

Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών
ΠΜΣ Εφαρμοσμένη Οικονομική στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Οικονομία Διαμοιρασμού - Η περίπτωση της Airbnb

Διπλωματική Διατριβή
Πανυσίδης Νικόλαος



Επιβλέπων Καθηγητής
Αρβανιτίδης Πασχάλης

ΒΟΛΟΣ
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2019

Πριν την παρουσίαση της εν λόγω μελέτης θα ήταν παράλειψη να μην απευθύνω ευχαριστίες σε ορισμένους ανθρώπους οι οποίοι με την καθοδήγηση αλλά και την στήριξη τους με βοήθησαν να ολοκληρώσω την εκπόνηση της διπλωματικής μου εργασίας με τον αποδοτικότερο δυνατό τρόπο.

Θα ήθελα να απευθύνω τις θερμότερες ευχαριστίες μου στον κ. Αρβανιτίδη Πασχάλη για την αμέριστη συμπαράσταση και συνεργασία κατά την διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου διατριβής. Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω και τα έτερα μέλη της εξεταστικής επιτροπής οι οποίοι ευγενικά δέχθηκαν να αξιολογήσουν την διπλωματική μου εργασία.

Στην συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω τους καθηγητές του ΠΜΣ του τμήματος του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας για την συνεργασία που είχαμε κατά την διάρκεια των τελευταίων δύο ετών, για τις βάσεις που μου προσέφεραν προπτυχιακώς και με βοήθησαν να ολοκληρώσω με επιτυχία τις μεταπτυχιακές μου σπουδές.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου, τους γονείς μου για την στήριξη και την βοήθεια που μου προσέφεραν δίνοντας μου δύναμη για να ολοκληρώσω την εργασία μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη και ανάλυση του πλαισίου διαμοιρασμού διαμοιρασμού καταλυμάτων στην Ελλάδα με έμφαση στην περίπτωση της Airbnb. Η έρευνα θα έχει ως στόχο να μελετήσουμε τις θετικές και αρνητικές επιδράσεις της οικονομίας διαμοιρασμού και της Airbnb την πορεία της στην Ελλάδα, ενώ παράλληλα θα γίνει και μια έρευνα με στόχο να βρεθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή των καταχωρημένων ακινήτων ενός δείγματος που χρησιμοποιήσαμε στην Αθήνα.

Η οικονομία διαμοιρασμού είναι ένα νέο οικονομικό μοντέλο, που αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς παγκοσμίως, στο οποίο οι καταναλωτές συναλλάσσονται μεταξύ τους μέσω διαδικτύου, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες τους σε προϊόντα και υπηρεσίες. Το οικονομικό αυτό μοντέλο βασίζεται στη χρήση πόρων και περιουσιακών στοιχείων που υπάρχουν ή έχουν ήδη αγοραστεί και βρίσκονται σε αδράνεια ή δεν χρησιμοποιούνται ευρέως. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια η οικονομία διαμοιρασμού και ιδιαίτερα στον κλάδο της διαμονής μέσω της Airbnb, βρίσκει ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος, λόγω της αύξησης της ζήτησης για τουριστική διαμονή, αλλά και λόγω της οικονομικής κρίσης.

Οι έρευνες που μελετήσαμε κατέδειξαν ότι η επίδραση της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων έχει θετικό αντίκτυπο στην αγορά ακινήτων της Ελλάδος, στην κοινωνία καθώς και στο περιβάλλον. Παρότι το φορολογικό και νομικό πλαίσιο των βραχυχρόνιων μισθώσεων ήταν θολό τον τελευταίο χρόνο προσπάθειες που έγιναν από το κράτος βοήθησαν στο να μπου κανόνες περιορισμοί ώστε το φαινόμενο αυτό να μην αντικαταστήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα του ξενοδοχειακού κλάδου.

Τέλος μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε πως παράγοντες όπως ο το μέγεθος του ακινήτου, η βαθμολογία αξιολόγησης και η εμπειρία του οικοδεσπότη επηρεάζουν την τιμή των ακινήτων ενώ άλλοι παράγοντες όπως η ύπαρξη κλιματισμού και η θέση του φαίνεται ότι δεν επηρεάζουν την τιμή .

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή.....	6
1. Οικονομία Διαμοιρασμού (Sharing Economy).....	8
1.1 Λόγοι ανάπτυξης της Οικονομίας Διαμοιρασμού.....	8
1.1.2 Ορισμοί της Οικονομίας Διαμοιρασμού	8
1.1.3 Ιστορική Εξέλιξη της Οικονομίας Διαμοιρασμού.....	14
1.1.4 Λόγοι ανάπτυξης της Οικονομίας Διαμοιρασμού.....	18
1.2 Οικονομία Διαμοιρασμού και Κίνητρα συμμετεχόντων.....	21
1.3 Επιπτώσεις από την ανάπτυξη της Οικονομίας Διαμοιρασμού	27
1.4 Οδηγίες της Ευρωπαϊκής ένωσης σχετικά με την οικονομία διαμοιρασμού.....	29
1.5 Συμπεράσματα.....	33
2. Οικονομία Διαμοιρασμού – η περίπτωση της Airbnb.....	34
2.1 Η περίπτωση της Airbnb.....	34
2.2 Αποτίμηση της Airbnb.....	41
2.3 Επιπτώσεις της Airbnb στην Ελληνική αγορά ακινήτων.....	49
2.4 Επιπτώσεις του Airbnb στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	53
2.5 Οικονομικές και Περιβαλλοντικές επιδράσεις της Airbnb στην Αθήνα.....	57
2.6 Υφιστάμενο Νομοθετικό και Φορολογικό καθεστώς βραχυχρόνιων μισθώσεων ακινήτων στην Ελλάδα.....	58
2.7 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα φορολόγησης καταλυμάτων Airbnb σε σχέση με τα ξενοδοχεία.....	63
2.8 Συμπεράσματα.....	65
3. Ήδονικά μοντέλα τιμολόγησης και χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τις τιμές των καταλυμάτων της Airbnb.....	67
3.1 Ήδονικά μοντέλα τιμολόγησης.....	67
3.2 Μορφές ήδονικών μοντέλων τιμολόγησης.....	69
3.3 Καθοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές.....	71
3.4 Συμπεράσματα.....	76
4 Εμπειρική μελέτη.....	77

4.1 Μεθοδολογία.....	77
4.2 Ανάλυση.....	80
4.2.1 Περιγραφή στατιστικών στοιχείων.....	81
4.2.2 Ηδονικό μοντέλο τιμολόγησης.....	83
4.3 Συμπεράσματα.....	85
5 Συμπεράσματα	86
5.1.Προτάσεις μελλοντικής έρευνας.....	88
Βιβλιογραφία.....	89
Παράρτημα.....	102

1. Εισαγωγή

Η φιλοσοφία της Οικονομίας διαμοιρασμού βασίζεται στην εκμετάλλευση περιουσιακών στοιχείων και πόρων τα οποία δεν χρησιμοποιούνται ευρέως ή βρίσκονται σε αδράνεια, από τους ιδιοκτήτες τους με σκοπό την απόκτηση επιπλέον εισοδήματος (Grand Thornton 2015). Η διαδικασία αυτή πραγματοποιείται με την βοήθεια του Διαδικτύου μέσω ψηφιακών πλατφορμών με αποτέλεσμα την δημιουργία μιας ανοικτής αγοράς για προσωρινή χρήση αγαθών και υπηρεσιών που παρέχονται από ιδιώτες.

Η πρόσφατη οικονομική Κρίση του 2008 αποτέλεσε την αιτία ανάπτυξης τους συγκεκριμένου φαινομένου, σε συνδυασμό με την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας που συντελεί στην στήριξη και ανάπτυξη της Οικονομίας Διαμοιρασμού (Grand Thornton 2015). Όσοι διάκεινται θετικά απέναντι την Οικονομία Διαμοιρασμού υποστηρίζουν ότι θα επηρεάσει πάρα πολλούς τομείς διότι αποτελεί μια καινοτόμο ιδέα με προεκτάσεις στην οικονομία, στον επιχειρηματικό κόσμο και στο περιβάλλον .

Στον Κλάδο των Ακινήτων η Οικονομία διαμοιρασμού βρίσκει εφαρμογή μέσω της Βραχυχρόνιας Μίσθωσης Ακινήτων. Η δημοφιλέστερη και ταχύτερα εξελισσόμενη πλατφόρμα η οποία δραστηριοποιείται τον συγκεκριμένο κλάδο είναι η Airbnb. Τόσο στην Ελλάδα όσο και στο Εξωτερικό η συγκεκριμένη πρωτοβουλία αποκτά ολοένα και μεγαλύτερη αναγνώριση. Το μικρό διάστημα λειτουργίας της και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του αποτελούν τον λόγο για τον οποίο δεν υπάρχει μέχρι στιγμής μεγάλος αριθμός μελετών και βιβλιογραφίας.

Η συγκεκριμένη έρευνα έχει ως σκοπό να μελετήσει το φαινόμενο της Οικονομίας Διαμοιρασμού στην αγορά ακινήτων. Πιο συγκεκριμένα, φιλοδοξεί να παρουσιάσει το φαινόμενο της Airbnb, να διερευνήσει το φορολογικό πλαίσιο και νομοθετικό καθεστώς που το διέπει και να διατυπώσει ένα μοντέλο για την τιμολόγηση των καταλυμάτων.

Η εργασία διαρθρώνεται ως εξής. Στο πρώτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε το φαινόμενο της οικονομίας διαμοιρασμού στο οποίο επικεντρώνεται και η παρούσα μελέτη. Προσδιορίζονται οι λόγοι ανάπτυξης του φαινομένου ,γίνεται μια αξιολόγηση των κινήτρων των συμμετεχόντων και οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη της οικονομία διαμοιρασμού.

Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζεται η ηλεκτρονική πλατφόρμα διαμοιρασμού καταλυμάτων Airbnb, αναλύεται ο τρόπος λειτουργίας της και η επίδραση της στις

τοπικές κοινωνίες και αναφέρονται τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της εταιρίας. Στην συνέχεια γίνεται ανάλυση για την επίδραση της Airbnb στην Ελληνική αγορά ακινήτων όσο και στον τουριστικό κλάδο και γίνεται μία αναφορά στις οικονομικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις της στην Αθήνα. Τέλος αναλύεται το υφιστάμενο φορολογικό και νομικό καθεστώς ,και παρουσιάζονται πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα φορολογικής αντιμετώπισης της οικονομίας διαμοιρασμού (Airbnb) σε σχέση με τον ξενοδοχειακό τομέα

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα ηδονικά μοντέλα τιμολόγησης, οι μορφές που παίρνουν και τα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τις τιμές των καταλυμάτων της Airbnb

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα δεδομένα της μελέτης, ο στόχος για τον οποίο πραγματοποιείται και γίνεται μια περιγραφή των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν. Επίσης γίνεται μια περιγραφή των στατιστικών στοιχείων της μελέτης και εξετάζονται τα αποτελέσματα από την εκτέλεση του υποδείγματος.

Τέλος στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα και γίνεται εξαγωγή συμπερασμάτων από όλα τα κεφάλαια ενώ γίνονται και προτάσεις για περαιτέρω επιστημονική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ (SHARING ECONOMY)

Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται μία πρώτη γνωριμία με το φαινόμενο της οικονομίας διαμοιρασμού. Παρατίθενται οι λόγοι ανάπτυξης της οικονομικής αυτής δραστηριότητας, κάνοντας ιδιαίτερη αναφορά στις τεχνολογικές εξελίξεις, λόγω της ιδιαίτερης σημασίας που έχουν στην ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού. Επίσης, παρουσιάζονται τα κίνητρα για τη συμμετοχή στην οικονομία διαμοιρασμού. Στη συνέχεια, αναζητούνται οι επιπτώσεις από την ανάπτυξη της δραστηριότητας αυτής τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, όσο και στην ελληνική επιχειρηματική πραγματικότητα

1.1 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Σε αυτή την ενότητα δίνονται οι διάφοροι ορισμοί της οικονομίας διαμοιρασμού, καθώς και οι μορφές που μπορεί να λάβει. Επίσης, παρουσιάζονται οι πυλώνες που κάνουν την οικονομία διαμοιρασμού να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα οικονομικά μοντέλα. Στη συνέχεια, ακολουθούν η ιστορική εξέλιξη του φαινομένου και οι λόγοι ανάπτυξής του.

1.1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Η κλασική δομή της αγοράς αγαθών και υπηρεσιών που έχει διαμορφωθεί μέχρι σήμερα θέλει τον καταναλωτή να ικανοποιεί τις ανάγκες του με την αγορά και την ιδιοκτησία προϊόντων και υπηρεσιών. Στηρίζεται σε μια αμφίδρομη συναλλαγή μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή, στην οποία μεταβιβάζονται περιουσιακά δικαιώματα

(κυριότητας ή μόνο χρήσης) ενός προϊόντος, έναντι ενός συμφωνημένου χρηματικού ποσού. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια αποκτά ολοένα και περισσότερο έδαφος μια διαφορετική εναλλακτική μορφή οικονομίας για την κάλυψη των καταναλωτικών αναγκών, η οικονομία διαμοιρασμού (Horton and Zeckhauser, 2016). Η οικονομία διαμοιρασμού είναι ένα οικονομικό σύστημα που λειτουργεί αποκλειστικά μέσω διαδικτύου και χρησιμοποιείται από ιδιώτες με ή χωρίς αμοιβή και βασίζεται στην κοινή χρήση αγαθών που μπορεί να χρησιμοποιούνται μερικώς. Είναι η διαδικασία κατά την οποία κάποιος μέσα από μια διαδικτυακή πλατφόρμα μοιράζεται κάτι δικό του με άλλους και δέχεται επίσης κάτι άλλο από κάποιους άλλους για ίδια χρήση. Η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί έναν επανακαθορισμό των κλασικών συστημάτων αξίας, στα οποία το ύψος της αμοιβής ήταν ευθυγραμμισμένο με τη δυνατότητα ατομικής ιδιοκτησίας. Στις μέρες μας, μέσω των εναλλακτικών μοντέλων οικονομίας διαμοιρασμού ανοίγεται ο δρόμος για την κοινή ιδιοκτησία και κοινή πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες. (Rinne, 2013)

Η οικονομία διαμοιρασμού βασίζεται σε ένα νέο τρόπο διάθεσης και κατανάλωσης αγαθών και υπηρεσιών. Αρχικά θα πρέπει να προσδιοριστεί ο όρος της κατανάλωσης. Σύμφωνα με τους Zukin και Maguire (2004), η κατανάλωση ορίζεται ως η οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική διαδικασία της χρήσης προϊόντων, μια διαδικασία που αντανάκλα τις ευκαιρίες και τους περιορισμούς του σύγχρονου κοινωνικού γίνεσθαι. Τα άτομα βιώνουν την κατανάλωση σαν μια διαδικασία διαμόρφωσης και εξωτερίκευσης της ταυτότητάς τους. Ειδικότερα στη συλλογική κατανάλωση, οι καταναλωτές παρέχουν μεταξύ τους προσωρινή πρόσβαση σε προϊόντα που δεν χρησιμοποιούνται ευρέως και υπηρεσίες, τις περισσότερες φορές έναντι κάποιου χρηματικού ανταλλάγματος.

