλει μήνυμα στον οικοδεσπότη για να ζητήσει διευκρινήσεις για το διαμέρισμα και στη συνέχεια να γίνει η κράτηση.

Η διαδικασία της πληρωμής γίνεται ηλεκτρονικά και μόνο μέσω της πλατφόρμας του Airbnb έτσι ώστε η εταιρεία να παρακρατεί το ποσό που της αντιστοιχεί για τα έξοδα της διαχείρισης. Με

αυτή την διαδικασία δίνεται η ευκαιρία στους ταξιδιώτες να γνωρίσουν την πόλη που επισκέπτονται από την μεριά ενός ντόπιου, νιώθοντας ασφάλεια για την διαμονή τους.

Η Airbnb έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους ενοικιαστές. Με την χρήση της κριτικής που διαθέτει η πλατφόρμα, δίνεται η δυνατότητα τόσο στους οικοδεσπότες όσο και στους ενοικιαστές να δημοσιεύουν την γνώμη τους για την συνεργασία τους. Επιπλέον δίνεται η δυνατότητα στους οικοδεσπότες να απαντήσουν στην κριτική των ενοικιαστών. Έτσι, οι οικοδεσπότες επιβραβεύονται αναλόγως με την καλή κριτική που λαμβάνουν και την σωστή συμπεριφορά τους καθώς επίσης και επιβαρύνονται χρηματικά εάν δεν ανταποκριθούν σωστά στις υποχρεώσεις τους.

Η διάχυτη εμπορία της Airbnb επεκτείνει την πιθανή εμβέλεια του τομέα πολύ πιο πέρα από αυτή των παραδοσιακών ενοικιαζόμενων κατοικιών και επιτρέπει αρκετές νέες μορφές στέγασης. Πρώτον, τα άτομα μπορούν να νοικιάσουν ένα επιπλέον κρεβάτι σε ένα καθιστικό ή ένα δωμάτιο μέσα στο δικό τους σπίτι ή διαμέρισμα, που παραμένουν παρόντες κατά τη διάρκεια της επίσκεψης. Δεύτερον, οι άνθρωποι μπορούν να παραθέσουν τα σπίτια τους προς ενοικίαση ενώ είναι μακριά. Τρίτον, οι ιδιοκτήτες εξοχικών σπιτιών μπορούν να κάνουν την περιουσία τους διαθέσιμη για άλλους όταν δεν χρησιμοποιούνται. Τέλος, οι επενδυτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν την Airbnb για την αγορά κατοικιών που προορίζονται αποκλειστικά για μικρής διάρκειας τουριστικά καταλύματα.

Οι ρυθμιστικοί έλεγχοι που διέπουν τα διαμερίσματα που είναι καταχωρημένα στην πλατφόρμα του Airbnb είναι ελάχιστοι. Η επιχείρηση με σκοπό να ενισχύσει την εμπιστοσύνη των φιλοξενούμενων αλλά και των οικοδεσποτών έχει δημιουργήσει ένα σύστημα αξιολόγησης. Οι συμμετέχοντες και από τις δύο μεριές αξιολογούν τις συμπεριφορές και έτσι ενισχύεται η εμπιστοσύνη και η φήμη της επιχείρησης. Οι επισκέπτες χρησιμοποιούν αξιολογήσεις με τη χρήση αστεριών για να αξιολογήσουν τα χαρακτηριστικά της διαμονής τους, π.χ. καθαριότητα, τοποθεσία και επικοινωνία, ενώ τόσο οι φιλοξενούμενοι όσο και οι οικοδεσπότες ενθαρρύνονται να δημοσιεύουν σχόλια για κάθε διαμονή στην πλατφόρμα.

Μεγάλο μέρος των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν στη μελέτη μας συλλέγονται απευθείας από την ιστοσελίδα του Airbnb. Η Airbnb περιγράφει τον εαυτό της ως μια «έμπιστη κοινοτική αγορά για τους ανθρώπους να απαριθμούν, να ανακαλύπτουν και να κάνουν κράτηση για

μοναδικά καταλύματα σε όλο τον κόσμο» και αποτελεί παράδειγμα μιας αγοράς peer-to-peer στην οικονομία κοινής χρήσης.

Οι επιπτώσεις της πλατφόρμας Airbnb σε Ελλάδα και Ευρώπη

Οι οικονομικές επιπτώσεις της Airbnb είναι αμφισβητούμενες. Η Airbnb, η οποία έχει επενδύσει σημαντικούς πόρους σε μελέτες που ανατέθηκαν από την ίδια και σε επαγγελματικούς εκπροσώπους ομάδων συμφερόντων, επιμένει ότι η διαδικτυακή στέγαση διευρύνει την τουριστική αγορά και ότι δεν ανταγωνίζεται άμεσα τα ξενοδοχεία. Η ίδια η εταιρεία Airbnb υποστηρίζει με έρευνες ότι οι επισκέπτες που κατοικούν στο σπίτι είναι πιθανό να παραμείνουν περισσότερο, να δαπανούν περισσότερα χρήματα συνολικά και να εισάγουν νέα εισοδήματα στις τοπικές γειτονιές.

Ας δούμε πιο αναλυτικά με παραδείγματα το πως έχει εξελιχθεί η διαδικασία του τουρισμού. Ένας ταξιδιώτης επιδιώκει να κάνει κράτηση για δύο άτομα για διαμονή το Σαββατοκύριακο (δύο νύχτες), αντίστοιχα, στο Παρίσι, το Βερολίνο, τη Βαρκελώνη και τη Βαρσοβία. Η παραδοσιακή ξενοδοχειακή βιομηχανία εκπροσωπείται από ξενοδοχεία και ξενώνες που απαριθμούν τα διαθέσιμα δωμάτια σε Booking.com, όπου προσφέρονται ποικίλα δωμάτια σε ποικίλες τιμές στις διάφορες γειτονιές. Τα διάφορα χαρακτηριστικά των προσφορών που συμμετέχουν στην έρευνα συλλέχθηκαν χρησιμοποιώντας μια μηχανή αναζήτησης από πολλές σελίδες ξενοδοχείων και καταλυμάτων.

Οι τέσσερις αυτές πόλεις αντιπροσωπεύουν διάφορους τύπους αγορών Airbnb: το Παρίσι και η Βαρκελώνη είναι χαρακτηριστικές για πόλεις με τεράστιες τουριστικές βιομηχανίες, το Βερολίνο είναι ένας δημοφιλής προορισμός με αυστηρούς κανόνες για βραχυπρόθεσμα ενοίκια και η Βαρσοβία είναι πρωτεύουσα χωρίς συγκεκριμένους κανονισμούς στην κατανομή κατοικίας. Η ανάλυση αυτών των τεσσάρων πόλεων μπορεί να μας δώσει μια σχετικά ισορροπημένη εικόνα των χαρακτηριστικών και των πιθανών επιπτώσεων της Airbnb στην ΕΕ.

Ενώ η Airbnb δεν είναι η μοναδική πλατφόρμα που επιτρέπει υπηρεσίες ενοικίασης από ομότιμους χρήστες είναι μακράν το πιο χρησιμοποιούμενο από ταξιδιώτες και οικοδεσπότες. Έτσι, τα αποτελέσματα της ανάλυσης μπορούν να γενικευθούν σε ολόκληρη την αγορά κατανομής κατοικιών.

Όμως, ανεξάρτητες μελέτες, ωστόσο, υποδηλώνουν ότι η χρήση της πλατφόρμας της Airbnb θα έχουν αρνητικές επιπτώσεις στα έσοδα των τοπικών ξενοδοχείων, ιδίως εκείνων που βρίσκονται στο κατώτερο άκρο της αγοράς, βλάπτοντας τους τοπικούς παρόχους εστίασης αλλά και τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων αυτών. Η εκτίμηση της επίδρασης της Airbnb στον ξενοδοχειακό κλάδο στην πιο ολοκληρωμένη μελέτη μέχρι σήμερα, συγκρίνει τις καταχωρήσεις της Airbnb στο Τέξας με τα τριμηνιαία έσοδα των ξενοδοχείων του Τέξας, διαπιστώνοντας ότι η αύξηση κατά 1% των καταχωρίσεων της Airbnb συνδέεται με μείωση του εισοδήματος των ξενοδοχείων κατά 0,05%. Τα ξενοδοχεία που βρίσκονται στο χαμηλότερο σημείο της αγοράς, ιδίως οι χώροι χωρίς χώρος συνεδρίων, ήταν τα πιο επηρεασμένα.

Οι αρνητικές οικονομικές επιπτώσεις της Airbnb στις εδραιωμένες τοπικές επιχειρήσεις και στους υπαλλήλους τους, ωστόσο, αντισταθμίζονται από την ευέλικτη επέκταση της τουριστικής ικανότητας κατά τις περιόδους αιχμής, όπως κατά τη διάρκεια διασκέψεων ή όπως ισχυρίζεται η εταιρεία, με τη διάθεση των τουριστικών δαπανών σε νέες περιοχές.

Ωστόσο, οι εμπειρικές ενδείξεις οικονομικών οφελών σε μη τουριστικές περιοχές παραμένουν περιορισμένες. Υπάρχουν εκτενείς αναφορές των μέσων μαζικής ενημέρωσης σχετικά με τις συγκρούσεις μεταξύ των κατοίκων της περιοχής και των επισκεπτών της Airbnb και πώς οι πόλεις αρχίζουν να ανταποκρίνονται. Θόρυβος, γυμνότητα, κακή γλώσσα: Οι φιλοξενούμενοι Airbnb θα πρέπει να επιβληθούν πρόστιμα, λέει η έκθεση.

Η HOTREC (2016) υποστηρίζει πως δημιουργείται αθέμιτος ανταγωνισμός ανάμεσα στα μέλη της οικονομίας διαμοιρασμού. Επισημαίνει επίσης ότι δημιουργεί κινδύνους για την προστασία και ασφάλεια των καταναλωτών. Για τον λόγο αυτό η HOTREC παρότρυνε τις δημόσιες αρχές της Ευρώπης να δώσουν μεγαλύτερη βαρύτητα στα νέα αυτά επιχειρηματικά μοντέλα.

Τον Νοέμβριο του 2015 η HOTREC δημοσίευσε μια προτεινόμενη πολιτική για την οικονομία διαμοιρασμού ώστε να είναι βιώσιμη για την Ευρωπαϊκή Ένωση (OECD, 2016). Ζήτησε λοιπόν συνεργασία από την ΠΟΤ και θέτοντας μια σειρά από δράσεις και συστάσεις ώστε της τουριστικής πολιτικής να μπορέσουν να ακολουθήσουν για την βελτίωση του ανταγωνισμού της οικονομίας διαμοιρασμού.

Στον καταστατικό της χάρτη αναγράφονται συγκεκριμένα τα πιο κάτω:

- Ενσωμάτωση των ιδιωτικών καταλυμάτων που ενοικιάζονται βραχυπρόθεσμα στην νομοθεσία για τα τουριστικά καταλύματα.
- Καθιέρωση διαδικασιών για τις καταχωρήσεις και τις άδειες αυτών.
- Μέτρα για την ενσωμάτωση των βραχυπρόθεσμων ιδιωτικών ενοικιάσεων κατοικιών στον τομέα των στατιστικών τουρισμού.
- Επιβολή απαιτήσεων και διενέργεια επιθεωρήσεων για την ασφάλεια και την προστασία των καταναλωτών.
- Επιβεβαίωση προσωπικών στοιχείων των επισκεπτών σύμφωνα με τις απαιτήσεις της Συνθήκης Σένγκεν.
- Προστασία των δικαιωμάτων και των παροχών των εργαζομένων.
- Προστασία της ποιότητας ζωής στις γειτονιές που εκμισθώνονται βραχυπρόθεσμα ιδιωτικές κατοικίες.
- Αποσαφήνιση και ορθή διάκριση μεταξύ οικιστικών και εμπορικών ακινήτων
- Έλεγχος της διασποράς των ιδιωτικών κατοικιών για βραχυπρόθεσμη μίσθωση.

Οικονομία Διαμοιρασμού σε πόλεις της Ευρώπης

Σύμφωνα με έρευνα που έγινε από το Gyódi διερευνώνται οι πιθανές επιπτώσεις της πλατφόρμας τόσο στους κατοίκους μίας περιοχής όσο και στην ξενοδοχεία σε τέσσερις μεγάλες πόλεις της Ευρώπης (Βερολίνο, Βαρσοβία, Παρίσι, Βαρκελώνη) (Gyódi, 2019).

