



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Η επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού στον
κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας.
Μελέτη περίπτωσης: Airbnb**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Εμμανουέλα Δασκαλάκη, Α.Μ. 1848

Επιβλέπων: Δρ. Νικόλαος Τριχάς

©
2018



TECHNOLOGICAL EDUCATION INSTITUTE OF CRETE

SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

DEPARTMENT OF COMMERCE & MARKETING

**The impact of the sharing economy on tourism
and hospitality. Case Study: Airbnb**

DIPLOMA THESIS

Student: Emmanouela Daskalaki, 1848

Supervisor: Dr. Nikolaos Trihas

©
2018

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι η επισταμένη διερεύνηση της έννοιας της οικονομίας διαμοιρασμού και του τρόπου με τον οποίο αυτή επηρεάζει τις πτυχές της ανθρώπινης δραστηριότητας και κατ' επέκταση τον τουριστικό κλάδο. Ειδικότερα αναλύεται η ηλεκτρονική πλατφόρμα Airbnb, η οποία βασίζεται στη συμμετοχική οικονομία και ασχολείται με τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων σε ταξιδιώτες σε όλο τον κόσμο. Η εταιρία αυτή παρουσιάζει ραγδαία ανάπτυξη και έχει επηρεάσει ολόκληρο τον τρόπο λειτουργίας του τουρισμού, με θετικές και αρνητικές επιπτώσεις στις επιχειρήσεις και στον ανταγωνισμό.

Λέξεις Κλειδιά: οικονομία διαμοιρασμού, τουρισμός, διαδίκτυο, Airbnb

ABSTRACT

The purpose of this assignment is to investigate closely the concept of the sharing economy and the way it affects aspects of human activity and thus the tourism industry. In particular, the Airbnb electronic platform, which is based on the participatory economy, deals with the short-term lease of real estate to travelers around the world. This company is showing rapid growth and has influenced the whole way of operating tourism, with positive and negative effects on business and competition.

Key Words: sharing economy, tourism, internet, Airbnb

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ABSTRACT.....	2
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	4
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	5
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
1.1 Ορισμός της οικονομίας διαμοιρασμού.....	9
1.2 Η ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού.....	10
1.3 Τα συστατικά μέρη της οικονομίας διαμοιρασμού.....	11
1.4 Κριτική της οικονομίας διαμοιρασμού.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2.....	15
Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....	15
2.1 Οικονομία και τουρισμός.....	15
2.2 Η κατάσταση στον τουρισμό σήμερα: θετικές και αρνητικές επιδράσεις.....	16
2.3 Το διαδίκτυο στην υπηρεσία του τουρισμού.....	17
2.4 Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό.....	18
2.5 Επιπτώσεις της ανάπτυξης της οικονομίας διαμοιρασμού στον Τουρισμό.....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3.....	22
AIRBNB.....	22
3.1 Η ταυτότητα της πλατφόρμας.....	22
3.2 Η συμβολή της Airbnb στην οικονομία.....	23
3.3 Κριτική ανάλυση για την πλατφόρμα Airbnb.....	24
3.4 Η νομοθεσία που ισχύει για τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων.....	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....	27
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	27
4.1 Μεθοδολογία της έρευνας.....	27
4.2 Η ιδέα της έρευνας.....	27
4.3 Ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας.....	28
4.4 Δείγμα και περιορισμοί της έρευνας.....	28
4.5 Δομή ερωτηματολογίου.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	30
5.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων.....	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6.....	38
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	38
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	39
Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	39
Β. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	41
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	43

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.4.1 Διαφορές καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και καταλυμάτων μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας βραχυχρόνιας μίσθωσης	19
---	----

ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 4.6.1: Φύλο ερωτώμενων	30
Διάγραμμα 4.6.2: Ηλικία ερωτώμενων	30
Διάγραμμα 4.6.3: Μηνιαίο εισόδημα.....	31
Διάγραμμα 4.6.4. Λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιών	32
Διάγραμμα 4.6.5: Τρόπος οργάνωσης ταξιδιών	33
Διάγραμμα 4.6.6: Επιλογή τύπου καταλυμάτων	33
Διάγραμμα 4.6.7: Χρήση πλατφόρμας Airbnb	34
Διάγραμμα 4.6.8: Τρόπος χρήσης πλατφόρμας.....	34
Διάγραμμα 4.6.9: Βαθμός ικανοποίησης χρηστών	35
Διάγραμμα 4.6.10: Πιθανότητα μελλοντικής χρήσης της πλατφόρμας	35
Διάγραμμα 4.6.11: Λόγοι μη πιθανότητας χρήσης της υπηρεσίας.....	36
Διάγραμμα 4.6.11: Λόγοι χρησιμοποίησης/πιθανής χρήσης της πλατφόρμας.....	37

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Νικόλαο Τριχά, καθώς και την οικογένειά μου που με στηρίζει σε κάθε επαγγελματικό και επιστημονικό μου τόλμημα. Το σύζυγό μου Νίκο και τα παιδιά μου Βαγγέλη και Μυρτώ.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ραγδαία εξέλιξη στο χώρο της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια καθώς και η παγκόσμια οικονομική κρίση επέφεραν αλλαγές σε όλους τους τομείς της ανθρώπινης ζωής. Οι όροι του ανταγωνισμού μεταβάλλονται και προωθείται η ιδεολογία της συνεργασίας, της αλληλεγγύης και της συμμετοχής στην παραγωγή, στην κατανάλωση και στον καταμερισμό των πηγών πλούτου. Η οικονομία διαμοιρασμού ή αλλιώς συνεργατική οικονομία (sharing economy) αποτελεί ένα νέο τρόπο διάθεσης και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών που έχει σαν βάση την εμπιστοσύνη μεταξύ των χρηστών - καταναλωτών. Η αιφνίδια εξάπλωσή της έφερε πολλές προκλήσεις στους καταναλωτές, στις επιχειρήσεις και στις ρυθμιστικές αρχές σε όλο τον κόσμο. Στα πλαίσια της συμμετοχικής οικονομίας το σημαντικό είναι ότι οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μεταξύ ομοτίμων (peer-to-peer) και έχουν ως θεμέλιο την αυτοδιαχείριση και τη συνεργασία. Η μεγαλύτερη ωστόσο κινητήριος δύναμη για την οικονομία διαμοιρασμού αποδεικνύεται η τεχνολογία. Ο καταναλωτής μέσω του διαδικτύου βρίσκεται μπροστά σε μια πληθώρα πληροφοριών, ερευνά, επιλέγει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που ταιριάζουν στις ανάγκες του και προχωράει στις κατάλληλες αγοραστικές αποφάσεις.

Ένας ακόμα βασικός άξονας της παρούσας μελέτης είναι ο τουρισμός. Αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις ζωές των περισσότερων ανθρώπων. Ο τουρισμός βασίζεται στην πληροφορία, οπότε είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την τεχνολογία. Όσον αφορά λοιπόν στον τουρισμό, παρουσιάζει ραγδαία εξάπλωση η οικονομία διαμοιρασμού μέσω διαδικτύου. Ο διαμοιρασμός πραγματοποιείται μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας, καθώς οι ιδιοκτήτες-οικοδεσπότες ακινήτων διαθέτουν στους πελάτες-φιλοξενούμενους καταλύματα προς διαμονή με προσυμφωνημένο αντίτιμο και προϋπόθεση ηλεκτρονικής πληρωμής. Η εταιρία-ιδιοκτήτης της πλατφόρμας (από τις οποίες πλατφόρμες η πιο δημοφιλής και ευρέως διαδεδομένη είναι η Airbnb) παρακρατεί ένα ποσό από τη συναλλαγή ως προμήθεια.

Ο χάρτης της οικονομίας του τουρισμού σε παγκόσμιο και εγχώριο επίπεδο αλλάζει ταχύτατα και θεαματικά, καθώς όσον αφορά τη διαμονή των ταξιδιωτών υπάρχουν πλέον πολλές επιλογές. Το φαινόμενο της υποκατάστασης των ξενοδοχείων από τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες δημιουργεί ανταγωνισμό, ο οποίος δεν είναι βέβαια αθέμιτος αρκεί να υπάρχουν

οι πρόπουσες νομοθετικές και φορολογικές ρυθμίσεις. Στη χώρα μας αλλάζουν κάθε χρόνο οι ρυθμίσεις που αφορούν τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων προκαλώντας σύγχυση στα φυσικά πρόσωπα και στις επιχειρήσεις αλλά και στην τουριστική αγορά γενικότερα.

Η αναγκαιότητα της παρούσας μελέτης είναι η περεταίρω διερεύνηση της επίδρασης της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό, ένα θέμα επίκαιρο όσο ποτέ που εγείρει αρκετά θέματα συζήτησης και προβληματισμού.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο οροθετείται η έννοια της οικονομίας διαμοιρασμού, αναλύονται οι παράγοντες της ανάπτυξης της και παρουσιάζονται οι επιπτώσεις της στην οικονομία γενικότερα, ως αποτέλεσμα της μελέτης της σχετικής βιβλιογραφίας. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερόμαστε στην τουριστική οικονομία σήμερα και πως επηρεάζεται από τα νέα οικονομικά δεδομένα. Επίσης με ποιο τρόπο επιδρούν οι τεχνολογικές εξελίξεις και η ανάπτυξη του διαδικτύου στον τουρισμό και πώς λειτουργεί η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό. Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η ηλεκτρονική πλατφόρμα Airbnb, η λειτουργία της και παρουσιάζεται μια κριτική ανάλυση για την εταιρία. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθήθηκε. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη σχετικά με τη χρήση της Airbnb και τη διάδοσή της στην Ελλάδα. Τέλος στο έκτο και τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα από το θεωρητικό και ερευνητικό μέρος της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

1.1 Ορισμός της οικονομίας διαμοιρασμού

Η «οικονομία του διαμοιρασμού» (collaborative economy ή sharing economy ή peer-to-peer economy ή demand economy) συναντάται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παράλληλα με άλλες έννοιες όπως «κοινωνική οικονομία», «οικονομία της αλληλεγγύης», «κυκλική οικονομία», «λειτουργική οικονομία», «πράσινη οικονομία», «οριζόντια οικονομία», «οικονομία πλατφορμών», «οικονομία της περιστασιακής απασχόλησης» (gig economy). Έχουν διατυπωθεί - όπως είναι φυσικό - πολλοί ορισμοί αλλά ο επικρατέστερος στη βιβλιογραφία φαίνεται να είναι αυτός που διατύπωσαν οι Botsman & Rogers (2010). Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, 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»*. Μια έκθεση της PwC για την οικονομία της κοινής χρήσης (PwC, 2015:5) χρησιμοποίησε τον εξής ορισμό: *«Οι οικονομίες διαμοιρασμού επιτρέπουν στα άτομα και τις ομάδες να κερδίζουν χρήματα από περιουσιακά στοιχεία τα οποία υπο-χρησιμοποιούνται»*, υπογραμμίζοντας έτσι το οικονομικό όφελος. Σε πρόσφατο άρθρο του καθηγητή του Πανεπιστημίου της Ουτρέχτης Koen Frenken (2017) αναφέρεται: *«Ορίζουμε ως Οικονομία Διαμοιρασμού την παραχώρηση από έναν καταναλωτή σε άλλο προσωρινής πρόσβασης σε φυσικά περιουσιακά στοιχεία του τα οποία δεν αξιοποιεί πλήρως (υπάρχει δηλαδή αδρανής δυναμικότητα σε αυτά), πιθανώς για χρήματα»*.

Η Demary (2014) τονίζει την ετερογένεια ως το βασικό χαρακτηριστικό της συνεργατικής οικονομίας καθώς περιλαμβάνει αναρίθμητα μοντέλα επιχειρήσεων, αγορών και προϊόντων που είναι δύσκολο να συνοψισθούν σε έναν ορισμό. Η Οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί ένα ταχέως αναπτυσσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων, το οποίο βασίζεται κυρίως σε συναλλαγές μεταξύ ομοτίμων (peers). Σημαντικό θεωρείται σ' αυτό το επιχειρηματικό πρότυπο τα τελικά μέρη της συναλλαγής να είναι κατά κύριο λόγο «ομοτίμοι» (P2P) και ποτέ «επιχείρηση προς καταναλωτή» (B2C), είτε πρόκειται για ατομικά είτε για συλλογικά πρόσωπα,

συμπεριλαμβανομένων εταιρειών, των οποίων όμως ο επιμερισμός αυτός δεν μπορεί να συνιστά το εμπορικό αντικείμενο.