Ο ρόλος του διαδικτύου στην οικονομία διαμοιρασμού είναι πρωταρχικός, διότι δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να συναλλάσσονται μεταξύ τους εύκολα και γρήγορα χωρίς την μεσολάβηση τρίτων, ώστε να καλύψουν τις ανάγκες τους σε προϊόντα και υπηρεσίες. Οι διαστάσεις που έχει ήδη λάβει το φαινόμενο της οικονομίας διαμοιρασμού είναι μεγάλες, ιδιαίτερα σε κλάδους όπου τα κοινωνικά δίκτυα ασκούν ιδιαίτερη επιρροή, όπως για παράδειγμα ο τουρισμός (Grant Thornton, 2017).

Η φιλοσοφία της οικονομίας διαμοιρασμού στηρίζεται στην εκμετάλλευση περιουσιακών στοιχείων και πόρων που χρησιμοποιούνται ελάχιστα ή καθόλου από τους ιδιοκτήτες τους, με σκοπό την απόκτηση ενός πρόσθετου εισοδήματος (Botsman and Rogers, 2010). Η οικονομία διαμοιρασμού επηρεάζει τα ήδη υπάρχοντα επιχειρηματικά μοντέλα αναφορικά με την παραγωγή, την πώληση και την κατανάλωση, καθώς ορίζει όχι μόνο «τι» καταναλώνουν οι άνθρωποι, αλλά και τον τρόπο που το καταναλώνουν (Botsman and Rogers, 2010). Το στοιχείο που διαφοροποιεί αυτή την αγορά, είναι ότι ο καταναλωτής καλύπτει τις ανάγκες του με τη χρήση και όχι με την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών.

Οι μορφές που μπορεί να λάβει η οικονομία διαμοιρασμού διακρίνονται στις εξής (Botsman and Rogers, 2010), (Schor, 2014):

i. Οι Peer – to – Peer (P2P) υπηρεσίες, όπου ανεκμετάλλευτες υπηρεσίες διαμοιράζονται όταν και όποτε χρειάζονται, με αποτέλεσμα να μετατρέπονται σε παραγωγικούς πόρους. Η (P2P) οικονομία είναι ένα αποκεντρωμένο μοντέλο όπου δύο άτομα αλληλεπιδρούν για να αγοράζουν ή να πωλούν αγαθά και υπηρεσίες απευθείας μεταξύ τους, χωρίς τη διαμεσολάβηση τρίτου ή χωρίς τη χρήση μιας επιχείρησης. Αγοραστής και πωλητής πραγματοποιούν συναλλαγές απευθείας μεταξύ τους. Εξαιτίας αυτού, ο παραγωγός διαθέτει τόσο τα εργαλεία (ή τα μέσα παραγωγής) όσο και το τελικό προϊόν τους. Η μορφή αυτή επιτρέπει στους πελάτες πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες των οποίων η ιδιοκτησία παραμένει στους παρόχους. (Teubner, and Hawlitschek, F. 2018)

ii. Συστήματα προϊόντων και υπηρεσιών ή επανακυκλοφορίας των προϊόντων, όπου νέα ή χρησιμοποιημένα αντικείμενα αλλάζουν κάτοχο. Η φιλοσοφία αυτής της μορφής βασίζεται στην ιδέα ότι δεν πρέπει να πετάμε τίποτα, αντίθετα χαρίζοντας συμβάλλουμε στην ανακύκλωση, επιτυγχάνοντας πρόσβαση σε μικρούς και μεγάλους θησαυρούς.

iii. Αγορές αναδιανομής ή ανταλλαγής υπηρεσιών, όπου η ζήτηση για συγκεκριμένες υπηρεσίες έχει ως αποτέλεσμα την από κοινού προσπάθεια ατόμων ώστε να φέρουν σε πέρας μια εργασία. Η οικονομία διαμοιρασμού σε αυτή την περίπτωση

αξιοποιεί άνεργα και υποαπασχολούμενα άτομα αναλόγως το χρόνο και τις ικανότητες που διαθέτουν, χρησιμοποιώντας τα ως ελεύθερα προς διάθεση επενδυτικά αγαθά.

iv. Διαμοιρασμός περιουσιακών στοιχείων, όπου εστιάζεται η εστίαση είναι στην προσπάθεια διαμοιρασμού περιουσιακών στοιχείων ή χώρων, με σκοπό την ενεργοποίηση περισσότερο της παραγωγής παρά της κατανάλωσης. Σχετικές ενέργειες είναι αυτές που γίνονται σε ιστοσελίδες που δραστηριοποιούνται στην ανταλλαγή εργαλείων, στους συνεργαζόμενους χώρους, στα κοινόχρηστα γραφεία καθώς σε εκπαιδευτικές πλατφόρμες που παρέχουν πρόσβαση σε ικανότητες και γνώση.

Η οικονομία διαμοιρασμού διαχωρίζεται από τα υπόλοιπα οικονομικά μοντέλα εξαιτίας των τεσσάρων πυλώνων στους οποίους βασίζεται (PwC, 2015), (Frenken et al., 2015):

i. Οι προσφορές συλλογικής κατανάλωσης παρέχονται μέσω διαδικτυακών υπηρεσιών. Οι πλατφόρμες παροχής προϊόντων και υπηρεσιών συγκρίνουν τα διαθέσιμα αγαθά με την τοπική ζήτηση και είναι εύκολα προσβάσιμες μέσω ψηφιακών συσκευών σε πραγματικό χρόνο. Γίνεται απευθείας σύνδεση καταναλωτή με καταναλωτή, αντί της κλασικής μονοδιάστατης σύνδεσης επιχείρησης με καταναλωτή.

ii. Κοινό χαρακτηριστικό της οικονομίας διαμοιρασμού, παρά τους πολλούς διαφορετικούς τύπους που περιλαμβάνει (ενοικίαση, δανεισμός, εγγραφή, ανταλλαγή, επαναπώληση, δωρεά κλπ.), είναι ότι προσφέρει στο χρήστη περισσότερες επιλογές, καθώς επίσης μειώνει ή μηδενίζει το κόστος κτήσης.

iii. Αυτός ο τύπος κατανάλωσης είναι περισσότερο προσωποποιημένος, αφού βασίζεται κυρίως στην επικοινωνία και την εμπιστοσύνη μεταξύ των συναλλασσόμενων.

iv. Οι προσφορές που διαμοιράζονται είναι σχεδιασμένες για τις εξατομικευμένες ανάγκες του χρήστη, ώστε να δημιουργήσουν διαπροσωπικές σχέσεις και να διεγείρουν το συναίσθημα. Η ευκολία του χρήστη, η πιστή απεικόνιση και η παροχή βοήθειας, δίνουν ένα «πρόσωπο» σε αυτές τις πλατφόρμες, ενώ ταυτόχρονα προσθέτουν μια αίσθηση φιλίας στις συναλλαγές. Αυτές οι εμπειρίες που αποκτούν οι χρήστες, είτε προέρχονται από επιτηδευμένες προσπάθειες μάρκετινγκ, είτε είναι αυθόρμητες, αποτελούν ένα ιδιαίτερα ελκυστικό προϊόν.

Η έννοια του διαμοιρασμού είναι συνήθως συνυφασμένη με τη βοήθεια, την αμοιβαία εμπιστοσύνη και την αλληλεγγύη, η οποία είναι πιθανόν να οδηγήσει σε συλλογική κατανάλωση. Ωστόσο αυτό συμβαίνει ως επί το πλείστον ανοργάνωτα και σε σχετικά μικρή κλίμακα. Η έννοια της κοινωνικής οικονομίας ή αλληλέγγυας οικονομίας περιγράφει τη δραστηριότητα μεμονωμένων ατόμων, κοινωνικών ή μη κερδοσκοπικών επιχειρήσεων των οποίων η συμπεριφορά καθορίζεται από την επιδίωξη για επιστροφή στις ρίζες της δημοκρατίας, στην αναδιανομή της εξουσίας και την κοινωνική δικαιοσύνη (Weber, 2011), Αυτή η έννοια δεν αποτελεί νέα μορφή επιχειρήσεων, αλλά αναβίωση παλαιότερων μορφών που επανέρχονται εξαιτίας της χρηματοοικονομικής αποσταθεροποίησης και της οικονομικής κρίσης. (Bauwens, Mendoza and Iacomella, 2012).

Η διαφορά μεταξύ της κοινωνικής οικονομίας και της συλλογικής κατανάλωσης εντοπίζεται στο γεγονός ότι η δεύτερη δεν μπορεί να απαλείψει τις κοινωνικές ανισότητες. Η κοινωνική οικονομία προχωρά ένα βήμα παραπέρα, καθώς εμπλέκονται σε αυτή υποκειμενικά κίνητρα. Από την άλλη, η οικονομία διαμοιρασμού ακολουθεί απλά τη βασική έννοια του διαμοιρασμού πόρων ανάμεσα στα άτομα (Gabillard and van der Heijden, 2015).

Τα αγαθά που διαμοιράζονται ευκολότερα, είναι αυτά που μπορούν να ανταλλαχθούν. Έχουν περιορισμένη υλική και προσωπική αξία (π.χ. εργαλεία) και συνήθως διαμοιράζονται έτσι κι αλλιώς (π.χ. φαγητό) (Gansky, 2010). Ωστόσο, αγαθά και υπηρεσίες που διαμοιράζονται σε μεγάλη κλίμακα είναι κυρίως αυτά που έχουν αρχική αξία τουλάχιστον 100 ευρώ, έχουν υψηλό κόστος συντήρησης ή χρησιμοποιούνται σπανίως. Παρατηρείται διαμοιρασμός μακράς διάρκειας στις περιπτώσεις που το κόστος διατήρησης είναι μεγαλύτερο από την επιθυμία κατοχής του. Επίσης, συχνό είναι το φαινόμενο του διαμοιρασμού σε αντικείμενα που ο ιδιοκτήτης τους δεν αντέχει το βάρος της συντήρησής τους, που είναι εύκολα μετακινήσιμα, που μπορούν να αποκτηθούν και να επιστραφούν με άνεση και τέλος αυτά που τονώνουν τη φήμη και το γόητρο του χρήστη (Frick, Hauser and Guertler, 2013).

Τα αντικείμενα που διαμοιράζονται δυσκολότερα, είναι συνήθως αυτά που έχουν πολύ μεγάλη αξία και οι ιδιοκτήτες τους σκέφτονται τον κίνδυνο απώλειας ή

αφερεγγυότητας του χρήστη (π.χ. ηλεκτρονικά). Το ίδιο ισχύει για ρούχα και κουβέρτες, τα οποία μοιράζονται με φειδώ για λόγους υγιεινής. Υπάρχουν βέβαια και προσωπικά αντικείμενα που κανένας δεν επιθυμεί να διαμοιράζεται (π.χ. Laptop, tablet, κινητό τηλέφωνο, οδοντόβουρτσα, εσώρουχα κλπ.). Γενικά, η διάθεση των ατόμων για διαμοιρασμό εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τα προσωπικά χαρακτηριστικά του έτερου χρήστη (π.χ. αν είναι φιλικός, έμπιστος, τακτικός, φερέγγυος κλπ.) (Frick, Hauser and Guertler, 2013).

Ο τομέας της οικονομίας διαμοιρασμού που είναι ο πιο αναπτυγμένος και ο ταχύτερα αναπτυσσόμενος είναι αυτός των αυτοκινήτων (car sharing) (Frick, Hauser and Guertler, 2013). Ο διαμοιρασμός αυτοκινήτων συντελεί στη μείωση του κυκλοφοριακού προβλήματος, αφού ουσιαστικά απομακρύνει αυτοκίνητα από τον δρόμο, λόγω του ότι πολλοί επιβάτες χρησιμοποιούν το ίδιο όχημα. Επίσης, μειώνονται η ατμοσφαιρική ρύπανση, η ηχορύπανση, τα έξοδα συντήρησης καθώς και ο χρόνος μετακίνησης.

Ένας άλλος τομέας της οικονομίας διαμοιρασμού είναι αυτός της σίτισης (Bauwens, Mendoza and Iacomella, 2012). Παρατηρείται η έντονη επιθυμία μείωσης της απόστασης μεταξύ παραγωγών τροφίμων και καταναλωτών, καθώς και μείωσης των μεσαζόντων. Οι καταναλωτές έχουν συνδέσει την άμεση επικοινωνία με τους παραγωγούς, με την αύξηση της ποιότητας των προϊόντων. Υπάρχουν διαδικτυακές αγορές φρέσκων τροφίμων που λειτουργούν ως σημεία συνάντησης τοπικών παραγωγών με τους καταναλωτές.

Η βιομηχανία της μόδας συγκαταλέγεται επίσης στην οικονομία διαμοιρασμού (Lawson, 2010). Πολυτελή και επώνυμα ρούχα διαμοιράζονται με βάση τις εποχικές ανάγκες και το προσωπικό γούστο των χρηστών. Παρατηρείται και σε αυτόν το τομέα ότι τα ακριβότερα ρούχα, που είναι δύσκολο κάποιος να τα αγοράσει, διαμοιράζονται περισσότερο. Όχι όμως τα υπερβολικά ακριβά, των οποίων η παραμικρή φθορά θα προκαλούσε ουσιαστική καταστροφή τους.

Τέλος, υπάρχει ο διαμοιρασμός των καταλυμάτων (Bauwens, Mendoza and Iacomella, 2012). Οι ιδιοκτήτες μόνιμων ή εξοχικών κατοικιών ενοικιάζουν σε τουρίστες κ.λ.π. τα ακίνητά τους, για περιορισμένο χρονικό διάστημα, μέσω ιδιωτικών και κερδοσκοπικών δικτύων π.χ. Airbnb. Αυτή η μορφή διαμοιρασμού γίνεται ολοένα

και δημοφιλέστερη σε ιδιοκτήτες κενών ή αχρησιμοποίητων ακινήτων καθώς και σε άτομα που ταξιδεύουν συχνά.

1.1.3 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Η οικονομία διαμοιρασμού εμφανίστηκε σαν ιδέα στα μέσα της δεκαετίας του 2000, μαζί με άλλους όρους όπως P2P οικονομία, συλλογική κατανάλωση και οικονομία εμπιστοσύνης (Schor, 2014). Αυτή η κατηγοριοποίηση ακολούθησε την άνοδο εταιρειών όπως η Craigslist και το eBay στα μέσα της δεκαετίας του 1990, των οποίων τα επιχειρηματικά μοντέλα βασίζονται στην P2P ανταλλαγή διαθέσιμων πόρων.

Από τις αρχές του 2014, όταν η οικονομία διαμοιρασμού άρχισε να εμφανίζεται σαν δημοφιλής επιλογή, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης έχουν αρχίσει να χρησιμοποιούν τον όρο με μεγαλύτερη συχνότητα. Το σημαντικότερο από όλα τα παραπάνω είναι ότι οι εταιρείες που συμμετέχουν σε αυτή τη διαδικασία, επιθυμούν να αναγνωρίζονται ως συμμετοχοί της οικονομίας διαμοιρασμού.