Αρχικά στην έρευνα έχει οριστεί ο αριθμός των χρηστών που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα. Το δύσκολο στην διάκριση όμως αυτή είναι να προσδιοριστεί ο ακριβής αριθμός χρηστών που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα και αφορούν την οικονομία διαμοιρασμού, διότι η παροχή υπηρεσιών γίνεται τόσο από ιδιώτες όσο και από επαγγελματίες. Παρόλο που δεν υπάρχουν σαφείς διαχωριστικές γραμμές μεταξύ των ιδιωτών και των επαγγελματιών, συχνά χρησιμοποιούνται κατώτατα όρια για τη διάκριση αυτή. Ένα τέτοιο όριο είναι ο αριθμός ημερών ανά έτος που ένας οικοδεσπότης μπορεί να νοικιάσει ένα σπίτι στην Airbnb χωρίς να κατηγοριοποιηθεί ως επαγγελματίας. στο Παρίσι, αυτό το όριο είναι 120 ημέρες.

Ο ορισμός της οικονομίας διαμοιρασμού που χρησιμοποιείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή περιλαμβάνει δύο τύπους δραστηριοτήτων, δηλαδή τους χρήστες που «μοιράζονται» περιουσιακά στοιχεία και τους χρήστες που «μοιράζονται» χρόνο ή δεξιότητες (Orrit, 2018). Συγκεκριμένα, οι προσφορές στέγασης σε κατοικία που δεν χρησιμοποιείται και είναι κενή είναι

οι μόνες προσφορές που υπολογίζονται ως υπηρεσίες της οικονομίας διαμοιρασμού. Εν κατακλείδι, όπως αναφέραμε και στον ορισμό της οικονομίας διαμοιρασμού αφορά κάποιο περιουσιακό στοιχείο το οποίο είναι αδρανές και δεν χρησιμοποιείται, αυτό είναι αντικείμενο μελέτης της οικονομίας διαμοιρασμού και όχι οι επαγγελματικοί χώροι που στερούν χώρους στέγασης από τους ντόπιους.

Ο δεύτερος κύριος ερευνητικός στόχος είναι να συγκρίνουμε τις υπηρεσίες που παρέχονται από τους οικοδεσπότες Airbnb και τους παραδοσιακούς προμηθευτές καταλυμάτων. Οι υπηρεσίες που παρέχονται μέσω της Airbnb και των παραδοσιακών ξενοδοχείων και ξενώνων πληρούν τις ανάγκες των ταξιδιωτών με παρόμοιους τρόπους. Αυτό σημαίνει ότι οι υπηρεσίες της Airbnb και των παραδοσιακών ξενοδοχείων είναι υποκατάστατα μεταξύ τους και οι τιμές για αυτές τις υπηρεσίες εξαρτώνται από την προσφορά και τη ζήτηση διαμονής.

Συγκεκριμένα:

- Σε σχέση με άλλες πόλεις, το Παρίσι διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο Airbnb στον κόσμο, με περίπου 65.000 προσφορές. Οι παρισίνοι υπάλληλοι προσπαθούν να ρυθμίσουν την προσφορά Airbnb περιορίζοντας τον αριθμό των διανυκτερεύσεων ανά κράτηση: μια λίστα Airbnb μπορεί να προσφέρει διαμονή για 120 ημέρες και οι προσφορές καταλυμάτων πάνω από αυτό το όριο πρέπει να καταχωρούνται ως ενοικιάσεις εμπορικών ακινήτων. Δεδομένου ότι η εφαρμογή αυτού του κανονισμού αποδείχθηκε δυσχερής, ξεκινώντας από τον Δεκέμβριο του 2017, όλοι οι οικοδεσπότες υποχρεούνται να καταγράψουν τις μισθώσεις τους (Reuters, 2017).
- Στο Βερολίνο, οι αυξανόμενες τιμές ενοικίασης οφείλονται στον αυξανόμενο αριθμό των καταχωρήσεων Airbnb. Η ανταπόκριση στην πολιτική ήταν σημαντική: από τον Μάιο του 2016, απαιτείται ειδική άδεια, εάν ο χώρος ενοικίασης υπερβαίνει το 50% του χώρου ιδιοκτησίας (Oltermann, 2016).
- Στη Βαρκελώνη, η οποία συγκαταλέγεται στις τρεις πρώτες αγορές Airbnb κατά μέγεθος (Bishop, 2017), οι αρχές απάντησαν σε αυτήν την εξέλιξη επιβάλλοντας ακόμη αυστηρότερους κανόνες για τις βραχυπρόθεσμες μισθώσεις. Από το 2012, όλα τα καταχωρημένα ακίνητα στην πόλη πρέπει να διαθέτουν άδεια, ανεξάρτητα από τον τύπο ή άλλα προσόντα του καταλύματος. Η Βαρκελώνη είναι απολύτως προσηλωμένη στην

επιβολή αυτού του νόμου και έχει αποδείξει ακόμη την πλατφόρμα για μη συμμόρφωση με τους κανόνες (Gyódi, 2019).

- Στη Βαρσοβία, αντίθετα, οι καταχωρίσεις της Airbnb δεν περιορίζονται από άδειες ή άλλους περιορισμούς. Στην πολωνική πρωτεύουσα, οι οικοδεσπότες υποχρεούνται να τηρούν μόνο τους φορολογικούς κανονισμούς και τους κανόνες του στεγαστικού συνεταιρισμού τους.

Η ανάλυση επιδιώκει να απαντήσει στις ακόλουθες ερευνητικές ερωτήσεις:

1. Ποιο μερίδιο των καταχωρίσεων της Airbnb αποτελεί τον ορισμό της παροχής υπηρεσιών οικονομίας διαμοιρασμού;

2. Πώς συγκρίνονται τα χαρακτηριστικά της Airbnb με τα χαρακτηριστικά της ξενοδοχειακής βιομηχανίας και σε ποιο βαθμό είναι η Airbnb υποκατάστατο των παραδοσιακών ξενοδοχείων;

Τα δύο ερευνητικά ερωτήματα συνδέονται στενά μεταξύ τους. Το πρώτο διερευνά το βαθμό στον οποίο η Airbnb ωφελεί τους κατοίκους της περιοχής χωρίς να δημιουργεί μεγάλες αρνητικές εξωτερικές επιδράσεις. Για τη διαφοροποίηση μεταξύ των ομότιμων και των επαγγελματιών προμηθευτών, χρησιμοποιείται ο ορισμός των Meelen και Frenken (Frenken κ.ά., 2015). Οι καταχωρίσεις από μη επαγγελματίες οικοδεσπότες που νοικιάζουν ελεύθερο χώρο στα μόνιμα σπίτια τους ταξινομούνται ως υπηρεσίες κοινής ωφέλειας. Η παροχή δωματίου σε χρησιμοποιούμενο χώρο δεν θα πρέπει να συμβάλλει στην εξυγίανση ούτε να επηρεάσει τις τιμές ενοικίασης, καθώς ο αριθμός των διαθέσιμων διαμερισμάτων για μακροχρόνια μίσθωση παραμένει ο ίδιος. Δύο κύρια χαρακτηριστικά θα αναλυθούν: ο τύπος διαμονής και ο αριθμός των καταχωρήσεων που ανήκουν σε κάθε κεντρικό υπολογιστή.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα αφορά επίσης τις τοπικές κοινότητες, καθώς και τον τομέα του τουρισμού. Αν οι πόλεις επωφελούνται επαρκώς από τα έσοδα των παραδοσιακών ξενοδοχείων μέσω της φορολογίας, η Airbnb είναι πιο συμφέρουσα όταν συμπληρώνει τις προσφορές της ξενοδοχειακής βιομηχανίας, αντί να τις ανταγωνίζεται άμεσα. Σε ένα τέτοιο σενάριο, η Airbnb προσελκύει νέες ομάδες καταναλωτών και παράγει πρόσθετα έσοδα για άλλες υπηρεσίες φιλοξενίας. Τα κύρια χαρακτηριστικά των καταχωρίσεων που αναλύονται στη συγκριτική μελέτη είναι η γεωγραφική θέση και η τιμή. Αυτά τα χαρακτηριστικά είναι καθοριστικής σημασίας για την τουριστική βιομηχανία, καθώς ο ανταγωνισμός μεταξύ των

παρόχων υπηρεσιών διαμονής καθορίζεται από τον τύπο του προϊόντος και τον τόπο εγκατάστασής του, καθώς και από τις δαπάνες που σχετίζονται με τη μετεγκατάσταση ή τις μεταβολές των παρεχόμενων υπηρεσιών (Baum και Haveman, 1997).

Η σύγκριση της χωρικής συγκέντρωσης εξετάζει κατά πόσον η Airbnb διευκολύνει την εξάπλωση του τουρισμού σε λιγότερο επισκέψιμες περιοχές των πόλεων, ενώ η ανάλυση της τιμής διερευνά το βαθμό στον οποίο τα δύο επιχειρηματικά μοντέλα παρέχουν παρόμοιες υπηρεσίες και ανταγωνίζονται για τους ίδιους πελάτες (Xie και Kwok, 2017).

Αποτελέσματα

Οι τέσσερις πόλεις του δείγματος της έρευνας είναι ετερογενείς όσον αφορά το μέγεθος του πληθυσμού, το γεωγραφικό μέγεθος και τη σημασία της τουριστικής βιομηχανίας στην τοπική οικονομία. Ο πίνακας 8 δείχνει όλες τις προσφορές που αναφέρονται στις πλατφόρμες για το σαββατοκύριακο που αναλύθηκε για δύο άτομα, χωρίς περιορισμό των αποτελεσμάτων ανάλογα με την ικανότητα του επισκέπτη. Οι αριθμοί αντανακλούν τη σχετική σημασία του τουρισμού στις πόλεις αυτές: ο μεγαλύτερος αριθμός ξενοδοχείων και προσφορών Airbnb είναι για το Παρίσι και ο μικρότερος αριθμός είναι για τη Βαρσοβία.

Όταν συγκρίνουμε τον αριθμό των λίστας Airbnb με τον αριθμό των παραδοσιακών παρόχων καταλυμάτων, διαπιστώνουμε ότι η παραδοσιακή ξενοδοχειακή βιομηχανία φαίνεται να είναι ισχυρότερη στο Παρίσι, ενώ η Airbnb έχει διεισδύσει περισσότερο στη Βαρκελώνη και τη Βαρσοβία. Το σχετικά μεγάλο δίκτυο Airbnb στη Βαρσοβία μπορεί να υποδηλώνει ότι η ξενοδοχειακή βιομηχανία της πόλης ήταν υποανάπτυκτη και ότι η είσοδος της Airbnb στην αγορά ανταποκρίθηκε στις ανάγκες του αυξανόμενου αριθμού τουριστών στην πόλη.

Πίνακας 8 : Αριθμός προσφορών Airbnb και παραδοσιακών παροχών διαμονής

Πόλεις	Ολόκληρο σπίτι	Ιδιωτικό Δωμάτιο	Κοινό Δωμάτιο	Airbnb Σύνολο	Ξενοδοχεία	Hostels	Booking /Airbnb
Παρίσι	5526	1296	62	6884	1397	23	20.60%
Βερολίνο	1139	1646	46	2831	403	56	16.20%
Βαρκελώνη	1732	2783	43	4558	384	88	10.40%
Βαρσοβία	1598	414	32	2044	92	87	8.80%

Πηγή: Αποτελέσματα έρευνας Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy? (Gyódi, 2019)

Το μερίδιο των καταλόγων που προσφέρουν ολόκληρο το σπίτι διέφερε σημαντικά σε όλη την Ευρώπη, κυμαινόμενο από 80,3% στο Παρίσι και 78,2% στη Βαρσοβία έως 40,2% στο Βερολίνο και 38% στη Βαρκελώνη. Ένα μεγαλύτερο μερίδιο των καταλόγων για ολόκληρα σπίτια μπορεί να υποδηλώνει ότι η Airbnb έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στη μακροχρόνια αγορά ενοικίασης.

Πίνακας 9: Παροχή Airbnb κατά δομή ιδιοκτησίας: μερίδιο των καταχωρήσεων Airbnb με τον αριθμό των καταχωρήσεων που ανήκουν στον κεντρικό υπολογιστή

Πόλη	1	2	3	3p
<i>Παρίσι</i>	81.70%	8.00%	2.50%	7.90%
<i>Βερολίνο</i>	79.30%	10.50%	3.90%	6.30%
<i>Βαρκελώνη</i>	54.60%	17.30%	7.90%	20.30%
<i>Βαρσοβία</i>	44.20%	12.70%	5.60%	37.60%

Πηγή: Αποτελέσματα έρευνας Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy? (Gyódi, 2019)

Σε συνέχεια της έρευνας εξετάστηκε η δομή της ιδιοκτησίας των καταλόγων (βλέπε πίνακα 9). Το μερίδιο των πολλαπλών λιστών στις προσφορές σηματοδοτεί τον βαθμό στον οποίο χρησιμοποιείται το Airbnb για την παροχή επαγγελματικών υπηρεσιών. Το μερίδιο των πολλαπλών καταλόγων ήταν υψηλότερο στη Βαρσοβία (55,8%=100-44,2%) και ήταν σημαντικά χαμηλότερο στη Βαρκελώνη (45,4%=100%-54,60%), το Βερολίνο (20,7%=100-79,3)) και το Παρίσι (18,3%100%-81,7%). Το πολύ υψηλό ποσοστό των καταχωρίσεων από οικοδεσπότες με περισσότερες από τρεις λίστες (37,6%) στη Βαρσοβία δείχνει ότι στην πόλη αυτή είναι σύνηθες για τις επαγγελματικές επιχειρήσεις να παρέχουν υπηρεσίες μέσω της Airbnb. Αυτοί οι οικοδεσπότες εντοπίστηκαν και στις άλλες πόλεις, αλλά προσέφεραν μικρότερο μερίδιο από την προμήθεια Airbnb.