Με όρους πληροφορικής, ομοτίμο δίκτυο είναι αυτό που κάθε υπολογιστικός κόμβος μπορεί να λειτουργήσει και σαν πελάτης ή σαν εξυπηρετητής για τους υπόλοιπους υπολογιστές του δικτύου, επιτρέποντας την κοινή χρήση σε διάφορους πόρους όπως είναι αρχεία, περιφερειακά και αισθητήρες χωρίς να χρειάζεται κεντρική διαχείριση. Κάθε τύπος δικτύου απαιτεί από όλους τους υπολογιστές του δικτύου να χρησιμοποιούν το ίδιο ή συμβατό πρόγραμμα για να συνδεθούν μεταξύ τους και να έχουν πρόσβαση σε αρχεία και πόρους που βρέθηκαν σε άλλον υπολογιστή. Στην περίπτωση λοιπόν της οικονομίας διαμοιρασμού, οι συναλλαγές διευκολύνονται κυρίως μέσω μιας ψηφιακής πλατφόρμας, δημιουργώντας μια αγορά που είναι ανοιχτή στη κοινή χρήση υπηρεσιών και αγαθών σε προσωρινό επίπεδο όπως παραχώρηση χρήσης σπιτιού, μίσθωση αυτοκινήτου κ.α.

1.2 Η ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού

Οι παράγοντες που συνέβαλλαν στην ραγδαία ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες σύμφωνα με τον Finley (2013): α) κοινωνικές, β) οικονομικές, γ) τεχνολογικές. Στην πρώτη κατηγορία μπορούμε να θέσουμε ως βασικό άξονα το σύγχρονο τρόπο ζωής, με την αύξηση της αστικοποίησης αλλά και της ανάγκης για αειφορία αλλά και αλληλεγγύη. Ειδικότερα, η μεγέθυνση του πληθυσμού και η συγκέντρωσή του σε μεγάλα αστικά κέντρα (αύξηση πληθυσμιακής πυκνότητας) δημιούργησε αυξημένα κίνητρα για μεγαλύτερη εξοικονόμηση πόρων και χρήση μόνο των πλέον απαραίτητων αγαθών.

Όσον αφορά στις οικονομικές παραμέτρους που επέδρασαν στην αύξηση της οικονομίας διαμοιρασμού, πηγάζουν κατά βάση από την πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση που επηρέασε τις καταναλωτικές συνήθειες, ενίσχυσε την ανάγκη για πιο επιλεκτικές αγορές με κυρίαρχο ζητούμενο τη σχέση ποιότητας-τιμής και μετέβαλε τις σχέσεις εργασίας, αυξάνοντας τις ευέλικτες μορφές απασχόλησης και τη μικρο-επιχειρηματικότητα.

Τέλος, οι εξελίξεις στην τεχνολογία και ειδικότερα στο διαδίκτυο και η αύξηση του ποσοστού ηλεκτρονικών πληρωμών τα τελευταία έτη αποτελούν τη βάση της οικονομίας διαμοιρασμού. Ο όγκος των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες στον κάθε χρήστη του

επιτρέπει να έχει άμεση και πλήρη ενημέρωση για μια υπηρεσία ή ένα προϊόν και να κάνει την καλύτερη δυνατή επιλογή έχοντας ταυτόχρονα την άνεση για ταχύτερη απόκτηση της επιθυμητής υπηρεσίας ή προϊόντος.

Υπό μια γενικότερη έννοια, ουσιαστικά οι χρήστες, μέσα από σχετικές εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί στο διαδίκτυο, πετυχαίνουν να ταιριάζουν εκατομμύρια «έχω» και εκατομμύρια «θέλω» (Rinne, 2013).

1.3 Τα συστατικά μέρη της οικονομίας διαμοιρασμού

Οι παράγοντες που δραστηριοποιούνται σ' αυτό το μοντέλο οικονομίας είναι τρεις:

1. Οι πάροχοι μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος, οι οποίοι μπορεί να είναι ιδιώτες ή και επαγγελματίες πάροχοι
2. Οι χρήστες μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος
3. Οι μεσάζοντες, οι οποίοι συνδέουν τους παρόχους με τους χρήστες και μεσολαβούν στη συναλλαγή. Στην περίπτωση της οικονομίας διαμοιρασμού τους μεσάζοντες αποτελούν οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες και οι διαχειριστές αυτών, οι οποίοι διευκολύνουν την επικοινωνία προκειμένου να επιτευχθεί με ασφάλεια, ταχύτητα και εγκυρότητα. Η πλατφόρμα μπορεί να ανήκει ή να μην ανήκει στα εμπλεκόμενα μέρη στην συναλλαγή. Σε ορισμένους ορισμούς της οικονομίας διαμοιρασμού ο ιδιοκτήτης της πλατφόρμας θεωρείται ένας τρίτος που διαχωρίζεται από τον αγοραστή και τον πωλητή. Ένα άλλο χαρακτηριστικό συστατικό της συνεργατικής οικονομίας είναι το εμπόριο. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει μια οικονομική συναλλαγή μεταξύ των μερών όταν παρέχεται ένα περιουσιακό στοιχείο ή υπηρεσία ή μπορεί να περιλαμβάνει μία συναλλαγή σε είδος.

Η βάση όμως της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η συνεργασία. Ουσιαστικά αυτό που κάνει τις συνεργασίες πολύτιμες είναι η σταθερότητα που προσδίδουν σε έναν οργανισμό, δίνοντας τη δυνατότητα στα μέλη του να ανταλλάσσουν απόψεις, να επικοινωνούν ακόμα και να συγκρούονται εποικοδομητικά, ώστε μέσα από αυτή την εποικοδομητική σύγκρουση να οδηγούνται σε ουσιαστικά συμπεράσματα για τον οργανισμό τη δυναμική και τις προοπτικές του. Η συνεργασία αποτελεί μια διαδικασία με την οποία το άτομο έχει τη διάθεση και τη τάση να προσφέρει στο σύνολο το οποίο υφίσταται, το σύνολο για το οποίο εργάζεται και παράγει (Beyerlein et al., 2003). Σύμφωνα με τους Uwe et al.

(2000) το computer supported cooperative work (CSCW ή αλλιώς συνεργατική εργασία υποστηριζόμενη από υπολογιστές) εφαρμόστηκε για πρώτη φορά σε ένα σεμινάριο, προκειμένου να μπορέσουν οι παρευρισκόμενοι να δουλέψουν σε ομάδες και να είναι πιο αποτελεσματικοί λόγω της τεχνολογικής υποστήριξης την οποία είχαν (Uwe et al.,2000). Από εκείνο το σημείο και μετά έγινε αναπόσπαστο εργαλείο στις επιχειρήσεις, στη διοχέτευση της γνώσης, στην ανάπτυξη της εκπαίδευσης, στην ανάπτυξη μιας ευρύτερης επαφής με την αγορά τους πελάτες και τους συνεργάτες. Η CSCW πλαισιώνεται από τα ακόλουθα δεδομένα και στοιχεία τα οποία καθορίζουν τη λειτουργία του και την ευρύτερη λειτουργία και επίτευξη των στόχων του (Carstensen & Schmidt, 1999):

1. Η συνειδητοποίηση των άλλων: Απαιτείται κοινή γνώση και πληροφόρηση των κινήσεων των άλλων.
2. Ο καταμερισμός της εργασίας: Η εργασία οφείλει να διασπαστεί προς στους συνεργάτες και αφού ολοκληρωθεί να κριθεί από κοινού.
3. Η καταλληλόλητα εργαλείων: Πρέπει τα μέλη να εξοικειώνονται με την τεχνολογία σε σχέση με τις ανάγκες τους.

1.4 Κριτική της οικονομίας διαμοιρασμού

Η Schor (2014) μετά από την τριετή ενδελεχή έρευνα που διενήργησε σχετικά με το ζήτημα της οικονομίας διαμοιρασμού δημοσίευσε μία μελέτη η οποία συζητά τα θετικά και αρνητικά αποτελέσματα που προκύπτουν από την άνθηση των επιχειρήσεων οικονομίας διαμοιρασμού. Σύμφωνα με την ερευνήτρια υπάρχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον τους τελευταίους μήνες σε ότι αφορά την ανάπτυξη τέτοιων επιχειρήσεων, καθώς η ραγδαία εξέλιξη τους και η μεγάλη συμμετοχή των καταναλωτών έχει οδηγήσει σε μια σειρά από ρυθμιστικές και πολιτικές μάχες. Επί της ουσίας, παρουσιάζονται οι υπέρμαχοι και οι επικριτές αυτού του είδους οικονομίας, με τους υπέρμαχους να ισχυρίζονται ότι οι νέες τεχνολογίες θα δώσουν μια ουτοπική ενδυνάμωση στους απλούς ανθρώπους, θα αυξήσουν την αποτελεσματικότητα της οικονομίας αλλά θα μειώσουν σε μεγάλο βαθμό την ποσότητα του διοξειδίου του άνθρακα. Οι υπέρμαχοι λοιπόν υποστηρίζουν ότι, εκτός από όλα τα υπόλοιπα, η οικονομία διαμοιρασμού θα έχει και θετικό αντίκτυπο στην ρύπανση του πλανήτη. Από την άλλη πλευρά, οι επικριτές γνωμοδοτούν ότι αποτελεί έναν τρόπο για να ανθήσει η οικονομική

ιδιοτέλεια και όχι να ενισχυθεί η κοινή χρήση. Την άποψη αυτή την βασίζουν στην βασική ιδέα ότι ο κόσμος αποτελείται από ανθρώπους που χρησιμοποιούν ως πρόφαση την συμμετοχική οικονομία προκειμένου να εκμεταλλευτούν οικονομικά - ίσως και με άλλους τρόπους - τους καταναλωτές. Η άποψη της ερευνήτριας ωστόσο διαφοροποιείται σε ένα βαθμό από τις παραπάνω θέσεις η οποία συμπεραίνει ότι αυτό το νέο είδος οικονομίας έχει αρκετές «σκοτεινές» πλευρές που θα πρέπει να διερευνηθούν προκειμένου τελικά αυτό το είδος οικονομίας να λειτουργήσει προς όφελος των κοινωνιών. Ειδικότερα, συμπεραίνει ότι η ανάπτυξη των P2P κοινοτήτων, έχουν αρκετά οφέλη όπως ο διαμοιρασμός των αγαθών και η μείωση του κόστους ενώ παράλληλα τονίζει ότι μπορεί να αποτελέσουν την βάση για την ανάπτυξη κοινωνιών που θα είναι λιγότερο εξαρτημένες από την εργοδοσία και θα μπορούν να διαφοροποιήσουν το εισόδημά τους και την ικανότητά τους να προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες. Πάντως - σύμφωνα με την ίδια - οι πλατφόρμες της οικονομίας διαμοιρασμού βρίσκονται ακόμα σε πρώιμο στάδιο και υπάρχει ο κίνδυνος να δημιουργηθεί μια πλασματική υπεραξία η οποία θα πλήξει τον «κοινό» τύπο επιχειρήσεων.

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

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

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Οικονομία και τουρισμός

Η λέξη οικονομία από την οποία προέρχεται και ο αγγλικός όρος economy σημαίνει τη διαχείριση ενός νοικοκυριού. Όσο κι αν ο συσχετισμός φαίνεται εκ πρώτης όψης «περίεργος», θα πρέπει να αναλογιστούμε ότι (Mankiw, 2001: 55-56): *«όπως ένα νοικοκυριό έτσι και μια κοινωνία χρειάζεται να λάβει αποφάσεις προκειμένου να κατανείμει τους σπανίζοντες πόρους μεταξύ των μελών, έχοντας υπόψη τις ικανότητες, τις προσπάθειες, καθώς και τις επιθυμίες κάθε μέλους»*. Σύμφωνα με τους καθηγητές Krapf και Hunziker του Πανεπιστημίου της Βέρνης, ο τουρισμός μπορεί να οριστεί ως το σύνολο των σχέσεων και φαινομένων που προκύπτουν από την πραγματοποίηση ενός ταξιδιού και τη διαμονή σε ένα προορισμό με μόνιμους κάτοικους. Ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένας υπερ-παγκοσμιοποιητής (hyperglobalizer), καθώς αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές δυνάμεις ομογενοποίησης του κόσμου. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναφέρει ότι ο τουρισμός περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες των ανθρώπων που ταξιδεύουν σε άλλες περιοχές εκτός από αυτές που αποτελούν το συνηθισμένο περιβάλλον τους, σε χρονικό διάστημα που δεν ξεπερνά τον ένα χρόνο και ως σκοπό έχει την αναψυχή, την ικανοποίηση των επαγγελματικών τους αναγκών κ.α. (WTO, 1997).