Η οικονομία διαμοιρασμού σαν ιδέα, άρχισε να αποκτά ευρεία δημοτικότητα το καλοκαίρι του 2013, όταν εταιρείες όπως η Airbnb (ιστοσελίδα καταχώρησης, εύρεσης και ενοικίασης καταλυμάτων), η RelayRides (δίνει τη δυνατότητα στους αυτοκινητιστές να δανείζουν τα αυτοκίνητά τους όταν δεν τα χρησιμοποιούν), η TaskRabbit (ηλεκτρονική πλατφόρμα εξυπηρέτησης μικρών καθημερινών εργασιών π.χ. ψώνια σούπερ-μάρκετ, βοήθεια στο πλύσιμο των χαλιών κλπ.) και η Lyft (συντονίζει ανθρώπους που επιθυμούν να ανταλλάξουν οτιδήποτε τους περισσεύει: από περιουσιακά στοιχεία μέχρι χώρο και χρόνο), εμφανίστηκαν στο προσκήνιο. Από τότε, η οικονομία διαμοιρασμού έχει γίνει ολοένα και περισσότερο δημοφιλής και συχνά γίνεται λόγος για αυτήν σε σημαντικές πλατφόρμες ειδήσεων όπως οι Forbes, The New York Times, CNN, BBC κλπ. Παρόλο που το φαινόμενο αυτό είναι ακόμα σε αρχικό στάδιο, οι εταιρείες που εντάσσονται σε αυτό έχουν αναπτυχθεί με μεγάλη ταχύτητα και εξελίχθηκαν

γρήγορα σε σημαντικούς ανταγωνιστές στις αγορές που δραστηριοποιούνται (Sparks, 2015).

Σύμφωνα με την φιλοσοφία της οικονομίας διαμοιρασμού, η ανθρωπότητα μέχρι την Προβιομηχανική εποχή απαρτιζόταν από αρμονικές κοινωνίες εγκατεστημένες ως επί το πλείστον σε μικρά χωριά. Οι ζωές των ανθρώπων κινούνταν γύρω από σταθερές – μόνιμες κατοικίες και ισχυρές σχέσεις με τους γείτονες και την οικογένειά τους (Tanz, 2014). Γνωρίζονταν όλοι μεταξύ τους και εμπιστεύονταν ο ένας τον άλλον. Κάθε εμπορική συνδιαλλαγή γινόταν μεταξύ γνωστών και φίλων, όχι με ξένους ή απρόσωπες εταιρείες. Εκείνα τα χρόνια η εμπορική δραστηριότητα των απλών ανθρώπων κινούσε την οικονομία.

Ωστόσο αυτή η «ειδυλλιακή» κατάσταση δε θα μπορούσε να κρατήσει για πάντα. Η Βιομηχανική Επανάσταση στα μέσα του 19ου αιώνα άλλαξε τον τρόπο ζωής και τις συνήθειες των ανθρώπων. Πλέον, δεν ήταν εφικτό να βασιστούν στις διαπροσωπικές σχέσεις ή στους άγραφους κοινωνικούς νόμους. Ο Βιομηχανικός Καπιταλισμός ώθησε σε μια κοινωνία όπου οι σχέσεις καθορίζονται από τους ρόλους που αναλαμβάνει ο καθένας. Τα νέα δεδομένα αναγκάζουν τους ανθρώπους να δουλεύουν για μεγάλες απρόσωπες εταιρείες. Το γεγονός αυτό προκάλεσε κοινωνική απομόνωση, μοναχικότητα και μείωση της εμπιστοσύνης μεταξύ των ανθρώπων. Όπως εύστοχα επισήμανε ο συγγραφέας Αντώνης Σαμαράκης (ΖΗΤΕΙΤΑΙ ΕΛΠΙΣ 13/06/2013) «ποτέ οι στέγες μας δεν ήταν τόσο κοντά και οι ψυχές μας τόσο απόμακρες». Την ψυχική αλλοτρίωση ακολούθησε η ψευδαίσθηση ολοκλήρωσης μέσω του υπερκαταναλωτισμού.

Για την οικονομία διαμοιρασμού η προϊούσα προσωποκεντρική κοινωνία και η κατάσταση που διαμορφώθηκε μετά τη Βιομηχανική Επανάσταση αποτελούν τα δύο άκρα μιας αντίθεσης. Η προσωποκεντρική κοινωνία αποτελεί πλέον μια ιδεατή – ουτοπική κατάσταση. Η οικονομία διαμοιρασμού είναι η αντίδραση στα κακώς κείμενα της Βιομηχανικής Επανάστασης, μια προσπάθεια προσέγγισης της ιδεατής κοινωνίας. Στα παλαιότερα χρόνια ο καθένας παρήγαγε και κατανάλωνε πόρους σύμφωνα με τις προσωπικές του ανάγκες, επιθυμίες και προτιμήσεις. Πλέον όμως η ποιότητα και η ποσότητα των παραγόμενων αγαθών προς κατανάλωση αποφασίζεται από απρόσωπες εταιρείες, διαλύοντας έτσι τον προσωποκεντρικό χαρακτήρα της κοινωνίας.

Γιατί όμως η παραγωγή και κατανάλωση που συμβαίνει στη μεταβιομηχανική κοινωνία είναι τόσο αντίθετη με τις αρχές της οικονομίας διαμοιρασμού; Πρώτον η Βιομηχανική Επανάσταση εμποδίζει τη μικροεπιχειρηματικότητα, όπου οι άνθρωποι μπορούν να παράγουν και να ανταλλάσσουν αγαθά με τους δικούς τους όρους (Chesky, 2013). Αντιθέτως, είναι αναγκασμένοι να παράγουν ό,τι και όποτε η κάθε εταιρεία τους πει, εμποδίζοντας κάθε δημιουργικότητα και καινοτομία. Οι άνθρωποι όμως δε μπορούν να είναι ικανοποιημένοι όταν λειτουργούν σε συγκεκριμένο πλαίσιο με αυστηρούς κανόνες που έχουν τις ρίζες τους στα πρώιμα στάδια της Βιομηχανικής Επανάστασης (Tanz, 2014). Επιπλέον, στη μεταβιομηχανική κοινωνία είναι έντονο το φαινόμενο της χειραγωγούμενης κατανάλωσης.

Η οικονομία διαμοιρασμού εμφανίστηκε τόσο απότομα, όταν η ανάπτυξη της τεχνολογίας έκανε δυνατή την άμεση χωρίς μεσάζοντες συναλλαγή. Η οικονομία διαμοιρασμού σαν μια P2P οικονομική συνδιαλλαγή επιτρέπει στους καταναλωτές και στους παραγωγούς να επηρεάσουν ο ένας τον άλλον με τον δικό τους τρόπο, χωρίς κανονισμούς, περιορισμούς ή συμφέροντα απρόσωπων εταιρειών. Αυτές οι P2P αλληλεπιδράσεις δίνουν τη δυνατότητα της ανάπτυξης επιχειρηματιών. Όσοι ασχολούνται με την οικονομία διαμοιρασμού έχουν ποικιλία πηγών εισοδήματος, αποτελούμενη από διαφορετικές εργασίες και προϊόντα, τα οποία κάνουν τη ζωή περισσότερο ευέλικτη, ενδιαφέρουσα και ικανοποιητική (Clark et al., 2014)

Το επιχειρηματικό αυτό μοντέλο προκαλεί επίσης αλλαγή στον τρόπο κατανάλωσης. Οι άνθρωποι πλέον δεν αναζητούν την ολοκλήρωση μέσω της αγοράς αγαθών που δεν τους χρειάζονται από αγνώστους. Με τον τρόπο αυτό δεν επιτρέπουν στην υπερκατανάλωση να τους εμποδίζει να έχουν ουσιαστική αλληλεπίδραση με άλλους ανθρώπους. Επιπλέον, η οικονομία διαμοιρασμού ενθαρρύνει τη διαχείριση των πόρων που οι άνθρωποι έχουν στην κατοχή τους, με τον τρόπο που αυτοί επιθυμούν (Colao, 2012). Μπορούν να κερδίσουν χρήματα κάνοντας αυτό που αγαπούν, μπορούν να δανειστούν αγαθά που θέλουν να χρησιμοποιήσουν, αλλά δε χρειάζεται ή αδυνατούν να τα αποκτήσουν μόνιμα, μπορούν να νοικιάζουν σε άλλους πράγματα τα οποία σε αυτούς είναι προσωρινά άχρηστα. Το Economist (2013a) περιγράφει την οικονομία διαμοιρασμού σαν «ένα αντίδοτο της κρίσης για τον υλισμό και την υπερκατανάλωση».

Παρόλο που η P2P οικονομία εμφανίστηκε πριν την οικονομία διαμοιρασμού και περιλαμβάνει εταιρείες που δεν αναγνωρίζονται σαν εταιρείες οικονομίας διαμοιρασμού, οι θεμελιώδεις αρχές της P2P συνδιαλλαγής έχουν επηρεάσει την οικονομία διαμοιρασμού. Στο P2P μοντέλο υπάρχουν πολύ λίγοι κανονισμοί ή περιορισμοί που προέρχονται από μια κεντρική αρχή, σε αυτή την περίπτωση μια εταιρεία, οι οποίοι διαμορφώνουν το πλαίσιο της συνδιαλλαγής. (Colao, 2012). Συνεπώς, η οικονομία διαμοιρασμού ισχυρίζεται ότι μεταφέρει την εστία της οικονομίας μακριά από την επιχείρηση, στους ανθρώπους οι οποίοι είναι η καρδιά της οικονομίας διαμοιρασμού. Είναι η οικονομία των ανθρώπων, εννοώντας ότι οι άνθρωποι είναι ενεργοί πολίτες και συμμετέχοντες των κοινοτήτων τους και της ευρύτερης κοινωνίας (Matofsa, 2016).

Για την οικονομία διαμοιρασμού, αυτό το P2P μοντέλο απαιτεί και συγχρόνως δημιουργεί εμπιστοσύνη, ένα καίριας σημασίας ζήτημα για την οικονομία διαμοιρασμού. Το P2P μοντέλο αποτελεί το θεμέλιο για τη νέα «συνδεδεμένη – on line» κοινότητα, γιατί θα πρέπει να υπάρχει εμπιστοσύνη για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας μεταξύ ατόμων χωρίς την προστασία επιχειρηματικών κανονισμών ή διαμεσολαβητών. Όπως γράφει ένας δημοσιογράφος για το *Week*, οι αγορές ρίχνουν τους ανθρώπους μαζί και σε αυτή τη λογική δημιουργείται η δύναμη για πλουραλισμό, ανεκτικότητα και ποικιλομορφία (Spross, 2015). Ο Tanz προσπαθεί να εξηγήσει τι κάνει την οικονομία διαμοιρασμού μια νέα μορφή αγοράς, αποτυπώνοντας διάφορες απόψεις εμπλεκομένων, όπως π.χ. του Gus Powell ο οποίος πιστεύει ότι όλοι εμείς εμπιστευόμαστε σε απολύτως αγνώστους τα πιο πολύτιμα μας υπάρχοντα, τις προσωπικές μας εμπειρίες και τις ίδιες μας τις ζωές. Στην πορεία μπαίνουμε σε μια νέα εποχή οικειότητας που ενεργοποιείται και διαμορφώνεται από το Internet (Tanz, 2014).

Αυτή η οικειότητα δεν είναι απλά το αποτέλεσμα του P2P μοντέλου, αλλά είναι ο κεντρικός λόγος που η οικονομία διαμοιρασμού έχει ανέλθει στο προσκήνιο. Οι κοινωνικές συνθήκες που διαμορφώθηκαν μετά τη Βιομηχανική Επανάσταση, προκάλεσαν τη νοσταλγία της διαπροσωπικής επικοινωνίας των ημερών πριν την αποξένωση και την αλλοτρίωση των ανθρώπων. Η επιστροφή σε αυτές τις εποχές είναι στην πραγματικότητα η επιδίωξη της οικονομίας διαμοιρασμού.

1.1.4 ΛΟΓΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Η οικονομία διαμοιρασμού οφείλει τη δυναμική της ανάπτυξη σε διάφορους παράγοντες οι οποίοι προκαλούν αλλαγές στην παγκόσμια αγορά. Οι παράγοντες αυτοί είναι κοινωνικοί, οικονομικοί και τεχνολογικοί (Owyang, 2013). Κάθε αλλαγή σε καθέναν από αυτούς τους παράγοντες επηρεάζει τις ανθρώπινες δραστηριότητες.

Κοινωνικοί παράγοντες

Περισσότεροι από 7 δισεκατομμύρια άνθρωποι κατοικούν στον πλανήτη και οι φυσικοί πόροι όπως η γη, το πόσιμο νερό και το πετρέλαιο, καταναλώνονται σε όλο τον κόσμο με ραγδαίο ρυθμό. Ταυτόχρονα, τόσο ο πληθυσμός όσο και το ποσοστό κατοικήσιμων εδαφών αυξάνονται διαρκώς, ειδικά όσο ο μέσος όρος ζωής αυξάνεται (Rinne, 2013). Μέχρι το 2050 ο παγκόσμιος πληθυσμός αναμένεται να ξεπεράσει τα 9 δισεκατομμύρια. Αυτή η διαρκής αύξηση του πληθυσμού και η απομείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων καθιστούν αναγκαία την υιοθέτηση εναλλακτικών καταναλωτικών συμπεριφορών. Η ανάγκη για αύξηση της αποδοτικότητας των πόρων και μείωση των απορριμμάτων είναι πολύ μεγάλη. Τα απλά μαθηματικά μας δείχνουν ότι για να έχουμε έναν ειρηνικό, αρμονικό και βιώσιμο κόσμο θα πρέπει να κάνουμε μια πολύ αποδοτικότερη δουλειά στο διαμοιρασμό των πόρων που διαθέτουμε. Gansky (2010)

Παρόλα αυτά, η αύξηση του πληθυσμού και της αστικοποίησης επηρεάζει την οικονομία διαμοιρασμού και με έναν άλλο τρόπο: τη μείωση των αναστολών σε σχέση με την επιθυμία διαμοιρασμού αγαθών. Κάτοικοι αστικών κέντρων θεωρούν πως μπορούν εύκολα να χρησιμοποιήσουν κάποιο αγαθό το οποίο είναι πολύ πιθανόν να κατέχουν οι γείτονές τους. Αυτό είναι στη θεωρία για αυτούς το μεγαλύτερο κέρδος που μπορεί να τους προσφέρει ο διαμοιρασμός. Υπολογίζεται ότι περίπου το 75% του παγκόσμιου πληθυσμού θα κατοικεί μέχρι το 2050 σε μεγάλα αστικά κέντρα (Hijne, 2011). Μια τέτοια πληθυσμιακή πυκνότητα θα οδηγήσει στην ανάγκη για ευέλικτες

μορφές αγοράς, που θα προϋποθέτουν την ευκολία πρόσβασης και την ποικιλία επιλογών στα αναζητούμενα αγαθά.