Πίνακας 10: Προμήθεια Airbnb κατά δομή και τύπο ιδιοκτησίας: μερίδιο των καταχωρίσεων Airbnb κατά τον αριθμό των καταχωρίσεων που ανήκουν στον κεντρικό υπολογιστή

Πόλη	Τύπος	1	2	3	3b
Παρίσι	Ολόκληρο σπίτι	83.80%	6.00%	2.20%	7.90%
	Ιδιωτικό Δωμάτιο	73.70%	15.70%	4.00%	6.60%
	Κοινόχρηστο Δωμάτιο	53.20%	17.70%	1.60%	27.40%
Βερολίνο	Ολόκληρο σπίτι	74.20%	11.90%	5.00%	9.00%
	Ιδιωτικό Δωμάτιο	83.70%	9.50%	3.30%	3.50%
	Κοινόχρηστο Δωμάτιο	50.00%	10.90%	0.00%	39.10%
Βαρκελώνη	Ολόκληρο σπίτι	44.10%	11.40%	6.60%	37.90%
	Ιδιωτικό Δωμάτιο	61.40%	21.00%	8.70%	8.80%
	Κοινόχρηστο Δωμάτιο	32.60%	11.60%	7.00%	48.80%
Βαρσοβία	Ολόκληρο σπίτι	42.30%	12.10%	5.00%	40.60%
	Ιδιωτικό Δωμάτιο	51.40%	14.00%	7.00%	27.50%
	Κοινόχρηστο Δωμάτιο	43.80%	21.90%	15.60%	18.80%

Πηγή: Αποτελέσματα έρευνας Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy? (Gyódi, 2019)

Ο πίνακας 10 παρουσιάζει τη δομή ιδιοκτησίας ανά τύπο κατοικίας. Το μερίδιο των πολλαπλών καταλόγων ήταν ιδιαίτερα υψηλό για κοινόχρηστους χώρους, γεγονός που επιβεβαιώνει την

παρατήρησή ότι σε πολλές περιπτώσεις ολόκληρα σπίτια χωρίζονται σε πολλές λίστες και ότι οι ανεπίσημοι ξενώνες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα Airbnb.

Πίνακας 11: *Μερίδιο των προσφορών Airbnb που αποτελούν μέρος της οικονομίας διαμοιρασμού.*

Πόλη	Ποσοστό %
Παρίσι	14.4%
Βερολίνο	49,5%
Βαρκελώνη	37.8%
Βαρσοβία	11.1%

Πηγή: *Αποτελέσματα έρευνας Airbnb in European cities: Business as usual or true sharing economy? (Gyódi, 2019)*

Τέλος, ο πίνακας 11 παρουσιάζει το μερίδιο των ιδιωτικών δωματίων και των κοινόχρηστων δωματίων που προσφέρουν οι οικοδεσπότες με μία μόνο λίστα.

Βάσει αυτής της απλής ανάλυσης, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το δίκτυο Airbnb στο Βερολίνο είχε το μεγαλύτερο μερίδιο των προσφορών που συνέβαλαν στην οικονομία διαμοιρασμού. Το μερίδιο ήταν μικρότερο στη Βαρκελώνη και ήταν πολύ μικρότερο στο Παρίσι και τη Βαρσοβία. Η Airbnb φαίνεται ότι δημιούργησε χαμηλές αρνητικές εξωτερικές σχέσεις στο Βερολίνο λόγω του σχετικά μικρού αριθμού ολόκληρων διαμερισμάτων και πολλαπλών λιστών στην πόλη. Η Βαρκελώνη και η Βαρσοβία είχαν υψηλότερα μερίδια πολλαπλών καταλόγων, ενώ η εκμίσθωση ολόκληρων κατοικιών κυριαρχεί στο Παρίσι.

Εν ολίγοις, διαπιστώσαμε ότι οι προσφορές που αντιπροσωπεύουν τις εν λόγω υπηρεσίες, αποτελούσαν μια μειοψηφία των προσφορών σε όλες τις πόλεις που αναλύθηκαν. Τα αποτελέσματά μας επιβεβαιώνουν την υπόθεση ότι ένα σημαντικό μερίδιο των προσφορών της Airbnb απαριθμούνται από τις επαγγελματικές επιχειρήσεις και, ως εκ τούτου, μπορεί να συμβάλει στη ανάλυση μας. Επιπλέον, συμπεράναμε ότι το μεγαλύτερο μερίδιο του δείγματος ήταν για προσφορά ολόκληρης κατοικίας, που αυτό σημαίνει ότι ο αριθμός διαθέσιμων σπιτιών για μόνιμη κατοικία από τους ντόπιους έχει μειωθεί δραματικά στις πόλεις αυτές.. Ως εκ τούτου, ο θετικός αντίκτυπος της Airbnb στις τοπικές κοινότητες μπορεί να μειωθεί σημαντικά λόγω των υψηλότερων αρνητικών εξωτερικών επιπτώσεων.

Συμπέρασμα

Ενώ ο έλεγχος των κανονισμών υπερβαίνει το πεδίο αυτής της εργασίας, μπορούν να γίνουν μερικές ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις. Το μερίδιο του δείγματος για ολόκληρα σπίτια ήταν χαμηλό στο Βερολίνο, όπου τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα ελέγχονται αυστηρά. Στο Παρίσι, από την άλλη πλευρά, το μερίδιο των πολλαπλών καταχωρίσεων ήταν μικρότερο, το οποίο μπορεί να σχετίζεται με τους κανόνες που απαιτούν την εγγραφή καταχωρίσεων στο δημαρχείο. Το σύστημα αυτό θα πρέπει να επιτρέπει στους πολιτικούς της πόλης να παρακολουθούν αποτελεσματικότερα τις προσφορές της Airbnb και να επιβάλλουν πρόσθετους κανονισμούς, όπως ο κανόνας σύμφωνα με τον οποίο οι οικοδεσπότες που προσφέρουν να εκμισθώσουν ένα ακίνητο για περισσότερες από 120 ημέρες πρέπει να καταγράφονται ως παροχής υπηρεσιών εμπορικής ιδιοκτησίας. Ο σχετικά μεγάλος αριθμός ταξινομημένων χρηματιστηρίων Airbnb για την οικονομία που βρέθηκαν για τη Βαρκελώνη δείχνει επίσης ότι οι κανονισμοί μπορούν να μετριάσουν τις αρνητικές εσωτερικότητες της κατανομής κατοικίας. Τέλος, τα χαρακτηριστικά της αγοράς που παρατηρήθηκαν για τη Βαρσοβία σημαίνουν ότι η έλλειψη ρύθμισης μπορεί να οδηγήσει σε μεγαλύτερη συγκέντρωση παροχών επαγγελματικών υπηρεσιών στον χώρο που μοιράζεται το σπίτι, συνεπώς πάει να είναι μια συμφωνία μεταξύ ιδιωτών για την παροχή της κατοικίας του και γίνεται επαγγελματική προσφορά κεκαλυμμένη με τον όρο «οικονομία διαμοιρασμού».

Κεφάλαιο 4 : Airbnb στην Ελλάδα

Airbnb στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα η δραστηριότητα βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων αρχίζει να εμφανίζεται από το 2010, σύμφωνα με έρευνα που έχει κάνει το ΚΕΠΕ(Hanianews, 2018). Αρχικά η δραστηριότητα αυτή ήταν περιορισμένη, καθώς μονό μερικές δεκάδες καταλύματα στο σύνολο της χώρας είχαν ενεργοποιηθεί στην κατεύθυνση αυτή. Πολύ σύντομα όμως η δραστηριότητα άρχισε να αναπτύσσεται με υψηλούς ρυθμούς σταδιακά μέσα στο χρόνο και μέχρι το 2018 περισσότερα από 126.000 καταλύματα είχαν διατεθεί για βραχυχρόνια μίσθωση διαμορφώνοντας νέες συνθήκες στην αγορά με πολλαπλές επιδράσεις. Σε αυτό το κεφαλαίο θα παρουσιαστούν τα ευρήματα της έρευνας που πραγματοποίησε η AirDNA σχετικά με την κατανομή των καλλημάτων ανά περιοχή της Ελλάδος.

Τον μεγαλύτερο αριθμό καταλυμάτων φαίνεται να έχουν οι περιφέρειες Αττικής, Νοτίου Αιγαίου και Κρήτης σε βραχυχρόνια μίσθωση. Οι περιοχές αυτές συγκεντρώνουν πάνω από το 60% του συνολικού αριθμού των αναρτήσεων αντίστοιχων καταλυμάτων (από 76,5% το 2012 έως 61,6% το 2018). Στην συνέχεια, οι τρεις επόμενες μεγάλες περιφέρειες είναι η Κεντρική Μακεδονία, τα Ιόνια Νησιά και η Πελοπόννησος. Στις περιφέρειες αυτές ο αριθμός των καταλυμάτων συνολικά από 13,9% του συνολικού αριθμού το 2011 έως 26,3% το 2018.

Στην Αττική φαίνεται να συγκεντρώνεται ο μεγαλύτερος αριθμός καταλυμάτων, ο κεντρικός τομέας Αθηνών φαίνεται να συγκεντρώνει το 53,3% των αντίστοιχων καταλυμάτων από τα οποία το 93% συγκεντρώνεται στον Δήμο Αθηναίων. Η Ανατολική Αττική διαθέτει το 19,3% των καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης της Αττικής καθώς συμπεριλαμβάνονται σε αυτοί παραθαλάσσιοι Δήμοι. Στην περιοχή αυτή ο Δήμος Σαρωνικού συγκεντρώνει το 20,3% των καταλυμάτων, ο Δήμος Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης το 19,8%, ενώ στο 9,8% ανέρχονται τα ποσοστά των Δήμων Μαραθώνος και Μαρκόπουλου-Μεσογαίας. Στο 11,0% ανέρχονται τα καταλύματα στον Νότιο Τομέα Αττικής, στον οποίο οι Δήμοι Γλυφάδας, Παλαιού Φαλήρου και Καλλιθέας συγκεντρώνουν το 25,2%, 18,2% και 16,0%. των καταλυμάτων του τομέα, αντίστοιχα.

Η εξέλιξη του αριθμού των ενεργών καταλυμάτων μεταξύ Ιανουαρίου και Ιουνίου του 2018 φαίνεται να αντανακλά κατά κύριο λόγο την εποχικότητα της συγκεκριμένης δραστηριότητας, ενώ συνδέεται παράλληλα με τη συνεχιζόμενη αυξητική τάση στον αριθμό των δραστηριοποιούμενων στην αγορά. Μείωση στον συνολικό αριθμό των ενεργών καταλυμάτων παρατηρείται τον Φεβρουάριο σε σχέση με τον Ιανουάριο, ενώ αυξήσεις σημειώνονται σε όλους τους επόμενους μήνες. Αντίστοιχες είναι οι εξελίξεις σε όλες σχεδόν τις Περιφέρειες, με εξαίρεση τη Δυτική Ελλάδα, τη Μακεδονία, τη Στερεά Ελλάδα και την Πελοπόννησο, οι οποίες παρουσιάζουν αύξηση σε όλους τους μήνες, οι δύο πρώτες μικρή αύξηση τον Φεβρουάριο σε σχέση με τον Ιανουάριο (5,9% και 5,3%, αντίστοιχα) και οι δύο επόμενες οριακή αύξηση (0,7% και 0,5%, αντίστοιχα). Η αύξηση του αριθμού των καταλυμάτων μεταξύ Ιουνίου και Ιανουαρίου στο σύνολο της χώρας ανέρχεται στο 66,5%, με το σύνολο των ενεργών καταλυμάτων να αυξάνεται από 47.558 τον Ιανουάριο σε 79.187 τον Ιούνιο (αρχές του καλοκαιριού).

Η τουριστική κίνηση φαίνεται να κινείται με βάση την εποχικότητα στους κατεξοχήν θερινούς προορισμούς, οι νησιωτικές περιφέρειες παρουσιάζουν μεγάλες αυξήσεις, οι οποίες ανέρχονται στο 123,4% στα Ιόνια Νησιά, στο 99,1% στο Νότιο Αιγαίο και στο 73,6% στην Κρήτη

(περιφέρειες με υψηλή δραστηριότητα) και άνω του 150% στο Βόρειο Αιγαίο (περιφέρεια με χαμηλότερη συμμετοχή).