Πέρα από τον ορισμό όμως, πολύ σημαντικό είναι το οικονομικό περιβάλλον στο οποίο λαμβάνονται οι αποφάσεις στον τουρισμό. Επίκεντρο αυτού του περιβάλλοντος είναι το «άτομο», σύμφωνα και με τη θεωρία του Maslow σχετικά με την ιεράρχηση των ανθρωπίνων αναγκών. Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη θεωρία που δημοσιεύτηκε για πρώτη φορά το 1943 στο βιβλίο του με τίτλο «A Theory of Human Motivation», και απεικονίζεται συχνά με σχήμα πυραμίδας, οι άνθρωποι προσπαθούν να ικανοποιήσουν πρώτα τις βασικές τους ανάγκες και μετά τις πιο σύνθετες (Healy, 2016). Θα πρέπει όμως να αναφερθεί ότι το μόνο σημείο του μοντέλου που επιδέχεται συζήτηση είναι ότι για να προχωρήσει ο καταναλωτής στην ικανοποίηση μιας ανάγκης του θα πρέπει να έχει ικανοποιήσει τη προηγούμενη. Αυτό δεν ισχύει πάντα γιατί ένας καταναλωτής μπορεί ταυτόχρονα να ικανοποιεί διαφορετικές ανάγκες, ενώ επίσης ο καταναλωτής δεν τηρεί πάντα σειρά στην

ικανοποίηση των αναγκών του. Οι ανάγκες λοιπόν τόσο των επαγγελματιών του τουρισμού όσο και του τουρίστα διαμορφώνουν τα διάφορα πολλά και ποικίλα είδη του τουρισμού. Σύμφωνα με τον Βαρβαρέσο (2000) η συνθετικότητα της ανάλυσης της τουριστικής ζήτησης σχετίζεται με εκείνη της τουριστικής προσφοράς. Τα άτομα τα οποία συμμετέχουν στην τουριστική μετακίνηση επιδιώκουν να ικανοποιήσουν ένα μεγάλο αριθμό αναγκών μέσω της τουριστικής κατανάλωσης.

Ειδικότερα, η τουριστική οικονομική είναι (Λαγός, 2005:32): *«κλάδος της οικονομικής επιστήμης που μελετά κυρίως την τουριστική ζήτηση και τους επιμέρους παράγοντες που τη διαμορφώνουν (τουριστικές ανάγκες, τουριστικά κίνητρα, καταναλωτικά πρότυπα, διαδικασίες λήψης τουριστικών αποφάσεων κ.λπ.), την τουριστική παραγωγή, το τουριστικό κόστος και την τουριστική προσφορά και τους επιμέρους παράγοντες που τα προσδιορίζουν (παραγόμενες ποσότητες, τιμές παραγωγικών συντελεστών, τιμή πώλησης). Καθώς και τις διάφορες οικονομικές σχέσεις που δημιουργούνται σε ορισμένο χρόνο και τόπο προορισμού με σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών».*

2.2 Η κατάσταση στον τουρισμό σήμερα: θετικές και αρνητικές επιδράσεις

Στην παγκόσμια τουριστική οικονομία απασχολούνται περίπου 200 εκατομμύρια άτομα ενώ η αύξηση των νέων επενδύσεων στον τουρισμό δημιουργούν νέες πηγές εισοδημάτων τόσο σε ατομικό όσο και εθνικό επίπεδο. Ειδικότερα στη χώρα μας, η άμεση και έμμεση απασχόληση στον τουρισμό έχει αγγίξει τις 800 χιλιάδες ενώ έχει δυναμική να υπερβεί το 1 εκατομμύριο έως το 2021, σύμφωνα με τη μελέτη που εκπόνησε ο Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων το 2016.

Οι θετικές και οι αρνητικές επιδράσεις του τουρισμού αντανακλούν τόσο στο οικονομικό περιβάλλον όσο και στο κοινωνικό - πολιτισμικό και φυσικό περιβάλλον. Όσον αφορά στο κοινωνικό - πολιτισμικό περιβάλλον, ο τουρισμός βοηθά στη μείωση της αστικοποίησης και αναπτύσσονται νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες σε απομακρυσμένες περιοχές, ενώ αναβαθμίζονται κάποιες περιοχές και δημιουργούνται νέες υποδομές. Προβάλλονται επίσης οι παραδόσεις, τα ήθη και τα έθιμα μιας περιοχής και επιτυγχάνονται πολιτιστικές ανταλλαγές. Τέλος, αναφορικά με το περιβάλλον προστατεύονται τα διάφορα οικοσυστήματα και οι υδροβιότοποι, ενώ παρέχονται κίνητρα για την ανάδειξη αρχαιολογικών και ιστορικών χώρων.

Όπως είναι φυσικό όμως δεν υπάρχουν μόνο θετικές επιπτώσεις αλλά και αρνητικές τόσο στο οικονομικό περιβάλλον όσο και στο κοινωνικό - πολιτισμικό και φυσικό περιβάλλον. Υπάρχει πάντα ο κίνδυνος να αυξηθεί το κόστος ζωής σε μια περιοχή, φαινόμενο ανάλογο της τουριστικής προσφοράς και ζήτησης. Επίσης στις περισσότερες περιοχές ο τουρισμός διακατέχεται από εποχικότητα. Οι επιχειρηματίες του τουρισμού πολλές φορές εκμεταλλεύονται τους εργαζόμενους, παραβλέποντας τις συμβάσεις και το εργατικό δίκαιο. Προβάλλονται επίσης κάποιες φορές ζητήματα ασφάλειας σε μια περιοχή ή και ανάρμοστη συμπεριφοράς των τουριστών που δυσφημούν τον τόπο που επισκέπτονται. Σε περιοχές που χτίζονται νέες τουριστικές μονάδες ή παρουσιάζουν έντονη τουριστική δραστηριότητα παρατηρείται ρύπανση, αλλοίωση μνημείων, σπατάλη πόρων και καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος.

2.3 Το διαδίκτυο στην υπηρεσία του τουρισμού

Το διαδίκτυο - και γενικότερα οι νέες τεχνολογίες - έχουν εισβάλλει στην ανθρώπινη καθημερινότητα, με όλες τις ευκολίες αλλά και τις δυσκολίες που συνεπάγεται το φαινόμενο αυτό. Έτσι, το διαδίκτυο έχει εισβάλλει και στον κλάδο του τουρισμού εφόσον σε παγκόσμιο επίπεδο αποτελεί μια βασική πηγή ταξιδιωτικών πληροφοριών ενώ πλέον θεωρείται ο πιο διαδεδομένος τρόπος ενημέρωσης των καταναλωτών που επιθυμούν να ταξιδέψουν (Artola et al., 2015). Οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω διαδικτύου είναι οι ίδιες με αυτές που προσφέρονται από τα παραδοσιακά ταξιδιωτικά γραφεία δηλαδή τα εισιτήρια, τη διαμονή και τις δραστηριότητες σε κάθε δυνατό προορισμό, προσαρμοσμένα στις ανάγκες και επιθυμίες κάθε ταξιδιώτη.

Μια σχετική έρευνα της εταιρίας Tourism Economics (2013) ανέδειξε σημαντικά αποτελέσματα σχετικά με το θέμα. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι το 50% των τουριστών στην Ευρώπη επιλέγουν την χρήση ιστοσελίδων αλλά και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να οργανώσουν το ταξίδι τους συνολικά. Αντίστοιχα, τα ταξιδιωτικά γραφεία αλλά τα τουριστικά πρακτορεία ενημερώνουν πλέον μόλις το 20% των Ευρωπαίων. Τα κοινωνικά δίκτυα και η αύξηση της χρήσης των κινητών συσκευών δημιούργησαν νέα κανάλια επικοινωνίας μεταξύ των ταξιδιωτών και προορισμών που επιλέγει. Είναι σήμερα παραδεκτό ότι οι μηχανές αναζήτησης αποτελούν ένα πολύτιμο πλοηγό για τη διαδικτυακή ταξιδιωτική έρευνα, ενώ υπάρχει υψηλή ανάκληση για τις διαδικτυακές διαφημίσεις. Επίσης

είναι ένα σημαντικό κανάλι κρατήσεων υπηρεσιών τουρισμού καθώς οι καλές τιμές που συχνά προσφέρει είναι κινητήριο δύναμη για τις διαδικτυακές αγορές.

Συνοπτικά, το διαδίκτυο είναι ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο μάρκετινγκ για τον τουρισμό (Maswera et al. 2008), καθώς:

- Μειώνει το κόστος της πληροφορίας μεταξύ των τουριστών και των τουριστικών επιχειρήσεων, των τουριστικών επιχειρήσεων μεταξύ τους καθώς και των τουριστών μεταξύ τους, δίνοντας τη δυνατότητα ανταλλαγής εμπειριών από τα ταξίδια
- Αυξάνει την ταχύτητα μεταφοράς και απόκτησης πληροφορίας, σημαντικό για τους τουρίστες που χρειάζεται να συγκρίνουν μεγάλους όγκους πληροφοριών για τα διάφορα τουριστικά προϊόντα.
- Αυξάνει την εμπλοκή των τουριστών στις συναλλαγές και τον καλύτερο έλεγχο τους
- Προσφέρει μεγαλύτερη ευελιξία στην τουριστική επικοινωνία
- Προσφέρει ευελιξία στην τουριστική επικοινωνία, στις κρατήσεις και στις συναλλαγές.

Οι ιστοσελίδες με τουριστικό περιεχόμενο κατηγοριοποιούνται σε τρεις ομάδες ανάλογα σε ποια φάση οργάνωσης του ταξιδιού ανταποκρίνονται οι πληροφορίες που προσφέρουν (Bastida & Huan, 2014). Η μία ομάδα προσφέρει πληροφορίες και εργαλεία χρήσιμα στους τουρίστες στους τουρίστες στο στάδιο πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού στη δεύτερη εντάσσονται οι ιστοσελίδες που έχουν πληροφορίες για τη διάρκεια του ταξιδιού και η τρίτη που περιέχει ιστοσελίδες με επιπλέον ενημερωτικά στοιχεία.

2.4 Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό

Η οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό έχει φτάσει να αποτελεί μία νέα μορφή επιχειρηματικότητας. Τα πλεονεκτήματα αυτού του φαινομένου συνοψίζονται κατά κύριο λόγο στο ότι προωθούνται οι συναλλαγές μεταξύ «ισότιμων» καθώς δεν εξαλείφεται η απροσωπία της αγοράς. Έτσι αυξάνεται η αλληλεγγύη μεταξύ των ατόμων που λαμβάνουν μέρος σε μια συναλλαγή. Επιπροσθέτως, ευνοείται η γενικότερη οικονομική δραστηριότητα και τα ατομικά εισοδήματα δίνοντας την ευκαιρία σε άτομα με χαμηλούς οικονομικούς πόρους να καλύψουν βασικές ανάγκες. Ενώ άλλο ένα θετικό της συνεργατικής οικονομίας φαίνεται να είναι η πραγματοποίηση των συναλλαγών χωρίς μεσάζοντες και η ενίσχυση των τοπικών προϊόντων. Όμως υπάρχουν και αρνητικά σημεία της οικονομίας διαμοιρασμού σε

σχέση με τον τουρισμό όπως τα τυχόν διαφυγόντα κέρδη των ιδιοκτητών καταλυμάτων που ενοικιάζονται μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας και η δυσαρέσκεια των ιδιοκτητών των νόμιμων τουριστικών καταλυμάτων. Επίσης το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει την οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό αλλάζει συνεχώς λόγω της τεράστιας ανάπτυξης που παρουσιάζει τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Προκύπτουν επίσης ζητήματα ασφάλειας σε περιπτώσεις που δεν υπάρχει επίσημη καταγραφή και έλεγχος των χρηστών των πλατφορμών. Όπως είναι φυσικό κάποιοι από τους χρήστες δεν έχουν πλήρη ενημέρωση για το θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας με αποτέλεσμα να υπάρχουν παρεξηγήσεις μεταξύ φιλοξενούμενων και οικοδεσποτών.