Ένας άλλος κοινωνικός παράγοντας προκύπτει από τη διεύρυνση της επιθυμίας για κοινωνικότητα. Η Gansky (2010) σημειώνει ότι στα πλαίσια της οικονομίας διαμοιρασμού, οι συμμετέχοντες δεν αλληλεπιδρούν μόνο σε ό,τι αφορά στην εμπορική συνδιαλλαγή, αλλά επεκτείνουν την επικοινωνία τους σε μια πλούσια κοινωνική εμπειρία. Η υιοθέτηση της οικονομίας διαμοιρασμού δημιουργεί εικονικά περιβάλλοντα μικρόκοσμου, καθώς οι άνθρωποι επανασυνδέονται με γείτονες, τοπικές κοινότητες, αλλά και με αγνώστους, με τους οποίους έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Η επιθυμία αυτή για ανάπτυξη κοινωνικότητας εμφανίζεται σε πολλούς διαφορετικούς τομείς της οικονομίας διαμοιρασμού και εξηγεί για παράδειγμα, γιατί οι επισκέπτες της Airbnb προτιμούν την εμπειρία της διαμονής σε ένα οικογενειακό περιβάλλον από την πολυτέλεια ενός ξενοδοχείου. Οι συμμετέχοντες στην οικονομία διαμοιρασμού που προτιμούν αγαθά και υπηρεσίες, οι οποίες προϋποθέτουν τη συνάντηση και επικοινωνία με τους ανθρώπους που παράγουν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες αυτές, είναι όλο και περισσότεροι.

Οικονομικοί παράγοντες

Από την παγκόσμια οικονομική κρίση του 2008 και έκτοτε, παρατηρείται μια αύξηση δυσπιστίας προς τα παραδοσιακά εμπορικά πρότυπα και μοντέλα. Η καταναλωτική συμπεριφορά έχει αλλάξει σημαντικά με τους ανθρώπους να έχουν πλέον αυστηρότερα κριτήρια στις αγορές τους. Η έννοια του υπερκαταναλωτισμού τείνει να μειωθεί και η μεγαλύτερη αγωνία ενός καταναλωτή είναι πλέον ο τρόπος με τον οποίο θα έχει πρόσβαση στα απολύτως απαραίτητα αγαθά με το φθηνότερο δυνατό κόστος. Οι P2P εταιρείες που δραστηριοποιούνται με το μοντέλο της οικονομίας διαμοιρασμού εμφανίζονται ως μια ιδανική λύση απέναντι τόσο στην οικονομική κρίση, όσο και στη μεγάλη ψυχολογική αλλαγή των καταναλωτών.

Στα νέα πλαίσια της μείωσης εμπιστοσύνης των καταναλωτών και στα στενά οικονομικά περιθώρια που πλέον έχουν, ανακύπτουν δυο οικονομικά ζητήματα: το πρώτο είναι η ισχύς της ανεκμετάλλευτης χωρητικότητας και το δεύτερο το ξεπέραςμα των ιδεολογικών αναστολών, σχετικά με τον διαμοιρασμό της ιδιωτικής περιουσίας. Οι Botsman και Rogers (2010) αναφέρονται στην ισχύ της ανεκμετάλλευτης

χωρητικότητα με το παράδειγμα ενός ηλεκτρικού κατσαβιδιού. Σύμφωνα με την έρευνας τους τα μισά σπίτια στις ΗΠΑ έχουν αγοράσει και διαθέτουν το δικό τους ηλεκτρικό κατσαβίδι. Ωστόσο, κάθε αμερικάνος χρησιμοποιεί κατά μέσο όρο στη διάρκεια της ζωής του ένα ηλεκτρικό κατσαβίδι από 6 έως 13 λεπτά. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, 50 εκατομμύρια ηλεκτρικά κατσαβίδια να παραμένουν σκονισμένα και αχρησιμοποίητα σε αποθήκες. Το αχρησιμοποίητο δυναμικό αυτών των 50 εκατομμυρίων ηλεκτρικών κατσαβιδιών είναι η ανεκμετάλλευτη χωρητικότητα. Συνυπολογίζοντας δε ότι περίπου το 80% των αντικειμένων που οι άνθρωποι κατέχουν, χρησιμοποιούνται λιγότερο από μια φορά το μήνα, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η κεντρική ιδέα της οικονομίας διαμοιρασμού είναι η εύρεση και η αναδιανομή αυτής της ανεκμετάλλευτης χωρητικότητας.

Οι καταναλωτές όλο και περισσότερο αναγνωρίζουν ότι περιτριγυρίζονται από ανεκμετάλλευτη αξία, προϊόντα, χώρο, ικανότητες, χρόνο, γη, τα οποία θα μπορούσαν να διαμοιραστούν και να προσφέρουν εισόδημα. Με άλλα λόγια, οι συμμετέχοντες στην οικονομία διαμοιρασμού μπορούν να μεγιστοποιήσουν την προστιθέμενη αξία πραγμάτων που ήδη έχουν (Gansky, 2010).

Η κεφαλαιοποίηση της ανεκμετάλλευτης χωρητικότητας φανερώνει το σκεπτικό της οικονομίας διαμοιρασμού: να δίνεται προτεραιότητα στη πρόσβαση έναντι της κατοχής πόρων. Τα θετικά στοιχεία σε αυτό είναι κυρίως οικονομικά, για παράδειγμα τα αυτοκίνητα είναι ακριβά και πολλές φορές ελάχιστα χρησιμοποιούμενα περιουσιακά στοιχεία. Μια τυπική ελληνική οικογένεια έχει συνήθως δύο αυτοκίνητα και ένα μηχανάκι στην κατοχή της. Οι περισσότερες μετακινήσεις στη διάρκεια της ημέρας πραγματοποιούνται με το μηχανάκι ή με το ένα από τα δύο αυτοκίνητα. Επομένως το δεύτερο αυτοκίνητο αποτελεί βάρος, με κόστος κατοχής περίπου 3.000 - 4.000 ευρώ το χρόνο (τεκμήριο, ασφάλειες, τέλη κυκλοφορίας, συντήρηση κλπ.). Οι ιδιοκτήτες θα μπορούσαν να έχουν κέρδος από το διαμοιρασμό ή από την πώληση του αυτοκινήτου αυτού. Η εύκολη πρόσβαση σε αγαθά ανεκμετάλλευτης χωρητικότητας είναι επικερδής και για τα δύο μέρη της συνδιαλλαγής. Ειδικότερα όταν πρόκειται για περιουσιακά στοιχεία σημαντικής αξίας, αλλά με χαμηλή συχνότητα χρήσης.

Τεχνολογικοί παράγοντες

Κάθε στοιχείο της ανάπτυξης της οικονομίας διαμοιρασμού έχει στηριχθεί και επιταχυνθεί από την τεχνολογία. Με το 50% περίπου του παγκόσμιου πληθυσμού να έχει πρόσβαση στο Internet και το 70% των εγγράμματων ανθρώπων να έχουν στην κατοχή τους smart phone, η κοινωνία μας είναι σε τεράστιο βαθμό «συνδεδεμένη», κυριολεκτικά και μεταφορικά (Suster, 2013). Το στοιχείο του διαδικτύου με τη μεγαλύτερη επίδραση στην οικονομία διαμοιρασμού, είναι η διαρκώς αυξανόμενη χρήση και τεχνολογική εξέλιξη των εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης και επαφής σε πραγματικό χρόνο (Botsman, 2010). Η κοινωνική δικτύωση προκαλεί προσφορά και ζήτηση με ανυπολόγιστη ταχύτητα και σε τεράστιο μέγεθος. Η διαθεσιμότητα δεδομένων δημιουργεί φτηνές και εύκολες συνδιαλλαγές. Χρησιμοποιώντας τα κοινωνικά δίκτυα οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην οικονομία διαμοιρασμού μπορούν να προσδιορίσουν και να παρέχουν σε μεγάλο βαθμό στοχευμένα και προσωποποιημένα αγαθά και υπηρεσίες στο σωστό χρόνο και τόπο (Gansky, 2010). Τα συστήματα ασφαλών ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω διαδικτύου έχουν κάνει τη διαδικασία του διαμοιρασμού ακόμα πιο εύχρηστη. Οι περισσότερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην οικονομία διαμοιρασμού χρησιμοποιούν πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου και πληρωμών για τις P2P συνδιαλλαγές και υποστηρίζουν κινήσεις μέσω υπολογιστών και κινητών τηλεφώνων.

Οι τεχνολογικοί παράγοντες, λόγω της ιδιαίτερης σημασίας που έχουν στην ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού, θα αναλυθούν σε μεγαλύτερο βαθμό στη συνέχεια.

1.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

Η ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού βασίστηκε κυρίως στην τεχνολογική εξέλιξη και την οικονομική κρίση. Η μεν οικονομική κρίση κατέστησε αναγκαία την

εξεύρεση νέων λύσεων για τη χρήση αγαθών και υπηρεσιών, χωρίς να είναι απαραίτητη η αγορά τους, η δε τεχνολογική εξέλιξη προσέφερε τα εργαλεία για την αναζήτηση των λύσεων αυτών. Ωστόσο, για κάθε άτομο το κίνητρο που το οδηγεί να συμμετέχει στην οικονομία διαμοιρασμού είναι διαφορετικό και εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Οι σημαντικότεροι από τους παράγοντες αυτούς είναι οι παρακάτω: οικονομικοί, διαπροσωπικοί, μείωση κόστους, προσωπική ευχαρίστηση, κύρος/δημοτικότητα και περιβαλλοντική συνείδηση.

1. Οικονομικοί παράγοντες

Οι συμμετέχοντες στην οικονομία διαμοιρασμού μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες, που παραπέμπουν στην προσφορά και τη ζήτηση αγαθών ή υπηρεσιών σε αυτούς που προσφέρουν και σε αυτούς που αναζητούν.

Τα οικονομικά κίνητρα των ατόμων που προσφέρουν αγαθά και υπηρεσίες αναφέρονται στην επιδίωξη εύρεσης επιπλέον εισοδήματος, είτε από την εκμετάλλευση αχρησιμοποίητων αγαθών, είτε από την εκμετάλλευση ιδιαίτερων ικανοτήτων. Στην πρώτη περίπτωση εντάσσεται π.χ. κάποιος που προσφέρει για ενοικίαση μια μηχανή του γκαζόν, την οποία ο ίδιος χρησιμοποιεί μόνο μία με δύο φορές το μήνα για λίγες ώρες. Στη δεύτερη περίπτωση αντιστοιχεί π.χ. κάποιος γνώστης ξένης γλώσσας που προσφέρεται να μεταφράσει κείμενα σε όποιον τα χρειάζεται. Επιπλέον, θετικό στοιχείο σε αυτό το κίνητρο αποτελεί η ελαστικότητα στο ωράριο εργασίας, που δίνει τη δυνατότητα στο άτομο να διαχειριστεί το χρόνο του, όπως αυτός επιθυμεί.

Αυτοί που αναζητούν αγαθά ή υπηρεσίες μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού μπορούν επίσης να χωριστούν σε δύο υποκατηγορίες. Στην πρώτη υπάγονται όσοι αναζητούν αγαθά τα οποία έχουν ανάγκη να χρησιμοποιήσουν για μικρό χρονικό διάστημα ή για λίγες φορές και δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να πραγματοποιήσουν μόνιμη αγορά των αγαθών αυτών. Ταυτόχρονα, αναγνωρίζουν πως δεν είναι απαραίτητο να προβούν σε μεγάλη οικονομική επένδυση για να έχουν στην κατοχή τους μόνιμα ένα αγαθό το οποίο θα χρησιμοποιούν ελάχιστα. Τέτοιο παράδειγμα είναι η αναζήτηση ενοικίασης και προσωρινής χρήσης ενός μεταφορικού μέσου π.χ. ένα αγροτικό αυτοκίνητο για να μεταφέρει ένας μικρός ελαιοπαραγωγός τη σοδειά του από

το χωράφι στο ελαιουργείο. Στη δεύτερη περίπτωση είναι όσοι αναζητούν για τη χρήση συγκεκριμένων υπηρεσιών λύσεις οικονομικότερες από τις κλασικά προσφερόμενες στη συμβατή αγορά. Κυριότερο παράδειγμα εδώ είναι η επιλογή κάποιου να αναζητήσει για τη διαμονή του σε έναν τουριστικό προορισμό την εύρεση καταλύματος μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού αντί της κλασικής αναζήτησης συνολικού τουριστικού πακέτου μέσω γραφείων οργάνωσης ταξιδιών (Hamari, Sjoeklint and Ukkonen, 2015).

2. Διαπροσωπικοί παράγοντες

Η οικονομία ως κοινωνική επιστήμη έχει ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα. Αυτό σημαίνει ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ενός ανθρώπου, οι ιδεολογίες, οι αρχές και οι αντιλήψεις του επηρεάζουν τις αποφάσεις του σε οικονομικά ζητήματα. Το ίδιο συμβαίνει και στην αντιμετώπιση της οικονομίας διαμοιρασμού.

Ξεκινώντας από το φύλο των ανθρώπων, οι άντρες φαίνεται ότι εμπιστεύονται ευκολότερα αγνώστους από τις γυναίκες και είναι γενικά περισσότερο δεκτικοί στο ρίσκο από αυτές (Roy, 2016). Το στοιχείο αυτό κάνει αυτομάτως το αντρικό φύλο περισσότερο θετικό στη συμμετοχή στην οικονομία διαμοιρασμού. Ένα άλλο δημογραφικό χαρακτηριστικό είναι ο τόπος διαμονής και δραστηριοποίησης. Το περιβάλλον του ατόμου, η κουλτούρα και οι συνήθειες που είναι ευρέως διαδεδομένες σε αυτό, επηρεάζουν επίσης τις αποφάσεις του. Η εμπιστοσύνη στη συλλογική κατανάλωση και κατ' επέκταση στην οικονομία διαμοιρασμού είναι απαραίτητος παράγοντας για τη συμμετοχή σε αυτή (Finley, 2013). Εμπιστοσύνη σε αυτή τη διαδικασία προκύπτει μέσω της γνώσης. Η Generation X (γεννηθέντες στις δεκαετίες 1960 – 70 – 80) σε μεγάλο βαθμό και η Generation Y (όσοι ενηλικιώθηκαν μετά το 2000) σε ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό έχουν υψηλό επίπεδο εξοικείωσης με νέες τεχνολογίες, όπως laptops, smart phones, Internet. Γνωρίζοντας τον τρόπο λειτουργίας τους και έχοντας εμπειρία σε αυτά, είναι πολύ πιο έτοιμοι να εμπιστευθούν διαδικτυακές πλατφόρμες εφαρμογής οικονομίας διαμοιρασμού, σε σχέση με ανθρώπους που δεν έχουν καμία επαφή με το αντικείμενο και για το λόγο αυτό δεν εμπιστεύονται τέτοιου είδους διαδικασίες (Roy, 2016).