Τα Ποσοστά των κρατήσεων

Στον πίνακα 12 παρατηρούμε ότι σε στοιχεία εκτός της πόλης της Αθήνας, η Άνδρος είναι αυτή που έρχεται πρώτη για 1-3 μήνες το 2018 με ποσοστό 87%. Ακολουθούν με την εξής σειρά η Λέσβος με 83%, η Θεσσαλονίκη με 54%, η Καβάλα με 80% και η Νάξος και Μικρές Κυκλάδες με 73%. Η Αθήνα στη σχετική κατηγορία έχει ποσοστό 49%.

Πίνακας 12 : Ποσοστά κρατήσεων σε περιοχές της Ελλάδας το 2018

Markets	Booked 1-3 Months LTM	Booked 7-12 Months LTM
Athens	49%	25%
Andros	87%	0.30%
Lesbos	83%	4%
Thessaloniki	54%	21%
Kavala	80%	2%
Naxos ke Mikres Kiklades	73%	2%

Πηγή : *AirDNA*

Το Airbnb στην Αθήνα

Παρατηρώντας την εξέλιξη της Airbnb στην περιοχή της Αθήνας φαίνεται ότι στην Αθήνα βρίσκεται ο μεγαλύτερος όγκος καταλυμάτων στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, διαπιστώνεται ότι η μεγαλύτερη προσφορά συγκεντρώνεται στον κεντρικό τομέα του Δήμου Αθηναίων.

Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται περιλαμβάνουν όλα τα καταλύματα που είναι εγγεγραμμένα, είτε αυτά είναι ανενεργά είτε όχι, είτε προτιμώνται από τους φιλοξενούμενους είτε όχι. Επιπλέον συμπεριλαμβάνονται όλου του είδους τα καταλύματα που μπορούν να καταχωρηθούν στην πλατφόρμα βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Βάσει της διαθεσιμότητας των στοιχείων, η ανάλυση εξετάζει την εξάπλωση του Airbnb από το Μάιο του 2017 έως την πιο πρόσφατη ημερομηνία για την οποία διατίθενται στοιχεία, η οποία είναι ο Σεπτέμβριος του 2019.

Το αποτύπωμα του Airbnb στην αθηναϊκή αγορά

Σύμφωνα με έρευνα που έχει ολοκληρώσει η Ernst and Young , έχουν καταγραφεί το Σεπτέμβριο του 2019, συνολικά 11.338 καταχωρήσεις καταλυμάτων στον δήμο Αθηναίων. Τα είδη των καταλυμάτων που συμπεριλαμβάνονται είναι αυτοτελή, ιδιωτικά, κοινόχρηστα δωμάτια, επιπλέον έχουν κάνει την εμφάνισή τους ένα νέο είδος καταλύματος που ονομάζεται δωμάτιο ξενοδοχείου.

Συγκεκριμένα σύμφωνα με την έρευνα, τα καταλύματα που είναι ολόκληρα διαμερίσματα καταλαμβάνουν το 87,4% των καταχωρήσεων με δυναμικότητα 9.915 καταλύματα, ενώ τα ιδιωτικά δωμάτια και τα δωμάτια κοινής χρήσης αποτελούν μόλις το 9,2% και 0,4% αντιστοίχως με 1.039 και 47 καταλύματα. Επιπλέον όσο αφορά τα δωμάτια ξενοδοχείων που εμφανίζονται στην πλατφόρμα παρατηρείται η προσθήκη 337, αναδεικνύοντας τη συνύπαρξη τους σε ψηφιακή πλατφόρμα με τα καταλύματα του Airbnb στην πόλη των Αθηνών.

Παρατηρείται ότι τα περισσότερα καταλύματα συγκεκριμένα το 90% αυτών, φιλοξενούν από δύο έως έξι άτομα. Συγκεκριμένα όσα καταλύματα φιλοξενούν δυο ή και τέσσερα άτομα, έχουν μεγαλύτερη προσφορά άτομα (2.745 και 3.645, αντίστοιχα, από το σύνολο των 11.338 καταλυμάτων).

Στην έρευνα που παρουσιάζεται ο Μάιος αποτελεί κοινό σημείο αναφοράς και για τα τρία έτη διότι για τον μήνα αυτό διατίθενται σημαντικά ιστορικά στοιχεία. Επιπλέον στη συγκριτική ανάλυση λαμβάνονται υπόψη και τα στοιχεία του Σεπτεμβρίου 2019, οποίος είναι ο πιο πρόσφατος μήνας για τον οποίο διαθέτουμε δεδομένα για την πλατφόρμα.

Όπως είναι φανερό ο συνολικός αριθμός καταλυμάτων τα τρία αυτά έτη 2019- 2017 έχει διπλασιαστεί και αντιστοιχεί σε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 40,2%. Για την περίοδο της ανάλυσης, η σωρευτική αύξηση είναι της τάξεως του 121,1% και αποτυπώνει τη σημαντική δυναμική που χαρακτηρίζει το Airbnb σε αυτή την αγορά.

Σε επίπεδο ετήσιας μεταβολής, παρατηρείται ότι για το διάστημα Μάιος 2017 – Μάιος 2018, ο συνολικός αριθμός εγγεγραμμένων καταλυμάτων αυξάνεται κατά 53%, ενώ για το διάστημα Μάιος 2018 – Μάιος 2019, αυξάνεται κατά 29%. Από την ανωτέρω ανάλυση συμπεραίνουμε ότι ο ρυθμός εξάπλωσης του Airbnb ενδεχομένως επιβραδύνεται.

Διαχρονική εξέλιξη αριθμού καταλυμάτων στις πιο δημοφιλείς περιοχές

Στις περιόδους Μάιος 2017 – Μάιος 2019 παρατηρείται μια αλματώδης ανάπτυξη προσφοράς καταλυμάτων, του ύψους 132% και 183% σε νέα περιοχές όπως είναι η Πλατεία Αττικής και ο Άγιος Κωνσταντίνος - Πλατεία Βάθη εκτός φυσικά από τις παραδοσιακές περιοχές που κατείχαν την μεγαλύτερη προσφορά καταλυμάτων,

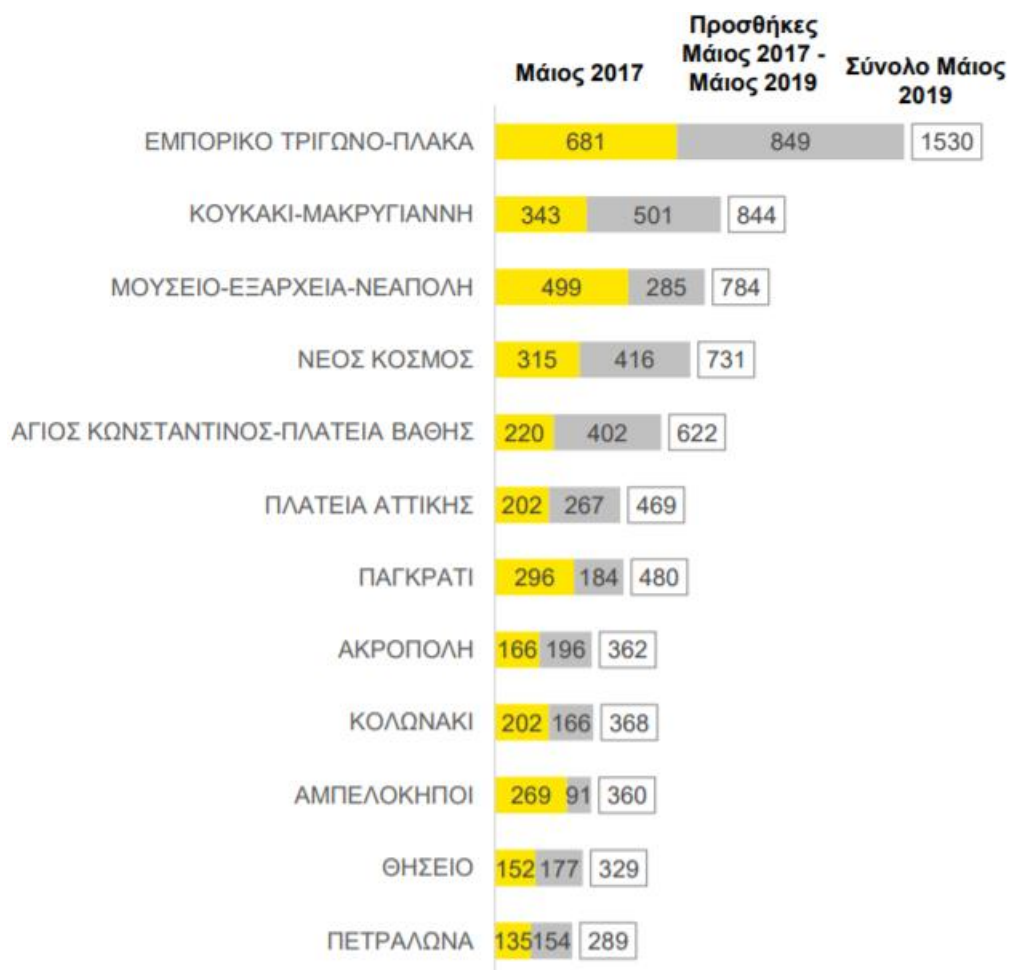
Επιπλέον περιοχές όπως Σταθμός Λαρίσης, Κολοκυνθού, Άγιος Νικόλαος, Ακαδημία Πλάτωνος και Νέα Κυψέλη, που παρ όλο που έχουν σημαντική άνοδο στα καταλύματα τους, δεν διαθέτουν ακόμη μεγάλο αριθμό. Στον αντίποδα, σχετικά σταθερός φαίνεται να παραμένει ο αριθμός των καταλυμάτων στις περιοχές Άνω Πατήσια, Άγιος Ελευθέριος, Ριζούπολη, Πρόμπωνα και Πεντάγωνο. Στις συγκεκριμένες γειτονιές η προσφορά των καταλυμάτων είναι περιορισμένη.

Σύμφωνα με παρακάτω εικόνα, παρατηρείται ότι όπως είναι λογικό οι ταξιδιώτες προτιμούν περιοχές που βρίσκονται κοντά στο ιστορικό κέντρο της Αθήνας. Επιπλέον οι περιοχές αυτές έχουν άμεση πρόσβαση στα μεταφορικά μέσα και επικοινωνούν εύκολα με τα προάστια της Αθήνας.

Πιο συγκεκριμένα, το Εμπορικό Τρίγωνο - Πλάκα για το Μάιο 2019 φαίνεται να κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο σε αριθμό καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στο Δήμο Αθηναίων και ανέρχεται στο 15,2%. Η ποσοστιαία αύξηση που εμφανίζει κατά το διάστημα Μάιος 2017 - Μάιος 2019 είναι της τάξεως του 125%. Ακολουθούν το Κουκάκι - Μακρυγιάννη και οι περιοχές Μουσείο – Εξάρχεια - Νεάπολη με μερίδια 8,4% και 7,8% και μεταβολές 146%, 57% αντίστοιχα για την προαναφερθείσα περίοδο. Εξίσου σημαντικό κρίνεται και το ποσοστό της αγοράς που διαθέτει ο Νέος Κόσμος και ο Άγιος Κωνσταντίνος - Πλατεία Βάθη (7,3% και 6,2% αντίστοιχα για το Μάιο 2019).

Συνοπτικά, όσον αφορά τον συνολικό αριθμό καταλυμάτων του Δήμου Αθηναίων, παρατηρείται αύξηση της τάξεως του 96,6% από το Μάιο 2017 έως το Μάιο 2019, η οποία με τη σειρά της

μεταφράζεται σε αύξηση των κλινών από 10.822 σε 22.351 για την προαναφερθείσα περίοδο. Το φαινόμενο αυτό βαίνει συνεχώς αυξανόμενο καθώς από το Μάιο 2019 έως το Σεπτέμβριο 2019 ο αριθμός των καταλυμάτων παρουσίασε άνοδο 12,5% με παράλληλη αύξηση των κλινών κατά 2.658 φτάνοντας τα 25.009 κρεβάτια.



Διάγραμμα 14: Προτίμηση ταξιδιωτών σχετικά με το μέρος όπου επιλεγουν για τη διαμονή τους
 Πηγή: Insideairbnb, Ανάλυση ΕΥ

Κεφάλαιο 5: Swot Analysis

Η ανάλυση Swot αφορά ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού, το οποίο χρησιμοποιείται για την ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης. Η ονομασία Swot προκύπτει ακρόνυμο των αγγλικών weaknesses, opportunities, threats (αντιστοιχία στα ελληνικά: Δυνάμεις, αδυναμίες, ευκαιρίες, απειλές). Στη παρούσα ενότητα πραγματοποιήθηκαν δυο swot analysis (μη βασιζόμενες σε κάποια δημοσιευμένη μελέτη), από δυο όψεις. Η πρώτη όψη γίνεται απο τη μεριά της Airbnb πλατφόρμας και η δεύτερη απο τη μεριά του οικοδεσπότη.