Συνοπτικά όσον αφορά στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της οικονομίας διαμοιρασμού σε σχέση με το τουριστικό προϊόν και κατόπιν της βιβλιογραφικής έρευνας, δημιουργήθηκε ο παρακάτω πίνακας:

Πίνακας 2.4.1 Διαφορές καταλυμάτων ξενοδοχειακού τύπου και καταλυμάτων μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας βραχυχρόνιας μίσθωσης

	ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΝΟΜΙΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	ΣΠΙΤΙΑ ΚΑΙ ΔΩΜΑΤΙΑ ΜΕΣΩ SHARING ECONOMY
ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ	Μαζικό τουριστικό προϊόν, ομοιομορφία	Αυθεντική ταξιδιωτική εμπειρία, ο φιλοξενούμενος ζει σαν ντόπιος
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ	Άμεση επικοινωνία, αλλά κάποιες φορές απρόσωπη	Αλληλεγγύη, ισότιμη συμμετοχή
ΤΙΜΗ	Υψηλό κόστος διανυκτέρευσης	Χαμηλές τιμές
ΑΞΙΟΠΙΣΤΙΑ	Ακρίβεια, άμεση ικανοποίηση αναγκών, διαφάνεια	Δεν υπάρχουν εγγυήσεις για την άμεση ικανοποίηση αναγκών, ψευδείς καταχωρίσεις
ΥΓΙΕΙΝΗ & ΑΣΦΑΛΕΙΑ	Έχουν ελεγχθεί από νόμιμους φορείς	Δεν είναι δεδομένα, βασίζονται σε κριτικές χρηστών

2.5 Επιπτώσεις της ανάπτυξης της οικονομίας διαμοιρασμού στον Τουρισμό

Η πρόσφατη μελέτη των Psaros et al. (2015) επικεντρώνεται στην ανάλυση του τρόπου με τον οποίο διαμοιράζονται οι πόροι και τα περιουσιακά στοιχεία, στα πλαίσια της οικονομίας διαμοιρασμού τα τελευταία χρόνια, με τις μεγάλες διαδικτυακές επιχειρήσεις να καταλαμβάνουν ένα μεγάλο μέρος αυτής της νέας οικονομίας. Σύμφωνα με την μελέτη, οι καταναλωτές έχουν την δυνατότητα προσωρινής πρόσβασης σε αγαθά και υπηρεσίες, προκειμένου να τα χρησιμοποιήσουν ανάλογα με τις υφιστάμενες ανάγκες τους. Όπως επισημαίνεται από τους ερευνητές, στον ελληνικό τουριστικό τομέα υπάρχουν στρατηγικοί λόγοι για τους οποίους θα πρέπει να μελετηθεί εις βάθος αυτή η αυξανόμενη συμμετοχή των επιχειρήσεων της οικονομίας διαμοιρασμού στην τουριστική οικονομία. Καταλήγουν μάλιστα στο συμπέρασμα ότι η αύξηση της συμμετοχής των καταναλωτών σε επιχειρήσεις συνεργατικής κατανάλωσης οφείλεται σε τρεις βασικούς παράγοντες: στην επίδραση της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης, στις τεχνολογικές εξελίξεις καθώς και στην επίδραση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης τα οποία επί της ουσίας αποτελούν ένα μεγάλο δίκτυο επαφών μέσα από το οποίο διαμορφώνεται και η συμπεριφορά των καταναλωτών.

Σύμφωνα με τη μελέτη της Grant Thornton (2015) που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας η οικονομία διαμοιρασμού επιφέρει επιπτώσεις:

- Στη λειτουργία των θεσμικών φορέων. Λόγω της απουσίας κατάλληλου θεσμικού πλαισίου, οι ιδιοκτήτες των ακινήτων δεν ακολουθούν κάποια σχετική αδειοδοτική διαδικασία. Παρόλα αυτά αντιπροσωπεύουν ένα μέρος της τουριστικής αγοράς για το οποίο δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία τόσο για το μέγεθος όσο και για το είδος των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρουν. Έτσι, φορείς όπως το Υπουργείο Τουρισμού ή το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο δεν είναι σε θέση να εκπληρώσουν πλήρως το ρόλο τους, καθώς ένα μέρος της τουριστικής αγοράς βρίσκεται έξω από το πεδίο αρμοδιοτήτων τους.
- Στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, καθώς εγείρονται ζητήματα προσωπικής ασφάλειας και δημόσιας υγείας, ενώ παράλληλα δύναται να προκύψουν και θέματα δημόσιας ασφάλειας καθώς δεν καταγράφονται τα στοιχεία των επισκεπτών. «Η παροχή υποβαθμισμένων τουριστικών υπηρεσιών δύναται να

επηρεάσει αρνητικά στη συνολική προβολή του τουριστικού προϊόντος της χώρας, βλάπτοντας το σύνολο των επαγγελματιών του κλάδου», επισημαίνει η εν λόγω μελέτη.

- Στο κοινωνικό σύνολο, καθώς η καινοτόμος αυτή δραστηριότητα έδωσε τη δυνατότητα σε πολλούς ιδιοκτήτες να εκμεταλλευτούν διαμερίσματα και γενικότερα ακίνητα που δεν αξιοποιούσαν.
- Στην επιχειρηματικότητα, καθώς ένα μέρος του πληθυσμού δε συμμετέχει φορολογικά και ασφαλιστικά στα έσοδα που υπάρχουν από την τουριστική ανάπτυξη.
- Στο περιβάλλον, η οικονομία διαμοιρασμού αρχικά δημιουργεί την αντίληψη πως πρόκειται για ένα είδος πράσινης οικονομίας (Gunther, 2014). Θα πρέπει όμως να γίνει εξέταση της συνολικής της συνολικής περιβαλλοντικής επίπτωσης της οικονομίας διαμοιρασμού και δεν αφορά μόνο την καταγραφή του ενεργειακού αποτυπώματος μιας κατοικίας σε σύγκριση με μια ξενοδοχειακή μονάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

AIRBNB

3.1 Η ταυτότητα της πλατφόρμας

Η Airbnb, η επιχείρηση συμμετοχικής οικονομίας με την οποία θα ασχοληθούμε εκτενώς, αποτελεί μια αναπτυσσόμενη επιχείρηση η οποία είναι ιδιαίτερα δημοφιλής ειδικότερα τα τελευταία χρόνια (Καραμπίνη, 2015). Οπότε από ερευνητικής σκοπιάς είναι ιδιαίτερα σημαντικό να ασχοληθούμε με μια εταιρία γνωστή στον τομέα της και οι υπηρεσίες της να χρησιμοποιούνται από ένα μεγάλο εύρος πελατών.

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 Αυγούστο του 2008. Στην πλατφόρμα AirBnB, έχει το δικαίωμα να εγγραφεί κάθε ιδιοκτήτης σπιτιού, εξοχικού, η ακόμα και ελεύθερου δωματίου μέσα σε μια κατοικία. Δημιουργώντας ένα προφίλ, ο οικοδεσπότης παρέχει πληροφορίες και φωτογραφίες για το κατάλυμα του. Ο ενδιαφερόμενος φιλοξενούμενος στέλνει μήνυμα στον οικοδεσπότη ζητώντας την κράτηση σε επιλεγμένες ημερομηνίες ή και ζητώντας επιπρόσθετες πληροφορίες για το κατάλυμα. Οι πληρωμές γίνονται μέσω της πλατφόρμας με ηλεκτρονικές πληρωμές και η εταιρία κρατάει ένα ποσοστό επί της κράτησης ως έξοδα διαχείρισης. Η εν λόγω εταιρία διαθέτει πλέον την απαιτούμενη αξιοπιστία για τα δύο εμπλεκόμενα μέρη της συναλλαγής, επαληθεύει τις πληροφορίες και αναρτά κριτικές των χρηστών με σκοπό να γνωρίσουν τα υπόλοιπα μέλη της πλατφόρμας τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της εμπειρίας των φιλοξενούμενων. Η ιστοσελίδα αποτελείται από ένα μεγάλο εύρος καταλυμάτων και περιοχών, όπως είναι για παράδειγμα δωμάτια, διαμερίσματα, βίλες και γι' αυτό το λόγο υπάρχουν πολλών ειδών τιμές. Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της AirBnB, κάθε φορά που επιβεβαιώνεται μία κράτηση χρεώνουν μία προμήθεια υπηρεσιών στους επισκέπτες, που κυμαίνεται περίπου από 6% μέχρι 12%. Σε περίπτωση όμως που κάποιος επισκέπτης ακυρώσει την κράτησή του, τότε η προμήθεια υπηρεσιών δεν επιστρέφεται, ενώ αν υπάρξει κάποια ακύρωση οικοδεσπότη και ο πελάτης θελήσει να του επιστραφούν τα χρήματά του, τότε του επιστρέφεται και η προμήθεια που έχει χρεωθεί. Σε περίπτωση που κάποια κράτηση αλλάξει, η προμήθεια δεν χάνεται αλλά

προσαρμόζεται στις καινούργιες αλλαγές. Εκτός από τους επισκέπτες η AirBnB χρεώνει και τους ιδιοκτήτες των καταλυμάτων με ποσοστό 3%, το οποίο καταβάλλεται κάθε φορά που ολοκληρώνεται μία κράτηση.

3.2 Η συμβολή της Airbnb στην οικονομία

Σύμφωνα με έρευνα της εταιρίας συμβούλων NERA για λογαριασμό της Airbnb, η εταιρία θα συμβάλει 340 δισ. ευρώ στην ευρωπαϊκή οικονομία μέχρι το 2020, υποστηρίζοντας 1 εκατ. θέσεις εργασίας. Σημεία της έρευνας παρουσίασε ο επικεφαλής Παγκόσμιας Δημόσιας Πολιτικής και Δημοσίων Σχέσεων της Airbnb, κ. Chris Lehane, κατά τη διάρκεια του ετήσιου Οικονομικού Φόρουμ του ΟΟΣΑ που διοργανώθηκε στο Παρίσι το διήμερο 7-8 Ιουνίου 2017 με κεντρικό θέμα την εξάλειψη των κοινωνικών ανισοτήτων (Tornos News, 2018). Μέχρι το 2020, η Airbnb αναμένεται να έχει 24 εκατ. διανυκτερεύσεις στην Ευρώπη από Ευρωπαίους ταξιδιώτες. Το 2016, η Airbnb υποστήριξε 730.000 θέσεις εργασίας στις 200 πόλεις στις οποίες έγινε η έρευνα, με ετήσια συμβολή για τις πόλεις αυτές που έφθασε τα 60 δισ. δολάρια. Στην έρευνα συμπεριελήφθησαν δεδομένα από 200 πόλεις από όλο τον κόσμο που παρουσιάζουν το μεγαλύτερο αριθμό διανυκτερεύσεων σε σπίτια της Airbnb και οι εκτιμήσεις βασίστηκαν στη στήριξη που μπορεί να προσφέρουν οι δαπάνες που σχετίζονται με την Airbnb στις πόλεις αυτές. Ανάμεσά τους είναι η Αθήνα και η Μύκονος. Ο κ. Lehane ανέφερε ότι ο μέσος ιδιοκτήτης σπιτιού στην Airbnb στην Ευρώπη ενοικίασε το σπίτι του για 27 διανυκτερεύσεις το 2016 και αποκόμισε περί τα 2.400 ευρώ.

Μιλώντας ο ίδιος στο Business Insider, είπε ότι η Airbnb εκδημοκρατίζει τον καπιταλισμό, κάνοντας την οικονομία να λειτουργεί για τους ανθρώπους από τη βάση. Οι ιδιοκτήτες σπιτιών στις γειτονιές, δηλαδή, αποκτούν εισοδήματα από τους τουρίστες, σε αντίθεση με τις αλυσίδες ξενοδοχείων οι οποίες διοχετεύουν τα έσοδά τους μακριά από την τοπική οικονομία. Παράλληλα, στο πλαίσιο προώθησης του υπεύθυνου και βιώσιμου τουρισμού, η Airbnb λανσάρει το Πρόγραμμα Κοινοτικού Τουρισμού, στο πλαίσιο του οποίου σκοπεύει να επενδύει 5 εκατ. ευρώ σε καινοτόμα τοπικά πρότζεκτ και πρωτοβουλίες για την ενίσχυση των τοπικών εθίμων, παραδόσεων και μνημείων. Όσον αφορά στην Ελλάδα υπολογίζεται ότι έχουν δημιουργηθεί πάνω από 1000 θέσεις εργασίας ενώ η συμβολή στην ελληνική οικονομία είναι σχεδόν 30 εκατ. ευρώ (Γκούρη, 2017).