Ένας άλλος παράγοντας που ευνοεί τη συμμετοχή στην οικονομία διαμοιρασμού είναι το χαρακτηριστικό της εξωστρέφειας και της κοινωνικότητας εν γένει. Ένα άτομο

το οποίο είναι κοινωνικό και επιδιώκει τη συναναστροφή με άλλους ανθρώπους, έστω και αγνώστους, είναι περισσότερο δεκτικό στην επαφή και την επικοινωνία, μέσω εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης. Η οικονομία διαμοιρασμού είναι μία αγορά όπου ξεχωριστά άτομα μοιράζονται αγαθά και ικανότητες με αγνώστους. Αποτελεί λοιπόν μία διέξοδο, ένα νέο τύπο επαφής και δημιουργίας κοινωνικών σχέσεων για τα άτομα που είναι προσανατολισμένα στον εξωτερικό κόσμο. Επομένως, η ανάγκη για εξωστρέφεια μπορεί αυτόνομα να οδηγήσει στην επιλογή συμμετοχής στην οικονομία διαμοιρασμού (Roy, 2016).

Πέρα από την εξωστρέφεια, ένα ακόμα χαρακτηριστικό που αυτοδύναμα μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για τη συμμετοχή στην οικονομία διαμοιρασμού είναι η δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες. Ως δεκτικότητα σε νέες εμπειρίες ορίζεται η ανάγκη ατόμων με υψηλό μορφωτικό επίπεδο να ανακαλύψουν νέες ιδέες, προϊόντα ή υπηρεσίες. Άτομα με ενεργητική φαντασία και εμπιστοσύνη στα εσωτερικά τους συναισθήματα, προτιμούν ποικιλία σε όλα τα επίπεδα των δραστηριοτήτων τους, είναι περίεργοι σχετικά με οτιδήποτε στον κόσμο και επομένως ιδιαίτερα ανοιχτοί σε καινούριες αντιλήψεις ή τάσεις. Ως νέα τάση στις εμπορικές συναλλαγές, η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί μία καινοτομία η οποία προκαλεί τέτοιου είδους άτομα να την εξερευνήσουν (Freitag and Bauer, 2016).

3. Μείωση κόστους

Η λειτουργία της οικονομίας διαμοιρασμού βασίζεται κατά κύριο λόγο σε ειδικές διαδικτυακές πλατφόρμες. Δίνεται λοιπόν η δυνατότητα σε κάποιον από τον καναπέ του σπιτιού του και τον προσωπικό του υπολογιστή ή το smart phone του να έρθει άνετα, εύκολα και γρήγορα σε επικοινωνία και να ολοκληρώσει εμπορικές συνδιαλλαγές με αγνώστους που μπορούν να βρίσκονται σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Ως «άνεση» μπορεί να θεωρηθεί το εκτιμώμενο κόστος σε χρόνο και ενέργεια που απαιτείται για να ολοκληρωθεί μια εργασία (Seiders et al., 2007). Αυτό σημαίνει ότι άτομα τα οποία επιλέγουν τον τρόπο δραστηριοποίησής τους με γνώμονα την «άνεσή» τους, άρα επιδιώκουν να ξοδέψουν όσο το δυνατό λιγότερο χρόνο και ενέργεια, προτιμούν τη χρήση της οικονομίας διαμοιρασμού σε σχέση με πιο χρονοβόρες μορφές εμπορικών συναλλαγών π.χ. τη μετάβαση σε κατάστημα. Επιπλέον, υπάρχει στις

διαδικτυακές πλατφόρμες οικονομίας διαμοιρασμού σχολιασμός των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών από προηγούμενους χρήστες. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στους εν δυνάμει χρήστες να μειώσουν το ρίσκο εξαπάτησης ή απόκτησης ακατάλληλων για τις ανάγκες τους αγαθών (Zhang, Yan and Zhao, 2016).

4. Προσωπική Ευχαρίστηση

Μια βασική διάσταση της εσωτερικής υποκίνησης του ατόμου για την ανάληψη μιας δραστηριότητας, είναι η ευχαρίστηση που του προσφέρει και εκπορεύεται από την ίδια τη δραστηριότητα (Deci and Ryan, 1985), (Lindenberg, 2001). Οι κατασκευαστές λογισμικού σχεδιάζουν τις διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες με στόχο αυτές να προκαλούν αίσθηση ικανοποίησης στους χρήστες τους (Wasko and Faraj, 2000), (Roberts, Hann and Slaughter, 2006), (Lakhani and Wolf, 2005). Η ευχαρίστηση θεωρείται ότι αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα σε όλες τις σχετιζόμενες με διαμοιρασμό δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η συμμετοχή σε κοινωνικά δίκτυα στο Internet (van der Heijden, 2004). Ωστόσο, το αρχικό κίνητρο της κοινωνικότητας δεν εξηγεί ούτε προβλέπει το βαθμό μονιμότητας της συμμετοχής (Fang and Neufeld, 2009). Μια μελέτη της διαρκούς χρήσης των υπηρεσιών κοινωνικής δικτύωσης προτείνει ότι η ευχαρίστηση είναι ο βασικότερος παράγοντας συμμετοχής σε αυτές, ακολουθούμενος από τον αριθμό των συμμετεχόντων και τη χρησιμότητα (Lin and Lu, 2011). Επιπλέον, ιδιαίτερα σημαντικός θεωρείται και ο σχεδιασμός τέτοιων εφαρμογών, καθώς μπορεί να συμβάλει στην ανάδειξη εσωτερικών συναισθημάτων (Deci and Ryan, 1985). Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ευχαρίστηση που μπορεί να προκληθεί από τη συμμετοχή σε μία διαδικασία συλλογικής κατανάλωσης, ενδέχεται να αποτελέσει αυτοτελές κίνητρο για εμπορικές συναλλαγές μέσω οικονομίας διαμοιρασμού.

5. Κύρος – Δημοτικότητα

Η δημοτικότητα είναι ένας σημαντικός παράγοντας εξωτερικής υποκίνησης για τη συμμετοχή σε κάθε μορφής κοινωνική διαδικασία. Το ίδιο ισχύει για τη συμμετοχή σε διαδικτυακές δραστηριότητες (Davenport and Prusak, 1998), (Wasko and Faraj, 2005). Ειδικότερα, η απόκτηση κύρους ή δημοτικότητας ανάμεσα σε ανθρώπους παρόμοιου κοινωνικού επιπέδου, παρόμοιων ενδιαφερόντων ή κοινού περιβάλλοντος με εμάς, θεωρείται πως αποτελεί σημαντικό κίνητρο (Parameswaran and Whinston, 2007),

(Raymond, 1999). Η οικονομία διαμοιρασμού έχει τα χαρακτηριστικά μοντέρνας και καινοτόμας οικονομικής δραστηριότητας, με άλλα λόγια είναι «της μόδας» αυτή την περίοδο. Άτομα που ενδιαφέρονται να ακολουθούν τις τάσεις και τις συνήθειες που «είναι στη μόδα» με σκοπό να θεωρούνται από τους υπόλοιπους δημοφιλή άτομα, στρέφονται πολλές φορές στην οικονομία διαμοιρασμού εξαιτίας αυτού του κινήτρου (Hamari, Sjoeklint and Ukkonen, 2015).

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια συντελείται στην οικονομία και την κοινωνία μια μεταστροφή από τις σχέσεις ιδιοκτησίας με τα αγαθά, στις σχέσεις πρόσβασης σε αυτά. Πέρα από την οικονομική διάσταση του συγκεκριμένου ζητήματος (που αναφέρθηκε προηγούμενα στους οικονομικούς παράγοντες των κινήτρων), υπάρχει και η διάσταση που σχετίζεται με τη δημοτικότητα και την αλλαγή του λεγόμενου “lifestyle” στην Ευρώπη και στη Βόρεια Αμερική. Η νέα γενιά αξιολογεί ως δημοφιλέστερη την προσωρινή πρόσβαση σε αγαθά, υπηρεσίες, ανέσεις και εμπειρίες, έναντι των ευθυνών που ακολουθούν τη μόνιμη ιδιοκτησία τους. Για παράδειγμα, τα νέα ζευγάρια προτιμούν την ενοικίαση ενός μοντέρνου διαμερίσματος στο κέντρο μιας μεγαλούπολης, από την αγορά μιας μονοκατοικίας στα προάστια της ακόμα και αν έχουν την οικονομική δυνατότητα για μια τέτοια αγορά. Ο λόγος είναι η δημοτικότητα και το κύρος που αποκτούν ανάμεσα στους φίλους τους (Rifkin, 2001).

6. Περιβαλλοντική συνείδηση

Η συμμετοχή στη συλλογική κατανάλωση και ειδικότερα στην οικονομία διαμοιρασμού, θεωρείται γενικά ότι αποτελεί μια δραστηριότητα η οποία συμβάλει στη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος (Prothero et al., 2011). Τα τελευταία χρόνια, όλο και περισσότεροι κάτοικοι των προηγμένων χωρών γνωρίζουν τα οικολογικά προβλήματα του πλανήτη και αναγνωρίζουν την ανάγκη προστασίας του περιβάλλοντος. Η αναπτυσσόμενη περιβαλλοντική συνείδηση οδηγεί τους ανθρώπους στην επιλογή δραστηριοτήτων με βάση τη δυνατότητα διατήρησης των φυσικών πόρων στα ίδια επίπεδα με τα σημερινά για τη χρήση τους από τις επόμενες γενιές. Κάθε μορφή «πράσινης» οικονομίας είναι προτιμητέα σε σχέση με άλλες μορφές. Ως εκ τούτου, άνθρωποι με οικολογικές ανησυχίες χρησιμοποιούν και συμμετέχουν σε διαδικασίες συλλογικής κατανάλωσης, όπως η οικονομία διαμοιρασμού, προκειμένου να

εξοικονομήσουν πόρους και να προστατεύσουν το φυσικό περιβάλλον (Hamari, Sjoeklint and Ukkonen, 2015).

1.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Στην εν λόγω ενότητα, γίνεται προσπάθεια αναζήτησης των επιπτώσεων που προκαλεί η οικονομία διαμοιρασμού σε διάφορους τομείς γενικότερα, όπως για παράδειγμα στην οικονομία, στο περιβάλλον και στην κοινωνία. Επίσης, δίνονται παραδείγματα από τις γνωστότερες ψηφιακές πλατφόρμες, που δραστηριοποιούνται μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού, π.χ. η Airbnb.

Η ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού αποτελεί μεν οικονομικό, αλλά κυρίως κοινωνικό φαινόμενο. Η ανάγκη εφαρμογής του μοντέλου προέκυψε όχι μόνο για οικονομικούς λόγους, αλλά και για κοινωνικούς και περιβαλλοντικούς. Η επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού είναι πολυδιάστατη και εξαπλώνεται σχεδόν σε όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες.

Στον κλάδο της οικονομίας, οι ευκαιρίες για εργασία που δίνονται μέσω των εταιρειών οικονομίας διαμοιρασμού είναι σημαντικές. Δίνουν την ευκαιρία για έξτρα εισόδημα με ορισμένου χρόνου εργασία, χωρίς τη δέσμευση πλήρους απασχόλησης. Μια ελκυστική επιλογή για τον καθένα (φοιτητές, νέους γονείς, συνταξιούχους κλπ.). Αυτή η κατάσταση βέβαια έχει και τα αρνητικά της, καθώς είναι εύκολο αυτού του είδους η εργασία να παραμείνει αδήλωτη (FreeEnterprise, 2016). Έτσι μπορεί να αυξηθεί η φοροδιαφυγή και να μειωθούν οι θέσεις εργασίας πλήρους απασχόλησης, που προσφέρονται από εταιρείες.

Η δυνατότητα ωστόσο που προσφέρεται για την ανάπτυξη της μικροεπιχειρηματικότητας και την εφαρμογή καινοτόμων ιδεών, μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού, μπορεί να ενεργοποιήσει την οικονομία και να οδηγήσει σε ανάπτυξη.

Σύμφωνα με τη Rachel Botsman, ο συνολικός ετήσιος τζίρος της αγοράς που χρησιμοποιεί την οικονομία διαμοιρασμού ως επιχειρηματικό μοντέλο ξεπερνούσε το 2010 ήδη τα 26 δισ. δολάρια (TheEconomist, 2013b). Η ανάπτυξη αυτού του μοντέλου είναι τόσο ραγδαία που εκτιμήσεις δείχνουν ότι τα έσοδα των μεγάλων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην οικονομία διαμοιρασμού θα μπορούσαν να φθάσουν τα 335 δισ. δολάρια μέχρι το 2025 (PwC, 2014). Αυτή η λογική της συλλογικής κατανάλωσης είναι μια θετική εξέλιξη για πολλούς λόγους. Καταρχάς οι συμμετέχοντες μπορούν να κερδίσουν χρήματα από ελάχιστα χρησιμοποιούμενα περιουσιακά στοιχεία (σπίτια, αυτοκίνητα, εργαλεία κλπ.).

Υπάρχουν όμως και περιβαλλοντικά οφέλη: ενοικιάζοντας για παράδειγμα ένα αυτοκίνητο όταν το χρειάζεσαι, αντί να έχεις ένα στην ιδιοκτησία σου, οδηγεί σε μείωση του αριθμού των αυτοκινήτων που απαιτούνται να κατασκευαστούν. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα μικρότερη επιβάρυνση της ατμόσφαιρας από ρύπους, αλλά και εξοικονόμηση πόρων που θα χρειάζονταν για την κατασκευή περισσότερων αυτοκινήτων.

Σε κοινωνικό επίπεδο η οικονομία διαμοιρασμού δίνει τη δυνατότητα της γνωριμίας νέων ανθρώπων χωρίς να χρειαστεί να βγει κάποιος από το σπίτι του ή να σηκωθεί από τον καναπέ του. Χρησιμοποιώντας το Facebook και τα άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες μπορούν να ανακαλύψουν νέους φίλους με τους οποίους έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Ο βαθμός εμπιστοσύνης ο οποίος αναπτύσσεται μεταξύ τους, σε συνάρτηση με τη δεκτικότητα του καθενός στη συναναστροφή με αγνώστους, οδηγεί στην αναζήτηση για παράδειγμα ενός σπιτιού αντί ενός ξενοδοχείου, για την παραμονή κατά την περίοδο των διακοπών.

Μια άλλη σημαντική επίδραση της οικονομίας διαμοιρασμού είναι οι αλλαγές που απαιτούνται στο θεσμικό και νομικό πλαίσιο των χωρών. Για παράδειγμα, πολλοί ξενοδόχοι διαμαρτύρονται ότι πληρώνουν υπέρογκους φόρους και είναι υπόχρεοι διατήρησης υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών, την ώρα που θα πρέπει να ανταγωνιστούν ιδιώτες που ενοικιάζουν τα σπίτια τους, χωρίς καμία ποιοτική και φορολογική υποχρέωση. Στο Άμστερνταμ, η κυβέρνηση της Ολλανδίας έχει έρθει σε συμφωνία με την Airbnb και χρησιμοποιεί λίστες της εταιρείας για να ανακαλύψει παράνομα

ξενοδοχεία. Σε κάποιες πόλεις των ΗΠΑ οι P2P υπηρεσίες έχουν απαγορευτεί υπό το βάρος πιέσεων παραδοσιακών εταιρειών μεταφοράς (Morgan and Severson, 2015).