Swot Analysis σχετικά με την πλατφόρμα Airbnb

Το εν λόγω εργαλείο έχει γίνει χρήση για την μελέτη των δυνατών και των αδύνατων σημείων μιας επιχείρησης καθώς επίσης και οι ευκαιρίες και οι απειλές που μελλοντικά ενδέχεται να αντιμετωπίσει. Πιο κάτω παρουσιάζεται η ανάλυση για την εταιρεία Airbnb χρησιμοποιώντας το μοντέλο της Swot Analysis.

Οι «Δυνάμεις» είναι πράγματα που ο οργανισμός σας κάνει ιδιαίτερα καλά, ή με τρόπο που η επιχείρηση ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές της. Δηλαδή τα πλεονεκτήματα που έχει ο οργανισμός που είναι υπό διερεύνηση έναντι άλλων οργανισμών. Οι «Αδυναμίες», όπως τα πλεονεκτήματα, είναι εγγενή χαρακτηριστικά του οργανισμού μια επιχείρησης δηλαδή αφορούν το εσωτερικό της όπως είναι οι άνθρωποι που την διέπουν, οι πόροι, τα συστήματα και οι διαδικασίες. Οι «Ευκαιρίες» είναι ανοίγματα ή πιθανότητες να συμβεί κάτι θετικό. Συνήθως προκύπτουν από καταστάσεις εκτός του οργανισμού που μελετάται και απαιτούν την παρακολούθηση του τι θα μπορούσε να συμβεί στο μέλλον. Μπορεί να προκύψουν ως εξελίξεις στην αγορά που εξυπηρετεί η επιχείρηση ή στην τεχνολογία που χρησιμοποιεί. Η δυνατότητα εντοπισμού και εκμετάλλευσης ευκαιριών μπορεί να κάνει τεράστια διαφορά στην ικανότητα του οργανισμού να ανταγωνιστεί και να πρωτοστατήσει στην αγορά. Οι «Απειλές» περιλαμβάνουν οτιδήποτε μπορεί να επηρεάσει αρνητικά την επιχείρησή από το εξωτερικό, όπως προβλήματα στην αλυσίδα εφοδιασμού, αλλαγές στις απαιτήσεις της αγοράς ή έλλειψη προσλήψεων. Είναι ζωτικής σημασίας να προβλεφθούν οι απειλές και η επιχείρηση να λάβει μέτρα εναντίον τους προτού γίνει θύμα αυτών και της ανάπτυξης της.

Δυνάμεις

- ✓ Η επιχείρηση λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο εξυπηρετώντας το μέγιστο δυνατό καλύτερα, τηλεφωνικά, γραπτά σε όλο τον κόσμο.
- ✓ Παρέχεται η υπηρεσία της άμεσης επαφή με τους ντόπιους. Δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους πελάτες να ανακαλύπτουν ήθη και έθιμα σε όλο τον κόσμο.
- ✓ Η επιχείρηση κάνει τους οικοδεσπότες να νιώθουν την μέγιστη δυνατή ασφάλεια
- ✓ Αποτελεί ένα brand που είναι ιδιαίτερα γνωστό και εύκολα αναγνωρίσιμο brand
- ✓ Άμεση και σύγχρονη επικοινωνία οποιαδήποτε στιγμή μέσω γραπτών συνομιλιών που έχει η εφαρμογή
- ✓ Οι τιμές της πλατφόρμας είναι ιδιαίτερα χαμηλές συγκριτικά με τα ξενοδοχεία
- ✓ Ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται συνεχώς
- ✓ Το πλήθος των ακινήτων που διατίθενται στην βάση είναι αρκετά μεγάλο
- ✓ Σύγχρονο σύστημα αξιολόγησης οικοδεσποτών και ταξιδιωτών
- ✓ Η Airbnb είναι διαφορετική

Αδυναμίες

- ✓ Η Airbnb αποτελεί τον διαμεσολαβητή μεταξύ οικοδεσπότη και ενοικιαστή, γεγονός που δημιουργεί πρόσθετα κόστη και διαφορές
- ✓ Μεγάλος αριθμός αντιπάλων από τη βιομηχανία ξενοδοχείων
- ✓ Η βασική ιδέα του Airbnb είναι πολύ εύκολο να αντιγραφεί
- ✓ Λανθασμένη χρήση της πλατφόρμας από την μεριά των οικοδεσποτών
- ✓ Μη ελεγμένη υγιεινή καθώς στηρίζονται κυρίως στα σχόλια και τις κριτικές των χρηστών.

Ευκαιρίες

- ✓ Δυσανεμία των τουριστών με τις υψηλές τιμές των ξενοδοχείων
- ✓ Εύκολη χρήση της εφαρμογής των κινητών
- ✓ Εμφάνιση νέων οικονομικών ευκαιριών σε περιοχές που δεν έχουν αναπτυγμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες
- ✓ Παρέχεται η ευκαιρία ανάπτυξης και σε άλλες δραστηριότητες

Απειλές

- ✓ Οι ανταγωνιστές αυξάνονται συνεχώς
- ✓ Παράπονα των ταξιδιωτών και των χρηστών της πλατφόρμας.
- ✓ Επιβολή προστίμων στα διαμερίσματα λόγω παραβίαση τοπικών νόμων ή ακατάλληλης χρήσης.
- ✓ Το μέλλον είναι αβέβαιο, λόγω των πιθανών νομοθετικών ρυθμίσεων.

Ανάλυση δυνάμεων (Strengths)

- ✓ **Η επιχείρηση λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο εξυπηρετώντας το μέγιστο δυνατό καλύτερα, τηλεφωνικά, γραπτά σε όλο τον κόσμο.**

Η Airbnb ως μία σύγχρονη εταιρεία που έχει αναπτυχθεί εκμεταλλευόμενη την σύγχρονη τεχνολογία του διαδικτύου έχει ως στόχο την σύγχρονη και εξελιγμένη εξυπηρέτηση του πελάτη. Για το λόγω αυτό διαθέτει μια πλατφόρμα άμεσης αποστολής μηνυμάτων καθώς και άμεσης ανταπόκρισης από υπαλλήλους που διαχειρίζονται τα ζητήματα που προκύπτουν καθημερινά τόσο από ενοικιαστές όσο και από οικοδεσπότες. Η δυνατότητα επικοινωνίας είναι σε όλες τις γλώσσες, καθώς υπάρχει άμεση μετάφραση κατά τη διάρκεια της αποστολής. Τέλος διαθέτει τηλεφωνικό κέντρο εξυπηρέτησης το οποίο δεν κλείνει ποτέ και παρέχει τη δυνατότητα στους ενοικιαστές ή στους οικοδεσπότες να επικοινωνήσουν με την εταιρεία οποτεδήποτε παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα. Οι τηλεφωνητές έχουν την δυνατότητα να επικοινωνούν σε οποιαδήποτε γλώσσα με οποιονδήποτε τουρίστα σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη.

- ✓ **Παρέχεται η υπηρεσία της άμεσης επαφή με τους ντόπιους. Δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους πελάτες να ανακαλύπτουν ήθη και έθιμα σε όλο τον κόσμο.**

Οι ενοικιαστές λόγω της δυνατότητας να φιλοξενηθούν από έναν μόνιμο κάτοικο της περιοχής που επισκέπτονται τους δίνεται η δυνατότητα να βιώσουν τον τρόπο ζωής των κατοίκων, τις συνήθειες τους, τα ήθη τους, της κουλτούρα τους. Αυτό κάνει την εμπειρία για τον ενοικιαστή μοναδική.

- ✓ **Η επιχείρηση κάνει τους οικοδεσπότες να νιώθουν την μέγιστη δυνατή ασφάλεια**

Η εταιρεία δίνει την δυνατότητα στους οικοδεσπότες να καλύπτουν ζημιές που προκαλούν οι ενοικιαστές. Με την υπηρεσία αυτή δημιουργούν μια αίσθηση ασφάλειας, οργάνωσης, τάξης και συνεπώς αυξάνεται η εμπιστοσύνη να παρέχουν το σπίτι τους.

- ✓ **Αποτελεί ένα brand που είναι ιδιαίτερα γνωστό και εύκολα αναγνωρίσιμο brand**

Η εταιρεία έχει κερδίσει μεγάλη αναγνωσιμότητα λόγω της καινοτομίας που διαθέτει και έτσι έχει καταφέρει να συνδέσει το όνομα της με την βραχυχρόνια μίσθωση. Για τον λόγο αυτό οι ενοικιαστές εμπιστεύονται πιο εύκολα την Airbnb από οποιαδήποτε άλλη εταιρεία και δεν ξοδεύουν χρόνο να αναζητήσουν περισσότερες λεπτομέρειες για το κατάλυμά τους.

- ✓ **Άμεση και σύγχρονη επικοινωνία οποιαδήποτε στιγμή μέσω γραπτών συνομιλιών που έχει η εφαρμογή**

- ✓ **Οι τιμές της πλατφόρμας είναι ιδιαίτερα χαμηλές συγκριτικά με τα ξενοδοχεία**

Η μεγάλη ποικιλία τιμών που προσφέρει η εταιρεία της δίνει την δυνατότητα να είναι εξαιρετικά ανταγωνιστική στα διάφορα μέρη της πόλης που έχει δραστηριότητα. Τα καταλύματα που είναι διαθέσιμα στην πλατφόρμα έχουν πολύ λιγότερα λειτουργικά έξοδα από ένα ξενοδοχείο που είναι οργανωμένο, διαθέτει υπαλλήλους και άλλα έξοδα επιχείρησης. Συνεπώς, το κόστος διαμονής είναι πολύ λιγότερο.

- ✓ **Ο αριθμός των χρηστών αυξάνεται συνεχώς**

Ειδικότερα, παρατηρείται μεγάλη αύξηση σε μικρές ηλικίες, καθώς είναι επιρρεπείς στην εξερεύνηση και στο καινούργιο. Επιπλέον εμπιστεύονται πιο εύκολα και τους αρέσει να διοργανώνουν την εκδρομή τους. Η τεράστια εξέλιξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου έχουν ενισχύσει την Airbnb στην αναγνωσιμότητα της, και έτσι ολοένα και περισσότεροι χρήστες γίνονται μέλη και χρήστες στην πλατφόρμα της.

- ✓ **Το πλήθος των ακινήτων που διατίθενται στην βάση είναι αρκετά μεγάλο**

Η Airbnb διαθέτει πολλές χιλιάδες ακίνητα σε όλο το κόσμο. Καθώς επίσης και πολύ μεγάλη ποικιλία για να καλύπτει όλες τις αρέσκειες των πελατών της

✓ **Σύγχρονο σύστημα αξιολόγησης οικοδεσποτών και ταξιδιωτών**

Η πλατφόρμα διαθέτει σύστημα αξιολόγησης και από τις δύο μεριές ώστε τόσο οι οικοδεσπότες όσο και οι ενοικιαστές να εκφράζουν την άποψη τους για την συνεργασία τους. Η βαθμολογία των πελατών από τους ενοικιαστές βοηθάει κυρίως την εταιρεία να ελέγχει τους πελάτες εάν έχουν παραβατική συμπεριφορά αλλά και τους υπόλοιπους οικοδεσπότες να γνωρίζουν ποιοι θα χρησιμοποιούν το κατάλυμά τους. Επιπλέον, οι ενοικιαστές αξιολογούν τόσο το κατάλυμα όσο και την επικοινωνία με τον οικοδεσπότη, βοηθώντας με αυτό τον τρόπο και τους υπόλοιπους τουρίστες, αλλά και την εταιρεία να έχει πιο σωστή εικόνα για το κατάλυμα που βρίσκεται στην πλατφόρμα της. Η εταιρεία έχει διακόψει αρκετές φορές συνεργασίες με αναξιόπιστους πελάτες όσο και με αναξιόπιστους οικοδεσπότες.

✓ **Η Airbnb είναι διαφορετική**

Τα δωμάτια και τα σπίτια είναι μοναδικά. Εάν ένας τουρίστας θέλει να περάσει τα βράδια του σε ένα άνετο, μποέμικο-κομψό σπίτι εμπνευσμένο τότε αυτό είναι διαθέσιμο. Ας πούμε την επόμενη μέρα αλλάξει γνώμη και αναζητά ένα διαμέρισμα με θέα στην πόλη, με παράθυρα από το δάπεδο μέχρι την οροφή και δάπεδο από αφρώδες λευκό μάρμαρο, τότε και αυτό μπορεί να τι βρει στην πλατφόρμα.

Ανάλυση Αδυναμιών (Weaknesses)

✓ **Η Airbnb αποτελεί τον διαμεσολαβητή μεταξύ οικοδεσπότη και ενοικιαστή, γεγονός που δημιουργεί πρόσθετα κόστη και διαφορές**

Η Airbnb αποτελεί τον ενδιάμεσο που μεσολαβεί για την διένεξη της συμφωνίας και της ομαλής φιλοξενίας. Για να το καταφέρει αυτό χρησιμοποιεί την πλατφόρμας της ώστε να επικοινωνήσουν οι ενοικιαστές και οι οικοδεσπότες. Όταν δημιουργηθεί κάποια διαφωνία ή λάθος επικοινωνία μεταξύ των ενοικιαστών και στους οικοδεσπότες τότε η εταιρεία αναλαμβάνει την επίλυση του προβλήματος.