3.3 Κριτική ανάλυση για την πλατφόρμα Airbnb

Αν εξετάσουμε συγκεκριμένα τα θετικά και αρνητικά σημεία της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων μέσω της πλατφόρμας Airbnb, στις περισσότερες περιπτώσεις η διαμονή σε κατάλυμα που διαχειρίζεται η εν λόγω εταιρία είναι πιο συμφέρουσα, δίνοντας τη δυνατότητα σε περισσότερους ανθρώπους να πραγματοποιήσουν τις διακοπές τους ακόμα και με περισσότερες διανυκτερεύσεις. Οι φιλοξενούμενοι έχουν τη δυνατότητα να ζήσουν σαν ντόπιοι και να βιώσουν την καθημερινότητα σε προορισμούς που δεν είναι τόσο διαδεδομένοι. Η εταιρία έχει πελατοκεντρική προσέγγιση. Ο νέος καταναλωτής τουρίστας δεν κατευθύνεται, είναι κυρίαρχος των επιλογών του, έχει άμεση πρόσβαση στην πληροφορία και αλληλεπιδρά με το περιβάλλον (Βαρελάς, 2016).

Θα πρέπει βέβαια να δούμε και τι συμβαίνει στον ξενοδοχειακό τομέα και πως αντανακλά η ραγδαία αύξηση των διανυκτερεύσεων σε κατοικίες μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Όταν υπάρχουν νομικά ή θεσμικά κενά στην φορολογία των εσόδων από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων μέσω Airbnb τότε το κράτος δεν έχει τα απαιτούμενα έσοδα μέσω της φορολογίας. Δημιουργείται ένας αθέμιτος ανταγωνισμός με τους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων καθώς η συνεργατική οικονομία τους στερεί σημαντικά έσοδα.

Ένα ακόμα μειονέκτημα της ηλεκτρονικής πλατφόρμας είναι ότι κάποιοι πιθανοί οικοδεσπότες δεν νιώθουν άνετα με τη σκέψη ότι κάποιος ξένος θα διαμείνει στην οικία τους και δεν έχουν εμπιστοσύνη προς τους φιλοξενούμενους. Υπάρχει βέβαια πάντα το ενδεχόμενο κάποιοι άνθρωποι λόγω έλλειψης σεβασμού να αφήσουν ένα χώρο στον οποίο διανυκτέρευσαν με μικρές ή μεγάλες ζημιές ή υπερβολικά ακατάστατο. Ακόμη είναι πιθανόν σε μια τουριστική περιοχή - και σε πολλές περιπτώσεις έχει γίνει πραγματικότητα - να αυξηθούν κατά πολύ οι τιμές των ενοικίων λόγω της ενοικίασης μέσω Airbnb και να μην υπάρχουν διαθέσιμα σπίτια για μακροχρόνια ενοικίαση.

Η ανάλυση SWOT είναι ένα σημαντικό εργαλείο που βοηθάει στην αξιολόγηση της στρατηγικής μιας επιχείρησης και συνίσταται στην ανάλυση των Δυνάμεων, των Αδυναμιών, των Ευκαιριών και την Απειλών μιας επιχείρησης. Ο Lehr (2015) στην ανάλυση του για την Airbnb καταλήγει στα εξής όσον αφορά στις δυνατά και αδύνατα σημεία της εταιρίας:

ΔΥΝΑΜΕΙΣ

- Προσελκύει μια μεγάλη μερίδα ταξιδιωτών, κυρίως αυτούς που έχουν χαμηλό προϋπολογισμό.
- Διαθέτει δυνατό brand – name
- Δείχνει προσαρμοστικότητα στις ατομικές ανάγκες κάθε χρήστη
- Υπάρχει εμπιστοσύνη λόγω των αξιολογήσεων των χρηστών
- Έχει χαμηλό κόστος για κάθε συναλλαγή
- Δεν απαιτούνται μεγάλα κόστη και κεφάλαιο για την χρήση και εκμετάλλευση των υπηρεσιών

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ

- Η εταιρία δεν διαθέτει πρόγραμμα αφοσίωσης πελατών
- Τα στάνταρ για την καθαριότητα και την ασφάλεια δεν έχουν ενιαία μορφή
- Οι εγκαταστάσεις που διατίθενται δεν μπορούν να φιλοξενήσουν συνέδρια ή ομάδες ατόμων.
- Δεν υπάρχει φορολογική και νομική σταθερότητα

3.4 Η νομοθεσία που ισχύει για τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων

Η ανάπτυξη αλλά και η διαφοροποίηση του τουριστικού φαινομένου δημιούργησε την ανάγκη ύπαρξης ενός οργανωτικού και νομοθετικού πλαισίου, στο οποίο θα περιλαμβάνονται όλες οι δραστηριότητες που σχετίζονται με αυτόν (Λαγός, 2005). Στην περίπτωση της Airbnb, αυτές οι κανονιστικές ρυθμίσεις, έχουν σχεδιαστεί και εφαρμοστεί από την ίδια την εταιρία προκειμένου να εξασφαλίζεται η εμπιστοσύνη, η εξάλειψη του κινδύνου αλλά και η διαφάνεια. Το ζήτημα των φόρων αποτελεί το επίκεντρο της επικαιρότητας τον τελευταίο καιρό σε διεθνές επίπεδο, με την εταιρία να ανακοινώνει ότι είναι ανοιχτή σε συνεργασία με τους υπαλλήλους στην Νέα Υόρκη και στο Σαν Φρανσίσκο για να αναπτύξουν νέα νομοθεσία (McNamara,2014)

Άλλωστε για την εύρυθμη λειτουργία οποιασδήποτε οργανωμένης λειτουργίας, και ειδικά όταν υπάρχει μεγάλη συμμετοχή από ανθρώπους, είναι απαραίτητο να υπάρχουν οι

κατάλληλες οργανωτικές και νομοθετικές ρυθμίσεις που θα είναι σε θέση να συμβάλλουν στην προστασία των συμφερόντων όλων των μερών (Said, 2012).

Όσον αφορά στη χώρα μας, από 1^η Φεβρουαρίου 2017 και σύμφωνα με το Νόμο 4446/2016 άλλαξε εντελώς η γενικότερη νομοθεσία για τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων. 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. Αναμένεται ότι το 2018 θα γίνει το πρώτο βήμα για τον έλεγχο της οικονομίας διαμοιρασμού στον τουρισμό καθώς όσοι δεν είναι εγγεγραμμένοι στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας μίσθωσης και μισθώνουν ακίνητα μέσω της πλατφόρμας θα βρεθούν αντιμέτωποι με μεγάλα πρόστιμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 Μεθοδολογία της έρευνας

Η μεθοδολογία μιας έρευνας θα πρέπει να ακολουθεί κάποιες βασικές αρχές που καθορίζουν την πορεία μιας έρευνας και αποτελούν τους ιχνηλάτες της συλλογής υλικού (Παππάς 2002). Όλα τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται σε μια έρευνα έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο ή μια ηλεκτρονική φόρμα συλλογής δεδομένων, όπου διαφορετικοί άνθρωποι απαντούν στις ίδιες ακριβώς ερωτήσεις με την ίδια σειρά. Επιλέγονται συνήθως στα πλαίσια μιας ερευνητικής εργασίας με σκοπό να συλλεχθούν δεδομένα σχετικά με απόψεις και στάσεις με τυποποιημένο, περιγραφικό και επεξηγηματικό τρόπο. Τα βασικά πλεονεκτήματα αυτού του ερευνητικού εργαλείου είναι ότι είναι οικονομικά, δεν απαιτούν πολύ χρόνο συμπλήρωσης από τους ερωτωμένους και η δημιουργία και χρήση τους είναι σχετικά απλή. Από την άλλη ο ερωτώμενος υποχρεώνεται να απαντήσει με συγκεκριμένο τρόπο και με την έλλειψη ανοιχτών ερωτήσεων δεν μπορεί να αναπτύξει πλήρως τις απόψεις του. Επίσης η διεξαγωγή μιας έρευνας με διαδικτυακά εργαλεία θα πρέπει να απευθύνεται σε άτομα που έχουν συνεχή πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ μπορεί να δημιουργηθούν και τεχνικά προβλήματα.

Στην προκειμένη έρευνα χρησιμοποιήθηκε το ερωτηματολόγιο μέσω ψηφιακής φόρμας που προσφέρει το Google Docs. Το εργαλείο αυτό επιλέχθηκε καθώς είναι εύκολη η συμπλήρωσή του από τους ερωτώμενους και δεν απαιτεί πολύ χρόνο. Επίσης η ανάλυση γίνεται με ακρίβεια και με εύχρηστα γραφήματα από τον ερευνητή.

4.2 Η ιδέα της έρευνας

Η ιδέα της συγκεκριμένης έρευνας προέκυψε έπειτα από μελέτη συναφών θεμάτων με τον τουρισμό και ειδικότερα τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες για την εύρεση τουριστικών καταλυμάτων. Το φαινόμενο της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων μέσω Airbnb παρουσιάζει σημαντικό ερευνητικό ενδιαφέρον καθώς έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις και

συνδυάζει μια νέα ιδεολογία, το διαδίκτυο, τον τουρισμό και την οικονομία διαμοιρασμού. Όσον αφορά στις τουριστικές υπηρεσίες έχουν γίνει ενδελεχείς έρευνες, όμως οι μελέτες που αναλύουν την οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό είναι λίγες και το φαινόμενο θεωρούμε ότι δεν έχει μελετηθεί επαρκώς.

4.3 Ο σκοπός και οι στόχοι της έρευνας

Ο προσδιορισμός και η εξειδίκευση του στόχου της έρευνας είναι οι έννοιες που πρέπει να καθοριστούν πρώτες, καθώς πάνω σε αυτές θα στηριχθεί η διαμόρφωση των ερωτήσεων (Ρόντος και Παπάνης, 2007).

Βασικός σκοπός αυτής της παρούσας έρευνας είναι να εκτιμηθεί η χρήση και η διάδοση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Airbnb στην Ελλάδα.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

- ✓ Η διερεύνηση της συχνότητας χρήσης της πλατφόρμας Airbnb και γενικότερα του διαδικτύου στην οργάνωση των ταξιδιών.
- ✓ Η διερεύνηση της αναγνωρισιμότητας και της εμπιστοσύνης της πλατφόρμας από τους ταξιδιώτες και από ιδιοκτήτες ακινήτων κατάλληλων για βραχυχρόνια μίσθωση.
- ✓ Η διερεύνηση των αιτιών επιλογής της πλατφόρμας από τους Έλληνες ταξιδιώτες και ο βαθμός ικανοποίησης της χρήσης της.

4.4 Δείγμα και περιορισμοί της έρευνας

Για την πραγματοποίηση της έρευνας που πραγματοποιήθηκε το Μάρτιο του 2018, χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος με τη χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και περιλάμβανε άτομα του ευρύτερου επαγγελματικού και φιλικού κύκλου της ερευνήτριας. Η φόρμα κοινοποιήθηκε σε ηλεκτρονικές διευθύνσεις και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συλλέχθηκαν 305 πλήρως απαντημένα ερωτηματολόγια που αποτελούν το δείγμα της έρευνάς μας.

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτείτο πολύ λίγος χρόνος και έτσι η συγκέντρωση ικανού αριθμού απαντημένων ερωτηματολογίων ήταν σχετικά απλή υπόθεση για την ερευνήτρια. Δεν αντιμετωπίστηκαν ιδιαίτερες δυσκολίες στη συλλογή των

πληροφοριών, καθώς και όλοι οι ερωτώμενοι φάνηκε να χρησιμοποιούν με ευκολία την ηλεκτρονική φόρμα, ενώ όλοι φάνηκε να γνωρίζουν το θέμα της έρευνας.