1.4 ΟΔΗΓΙΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ

Η οικονομία διαμοιρασμού αποτελεί ένα ταχύτατα αναπτυσσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο στα γεωγραφικά όρια της Ευρώπης. Υπολογίζεται ότι μέχρι το τέλος του 2016 είχαν ήδη δημιουργηθεί τουλάχιστον 275 επιχειρηματικοί οργανισμοί σχετικοί με την οικονομία διαμοιρασμού. Από αυτούς, περισσότεροι από 50 αναπτύχθηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο και άλλοι τόσοι στη Γαλλία. Στις Ισπανία, Γερμανία και Ολλανδία δημιουργήθηκαν πάνω από 25 τέτοιοι οργανισμοί σε καθεμία από αυτές τις χώρες, ενώ στη Σουηδία, την Πολωνία, την Ιταλία και το Βέλγιο ιδρύθηκαν λιγότεροι μεν αλλά αρκετοί παρόμοιοι οργανισμοί (Pwc, 2017). Η ανάπτυξη αυτή ήταν λογικό να απασχολήσει ως καινοτόμο οικονομικό φαινόμενο την Ευρωπαϊκή Ένωση θεσμικά.

Τον Ιούνιο του 2016 στις Βρυξέλες, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε την «Ευρωπαϊκή Ατζέντα για μια συνεργατική οικονομία» (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2016). Στο κείμενο αυτό αναγνωρίζεται η δυναμικότητα της οικονομίας διαμοιρασμού και η ικανότητά της να αυξήσει τα επίπεδα ανάπτυξης στην Ευρώπη. Αν και είναι δεδομένο ότι σε πολλές περιπτώσεις εγείρονται ζητήματα σχετικά με την εφαρμογή των υφιστάμενων νομικών πλαισίων και την αβεβαιότητα συμμορφώσεως με τους κανόνες δικαίου, το επιχειρηματικό αυτό μοντέλο είναι απαραίτητο να ενθαρρυνθεί καθώς οι θετικές του επιδράσεις είναι αναμφισβήτητες και σημαντικές.

Τέτοιες επιδράσεις είναι η δημιουργία θέσεων εργασίας, τα ευέλικτα καθεστάτα εργασίας, η ανάδειξη νέων πηγών εισοδήματος, η συνεισφορά στην ύπαρξη χαμηλότερων τιμών εξαιτίας της αυξημένης προσφοράς κλπ. Από το 2013 που εμφανίστηκε για πρώτη φορά στο προσκήνιο η οικονομία διαμοιρασμού, και ειδικά από

το 2015 και μετά όταν και επενδύθηκαν σημαντικά ποσά από ψηφιακές πλατφόρμες για την εξάπλωσή τους στην Ευρώπη, η ανάπτυξή της αυξάνεται με έντονους ρυθμούς και ταυτόχρονα οι καταναλωτές παρουσιάζουν ολοένα και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για να συμμετέχουν σε αυτό το οικονομικό μοντέλο. (Kreiczer-Levy, 2015) Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή στα πλαίσια της μη δεσμευτικής καθοδήγησης που είναι υποχρεωμένη να παρέχει στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει στόχο να συμβάλλει στη διαμόρφωση των απαραίτητων συνθηκών για την περαιτέρω άνθηση της οικονομίας διαμοιρασμού, λαμβάνοντας ταυτόχρονα τις απαραίτητες ενέργειες για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν.

Ένα από τα βασικά θέματα που καλείται η Επιτροπή να ρυθμίσει είναι οι όροι πρόσβασης στη νέα μορφή αγοράς. Οι συνεργατικές πλατφόρμες και οι πάροχοι υπηρεσιών εφόσον χρειάζεται να υπόκεινται σε συγκεκριμένους περιορισμούς, αυτοί θα πρέπει να είναι αναλογικοί και αιτιολογημένοι, με κριτήριο πάντα τις ιδιαιτερότητες του συγκεκριμένου επιχειρηματικού μοντέλου. Επιπλέον, δεν επιτρέπεται σε καμία περίπτωση τέτοιοι περιορισμοί να ευνοούν με οποιοδήποτε τρόπο ένα συγκεκριμένο επιχειρηματικό μοντέλο έναντι άλλου. Η ευελιξία στη δημιουργία ρυθμίσεων της αγοράς μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερη παραγωγικότητα, να διευκολύνει την είσοδο νέων παραγόντων στην αγορά, να μειώσει τις τιμές και να εξασφαλίσει περισσότερες επιλογές για τους καταναλωτές.

Ένα άλλο ζήτημα που χρήζει προβληματισμού είναι κατά πόσο οι πλατφόρμες που λειτουργούν ως μεσάζοντες στα πλαίσια της οικονομίας διαμοιρασμού αποτελούν και οι ίδιες παρόχους υπηρεσιών δηλαδή θέτουν όρους και προϋποθέσεις για την συναλλαγή, ορίζουν την τελική τιμή καθώς επίσης να έχουν οι ίδιες οι πλατφόρμες στην κυριότητά τους τα περιουσιακά στοιχεία που διαμοιράζονται. Σε αυτή την περίπτωση απαιτείται να έχει εξασφαλιστεί η έγκριση λειτουργίας τους ή οποιαδήποτε σχετική άδεια σύμφωνα με το εκάστοτε τοπικό ή εθνικό νομικό πλαίσιο. Σε αντίθετη περίπτωση όπου απλά οι πλατφόρμες διαμοιράσουν την πληροφορία δηλαδή μεσολαβούν απλά για να έρθουν σε επικοινωνία δύο ιδιώτες δεν μπορούν να υπάγονται σε καθεστώς παροχής άδειας.

Η παραπάνω διάκριση είναι σημαντική και για το βαθμό της ευθύνης που έχουν οι πλατφόρμες στην οικονομία διαμοιρασμού. Όταν έχουν εντελώς τεχνικό, παθητικό και

διαμεσολαβητικό χαρακτήρα, δεν έχουν και καμία ευθύνη για τη συναλλαγή σύμφωνα με τους όρους των οδηγιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για το ηλεκτρονικό εμπόριο (Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Marketing, Δημητριάδης- Μπάλας, Rosili). Αν όμως παρέχουν και οι ίδιες τη βασική υπηρεσία τότε επωμίζονται τις ευθύνες που αναλογούν στην επιχειρηματική τους δράση.

Σε κάθε περίπτωση, κύριο μέλημα της νομοθεσίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η προστασία των χρηστών. Σε μία εμπορική συναλλαγή ανάμεσα σε έναν «εμπορευόμενο» και σε έναν «καταναλωτή», το ασθενέστερο σκέλος είναι ο καταναλωτής και για το λόγο αυτό χρήζει προστασίας. Στο ηλεκτρονικό εμπόριο γενικά τέτοιου είδους προστασία αποτελεί η προστασία των προσωπικών δεδομένων, η προστασία από την παραπλάνηση κλπ. Στο επιχειρηματικό μοντέλο της οικονομίας διαμοιρασμού, ενδέχεται η συναλλαγή να πραγματοποιείται μεταξύ δύο καταναλωτών. Στην περίπτωση αυτή το πλαίσιο εφαρμογής των οδηγιών περί προστασίας του καταναλωτή είναι θολό καθώς δεν υπάρχουν είναι ξεκάθαροι ρόλοι, και θεσμοθετημένα δικαιώματα και υποχρεώσεις που απορρέουν. Για το λόγο αυτό απαιτούνται ειδικότερες οδηγίες από την Ευρωπαϊκή Ένωση προς τα κράτη μέλη, τις συνεργατικές πλατφόρμες και τους χρήστες, οι οποίες είναι ακόμα υπό διαμόρφωση.

Τα εργασιακά δικαιώματα αποτελούν σημαντικό μέλημα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρόλο που το εργατικό δίκαιο σε κάθε κράτος μέλος είναι διαφορετικό γιατί αποτελεί αρμοδιότητα της εθνικής Κυβέρνησης, υπάρχουν ορισμένες ελάχιστες προδιαγραφές στον τομέα της κοινωνικής πολιτικής που έχουν δοθεί από την Ευρωπαϊκή Ένωση και είναι υποχρεωτικό να τηρούνται. Στα πλαίσια της οικονομίας διαμοιρασμού ωστόσο, η έννοια του «εργαζομένου» είναι πολλές φορές ασαφής. Η συνεργατική οικονομία συχνά βασίζεται στην εκτέλεση μεμονωμένων και ειδικών εργασιών και όχι σε τακτική εργασία προκαθορισμένου χώρου, χρόνου αλλά και προκαθορισμένης αμοιβής. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να είναι θολή η εφαρμογή των νόμων περί εργατικού δικαίου στην οικονομία διαμοιρασμού.

Τα κυριότερα κριτήρια που σωρευτικά η ύπαρξή τους υποδηλώνει ενδεχόμενη εργασιακή σχέση είναι τρία:

- **Η ύπαρξη σχέσης εξάρτησης.** Στην περίπτωση αυτή ο πάροχος της υπηρεσίας θα πρέπει να λειτουργεί υπό τις οδηγίες της πλατφόρμας, η οποία καθορίζει τη

δραστηριότητα, την αμοιβή και τους όρους εργασίας. Αυτό σημαίνει ότι δεν είναι ελεύθερος να επιλέξει πώς, πότε και πόσο θα εργαστεί, ούτε τι αμοιβή θα λάβει.

- **Η φύση της εργασίας.** Η εργασία θα πρέπει να αποτελεί δραστηριότητα οικονομικής αξίας που να είναι αποτελεσματική και γνήσια και όχι σε μικρή κλίμακα με αμιγώς περιθωριακό και παρακολουθητικό χαρακτήρα. Τέτοιες μικρής κλίμακας εργασίες έχουν συνήθως μικρή διάρκεια απασχόλησης, περιορισμένες ώρες εργασίας, ασυνεχή εργασία και χαμηλή παραγωγικότητα.
- **Η αμοιβή.** Όταν κάποιος δεν αμείβεται καθόλου για την εργασία που κάνει ή αμείβεται απλά με το αντιστάθμισμα του κόστους με το οποίο επιβαρύνθηκε για την εργασία, τότε θεωρείται εθελοντής και όχι εργαζόμενος. Το κριτήριο της αμοιβής πληρείται όταν η αμοιβή είναι τέτοια που να υπερβαίνει το παραπάνω κόστος.

Η φορολόγηση του επιχειρηματικού μοντέλου της οικονομίας διαμοιρασμού απαιτεί την προσαρμογή στα νέα δεδομένα της ψηφιακής εποχής και πρέπει να αποβλέπει σε αναλογικές υποχρεώσεις και ισότιμους όρους ανταγωνισμού. Οι δυσκολίες στο ζήτημα αυτό είναι μεγάλες και αφορούν κυρίως την έλλειψη πληροφόρησης από τους παρόχους υπηρεσιών και την ανεπαρκή ανταλλαγή πληροφοριών ανάμεσα στις συνεργατικές πλατφόρμες και τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η λύση προϋποθέτει την έγκυρη νομοθέτηση κανόνων και τη σύναψη συμφωνιών με τις πλατφόρμες για την είσπραξη των φόρων. Οι φορολογικές αρχές έχουν τη δυνατότητα και την ευκαιρία να αξιοποιήσουν την ιχνηλασιμότητα που προσφέρουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες για την εύρεση των παρόχων υπηρεσιών και την εξάλειψη φαινομένων φοροαποφυγής.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση θέλει να στηρίξει ενεργά την ανάπτυξη της οικονομίας διαμοιρασμού, λόγω της ευκαιρίας που προσφέρει για την ανάπτυξη καινοτομίας και ανταγωνιστικότητας στην ευρωπαϊκή οικονομία. Για το λόγο αυτό σκοπεύει να θεσπίσει μέσω της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ένα θεσμικό πλαίσιο ελέγχου για την παρακολούθηση της εξέλιξης του φαινομένου (Kreiczer-Levy, 2015. Τα εργαλεία του ελέγχου αυτού θα περιλαμβάνουν:

- Περιοδικές καταναλωτικές έρευνες σχετικά με τη χρήση της οικονομίας διαμοιρασμού.
- Διαρκή καταγραφή ρυθμιστικών εξελίξεων στα κράτη μέλη.
- Διάλογο μέσω διεξαγωγής φόρουμ δύο φορές το χρόνο για την αξιολόγηση του φαινομένου.
- Σύνοψη αποτελεσμάτων του ελέγχου για την οικονομία διαμοιρασμού εντασόμενη στον πίνακα αποτελεσμάτων της ενιαίας αγοράς.

1.5 ΣΥΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με τα παραπάνω βλέπουμε λοιπόν ότι μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού και τις P2P υπηρεσίες επιτρέπεται στον πελάτη πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες που η ιδιοκτησία τους παραμένει στους παρόχους. Τα κίνητρα συμμετοχής στην οικονομία διαμοιρασμού οφείλονται σε παράγοντες οικονομικούς, διαπροσωπικούς, μείωση κόστους/ κινδύνου, προσωπική ευχαρίστηση, κύρος/δημοτικότητα και λόγους περιβαλλοντικής συνείδησης. Επίσης μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού η αγορά εργασίας επηρεάζεται θετικά διότι δίνεται η δυνατότητα για έξτρα εισόδημα χωρίς την δέσμευση πλήρους απασχόλησης αλλά και αρνητικά καθώς αρκετές φορές η εργασία αυτή παραμένει αδήλωτη. Τέλος μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού αναπτύσσεται η μικροεπιχειρηματικότητα και η καινοτομία ιδεών ενώ οι σημαντικότεροι κλάδοι της οικονομίας διαμοιρασμού είναι ο κλάδος των αυτοκινήτων, των τροφίμων-ποτών, η βιομηχανία της μόδας και ο διαμοιρασμός καταλυμάτων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΔΙΑΜΟΙΡΑΣΜΟΥ- Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ AIRBNB

Η οικονομία διαμοιρασμού βρίσκει εφαρμογή σε πολλές και διαφορετικές ανθρώπινες δραστηριότητες. Αναφέρθηκαν προηγούμενα οι κλάδοι των αυτοκινήτων, της σίτισης, της ένδυσης και των καταλυμάτων, ως τα σημαντικότερα παραδείγματα. Σε αυτό το κεφάλαιο θα εξετάσουμε τη δημοφιλέστερη πλατφόρμα παροχής υπηρεσιών οικονομίας διαμοιρασμού που είναι το Airbnb.