✓ **Μεγάλος αριθμός αντιπάλων από τη βιομηχανία ξενοδοχείων**

Με την πρωτοποριακή ιδέα της η εταιρεία μετατρέπει απλούς ιδιώτες σε επαγγελματίες τουρισμού και ενοικίασης καταλυμάτων. Όπως είναι φυσικό, με την ραγδαία επιτυχία της έχει προκαλέσει μαζικές αντιδράσεις στους επαγγελματίες των ξενοδοχείων.

✓ **Η βασική ιδέα του Airbnb είναι πολύ εύκολο να αντιγραφεί**

Αν και πρωτοπόρα η ιδέα του Airbnb, πλέον υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές που προσπαθούν να κλέψουν μερίδιο της αγοράς, με πολύ ελκυστικά κίνητρα.

✓ **Λανθασμένη χρήση της πλατφόρμας από την μεριά των οικοδεσποτών**

Οι οικοδεσπότες χρησιμοποιούν την πλατφόρμα για να προσελκύσουν πελάτες, τελικά με έμμεσο τρόπο καταφέρνουν να εξασφαλίσουν κράτηση αλλά χωρίς την χρήση της πλατφόρμας, γλιτώνοντας έτσι την διαμεσολάβηση της πλατφόρμας και κερδίζοντας περισσότερα χρήματα

✓ **Μη ελεγμένη υγιεινή καθώς στηρίζονται κυρίως στα σχόλια και τις κριτικές των χρηστών**

Ανάλυση Ευκαιριών (Opportunities)

✓ **Δυσaréσκεια των τουριστών με τις υψηλές τιμές των ξενοδοχείων**

Η πλατφόρμα έγινε ταχύτατα γνωστή λόγω των εξαιρετικά χαμηλών τιμών στα καταλύματα σε πολύ κεντρικά σημεία των πόλεων, με εύκολη πρόσβαση στα αξιοθέατα, ενώ τα αντίστοιχα ξενοδοχεία παρέχουν μέτρια καταλύματα σε πολύ υψηλές τιμές. Παρατηρείται και το φαινόμενο της προτίμησης της βραχυχρόνιας μίσθωσης λόγω μακροχρόνιας δυσaréσκειας από τα παραδοσιακά καταλύματα για την αδικαιολόγητη αισχροκέρδεια χάρη στην έλλειψη ανταγωνισμού των προηγούμενων ετών.

✓ **Εύκολη χρήση της εφαρμογής των κινητών**

Έχει δημιουργηθεί μια εφαρμογή για τα κινητά, ώστε να είναι εύκολη στη χρήση και να διευκολύνει τους ταξιδιώτες στην οργάνωση του ταξιδιού τους, στην σωστή, άμεση και ασφαλή επικοινωνία με τους ταξιδιώτες καθώς επίσης και στην εύκολη αναζήτηση καταλύματος με την χρήση των φίλτρων της τιμής, του είδους καταλύματος και της διαθεσιμότητας το χρονικό διάστημα που επιθυμεί.

- ✓ **Εμφάνιση νέων οικονομικών ευκαιριών σε περιοχές που δεν έχουν αναπτυγμένες ξενοδοχειακές υπηρεσίες**

Κάποιες χώρες ακόμη και πόλεις για διαφορετικούς λόγους, είτε λόγω χαμηλού βιοτικού επιπέδου είτε λόγω της χαμηλής ανάπτυξης τουρισμού δεν έχουν δημιουργηθεί ξενοδοχειακά καταλύματα, με αποτέλεσμα να παραμένουν άγνωστα και δυσπρόσιτα στους τουρίστες. Μέσω της πλατφόρμας όμως γίνονται γνωστά και δίνεται η δυνατότητα να δημιουργηθούν καταλύματα. Υπάρχει πλέον η ευκαιρία ενοικίασης διαμερίσματος σε χώρες όπως η Ινδία, όπου παλαιότερα δεν ήταν εύκολο να τις επισκεφτεί κάποιος ταξιδιώτης, λόγω των ακριβών ξενοδοχείων που διαθέτει.

- ✓ **Παρέχεται η ευκαιρία ανάπτυξης και σε άλλες δραστηριότητες**

Η εταιρεία δραστηριοποιείται σε εκατοντάδες χώρες και έχει εκατομμύρια χρήστες. Είναι πολύ εύκολο μαζί με την οργάνωση ενός ταξιδιού να δίνει τη δυνατότητα και στους χρήστες να αναζητήσουν και επιπλέον δραστηριότητες στην πόλη που επισκέπτονται. Δραστηριότητες οι οποίες έχουν να κάνουν και αυτές με την οικονομία διαμοιρασμού καθώς κάτοικοι των περιοχών αυτών διαθέτουν τις γνώσεις τους για ένα σωστό παραδοσιακό φαγητό, την γνώση για μια παραδοσιακή τέχνη, όπως είναι το πλέξιμο στην Ελλάδα ή τον τρόπο δημιουργίας του λαδιού. Προβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο τις δυνατότητες που έχει ένας ταξιδιώτης να γνωρίσει την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής με εύκολο τρόπο.

Ανάλυση Απειλών (Threats)

- ✓ **Οι ανταγωνιστές αυξάνονται συνεχώς**

Ολοένα και περισσότεροι ανταγωνιστές κάνουν την εμφάνιση τους με σκοπό να πάρουν μερίδιο στην αγορά και να μειώσουν το μερίδιο της Airbnb. Συνεπώς η εταιρεία επιδιώκει συνεχώς να μείνει πρώτη στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών

✓ **Παράπονα των ταξιδιωτών και των χρηστών της πλατφόρμας.**

Οι άσχημες εμπειρίες των χρηστών κοινοποιούνται και έτσι μαθαίνονταν πολύ εύκολα λόγω της μεγάλης επίδρασης που έχουν τα μέσα κοινωνικής εκδήλωσης. Η κακή κριτική που γίνεται μέσα στην πλατφόρμα, μαθαίνεται πολύ εύκολα και γρήγορα στους χρήστες που ενδιαφέρονται να μισθώσουν το συγκεκριμένο ακίνητο, πλήττοντας έτσι την εμπιστοσύνη των πελατών της. Η απειλή για την εταιρεία έγκειται στο ότι ολοένα και περισσότερες μη ευχάριστες εμπειρίες πλέον δημοσιεύονται και τίθενται σε δημόσιο σχολιασμό.

✓ **Επιβολή προστίμων στα διαμερίσματα λόγω παραβίαση τοπικών νόμων ή ακατάλληλης χρήσης.**

Λόγω δυσκολίας ελέγχου της εταιρείας της διαμονής των πελατών της, της ποιότητας αλλά και των συνθηκών που βρίσκονται τα ακίνητα, δημιουργούνται προβλήματα και παραβιάσεις των νόμων.

✓ **Το μέλλον είναι αβέβαιο, λόγω των πιθανών νομοθετικών ρυθμίσεων.**

Η οικονομία διαμοιρασμού νομοθετικά έχει θεσπιστεί τα τελευταία χρόνια σε παγκόσμιο επίπεδο, επιτρέποντας έτσι την εταιρεία να δραστηριοποιείται. Οι πιθανές μελλοντικές νομοθετικές ρυθμίσεις αποτελούν για την επιχείρηση απειλή διότι μπορεί να περιορίσουν τις συναλλαγές μέσω Airbnb.

Swot Analysis από την μεριά του οικοδεσπότη

Σε αυτή την υποενότητα παρουσιάζεται η αντίστοιχη swot analysis από την μεριά του οικοδεσπότη. Συγκεκριμένα θα μελετηθεί πόσο ελκυστικό είναι για τον ιδιοκτήτη ενός ακινήτου να το διαθέσει το (τα) ακίνητο (ακίνητα) του στην πλατφόρμα του Airbnb καθώς επίσης και τις απειλές που έχει να αντιμετωπίσει.

Δυνάμεις

- ✓ Επιπλέον χρήματα για έναν ανεκμετάλλευτο χώρο
- ✓ πλήρη έλεγχο της διαθεσιμότητας, της τιμολόγησης, των κανόνων σπιτιού και της επικοινωνίας με τους επισκέπτες

- ✓ Κάλυψη Κάθε Κράτησης με 1.000.000 δολάρια από την Airbnb
- ✓ Δυνατότητα του οικοδεσπότη να διαβάσει τις κριτικές από προηγούμενα ταξίδια
- ✓ Εύκολη επικοινωνία
- ✓ 24ωρη υποστήριξη πελατών παγκοσμίως
- ✓ Πληρώνει χαμηλές προμήθειες

Αδυναμίες

- ✓ Αφιέρωση χρόνου
- ✓ Αβεβαιότητα Κρατήσεων
- ✓ Απαιτήσεις διαμορφώσεις χώρου από την Airbnb
- ✓ Εμφάνιση πολλών νομικών ζητημάτων

Ευκαιρίες

- ✓ Εντυπωσιακός ρυθμός ανάπτυξης
- ✓ Διάθεση ακινήτου σε εταιρεία

Απειλές

- ✓ Δυσaréσκεια των συνιδιοκτητών της πολυκατοικίας
- ✓ Απρόσμενη επιβάρυνση φόρου από το κράτος
- ✓ Δυσφήμιση των παροχών υπηρεσιών

Αναλυτικά,

Δυνάμεις

- ✓ **Επιπλέον χρήματα για έναν ανεκμετάλλετο χώρο**

Οι οικοδεσπότες έχουν την δυνατότητα να νοικιάσουν οποιονδήποτε χώρο, χωρίς να απαιτείται πληρωμή για συμμετοχή στην δραστηριότητα αυτή. Οι χώροι αυτοί μπορεί να είναι είτε κοινόχρηστοι είτε κάποιο ολόκληρο διαμέρισμα, οτιδήποτε έχει διαθέσιμο και ανεκμετάλλετο

- ✓ **πλήρη έλεγχο της διαθεσιμότητας, της τιμολόγησης, των κανόνων σπιτιού και της επικοινωνίας με τους επισκέπτες**

Από την στιγμή που ο ιδιοκτήτης καταχωρεί το ακίνητό του, οι ενδιαφερόμενοι επισκέπτες μπορούν και επικοινωνούν άμεσα με τον οικοδεσπότη, μέσω μηνύματος και να του καταβάλουν οτιδήποτε ερωτήσεις επιθυμούν. Στην συνέχεια ο οικοδεσπότης μπορεί να κάνει δεκτή την παραμονή τους στο διαμέρισμά ή όχι.

- ✓ **Κάλυψη Κάθε Κράτησης με 1.000.000 δολάρια από την Airbnb**

Για να είναι ασφαλής οι οικοδεσπότες, το σπίτι που διαθέτουν και τα υπάρχοντά τους, η Airbnb καλύπτει κάθε κράτηση με 1 εκατομμύριο δολάρια ΗΠΑ προστασία από ζημιές στην ιδιοκτησία και 1 εκατομμύριο δολάρια ΗΠΑ ασφάλεια έναντι ατυχημάτων.

- ✓ **Δυνατότητα του οικοδεσπότη να διαβάσει τις κριτικές από προηγούμενα ταξίδια**

Ο οικοδεσπότης μπορεί μέσα από την πλατφόρμα να ελέγξει τις κριτικές που έχουν οι επισκέπτες από άλλους οικοδεσπότες και στην συνέχεια να αποφασίσει εάν θα τους δεχτεί στο κατάλυμα του.

- ✓ **Εύκολη Επικοινωνία**

Η επικοινωνία μεταξύ επισκεπτών και οικοδεσποτών είναι ευκολότερη από ποτέ. Η Airbnb προσφέρει μια εφαρμογή για κινητά για αμφίδρομη επικοινωνία. Περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα τηλέφωνα τους για να αναζητήσουν λίστες και κριτικές δωματίων.

- ✓ **24ωρη υποστήριξη πελατών παγκοσμίως**

Η Airbnb διαθέτει 24ωρη εξυπηρέτηση για την επίλυση ζητημάτων και προβλημάτων που προκύπτουν παγκοσμίως

- ✓ **Πληρώνει Χαμηλές Προμήθειες**

Για την συμμετοχή του ιδιοκτήτη δεν επιβάλλεται κάποιο αντίτιμο εγγραφής και συμμετοχής στην πλατφόρμα, το κόστος είναι μηδενικό. Γενικά η Airbnb χρεώνει ένα σταθερό ποσοστό προμήθειας 3% ανά κράτηση.