4.5 Δομή ερωτηματολογίου

Το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο περιελάμβανε 14 ερωτήσεις κλειστού τύπου¹. Οι ερωτήσεις 1-8 αφορούν σε δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτωμένων (φύλο, ηλικία, εισόδημα) καθώς και σε ερωτήσεις διερεύνησης της ταξιδιωτικής τους συμπεριφοράς (λόγους και συχνότητα μετακινήσεων, τρόπο οργάνωσης ταξιδιών, επιλογή καταλυμάτων). Στη συνέχεια και στις ερωτήσεις 9-14 εξειδικεύεται το προς διερεύνηση θέμα σχετικά με την οικονομία διαμοιρασμού στον τουρισμό και ειδικότερα την ηλεκτρονική πλατφόρμα Airbnb.

¹ Το ερωτηματολόγιο είναι διαθέσιμο στο Παράρτημα της εργασίας

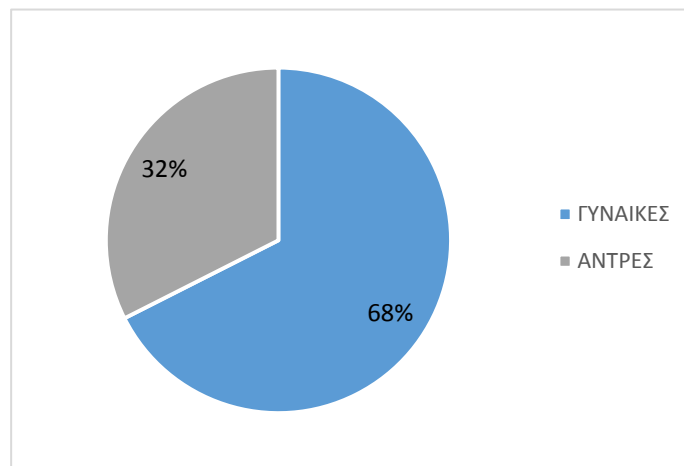
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

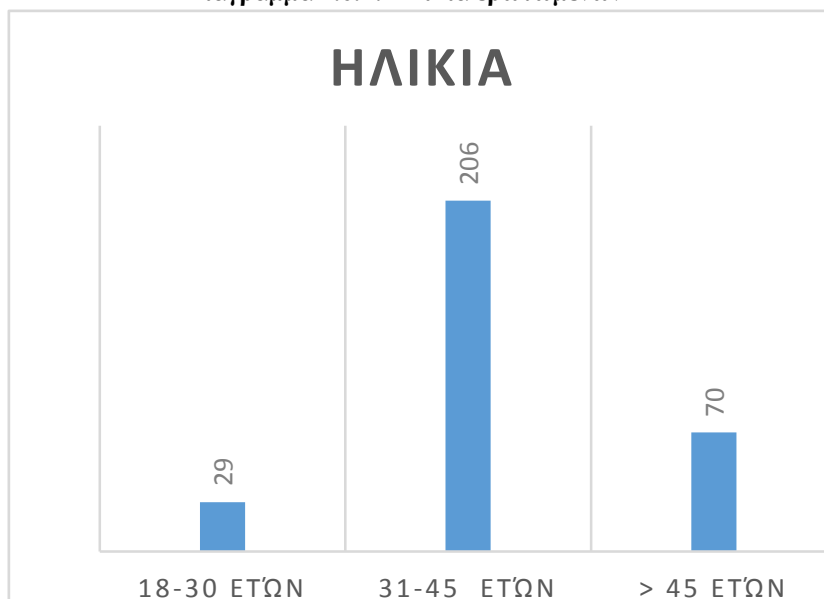
5.1 Ανάλυση αποτελεσμάτων

Το 68% των ερωτώμενων (206 άτομα) είναι γυναίκες και το 32% (99 άτομα) είναι άνδρες. Η μεγάλη αυτή διαφορά προέκυψε καθώς το απάντησαν στην πλειοψηφία τους εκπαιδευτικοί πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Το 9,5% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν ηλικία από 18-30 ετών, το 67,5% από 31-45 ετών, ενώ το 23% είναι πάνω από 45 ετών.

Διάγραμμα 4.6.1: Φύλο ερωτώμενων

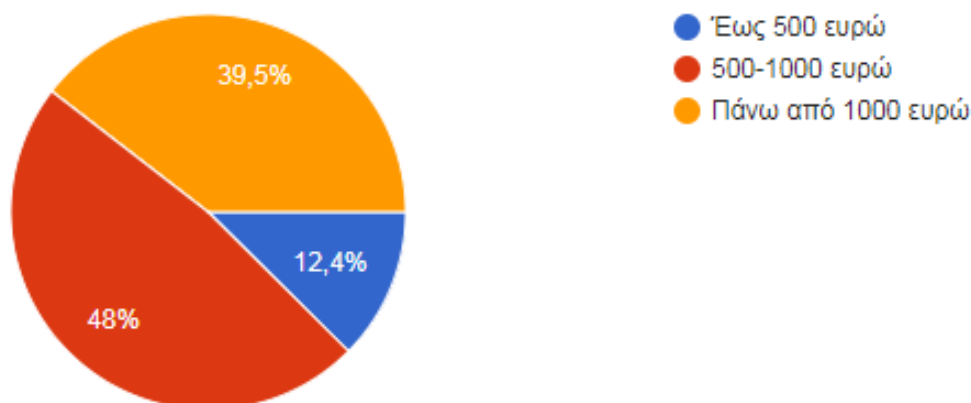


Διάγραμμα 4.6.2: Ηλικία ερωτώμενων



Όσον αφορά στο εισόδημά τους το 12,5% δηλώνει ότι έχει μηνιαίες αποδοχές που φτάνουν τα 500 ευρώ, το 48,2% δηλώνει ότι έχει εισόδημα από 500-1000 ευρώ, ενώ το 39,3% έχει μηνιαίο εισόδημα πάνω από 1500 ευρώ.

Διάγραμμα 4.6.3: Μηνιαίο εισόδημα

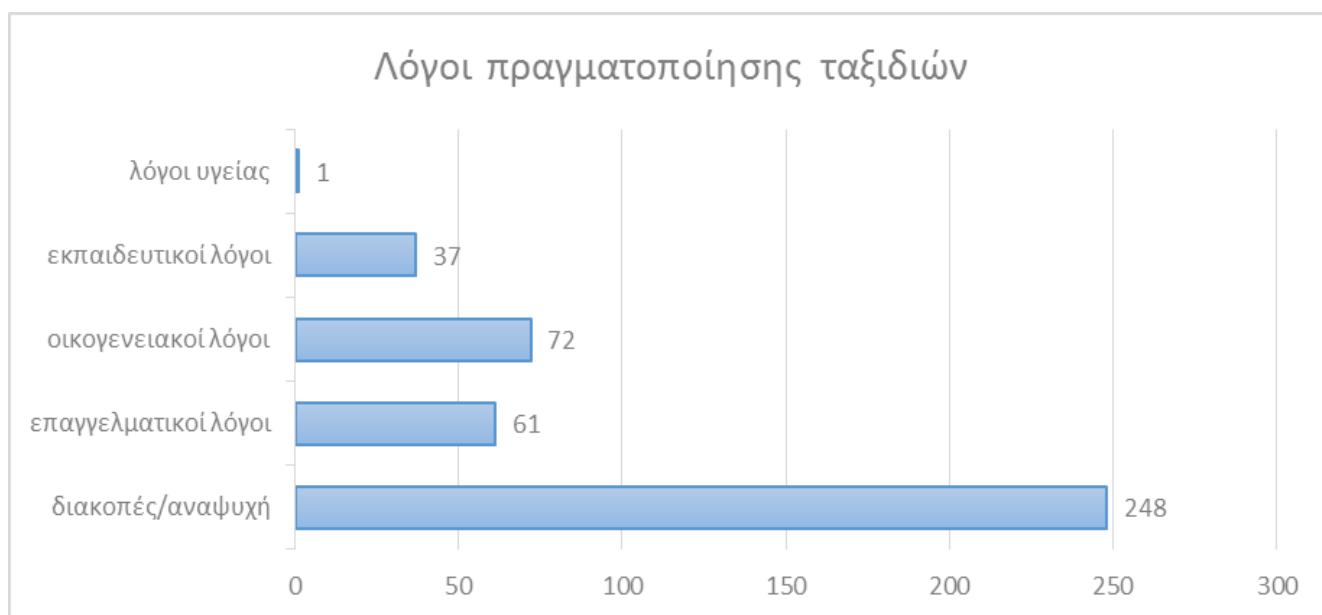


Τα χαρακτηριστικά λοιπόν του προφίλ του δείγματος της έρευνας μας ποικίλουν, με τη μεγάλη πλειοψηφία να είναι εργαζόμενοι, κυρίως δημόσιοι υπάλληλοι, παραγωγικής ηλικίας, με μεσαία και μεγάλα εισοδήματα. Είναι ένα ικανό δείγμα ατόμων όσον αφορά την ηλικία και το εισόδημα διότι στην έρευνά μας θέλουμε να δούμε τις προτιμήσεις των τουριστών σε ταξίδια καθώς στην πρόθεση ανάπτυξης επιχειρηματικότητας στα πλαίσια της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων.

Η συντριπτική πλειονότητα των ερωτωμένων (223 άτομα) δήλωσε ότι ταξιδεύει από 1-3 φορές το χρόνο, το 23% πραγματοποιούν από 4-10 ταξίδια το χρόνο, ενώ ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 3,3% δηλώνει ότι πραγματοποιεί πάνω από 10 ταξίδια το χρόνο.

Οι διακοπές παρουσιάζονται ως σημαντικότερος λόγος για ταξίδια, με ένα ποσοστό 81,3% να δηλώνει λόγους αναψυχής ως τη συνηθέστερη αφορμή για ταξίδια. Ακολουθούν οι οικογενειακοί λόγοι με 23,6%, οι επαγγελματικοί με 20% οι εκπαιδευτικοί/επιμορφωτικοί με 12,1% ενώ μόλις ένας ερωτώμενος απάντησε ότι ταξιδεύει για λόγους υγείας.

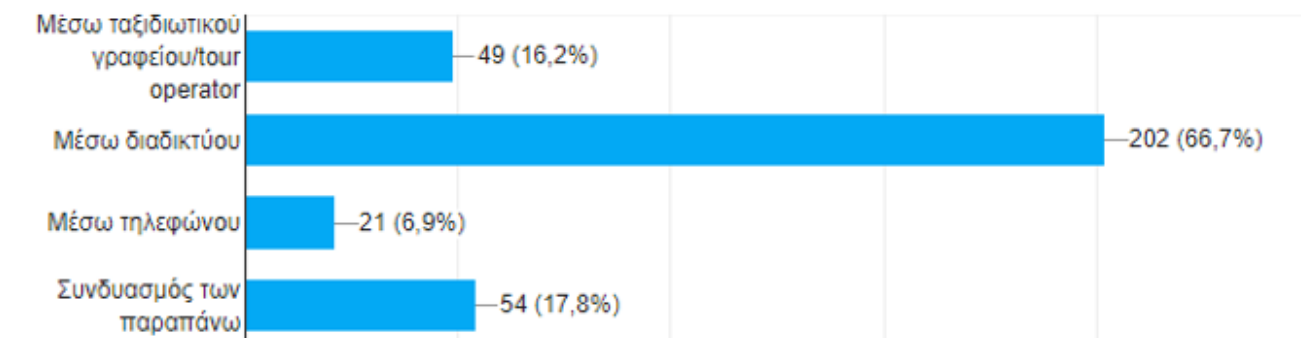
Διάγραμμα 4.6.4. Λόγοι πραγματοποίησης ταξιδιών



Από τους ερωτώμενους ένας μεγάλος αριθμός ατόμων (134 άτομα) απάντησε ότι ταξιδεύει συνήθως με την οικογένειά του, γεγονός που είναι άμεσα συνυφασμένο με το μεγάλο ποσοστό ατόμων ηλικίας 30-45 που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Ένας αρκετά μεγάλος αριθμός ατόμων (88 ερωτώμενοι) απάντησαν ότι ταξιδεύουν μόνοι/μόνες, ενώ πολλοί είναι αυτοί (20%) που έχουν συνοδοιπόρους στις μετακινήσεις τους τον/τη σύντροφό τους. Με φίλους ή/και συνεργάτες ταξιδεύουν συνήθως το 27,5 % και το 8,2% αντίστοιχα.