2.1 Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ AIRBNB

Η Airbnb θεωρείται η εταιρεία «ηγέτης» της οικονομίας διαμοιρασμού. Η Airbnb ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2008 στο Σαν Φρανσίσκο της Καλιφόρνια από τους Brian Chesky και Joe Gebbia και αργότερα πήρε μέρος ο Nathan Blecharczyk. Τότε, οι δύο πρώτοι ήταν φοιτητές και συγκάτοικοι. Αδυνατώντας να πληρώσουν το ενοίκιο τους, σκέφτηκαν να μετατρέψουν το σπίτι τους σε ενοικιαζόμενο δωμάτιο, εν όψει ενός Συνεδρίου Βιομηχανικού Σχεδίου που διοργανώθηκε στην πόλη τους. Έτσι έβαλαν στο καθιστικό τους φουσκωτά στρώματα και πρόσφεραν πρωινό. Δημιούργησαν μια ιστοσελίδα που αρχικά ονομάστηκε airbedandbreakfast.com. Αρχικά για να μπορούν να κινηθούν οικονομικά αγόρασαν έναν τόνο δημητριακών και σχεδίασαν ειδικά κουτιά την περίοδο των εκλογών με τα πρόσωπα του Barack Obama και του John McCain τα οποία πουλούσαν σε συμβαλλόμενα μέρη για \$ 40 το κουτί. Συνολικά πούλησαν 1000 κουτιά βοηθώντας τους να διαθέσουν περίπου 30 δολάρια για την Airbed & Breakfast. Παρόλα αυτά ο ιστότοπος δεν είχε μεγάλη απήχηση με την Airbed & Breakfast να γίνεται μέλος της εταιρείας Y Combinator το 2009, εταιρία που στηρίζει νέες επιχειρήσεις δίνοντας της 20 χιλ. δολάρια. Ο ιστότοπος μετονομάστηκε σε Airbnb και έκτοτε η εταιρεία αναπτύσσεται με τρομερά γρήγορους ρυθμούς (Βρόντη, 2014).

Τρόπος λειτουργίας και στοιχεία για την Airbnb

Η Airbnb είναι μια κοινότητα – αγορά βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων, για άτομα που επιθυμούν να καταχωρήσουν την ιδιοκτησία τους προς ενοικίαση ή να κάνουν κράτηση διαδικτυακά σε διάφορους χώρους παγκοσμίως. Οι ιδιοκτήτες που ενδιαφέρονται να ενοικιάσουν το διαμέρισμά τους, μπορούν να εγγραφούν δωρεάν στην ιστοσελίδα της εταιρείας, να φτιάξουν ένα προφίλ που θα τους αντιπροσωπεύει και να τραβήξουν φωτογραφίες από το χώρο τους (Airbnb, 2017a). Η εταιρεία εισπράττει από τον οικοδεσπότη προμήθεια υπηρεσιών κατά την ολοκλήρωση της κράτησης, το ύψος της οποίας είναι 3 %. Η προμήθεια υπολογίζεται από το υποσύνολο της κράτησης (η τιμή ανά διανυκτέρευση μαζί με το κόστος καθαρισμού και τη χρέωση επιπλέον επισκεπτών, αν ισχύει, αλλά χωρίς την προμήθεια της Airbnb και φόρους) και αφαιρείται αυτόματα από την πληρωμή του οικοδεσπότη. (Airbnb, 2017b). Χρεώνονται επίσης οι ενοικιαστές με ποσοστό 6 - 12% (Airbnb, 2017c).

Η Airbnb διαθέτει μια τεράστια ποικιλία ακινήτων, από ένα απλό δωμάτιο σε ένα διαμέρισμα μέχρι βίλες και κάστρα, σε οποιαδήποτε τιμή. Τα ακίνητα βρίσκονται σε περισσότερες από 65.000 πόλεις και 191 χώρες. Ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών της ιστοσελίδας σήμερα ξεπερνάει τα 150 εκατομμύρια παγκοσμίως, ενώ οι καταχωρήσεις της ξεπερνούν τα 3 εκατομμύρια (Airbnb, 2017d). Η αξία της σήμερα ξεπερνά τα 30 δις. δολάρια (FORTUNEGREECE, 2016). Η εταιρεία δίνει τη δυνατότητα σε οποιονδήποτε να διαθέσει με εύκολο τρόπο το χώρο που του περισσεύει, σε ένα κοινό εκατομμυρίων χρηστών και να ωφεληθεί οικονομικά.

Η φιλοξενία στην Airbnb μπορεί να γίνει με τρεις τρόπους. Ο πρώτος είναι η φιλοξενία στον επιπλέον χώρο του ιδιοκτήτη. Ο δεύτερος είναι φιλοξενώντας για άλλους ως «συνοικοδεσπότης της γειτονιάς», παρέχοντας υπηρεσίες από την άφιξη μέχρι την αποχώρηση του πελάτη και επιλέγοντας ορισμένες από τις υπηρεσίες του οικοδεσπότη που μπορεί ο συνοικοδεσπότης να διαχειριστεί. Ο τρίτος είναι η φιλοξενία εμπειριών. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί κάποιο άτομο έχοντας εξειδίκευση ή γνωρίζοντας τα χαρακτηριστικά της περιοχής που ζει να διοργανώσει εμπειρίες για ταξιδιώτες. Το σημαντικότερο κίνητρο για να γίνει κάποιος οικοδεσπότης στην Airbnb είναι το επιπλέον εισόδημα που μπορεί να αποκτήσει. Επίσης, υπάρχει υποστήριξη σε επίπεδο συμβουλών,

που του παρέχονται από άλλους οικοδεσπότες από όλο τον κόσμο. Η ευελιξία που δίνεται στον οικοδεσπότη, αφού ορίζει ο ίδιος την τιμή και αποφασίζει πότε θέλει να φιλοξενήσει και πόσο συχνά, είναι ένα ακόμα κίνητρο (Airbnb, 2017e).

Δικλίδες ασφαλείας

Η επιτυχία της Airbnb βασίζεται στην εμπιστοσύνη, όπως η ίδια αναφέρει στην ιστοσελίδα της (Airbnb, 2017f). Επίσης, ισχυρίζεται ότι έχει δημιουργήσει κάποια πρότυπα και προσδοκίες φιλοξενίας, για να διατηρεί ασφαλή την κοινότητά της. Αυτά σχετίζονται με την προστασία, ώστε να αποφεύγονται φαινόμενα πρόκλησης βλάβης στον εαυτό τους ή σε άλλους, απειλές και επικίνδυνες συνθήκες. Η Airbnb δίνει έμφαση σε ζητήματα που σχετίζονται με τον ρατσισμό, προλαμβάνοντας ρατσιστικές συμπεριφορές, εκφοβισμούς και παρενοχλήσεις της γύρω κοινότητας. Ακόμα, στις αρχές της συγκαταλέγονται η αυθεντικότητα και η αξιοπιστία, σύμφωνα πάντα με όσα η ίδια αναφέρει στην ιστοσελίδα της. (Airbnb, 2017f).

Επιπλέον, στην ιστοσελίδα αυτής της κοινότητας οι επισκέπτες και οι οικοδεσπότες μπορούν να σαρώσουν ένα επίσημο έγγραφο ταυτότητας και να συνδέσουν άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με το λογαριασμό τους στην Airbnb. Οι συναλλασσόμενοι μπορούν να γνωριστούν μεταξύ τους, μέσα από αναλυτικά προφίλ και επιβεβαιωμένες κριτικές, καθώς και να χρησιμοποιήσουν το σύστημα αποστολής μηνυμάτων για να μάθουν περισσότερα για τον οικοδεσπότη ή να ρωτήσουν τον επισκέπτη για το ταξίδι του. Οι πελάτες πληρώνουν μέσω της εταιρείας όταν πραγματοποιούν την κράτησή τους, μέσω μιας ασφαλούς πλατφόρμας και οι οικοδεσπότες λαμβάνουν την πληρωμή τους μέσω της Airbnb ένα 24ωρο μετά την άφιξη του επισκέπτη (Airbnb, 2017g). Οι ιδιοκτήτες ασφαρίζονται από την εταιρεία που αφορά ποσό των 800.000€ (Airbnb, 2017h). Οι αξιολογήσεις των συναλλασσόμενων δημοσιεύονται στην ιστοσελίδα της εταιρείας μόνο όταν και οι δύο πλευρές έχουν αποστείλει ο καθένας τη δική του.

Πλεονεκτήματα και κίνητρα για χρήση του Airbnb

Τα οφέλη της χρήσης του Airbnb είναι ποικίλα. Ο Guttentag (2016) αναφέρει ότι το χαμηλό κόστος αποτελεί σημαντικό κίνητρο ώστε κάποιος να μείνει σε ένα κατάλυμα Airbnb, αφού τα καταλύματα της Airbnb είναι γενικά φθηνότερα από τα παραδοσιακά

καταλύματα φιλοξενίας (π.χ ξενοδοχεία), όπως επίσης και οι κοινωνικές πτυχές του φαινομένου δηλαδή οι στενές σχέσεις που αναπτύσσονται με άλλους ανθρώπους και το αίσθημα συμμετοχής σε μια κοινότητα.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Stors και Kagermeier (2017) για τα κίνητρα για χρήση της Airbnb καταλήγει στο ίδιο συμπέρασμα και αναφέρει επίσης πως η πρόσβαση σε οικιακές ανέσεις, η ευρυχωρία, η βολική τοποθεσία και η τοπική αυθεντικότητα αποτελούν τους σημαντικότερους λόγους επιλογής σε σχέση με ένα δωμάτιο ξενοδοχείου. Πολλά διαμερίσματα της Airbnb βρίσκονται εκτός των τουριστικών περιοχών και ζωνών όπου υπάρχει έντονος συνωστισμός, δίνοντας έτσι την ευκαιρία στους ταξιδιώτες να γνωρίσουν διαφορετικές πτυχές του προορισμού που επέλεξαν. (Trivett, 2013). Σε πολλές περιπτώσεις, οι ίδιοι οι οικοδεσπότες υποδέχονται τους φιλοξενούμενους. Αυτό δίνει την ευκαιρία στους επισκέπτες να συνάψουν ευκολότερα σχέσεις, καθώς και να νιώσουν μέλη της κοινότητας. Η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ επισκέπτη και οικοδεσπότη είναι συνήθως υψηλότερου επιπέδου από εκείνη που αναπτύσσεται με έναν ρεσεψιονίστ σε ένα συμβατικό ξενοδοχείο καθώς η επικοινωνία εξαντλείται μόνο στα απαραίτητα διαδικαστικά ζητήματα (Trivett, 2013)

Οι οικοδεσπότες έχουν και αυτοί ως σημαντικότερο κίνητρο τον οικονομικό παράγοντα (Granitz et al., 2016) καθώς μέσω του Airbnb έχουν την δυνατότητα παραγωγής πρόσθετων εσόδων από την ακίνητη περιουσία τους καθώς και την δυνατότητα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας (Hamari et al., 2016). Σύμφωνα με την έρευνα των Lampinen and Chesire (2016) που επικεντρώνεται στην περίπτωση της Airbnb, οι συμμετέχοντες εκτός από τα οικονομικά οφέλη και τη δυνατότητα να ζήσουν αξιοπρεπώς σε ένα δύσκολο οικονομικά περιβάλλον, είχαν ως κίνητρο το όφελος της αλληλεπίδρασης με τους επισκέπτες και την ικανοποίηση του να είσαι καλός οικοδεσπότης.

Επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες

Η εμφάνιση της Airbnb είχε σημαντική επίδραση στην οικονομική δραστηριότητα των πόλεων όπου αναπτύχθηκε. Ιδιαίτερα σε μεγαλουπόλεις όπως η Νέα Υόρκη, το Λονδίνο, το Παρίσι κλπ, εκατοντάδες χιλιάδες νέα καταλύματα έγιναν διαθέσιμα με αποτέλεσμα να θορυβηθούν τα στελέχη του ξενοδοχειακού κλάδου των

πόλεων αυτών. Αντιδράσεις υπάρχουν ακόμα και με δικαστικές διαμάχες, όπως στη Νέα Υόρκη (Walters, 2017). Ταυτόχρονα, έχει επηρεαστεί σημαντικά η αγορά ακινήτων σε πόλεις όπως το Άμστερνταμ, καθώς πολλοί είναι οι ιδιοκτήτες που κρατούν τα ακίνητά τους ελεύθερα, προσδοκώντας σε έσοδα από τη βραχυχρόνια μίσθωσή τους σε τουρίστες (van der Zee, 2016). Σε γενικές γραμμές ωστόσο, η επίδραση της Airbnb στις πόλεις έχει και θετικό αντίκτυπο, ειδικά όπου η ζήτηση ξεπερνά τα διαθέσιμα καταλύματα, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση σημαντικών διοργανώσεων. Στο Superbowl του 2017, τον τελικό δηλαδή του πρωταθλήματος Football στις Η.Π.Α. το οποίο διεξήχθη στο Houston, υπήρξε ζήτηση για καταλύματα από περισσότερους από 140.000 επισκέπτες σε μια περιοχή με μόλις 84.000 διαθέσιμα δωμάτια σε ξενοδοχεία. Υπολογίζεται ότι στην περίοδο 1 με 6 Φεβρουαρίου 2017, τα έσοδα στην πόλη από τους πελάτες της Airbnb ήταν περίπου 6 εκατομμύρια δολάρια (Takahashi, 2017).

Η Airbnb στις Ηνωμένες Πολιτείες κερδίζει έδαφος ενώ συνεχίζει να δέχεται έντονη κριτική από την ένωση American Hotel & Lodging Association (AHLA). Η AHLA κυκλοφόρησε μια νέα έρευνα που εξετάζει την αύξηση της εμπορικής δραστηριότητας από πλευρά της Airbnb στο σύνολο των ΗΠΑ. Η μελέτη αυτή με τίτλο «Hosts with Multiple Units – A Key Driver of Airbnb Growth» (AHLA Μάρτιος 2017) αποκαλύπτει ότι η επιχείρησή Airbnb κινείται ακόμη πιο μακριά από αυτό που αποκαλείται οικονομία ανταλλαγής ή διαμοιρασμού. Η μελέτη αποδεικνύει σύμφωνα με την AHLA ότι το 81% των εσόδων της Airbnb στις ΗΠΑ που είναι περί τα 4,6 δις δολάρια προέρχεται από μισθώματα κατοικιών στα οποία ο ιδιοκτήτης δεν είναι παρών κατά τη στιγμή της ενοικίασης. Η Airbnb επέτρεψε την ανάπτυξη των «παράνομων ξενοδοχείων» που είναι συχνά ανεξέλεγκτα και λειτουργούν σε κατοικημένες γειτονίες, επισημαίνει η AHLA και προσθέτει ότι η εξέλιξη αυτή διαταράσσει τις ισορροπίες στις κοινότητες επηρεάζει την πολιτική προσιτής στέγασης και θέτει σε κίνδυνο την ασφάλεια για τους επισκέπτες όσο και για τους γείτονες.