Αδυναμίες

✓ Αφιέρωση χρόνου

Απαιτείται πολύτιμος χρόνος αφιέρωσης για την εξυπηρέτηση των φιλοξενούμενων ώστε να μείνουν ικανοποιημένοι. Συνεπώς οικοδεσπότες που εργάζονται ήδη και δεν διαθέτουν

✓ Αβεβαιότητα κρατήσεων

Δεν υπάρχει κάποια εγγύηση σε περίπτωση μείωσης των κρατήσεων σε κάποια αναπάντεχη κρίση ότι θα ζημιωθεί ο οικοδεσπότης. Το εισόδημα του οικοδεσπότη κάποιους μήνες μπορεί να είναι ακόμη και μηδενικό διότι είναι ανάλογο του τουρισμού και της ζήτησης που υπάρχει και η Airbnb δεν καλύπτει τέτοιου είδους κρίσεις.

✓ Απαιτήσεις διαμορφώσεις χώρου από την Airbnb

Η πλατφόρμα του Airbnb απαιτεί τα διαμερίσματα που διαθέτει να έχουν κάποιες προϋποθέσεις όσο αναφορά τη θέρμανση-ψύξη, το design, τις ανέσεις, το ζεστό νερό. Φυσικά οι οικοδεσπότες ανακαινίζουν το χώρο τους, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες αυτές καθώς επίσης και για να κάνουν το διαμέρισμά τους ελκυστικό.

✓ Εμφάνιση πολλών νομικών ζητημάτων

Σε πολλές πόλεις υπάρχουν νόμοι οι οποίοι δεν επιτρέπουν την απεριόριστη φορολογία των επισκεπτών. Μάλιστα σε αρκετές πόλεις δεν επιτρέπονται όλου του είδους οι οικοδεσπότες και τα είδη καταλύματος. Οι τοπικές κυβερνήσεις επιβάλλουν τους συγκεκριμένους νόμους με αρκετά διαφορετικούς τρόπους. Οι ποινές μπορεί να περιλαμβάνουν πρόστιμα ή άλλες μεθόδους συμμόρφωσης.

Ευκαιρίες

✓ Διάθεση ακινήτου σε εταιρεία

Υπάρχουν εταιρείες αναλαμβάνουν την διαχείριση του ακινήτου αντί του ιδιοκτήτη. Οι εταιρείες αυτές φροντίζουν το σπίτι και τις ανάγκες που προκύπτουν και αναλαμβάνουν τις διαδικασίες και τις ευθύνες της ενοικίασης του χώρου (ανά ημέρα) μέσω των υπηρεσιών Airbnb. Έτσι μειώνεται σημαντικά ο χρόνος που διαθέτει ο οικοδεσπότης στην διαχείριση του ακινήτου του.

✓ **Εντυπωσιακός ρυθμός ανάπτυξης**

Η Airbnb αναπτύσσεται με εντυπωσιακούς ρυθμούς σε παγκόσμια κλίμακα τα τελευταία 10 χρόνια. Ο εκτοξευτής της ταξιδιωτικής βιομηχανίας έχει περισσότερες από 6 εκατομμύρια καταχωρίσεις σε περισσότερες από 191 χώρες και περιοχές παγκοσμίως. Υπάρχουν περίπου 100000 πόλεις με καταχωρίσεις Airbnb και 500 εκατομμύρια αφίξεις πελατών Airbnb όλη την ώρα. Επιπλέον, περισσότεροι από 2 εκατομμύρια άνθρωποι μένουν κατά μέσο όρο στην Airbnb κάθε βράδυ και υπάρχουν περισσότερες από 30000 εμπειρίες Airbnb παγκοσμίως. Από την 1η Ιουλίου 2018 έως τις 15 Μαΐου 2019, η Airbnb πρόσθεσε περισσότερες από 1 εκατομμύριο καταχωρίσεις. Ένας τόσο εντυπωσιακός ρυθμός ανάπτυξης έχει θετικές επιπτώσεις στην κατώτατη γραμμή της επιχείρησης και την επίτευξη του πρωταρχικού στόχου της μεγιστοποίησης των κερδών.

Απειλές

✓ **Δυσaréσκεια των συνιδιοκτητών της πολυκατοικίας**

Πολλές φορές οι συνιδιοκτήτες της πολυκατοικίας λόγω της έλλειψης ασφάλειας που νιώθουν καθώς κάθε μέρα άγνωστοι τουρίστες χρησιμοποιούν τα διαμερίσματα που διαμένουν, εκδηλώνουν την δυσaréσκεια τους καταστρέφοντας τις κλειδαριές που φυλάσσουν οι ιδιοκτήτες τα κλειδιά του διαμερίσματος του και διάφορες άλλες υλικές ζημιές,

✓ **Απρόσμενη επιβάρυνση φόρου από το κράτος**

Καθώς η βραχυπρόθεσμη μίσθωση είναι κάτι καινούργιο για το κράτος και τους νόμους που το διέπουν, νέες νομοθεσίες συνεχώς αλλάζουν τα δεδομένα των ακινήτων και την φορολογίας τους.

✓ **Δυσφήμιση των παροχών υπηρεσιών**

Η φήμη και η προτίμηση του διαμερίσματος εξαρτάται μόνο από την ικανοποίηση των πελατών και ακόμη και ένας πελάτης να βάλει κακή κριτική μπορεί να έχει άσχημες επιπτώσεις.

Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική είχε ως βασικό στόχο τον σχολιασμό και την παρουσίαση των επιπτώσεων (θετικών και αρνητικών) της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό. Το φαινόμενο της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό έχει επεκταθεί ραγδαία σε όλο τον κόσμο, παρουσιάζοντας μεγάλη διείσδυση και στη χώρα μας. Η βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων συντελείται σε μεγάλο βαθμό μέσω της πλατφόρμας Airbnb και τα τελευταία χρόνια έχει αποκτήσει φανατικούς υποστηρικτές οι οποίοι κάνουν χρήση της υπηρεσίας είτε ως φιλοξενούμενοι είτε και ως οικοδεσπότες. Ένας από τους λόγους προτίμησης της υπηρεσίας είναι οι καλύτερες τιμές διαμονής. Επίσης προσφέρει πληθώρα επιλογών και πληροφοριών, ευκολία στην χρήση κ.α. ενώ πολλοί συμφωνούν στην φιλοσοφία της εταιρίας να ζήσουν σαν ντόπιοι και όχι ως τουρίστες στα ταξίδια τους.

Η νέα αυτή επιχειρηματική ιδέα εξαπλώνεται με γοργούς ρυθμούς καθώς αρκετοί επιθυμούν να εκμεταλλευτούν κάποιο δικό τους ακίνητο με σκοπό να καλύψουν τα λειτουργικά του έξοδα, τα έξοδα συντήρησης ή να έχουν ένα επιπλέον εισόδημα. Είναι όμως παραδεκτό ότι υπάρχει σύγχυση στους ιδιοκτήτες καθώς αλλάζουν συνεχώς οι νομοθετικές ρυθμίσεις ενώ δεν υπάρχει σταθερό φορολογικό δεδομένο αλλά αποσπασματικές και κανονιστικές προσεγγίσεις. Η οικονομία διαμοιρασμού γενικότερα προσφέρει ευκαιρίες αλλά και δίνει ώθηση στον επιχειρηματικό ανταγωνισμό. Βασίζεται στη συνεργατικότητα, την ισότητα και την ισοτιμία των μελών και έχει τη δυνατότητα να αποτελέσει πυλώνα παγκόσμιας οικονομικής και κοινωνικής ανάπτυξης σε μία διαρκώς μεταβαλλόμενη παγκόσμια οικονομία και κοινωνία.

Είναι γεγονός ότι η πλατφόρμα Airbnb παρέχει αρκετές διευκολύνσεις ως μια οικονομική λύση για μια βραχυπρόθεσμη διαμονή σε ένα μέρος. Ωστόσο μπορεί να έχει και αρνητικές επιπτώσεις στο σύνολο της οικονομίας μιας χώρας τόσο σε ατομικό όσο και σε συλλογικό επίπεδο σε μια κοινωνία. Η βραχυχρόνια μίσθωση φαίνεται να αλλάζει ριζικά τον χώρο του real estate σε Ελλάδα και Ευρώπη. Όλο και λιγότερα σπίτια πλέον είναι διαθέσιμα για μακροχρόνια ενοικίαση γεγονός που έχει αυξήσει τις τιμές των ενοικίων στα ύψη δημιουργώντας προβλήματα

σε διάφορα είδη ενοικιαστών όπως είναι φοιτητές, εργένηδες αλλά και οικογένειες. Ο μεγάλος εχθρός μέχρι στιγμής της Airbnb φαίνεται να είναι η μακροχρόνια μίσθωση αλλά με τις νέες επενδύσεις θέλει να κατακτήσει και αυτό το μερίδιο. Αν καταφέρει να επικρατήσει και δεν περιοριστεί νομοθετικά από κρατικούς μηχανισμούς, θα ανατρέψει όλα τα δεδομένα στην αγορά ακινήτων, σε άγνωστα μέχρι στιγμής δεδομένα. Όπως φαίνεται και από την έρευνα όσες πόλεις κατάφεραν να το ελέγξουν νομοθετικά έχουν καταφέρει να κρατήσουν ισορροπία στην αγορά των ακινήτων χωρίς μεγάλες διακυμάνσεις στις τιμές.

Από τη swot analysis, από την πλευρά της Airbnb οι ευκαιρίες είναι πολλές σε αντίθεση με τις απειλές. Εάν καταφέρει να σταθεροποιηθεί από νομοθετικής απόψεως, θα καταφέρει να εδραιωθεί στην αγορά, ανοίγοντας νέο κεφάλαιο στην διαχείριση του real estate. Ακόμη, από την πλευρά του οικοδεσπότη ομοίως οι ευκαιρίες είναι πολλές. Η Airbnb φροντίζει συνεχώς να μειώνει το ρίσκο του οικοδεσπότη έχοντας ως στόχο την συμμετοχή του στην πλατφόρμα, αντιμετωπίζοντας άμεσα την τρέχουσα κρίση (covid-19) αλλά και με την διαχείριση των μακροχρόνια μισθώσεων.

Επίσης, υπάρχει η ανάγκη άμεσης εφαρμογής ενός ολοκληρωμένου ρυθμιστικού πλαισίου για τις βραχυπρόθεσμες μισθώσεις καθώς από τη σχετική ειδησεογραφία ως μείζον ζήτημα αναδεικνύεται η φοροδιαφυγή από την εν λόγω δραστηριότητα, και κατ' επέκταση τίθενται ζητήματα αθέμιτου ανταγωνισμού για τον ξενοδοχειακό κλάδο. Φαίνεται ότι περίπου επτά στα δέκα καταλύματα Airbnb διαθέτουν την απαραίτητη άδεια λειτουργίας. Τα μέτρα που πρόκειται να εφαρμοστούν εντός του έτους είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και ακολουθούν πρακτικές που ήδη εφαρμόζονται σε πόλεις όπου το Airbnb παρουσιάζει σημαντική διείσδυση. Στην περίοδο της ανάλυσης, παρατηρήθηκε πως τα καταλύματα Airbnb σημειώνουν συστηματικά χαμηλότερες λειτουργικές επιδόσεις σε σύγκριση με τα ξενοδοχεία, ενώ το κόστος διαμονής σε αυτά είναι συγκριτικά χαμηλό. Τα καταλύματα Airbnb παρατηρείται πως απευθύνονται κυρίως σε επισκέπτες που έχουν ως βασικό κριτήριο επιλογής για τη διαμονή τους το χαμηλό κόστος. Η πλατφόρμα του Airbnb έχει αρχίσει να επεκτείνεται και στην μακροπρόθεσμη μίσθωση. Συνεπώς, παρουσιάζει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον η διερεύνηση των πιθανών επιπτώσεων αλλά και των ευκαιριών που παρουσιάζονται μέσω αυτής επέκτασης.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωση

- Anderson, J. C. and Narus, J. A. (1990) *A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships*, Journal of marketing, 54(1), pp. 42-58.
- Andrei, H. and Wright, J. (2011) *Multi-sided platforms*, Harvard Business School, pp. 12-24.
- Baum, J. A. and Haveman, H. A. (1997) *Love thy neighbor? Differentiation and agglomeration in the Manhattan hotel industry, 1898-1990*, Administrative Science Quarterly, pp. 304-338.
- Belk, R. (2007) *Why not share rather than own?*, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611(1), pp. 126-140.
- Bishop, J. (2017) *You'll never guess which city has the most Airbnb listings*, Forbes.
- Botsman, R. and Rogers, R. (2010a) *What's mine is yours*, The rise of collaborative consumption.
- Botsman, R. and Rogers, R. (2010b) *What's Mine Is Yours-How Collaborative Consumption is Changing the Way we live*. Business, New York: HarperCollins. <http://www.wired.co.uk/news/archive/2011-10/13>
- Caldieraro, F., Zhang, J.Z., Cunha, M. Jr and Shulman, J.D. (2018), *Strategic information transmission in peer-to-peer lending markets*, Journal of Marketing, Vol. 82 No. 2, pp. 42-63.
- Constantiou, I., Eaton, B. and Tuunainen, V. K. (2016) *The evolution of a sharing platform into a sustainable business*, 49th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS): IEEE, 1297-1306.
- Crompton, J. L. and McKay, S. L. (1997) *Motives of visitors attending festival events*, Annals of tourism research, 24(2), pp. 425-439.
- Dickey, M. (2014) *Some Airbnb hosts in San Francisco are at risk of eviction*, Business Insider, 7.
- Eckert, O. and Schelhase, T. (2019) *Die Todesursachenstatistik der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder*, Die ärztliche Leichenschau: Springer, pp. 245-254.
- Eichhorst, W., Hinte, H. and Rinne, U. (2013) *Youth unemployment in Europe: what to do about it?* : IZA policy paper.
- Eisenmann, T., Parker, G. and Van Alstyne, M. W. (2006) *Strategies for two-sided markets*, Harvard business review, 84(10).
- Farrell, J. and Katz, M. L. (2000) *Innovation, rent extraction, and integration in systems markets*, The journal of industrial economics, 48(4), pp. 413-432.
- Frenken, K., Meelen, T., Arets, M. and Van de Glind, P. (2015) *Smarter regulation for the sharing economy*, The Guardian, 20(5), pp. 2015.
- Gobble, M. M. (2015) *Regulating Innovation in the New Economy*, Research-Technology Management, 58(2), pp. 62-67. doi: 10.5437/08956308X5802005