Η οργάνωση των ταξιδιών στην εποχή της πληροφορίας και του διαδικτύου έχει αλλάξει σημαντικά τα τελευταία χρόνια, όπως αναφέρθηκε και στο θεωρητικό μέρος της εργασίας. Πλέον οι χρήστες έχουν στραφεί στην διαδικτυακή αναζήτηση πληροφοριών για τουριστικούς προορισμούς και για χρησιμοποιεί ευρέως το διαδίκτυο για να αγοράσει εισιτήρια, υπηρεσίες αλλά και ολόκληρα πακέτα διακοπών. Είναι χαρακτηριστικό ότι στην παρούσα έρευνα το 66,7% απάντησε ότι οργανώνει τα ταξίδια του μέσω διαδικτύου, μόλις το 16,2% μέσω ταξιδιωτικού γραφείου, το 6,9% μέσω τηλεφώνου και το 54% με συνδυασμό των παραπάνω τρόπων.

Διάγραμμα 4.6.5: Τρόπος οργάνωσης ταξιδιών

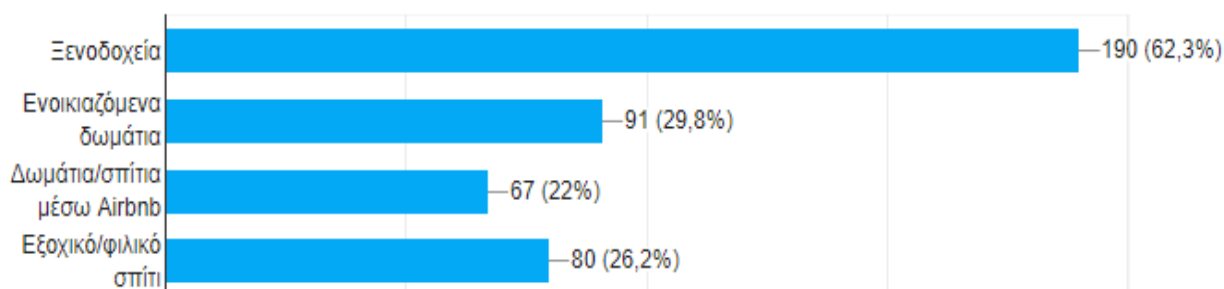


Όσον αφορά στον τύπο του καταλύματος που προτιμούν οι ταξιδιώτες για τη διαμονή τους, η συντριπτική πλειοψηφία (62,3%) επιλέγει τα ξενοδοχεία, τα ενοικιαζόμενα δωμάτια προτιμά ένα ποσοστό 29,8%, ενώ συνήθως την ενοίκιαση μέσω πλατφόρμας Airbnb ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό 22% των ερωτωμένων. Τη διαμονή σε ένα φιλικό ή εξοχικό σπίτι επιλέγουν 80 ερωτώμενοι (26,2%).

Διάγραμμα 4.6.6: Επιλογή τύπου καταλυμάτων

Τι τύπο καταλυμάτων επιλέγετε συνήθως;

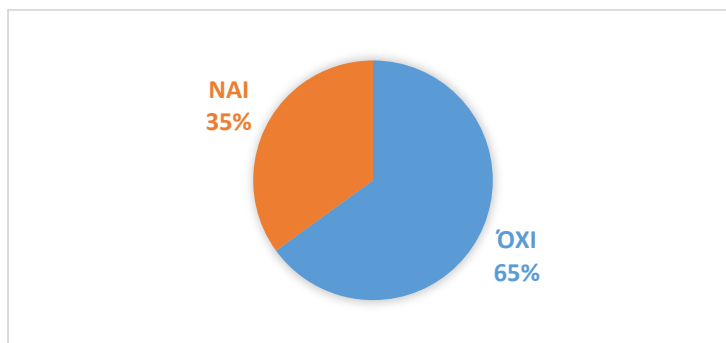
305 απαντήσεις



Αφού εξακριβώθηκε ότι ένα ικανοποιητικό ποσοστό των ερωτωμένων επιλέγει συνήθως την ενοίκιαση σπιτιού μέσω της πλατφόρμας, για να είμαστε πιο συγκεκριμένοι όσον αφορά στην πραγματική διείσδυση της εταιρίας στην Ελλάδα, προχωρήσαμε στην ερώτηση αν τα άτομα που λαμβάνουν μέρος στην έρευνα την έχουν ήδη χρησιμοποιήσει για τη διαμονή τους.

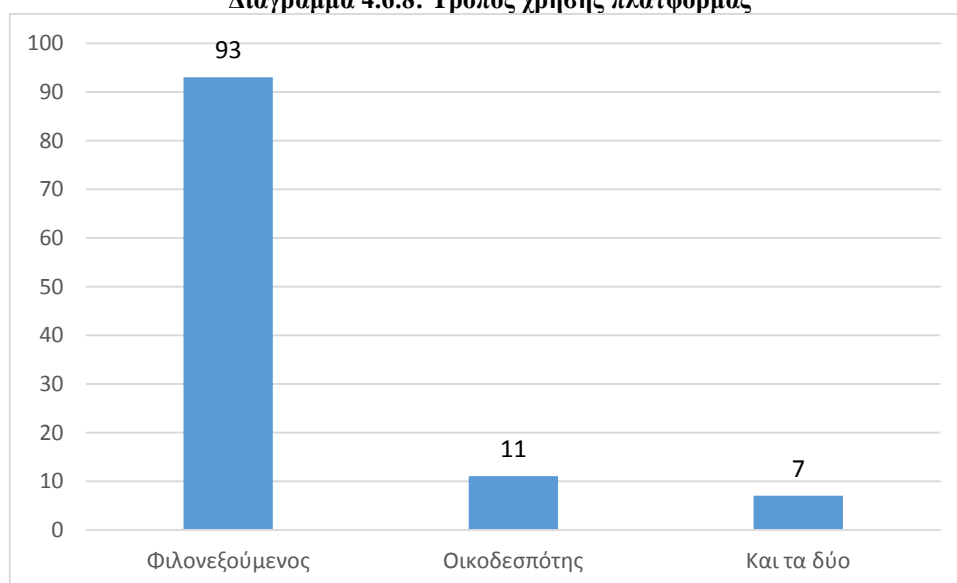
Διάγραμμα 4.6.7: Χρήση πλατφόρμας Airbnb

Έχετε χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα Airbnb;



Το 35% λοιπόν των ερωτώμενων απάντησε ότι έχει χρησιμοποιήσει έστω και μία φορά την πλατφόρμα, πρέπει όμως να διευκρινιστεί αν τα άτομα αυτά ενοικίασαν σπίτι ή αν διέθεσαν/διαθέτουν κάποια ιδιοκτησία ως οικοδεσπότες.

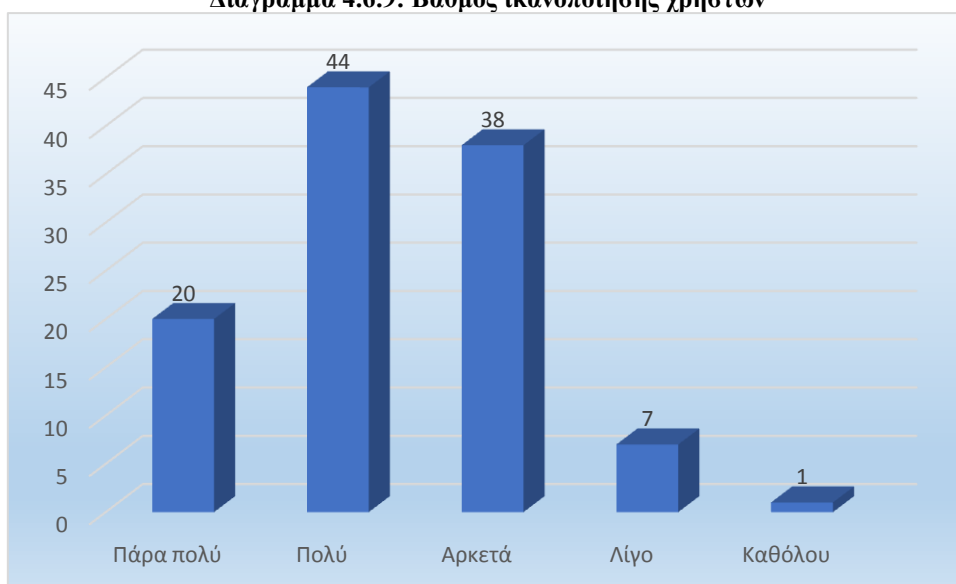
Διάγραμμα 4.6.8: Τρόπος χρήσης πλατφόρμας



Οι περισσότεροι (83,8%) είχαν χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα ως φιλοξενούμενοι ενώ 11 άτομα ως οικοδεσπότες. Μόνο 7 άτομα την έχουν χρησιμοποιήσει είτε ως φιλοξενούμενοι είτε ως οικοδεσπότες. Αυτά τα άτομα που είναι ένα αρκετά μεγάλο δείγμα (111 άτομα) έχουν ήδη μία τουλάχιστον εμπειρία διαμονής ή/και φιλοξενίας. Άρα από τα 305 άτομα που

αποτελούν το δείγμα της έρευνάς μας, το 6% (18 άτομα) χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική πλατφόρμα βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων Airbnb ως ιδιοκτήτες ακινήτων-οικοδεσπότες. Αφού έχουν χρησιμοποιήσει ή/και εξακολουθούν να χρησιμοποιούν την πλατφόρμα Airbnb είναι σκόπιμο να διερευνήσουμε το βαθμό ικανοποίησης από τη χρήση της υπηρεσίας. Περισσότεροι από τους μισούς (64 ερωτώμενοι) και συγκεκριμένα ποσοστό 58% δήλωσαν ότι έμειναν πάρα πολύ/πολύ ικανοποιημένοι, αρκετά ικανοποιημένοι από την υπηρεσία δήλωσε το 35% ενώ λίγο ή καθόλου μόλις το 7% των ερωτωμένων.

Διάγραμμα 4.6.9: Βαθμός ικανοποίησης χρηστών

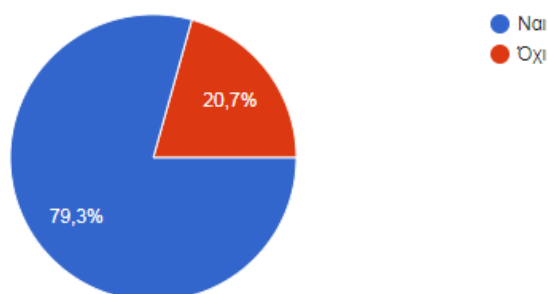


Ακόμα όμως και αν δεν έχουν κάνει χρήση έως τώρα, είναι σημαντικό να διερευνήσουμε την πρόθεση των ατόμων να την χρησιμοποιήσουν σε κάποιο από τα επόμενα ταξίδια τους ή αν σκέφτονται να εκμεταλλευτούν κάποιο ακίνητο μέσω της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων.