- Guttentag, D. A. and Smith, S. L. (2017) *Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations*, International Journal of Hospitality Management, 64, pp. 1-10.
- Gyódi, K. (2019) *Airbnb in European cities: business as usual or true sharing economy?*, Journal of cleaner production, 221, pp. 536-551.
- Hagiu, A. and Alvarez, H. (2014) *Investing in online marketplaces*.
- Jenkins, L. J. L. C. L. and Lickorish, L. (2004) 'Μια εισαγωγή στον Τουρισμό εκδόσεις Κριτική', Αθήνα, Κριτική.
- Jensen, T. C. (1998) *Income and price elasticities by nationality for tourists in Denmark*, Tourism Economics, 4(2), pp. 101-130.
- Katz, M. L. and Shapiro, C. (1986) *Technology adoption in the presence of network externalities*, Journal of political economy, 94(4), pp. 822-841.
- Klein, M., Zhao, J., Ni, J., Johnson, I., Hill, B. M. and Zhu, H. (2017) *Quality Standards, Service Orientation, and Power in Airbnb and Couchsurfing*, Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 1(CSCW), pp. 1-21.
- Lamberton, C. and Rose, R.L. (2012), *When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems*, Journal of Marketing, Vol. 76 No. 4, pp. 109-125
- Malhotra, A. and Van Alstyne, M. (2014) *The dark side of the sharing economy... and how to lighten it*, Communications of the ACM, 57(11), pp. 24-27.
- Meelen, T. and Frenken, K. (2015) *Stop saying Uber is part of the sharing economy*, Fast Company, 14.
- Möhlmann, M. (2015) *Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again*, Journal of Consumer Behaviour, 14(3), pp. 193-207.
- Moore, K., Cushman, G. and Simmons, D. (1995) *Behavioral conceptualization of tourism and leisure*, Annals of tourism research, 22(1), pp. 67-85.
- OECD (2016) *OECD Tourism Trends and Policies 2016*.
- Oltermann, P. (2016) *Berlin ban on Airbnb short-term rentals upheld by city court*, the Guardian, 8.
- Orrit, J. D. (2018) 'Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών Ένας σύγχρονος προϋπολογισμός για μια Ένωση που προστατεύει, ενδυναμώνει και υπερασπίζεται τους πολίτες της. Πολυετές δημοσιονομικό πλαίσιο 2021-2027.
- Otto, J. E. and Ritchie, J. B. (1996) *The service experience in tourism*, Tourism management, 17(3), pp. 165-174.
- Rochet, J. C. and Tirole, J. (2006) *Two-sided markets: a progress report*, The RAND journal of economics, 37(3), pp. 645-667.
- Shapiro, C., Carl, S. and Varian, H. R. (1998) *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Harvard Business Press.
- Sinkeviute, N. (2014) *Tourism Boom in Barcelona: strengthening the economy or troubling local residents*, Catalan News.

Soklis, G., Panousi, S. and Christidou, A. (2017) *Structure and Characteristics of the Greek Hotel Industry, 2016 (in Greek)*.

Theobald, W. 1994. *Global tourism: The next generation*, Oxford: Butterworth.

Thomas, L. (2017) *Airbnb just closed a \$1 billion round and became profitable in 2016*, CNBC Tech Online, (Accessed 18 July 2017) at <http://www.cnbc.com/2017/03/09/airbnb-closes-1-billion-round-31-billionvaluation-profitable.html>.

Van Alstyne, M. and Parker, G. (2005) *Boston University School of Management Research Paper Series No. 2009-1*, Management Science, 51(10), pp. 1494-1504.

World Tourism Organization (1997). *National and Regional Tourism Planning; Methodologies and Case Studies*, 3rd Edition London: International Thomson Business Press.

Xie, K. L. and Kwok, L. (2017) *The effects of Airbnb's price positioning on hotel performance*, International Journal of Hospitality Management, 67, pp. 174-184.

Zervas, G., Proserpio, D. and Byers, J.W. (2017) *The rise of the sharing economy: estimating the impact of Airbnb on the hotel industry*, Journal of Marketing Research, Vol. 54 No. 5, pp. 687-705

Ελληνική

Βενετσανοπούλου, Μ. (2006) *Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα, pp. 74-81.

Βιτουλαδίτη, Ο. (2000) *Μάνατζμεντ των Tour Operators και των τουριστικών γραφείων*, Πάτρα: ΕΑΠ.

Ηγουμενάκης, Ν. Γ., Κραβαρίτης, Κ. Ν. and Λύτρας, Π. Ν. (2014) *Εισαγωγή στον τουρισμό*.

Ηγουμενάκης, Ν. (1991). *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Interbooks

Ηγουμενάκης, Ν. (1997). *Τουριστική Οικονομία*. Τόμος Α'. Αθήνα: Interbooks

Καραγιάννης, Σ. and Έξαρχος, Γ. (2006) *Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη Πολιτική*, Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης.

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. and Γκρίμπα, Ε. (2011) *Ειδικές και εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Ζήτηση και προσφορά νέων προϊόντων τουρισμού*, Κριτική, Αθήνα, pp. 52-60.

Κούτουλας, Δ. (2001) *Ο θεωρητικός προσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ως βασική προϋπόθεση του τουριστικού μάρκετινγκ*. Πανεπιστήμιο Αιγαίου. Σχολή Επιστημών της Διοίκησης. Τμήμα Διοίκησης

Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική οικονομική*, Εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.

Σπάθη, Σ. (2000) *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, pp. 22-24.

Σφακιανάκης, Μ. (2000) *Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*, Έλλην, Αθήνα.

Τσάρτας, Π. (1996) *Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό*, Εξάντας, Αθήνα.

Χυτήρης Λεωνίδας Σ., Αθήνα, (1991) *Το μάνατζμεντ των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις INTERBOOKS, σελ: 24-25.

Διαδίκτυο

Airbnb: Airbnb's Positive Impact in Athens. San Francisco, 2015. Διαθέσιμο στο: <http://blog.airbnb.com/airbnbs-positive-impact-in-athens/>

BridgeStreet Global Hospitality: The Bleisure Report. BridgeStreet.com, 2014. Διαθέσιμο στο: <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/10/BGH-Bleisure-Report-2014.pdf>

Ernst & Young, (2020), Το φαινόμενο του Airbnb στον κεντρικό τομέα των Αθηνών, Διαθέσιμο στο: www.capital.gr/Content/RelatedFiles/43/4375bb650cc94c5492272e7c0e4eb367.pdf

European Commission: Towards Quality Urban Tourism. Luxembourg, 1999. Διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqu urban_en.pdf

Eurostat (2021), Tourism statistics - Statistics Explained (europa.eu), Διαθέσιμο στο: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics

Eurostat (2021), Tourism statistics - annual results for the accommodation sector - Statistics Explained (europa.eu), Διαθέσιμο στο: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_annual_results_for_the_accommodation_sector

Dickerson T. A., (2015), When is the rental of an apartment by an Airbnb host “profiteering?”, Διαθέσιμο στο: www.eturbonews.com/112132/when-rental-apartment-airbnb-host-profiteering/

French Ministry for Economy, Industry and Digital Affairs (2015), Prospective: Enjeux et perspectives de la consommation collaborative, French Ministry for Economy, Industry and Digital Affairs, Διαθέσιμο στο: www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/prospective/Numerique/2015-07-Consommationcollaborative-Rapport-final.pdf.

Global Cities Initiative and Centre for London: Europe's Cities in a Global Economy – Trends, Challenges and Opportunities, Conference Background Paper. London, 2013. Διαθέσιμο στο: <http://centreforlondon.org/wp-content/uploads/2013/10/Europes-Cities-in-a-GlobalEconomy-Clark-Moonen-Oct-2013.pdf>

Hanianews, (2018), Διαθέσιμο στο: <https://hania.news/2018/12/30/airbnb-%CE%B7-%CF%80%CE%BB%CE%B1%CF%84%CF%86%CF%8C%CF%81%CE%BC%CE%B1-%CF%80%CE%BF%CF%85-%CE%AD%CF%87%CE%B5%CE%B9-%CE%B4%CE%B9%CF%87%CE%AC%CF%83%CE%B5%CE%B9-%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5%CE%BB%CE%BB/>

Hotels 2019, Διαθέσιμο στο: https://www.grhotels.gr/wp-content/uploads/2020/02/2019-Hotels_total.pdf

HOTREC (2016), 2015-2016 ANNUAL REPORT, Διαθέσιμο στο: https://www.hotrec.eu/wp-content/customer-area/storage/a2b6d8b8398da4fd62182879a91982f6/0416_Hotrec_Annual_Report_WEB_BAT_-_FINAL.pdf

Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism | UNWTO 2020, Διαθέσιμο στο: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

INSETE, Κυρατσούλης Θ., Μελέτη για τον Τουρισμό των Πόλεων, Σεπτέμβριος 2015, Διαθέσιμο στο: <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3-%CE%A0%CE%9F%CE%9B%CE%95%CE%A9%CE%9D.pdf>

INSETE: Μύθοι και Αλήθειες για τον Ελληνικό Τουρισμό. Αθήνα, 2014, Διαθέσιμο στο: http://insete.gr/images/statistics/141021_13th_SETE_Conference-Aris_Ikkos-1.pdf

INSETE (2015), Διαθέσιμο στο: <https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/02/%CE%A4%CE%9F%CE%A5%CE%A1%CE%99%CE%A3%CE%9C%CE%9F%CE%A3-%CE%A0%CE%9F%CE%9B%CE%95%CE%A9%CE%9D.pdf>

INSETE , Σεπτέμβριος 2020, Η συμβολή του Τουρισμού, Διαθέσιμο στο: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_09_Tourism_and_Greek_Economy_2018-2019.pdf

IPK International: ITB World Travel Trends Report 2014/2015. Munich, 2014, Διαθέσιμο στο: http://www.itbberlin.de/media/itb/itb_dl_de/itb_itb_berlin/itb_itb_academy/ITB_2015_WTTR_Report_A4_4.pdf

Reuters (2017), Hoteliers welcome Paris decision forcing Airbnb hosts to register rentals, Διαθέσιμο στο: www.reuters.com/article/us-france-airbnb-idUSKBN19Q1YW

UNWTO, Impact assessment of the COVID-19 outbreak on international tourism | UNWTO, Διαθέσιμο στο: <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism>

UNWTO United Nations World Tourism Organization: Global report on City Tourism. Madrid, 2012, Διαθέσιμο στο: http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf

UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, October 2020 (e-unwto.org), Διαθέσιμο στο: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>

Επενδυτικές στρατηγικές για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, PWC – ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ACCOUNTANCY GREECE, Διαθέσιμο στο: <https://www.accountancygreece.gr/%CE%B5%CF%80%CE%B5%CE%BD%CE%B4%CF%85>

[%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%83%CF%84%CF%81%CE%B1%CF%84%CE%B7%CE%B3%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%BF%CE%BD-%CE%BE%CE%B5%CE%BD%CE%BF/](https://www.insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10_X-Ray_2017-2019-1.pdf)

Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος –Επεξεργασία INSETE Intelligence, Διαθέσιμο στο: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/10/20-10_X-Ray_2017-2019-1.pdf

Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, Διαθέσιμο στο: <https://www.unwto.org/market-intelligence>

Τράπεζα της Ελλάδος- Επεξεργασία INSETE Intelligence, Διαθέσιμο στο: https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/09/20_07-Eiserxomenos- Tourismos Perifereiwn_2019.pdf

Τράπεζα της Ελλάδος: Έκθεση του Διοικητή για το έτος 2014 – Εξελίξεις και Προοπτικές της Αγοράς Ακινήτων. Αθήνα, 2015, Διαθέσιμο στο: <https://www.bankofgreece.gr/Publications/ekthdkth2014.pdf>

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