Διάγραμμα 4.6.10: Πιθανότητα μελλοντικής χρήσης της πλατφόρμα

Αν απαντήσατε Όχι, έχετε σκοπό να τη χρησιμοποιήσετε στο μέλλον είτε ως φιλοξενούμενος είτε ως οικοδεσπότης:

213 απαντήσεις



Ένα σημαντικό λοιπόν ποσοστό των ερωτωμένων 20,7% φαίνεται να αντιμετωπίζει αρνητικά την υπηρεσία και δεν έχει σκοπό να τη χρησιμοποιήσει στο μέλλον. Είναι λοιπόν ερευνητικά ενδιαφέρον να δούμε γιατί αποκλείουν τη χρήση της πλατφόρμας. Τα αποτελέσματα δείχνουν εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά καταλύματα ξενοδοχείων (με ποσοστό 68% από αυτούς που δεν έχουν σκοπό να χρησιμοποιήσουν την πλατφόρμα), τα οποία έχουν στάνταρ υπηρεσίες και είναι ελεγμένα από τους κρατικούς οργανισμούς. Η ανασφάλεια που ίσως δημιουργεί η επαφή με άγνωστα άτομα είναι λόγος για να μη χρησιμοποιήσουν στο μέλλον την υπηρεσία το 16,7%. Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα στην ερώτηση:

Διάγραμμα 4.6.11: Λόγοι μη πιθανότητας χρήσης της υπηρεσίας

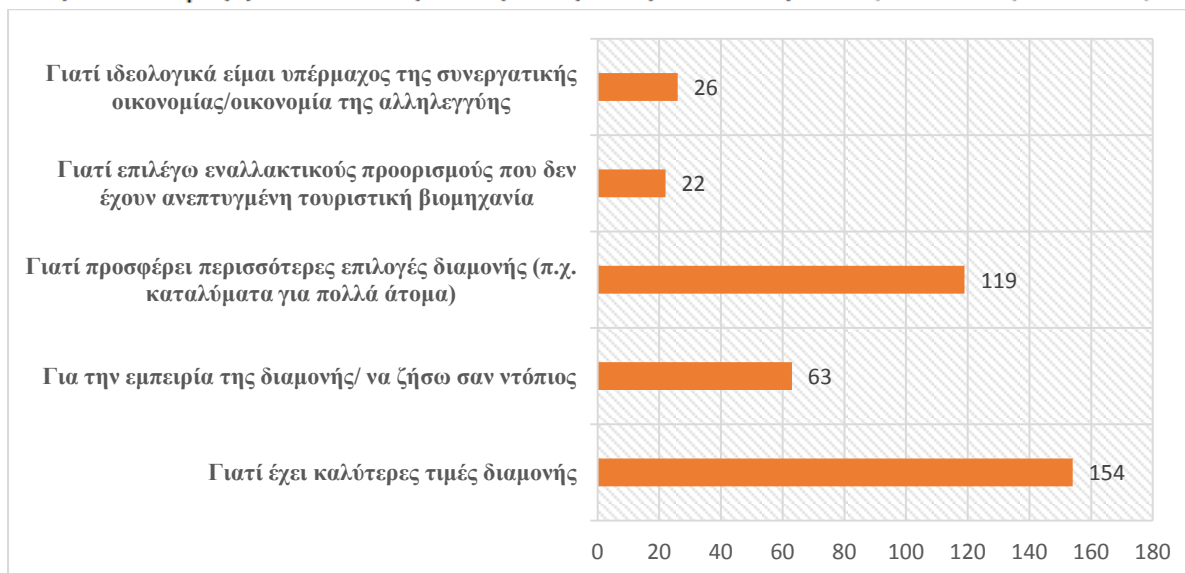
Αν απαντήσατε όχι, για ποιον/ποιους λόγους δεν έχετε σκοπό να τη χρησιμοποιήσετε



Και τέλος, είναι σκόπιμο να διερευνήσουμε τους λόγους επιλογής της χρήσης της πλατφόρμας, καθώς και τους λόγους για τους οποίους άτομα που δεν την έχουν χρησιμοποιήσει ακόμα προτίθενται να το πράξουν στο μέλλον.

Διάγραμμα 4.6.11: Λόγοι χρησιμοποίησης/πιθανής χρήσης της πλατφόρμας

Για ποιον/ποιους λόγους επιλέγετε/θα επιλέγατε να χρησιμοποιήσετε την πλατφόρμα Airbnb για την εύρεση καταλύματος στα ταξίδια σας;



Σε γενικές γραμμές οι ερωτώμενοι γνωρίζουν την πλατφόρμα Airbnb, αρκετοί από αυτούς την έχουν ήδη χρησιμοποιήσει και οι περισσότεροι έχουν σκοπό να κάνουν χρήση στο μέλλον. Πιστεύουν ότι προσφέρει καλύτερες τιμές στη διαμονή, περισσότερες επιλογές σε σχέση με τα ξενοδοχεία και επιθυμούν να νιώσουν «οικεία» σε ένα προορισμό που επισκέπτονται. Όσοι είναι αρνητικοί στη χρήση της υπηρεσίας, φαίνεται να προτιμούν τις παροχές των ξενοδοχείων ενώ δεν έχουν εμπιστοσύνη να διαθέσουν το χώρο τους ή να φιλοξενηθούν σε ή από άγνωστα άτομα, τίθενται δηλαδή προφανώς θέματα υγιεινής και ασφάλειας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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 κυρίως 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 και για τους περισσότερους ο μοναδικός και βασικός είναι σίγουρα οι καλύτερες τιμές διαμονής. Επίσης προσφέρει πληθώρα επιλογών και πληροφοριών, ευκολία στην χρήση κ.α. ενώ πολλοί συμφωνούν στην ιδεολογία της εταιρίας να ζήσουν σαν ντόπιοι και όχι ως τουρίστες στα ταξίδια τους. Η νέα αυτή επιχειρηματική ιδέα εξαπλώνεται σε όλη την επικράτεια 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.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

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

Artola , C., Pinto, F., and de Pedraza Garcia, P. (2015) Can Internet searches forecast tourism inflows, *International Journal of Manpower*, 36,103-115

Bastida, U., Huan, T. (2014), Performance evaluation of tourism websites information quality of four global destination brands: Beijing, Hong Kong, Shanghai and Taipei, *Journal of Business Research*, 167

Beyerlein, M., McGee, C., and Klein, G. (2003) *The Collaborative Work Systems Fieldbook: Strategies, Tools and Techniques*, San Francisco: Wiley and Sons Inc.

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

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

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

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

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

Gunther, M. (2014) *Is sharing really green*, Ensia

Healy, K. (2016) A Theory of Human Motivation by Abraham H. Maslow-reflection, *The British Journal of Psychiatry*, 208, p. 313

Lehr, Dean D, (2015), *An Analysis of the Changing Competitive Landscape in the Hotel Industry Regarding Airbnb*, Master's thesis, Dominican University of California

Διαθέσιμο στο :

<https://scholar.dominican.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.gr/&httpsredir=1&article=1189&context=masters-theses> (Ανακτήθηκε στις 21/1/2018)

Mankiw, G. (2001) *Αρχές της Οικονομικής*, Αθήνα: Τυπωθήτω-Γ. Δάρδανος

Maswera, T., Dawson, R. and Edwards, J. (2008) E-commerce adoption of travel and tourism organisations in South Africa, Kenya and Uganda, *Telematics and Informatics*, 25, 31

McNamara, B. (2014) Airbnb: A not safe resting place. *Macro*, 1 (23), p.149-170

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

Psaros, M., Rinne, A., Jordan, P. and Pastras, P. (2015) *Sharing Economy and the Tourism and Hospitality Sector in Greece*, Αθήνα: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας

PWC, (2015), *The Sharing Economy*, *Consumer Intelligence Series*

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

Said, C. (2012) Short-term rentals disrupting SF housing market, *San Francisco Chronicle*

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

Tourism Economics (2013), *Οι συνέπειες του διαδικτυακού περιεχομένου στον Ευρωπαϊκό Τουρισμό*, Oxford: Tourism Economics

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

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

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

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

Βαρβαρέσος, Σ. (2000) *Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές*, Αθήνα: Προπομπός

Βαρελάς, Σ., (2016) Συνεργατικές στρατηγικές των Τουριστικών Επιχειρήσεων στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, *Χρήμα και Τουρισμός*

Διαθέσιμο στο: <http://money-tourism.gr/synergatikes-stratigikes-ton-touristikon-epichiriseon-sto-pagkos%c2%b5iorii%c2%b5eno-perivallon/#ixzz5B8OOgu2s> (Ανακτήθηκε 20/3/2018)

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

Καραμπίνη, Τ. (2015) Πώς η Airbnb άλλαξε την ελληνική Οικονομία, *Fortune Greece*

Λαγός, Δ. (2005) *Τουριστική Οικονομική*, Αθήνα: Κριτική

Παπάς, Θ., (2002) *Η μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας στις ανθρωπιστικές επιστήμες*, Αθήνα : Καρδαμίτσα

Ρόντος, Κ., Παπάνης, Ε., (2007) Στατιστική Έρευνα, Αθήνα: Σιδέρη
<http://www.tornosnews.gr/tornos/taseis/25177-airbnb>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΕΡΕΥΝΑ: "ΤΑΞΙΔΙΑ ΚΑΙ AIRBNB "

Παρακαλώ να απαντήσετε στο ερωτηματολόγιο, που φτιάχτηκε για τις ανάγκες της Πτυχιακής εργασίας του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του ΤΕΙ Κρήτης με τίτλο " Η οικονομία διαμοιρασμού στον Τουρισμό: Η περίπτωση της πλατφόρμας Airbnb". Ευχαριστώ για το χρόνο σας!!!! Με εκτίμηση, ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΑ ΔΑΣΚΑΛΑΚΗ

* Απαιτείται

Φύλο *

- Άντρας
- Γυναίκα

Ηλικία *

- 18-30
- 31-45
- Πάνω από 45

Ποιο είναι το ύψος του μηνιαίου εισοδήματός σας; *

- Έως 500 ευρώ
- 500-1000 ευρώ
- Πάνω από 1000 ευρώ

Πόσο συχνά ταξιδεύετε; *

- 1-3 φορές το χρόνο
- 4-10 φορές το χρόνο
- Περισσότερες από 10 φορές το χρόνο

Για ποιους λόγους ταξιδεύετε συνήθως; *

- Για λόγους αναψυχής-διακοπές
- Για επαγγελματικούς λόγους
- Για οικογενειακούς λόγους
- Για εκπαιδευτικούς – επιμορφωτικούς λόγους
- Άλλο: _____

Πώς ταξιδεύετε συνήθως; *

- Μόνος/μόνη
- Με την οικογένειά μου
- Με φίλους
- Με συνεργάτες
- Με τον/την σύντροφό μου

Η οργάνωση των ταξιδιών σας (εισιτήρια, διαμονή) γίνεται συνήθως: *

Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου/tour operator

Μέσω διαδικτύου

Μέσω τηλεφώνου

Συνδυασμός των παραπάνω

Άλλο: _____

Τι τύπο καταλυμάτων επιλέγετε συνήθως; *

Ξενοδοχεία

Ενοικιαζόμενα δωμάτια

Δωμάτια/σπίτια μέσω Airbnb

Εξοχικό/φιλικό σπίτι

Άλλο: _____

Έχετε χρησιμοποιήσει την πλατφόρμα Airbnb; *

Ναι

Όχι

Αν απαντήσατε Ναι, την έχετε χρησιμοποιήσει/χρησιμοποιείτε ως:

Φιλοξενούμενος

Οικοδεσπότης

Και τα δύο

Αν απαντήσατε Όχι, έχετε σκοπό να τη χρησιμοποιήσετε στο μέλλον είτε ως φιλοξενούμενος είτε ως οικοδεσπότης:

Ναι

Όχι

Αν απαντήσατε Όχι, για ποιον/ποιους λόγους δεν έχετε σκοπό να τη χρησιμοποιήσετε?

Δεν εμπιστεύομαι τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες

Φοβάμαι να έρθω σε επαφή με άγνωστα άτομα

Προτιμώ τη σιγουριά και τις παρεχόμενες υπηρεσίες ενός ξενοδοχείου

Δεν υπάρχει μεγάλη διαθεσιμότητα σε καταλύματα της αρεσκείας μου

Έχω ακούσει/διαβάσει αρνητικά σχόλια για την υπηρεσία

Δεν είμαι πολύ εξοικειωμένος με τη χρήση του διαδικτύου

Άλλο: _____

Αν έχετε χρησιμοποιήσει ήδη την πλατφόρμα μείνατε ικανοποιημένος/η από την υπηρεσία;

- Πάρα πολύ
- Πολύ
- Αρκετά
- Λίγο
- Καθόλου

Για ποιον/ποιους λόγους επιλέγετε/θα επιλέγατε να χρησιμοποιήσετε την πλατφόρμα Airbnb για την εύρεση καταλύματος στα ταξίδια σας; *

- Γιατί έχει καλύτερες τιμές διαμονής
- Για την εμπειρία της διαμονής/ να ζήσω σαν ντόπιος
- Γιατί προσφέρει περισσότερες επιλογές διαμονής (π.χ. καταλύματα για πολλά άτομα)
- Γιατί επιλέγω εναλλακτικούς προορισμούς που δεν έχουν ανεπτυγμένη τουριστική βιομηχανία
- Γιατί ιδεολογικά είμαι υπέρμαχος της συνεργατικής οικονομίας/ οικονομία της αλληλεγγύης
- Δεν έχω σκοπό να χρησιμοποιήσω αυτή την υπηρεσία
- Άλλο: _____