Η μελέτη, που διεξήχθη από μια κορυφαία εταιρεία συμβούλων ακινήτων την CBRE Hotels' Americas Research και χρηματοδοτήθηκε από το American Hotel & Lodging Education Foundation (ANNUAL REPORT 2016) , αποκαλύπτει ότι οι οικοδεσπότες της Airbnb εκμισθώνουν δύο ή περισσότερες μονάδες και το τμήμα αυτό είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο τμήμα των επιχειρήσεων Airbnb στις ΗΠΑ,

δημιουργώντας σχεδόν 2 δις δολ. σε εθνικό επίπεδο το 2016, ή 40% του συνόλου των μονάδων των εθνικών εσόδων της Airbnb. Αυτή η έκθεση έρχεται σε πλήρη αντίθεση με την εικόνα που η Airbnb παρουσιάζει στους υπευθύνους χάραξης πολιτικής και το κοινό και ρίχνει φως στο γιατί η εταιρεία έχει σε μεγάλο βαθμό αρνηθεί να λάβει ακόμη και βασικά μέτρα να σταματήσει τις παράνομες ξενοδοχειακές δραστηριότητες, καθώς αυτές αποτελούν μεγάλο και αυξανόμενο τμήμα των εσόδων της. Με την έλευση του Airbnb διάφορες περιοχές που είναι σε εμπορικές ζώνες είναι τώρα σχεδόν περιοχές-φαντάσματα καθώς οι επενδυτές αγοράζουν τα σπίτια μόνο για να τα εκμισθώσουν σε πάρτι για τα Σαββατοκύριακα σύμφωνα με τον John Stern, Πρόεδρο του Nashville Neighborhood Alliance, Inc.

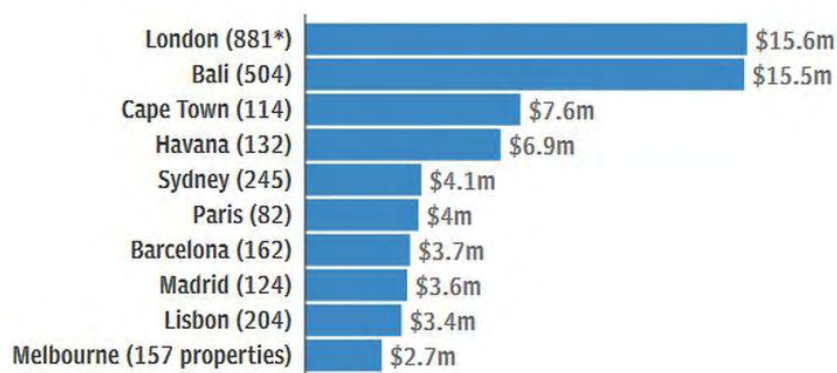
Μπορεί η Airbnb να ξεκίνησε ως πλατφόρμα διαμοιρασμού κατοικιών με τους αρχικούς οικοδεσπότες να ενισχύουν μερικώς το εισόδημά τους, πλέον όμως έχει εξελιχθεί σε κάτι τελείως διαφορετικό. Τρανό παράδειγμα τα τελευταία στοιχεία της έρευνας της Airdna, σύμφωνα με την οποία ένας «οικοδεσπότης» της Airbnb στο Λονδίνο, με 881 ακίνητα κατάφερε να κερδίσει περί τα 15,6 εκατομμύρια δολάρια. Το ποσό αυτό μάλιστα ξεπερνά οποιοδήποτε προηγούμενο κατάφερε να αποκτήσει «οικοδεσπότης» τον τελευταίο χρόνο με την βοήθεια της πλατφόρμας.

Ωστόσο δεν ήταν ο μόνος που τα πήγε τόσο καλά. (Σχήμα 1) Με μικρή διαφορά στη δεύτερη θέση βρίσκεται ο «οικοδεσπότης» 504 κατοικιών στο Μπαλί ο οποίος κατάφερε να κερδίσει περί τα 15,5 εκατ. ευρώ καταλαμβάνοντας την δεύτερη θέση της λίστας των εκατομμυριούχων της Airbnb. Τρίτος στη λίστα ήταν ένας «οικοδεσπότης» από το Cape Town με 114 σπίτια ο οποίος είχε ετήσιο εισόδημα 7,6 εκατ. δολάρια. Την πρώτη πεντάδα των εκατομμυριούχων της Airbnb συμπληρώνουν ένας «οικοδεσπότης» από την πρωτεύουσα της Κούβας με 132 ακίνητα που απέδωσαν περί τα 6,9 εκατ. ευρώ και ένας άλλος από το Σύδνεϊ της Αυστραλίας με 245 ακίνητα τα οποία ενοικίασε έναντι 4,1 εκατ. δολαρίων. Ακολουθούν στην πρώτη δεκάδα ένας «οικοδεσπότης» από το Παρίσι με 82 ακίνητα και κέρδος 4 εκατ. δολάρια, ένας «οικοδεσπότης» με έδρα την Βαρκελώνη και 162 ακίνητα εντός πόλης τα οποία απέδωσαν 3,7 εκατ. δολάρια, ένας «οικοδεσπότης» από την Μαδρίτη με 124 ακίνητα και 3,6 εκατ. δολάρια, ένας ακόμα από την Λισαβόνα με 204 ακίνητα και έσοδα 3,4 εκατ. δολάρια κι ένας με έδρα την Μελβούρνη της Αυστραλίας με 157 ακίνητα τα οποία έφεραν 2,7 εκατ. Δολάρια.

Σχήμα 1 : Οικοδεσπότες με τα μεγαλύτερα κέρδη από την Airbnb

Making millions

A look at Airbnb's highest earning landlords



* (Number of properties managed)

AIRDNA

Πηγή : The telegraph travel, Νοέμβριος 2017

Επιπτώσεις στη βιομηχανία ξενοδοχείων και στις τιμές των κατοικιών

Ορισμένες μελέτες που προηγήθηκαν εξέτασαν τον αντίκτυπο της Airbnb στον κλάδο των ξενοδοχείων. Ορισμένες από αυτές επικεντρώθηκαν στα εισοδήματα των ξενοδοχείων (Neeser et al 2015, Zervas et al 2017) και άλλες στο πώς επηρεάστηκε το προσωπικό του τουριστικού τομέα (Fang et al 2016). Οι Zervas et al (2017) διαπίστωσαν ότι η αύξηση κατά 1% των καταχωρήσεων του Airbnb στο Τέξας είχε ως αποτέλεσμα μια μείωση 0,05% στα τριμηνιαία έσοδα των ξενοδοχείων, ενώ οι Fang et al (2016) έδειξαν ότι η οικονομία διαμοιρασμού μπορεί να δημιουργήσει απασχόληση και να ωφελήσει ολόκληρη την τουριστική βιομηχανία (περίοδος 2009-2013 στο Idaho).

Άλλοι ερευνητές εξέτασαν τον αντίκτυπο της Airbnb στις τοπικές αγορές κατοικίας. Οι Barron et al (2016) μελέτησαν τον αντίκτυπο του Airbnb στις τιμές κατοικιών και τις τιμές ενοικίασης στις ΗΠΑ, χρησιμοποιώντας ένα σύνολο δεδομένων των καταχωρήσεων Airbnb από όλη τη χώρα. Τα αποτελέσματά τους έδειξαν ότι η αύξηση κατά 1% των καταχωρήσεων της Airbnb οδηγεί σε αύξηση των ενοικίων κατά 0,018%

και αύξηση των τιμών των κατοικιών κατά 0,026%. Ομοίως, οι Eliasson και Páll Ragnarsson (2018) διερεύνησαν τον αντίκτυπο του Airbnb στην ισλανδική αγορά κατοικίας και διαπίστωσαν αύξηση των πραγματικών τιμών των κατοικιών κατά 2% ετησίως τα τελευταία τρία χρόνια και περίπου 15% από την ίδρυσή του. Ομοίως, η Mariona Segu (2018) διαπίστωσε ότι η Airbnb είναι υπεύθυνη για την αύξηση των ενοικίων της πόλης της Βαρκελώνης κατά 4%.

2.2 Αποτίμηση της Airbnb

Η Airbnb είναι μία εταιρία που συνεχώς αναπτύσσεται καθώς προσφέρει στους πελάτες της οφέλη που τα συμβατικά καταλύματα δεν μπορούν. Παρόλα αυτά η εταιρία έχει και κάποια μειονεκτήματα τα οποία θα μπορούσαν να την πλήξουν. Παρακάτω αναλύονται τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της εταιρίας.

Πίνακας 1: Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Airbnb

<u>Πλεονεκτήματα</u>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ οικοδεσπότη και πελάτη • Ο πελάτης γίνεται εύκολα μέρος της κοινότητας • Εξυπηρέτηση πελατών 24 ώρες το 24ωρο 7 ημέρες την εβδομάδα • Ισχυρό brand name • Μεγάλη βάση διαθέσιμων ακινήτων • Εγγύηση ασφαλείας οικοδεσπότη • Χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τα ξενοδοχεία και πρόσθετο εισόδημα για τον οικοδεσπότη • Επιχειρηματικό μοντέλο που 	<ul style="list-style-type: none"> • Δυσανεξία του κόσμου για τα ξενοδοχεία λόγω υψηλών τιμών • Οι αλλαγές πλέον στους νόμους νομιμοποιούν τις συναλλαγές μέσω Airbnb • Η φήμη της βελτιώνεται συνεχώς • Δυνατότητα επέκτασης σε συναφείς δραστηριότητες • Εύχρηστη εφαρμογή για κινητά και tablet • Μεγάλος αριθμός χρηστών που συνεχώς αυξάνεται • Έχει θετικό αντίκτυπο στο

βασίζεται σε τέλη υπηρεσίας	περιβάλλον
<u>Μειονεκτήματα</u>	
<ul style="list-style-type: none"> • Το Airbnb λειτουργεί ως διαμεσολαβητής μεταξύ ενοικιαστή και οικοδεσπότη • Πολλούς αντιπάλους από την βιομηχανία ξενοδοχείων • Πρόβλημα με την ασφάλεια (κρυφή κάμερα, σεξουαλική παρενόχληση) • Δεν μπορεί να ελέγξει πλήρως τους οικοδεσπότες του (φυλετικά προβλήματα ποιότητας) • Υψηλά λειτουργικά κόστη 	<ul style="list-style-type: none"> • Αγωγές και πρόστιμα λόγω παραβίασης τοπικών νόμων • Αυξανόμενοι ανταγωνιστές • Αυξανόμενος αριθμός δυσάρεστων εμπειριών υποδοχής • Αυξανόμενος αριθμός υψηλής ποιότητας ξενώνων ή ξενοδοχείων σε χαμηλές τιμές • Η βασική ιδέα του Airbnb είναι πολύ εύκολο να αντιγραφεί

Ανάλυση πλεονεκτημάτων – Δυνατών σημείων

- **Ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ πελάτη και οικοδεσπότη**

Η σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ επισκέπτη και οικοδεσπότη είναι συνήθως υψηλότερου επιπέδου από εκείνη που αναπτύσσεται με έναν ρεσεψιονίστ σε ένα συμβατικό ξενοδοχείο καθώς εκεί η επικοινωνία εξαντλείται μόνο στα απαραίτητα διαδικαστικά ζητήματα. (Guttentag 2016)

- **Ο πελάτης γίνεται εύκολα μέρος της κοινότητας**

Ο πελάτης γίνεται ευκολότερα μέρος της κοινωνίας καθώς μένει στο σπίτι ενός μόνιμου κατοίκου και έτσι μπορεί να γνωρίσει καλύτερα τον τρόπο ζωής του ιδιοκτήτη-μόνιμου κατοίκου καθώς και τα ήθη και έθιμα του προορισμού που επέλεξε. (Trivett, 2013)

- **Εξυπηρέτηση πελατών 24 ώρες το 24ωρο 7 ημέρες την εβδομάδα**

Η Airbnb έχει ένα σύστημα εξυπηρέτησης πελατών για τους χρήστες της που αποτελείται από τηλεφωνικό κέντρο με κάθε χώρα να έχει διαφορετικό αριθμό για τηλεφωνική εξυπηρέτηση. Στην Ελλάδα ο τηλεφωνικός αριθμός εξυπηρέτησης είναι το 211198988 (Airbnb, 2018m) .Εκτός από την τηλεφωνική επικοινωνία υπάρχει η δυνατότητα αποστολής email καθώς και η δυνατότητα live συνομιλίας με ένα εκπρόσωπο της εταιρίας. Τέλος υπάρχουν αναρτημένες απαντήσεις στις πιο συνηθισμένες απορίες η προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι χρήστες για πιο γρήγορη επίλυση του προβλήματος. (Airbnb, 2018n)

- **Ισχυρό brand name**

Η Airbnb έχει καταφέρει μέσα σε λίγα χρόνια να αποκτήσει ένα δυνατό brand name και έχει συνδέσει το όνομα της με την οικονομία διαμοιρασμού κατοικιών. Έτσι είναι ευκολότερο για τους πελάτες να την εμπιστευτούν για το ταξίδι τους καθώς είναι ήδη μια επιτυχημένη εταιρία.

- **Μεγάλη βάση διαθέσιμων ακινήτων**

Η Airbnb διαθέτει ένα πολύ μεγάλο αριθμό καταχωρήσεων που αριθμούν σε 3.000.000 οι οποίες βρίσκονται σε 191 χώρες και 65000 πόλεις (Airbnb, 2017d) κάτι που σημαίνει πως είναι πολύ πιθανό για κάθε τουρίστα να βρεθεί κατάλυμα για τον προορισμό που επιθυμεί. Αυτό οδηγεί στην βελτίωση της φήμης της καθώς πλέον στο μυαλό του τουρίστα υπάρχει η εικόνα πως ότι επιθυμεί θα το βρει στην πλατφόρμα της Airbnb.

- **Εγγύηση ασφαλείας οικοδεσπότη**

Οι ιδιοκτήτες ασφαρίζονται από την εταιρεία που αφορά ποσό των 800.000€ για κάθε απώλεια ή ζημία που προκληθεί από τον ενοικιαστή (Airbnb, 2017h). Έτσι με την ύπαρξη της ασφαλείας οικοδεσπότη αναπτύσσεται η εμπιστοσύνη μεταξύ οικοδεσπότη και εταιρίας.

- **Χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τα ξενοδοχεία και πρόσθετο εισόδημα για τον οικοδεσπότη**

Οι τιμές ενοικίασης των καταλυμάτων είναι χαμηλότερες από αυτές των ξενοδοχείων κάτι που κάνει τους πελάτες να το προτιμούν καθώς ο οικονομικός παράγοντας είναι ο πιο σημαντικός λόγος για τον οποίο επιλέγουν το Airbnb οι πελάτες. Επίσης το Airbnb δίνει την δυνατότητα στον οικοδεσπότη για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και παραγωγή χρημάτων.

- **Επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται σε τέλη υπηρεσίας**

Η εταιρεία έχει ξεκάθαρα ένα επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται σε τέλη υπηρεσίας. Η εταιρία εισπράττει από τον οικοδεσπότη προμήθεια υπηρεσιών κατά την ολοκλήρωση της κράτησης, το ύψος της οποίας είναι 3 %. Η προμήθεια υπολογίζεται από το υποσύνολο της κράτησης (η τιμή ανά διανυκτέρευση μαζί με το κόστος καθαρισμού και τη χρέωση επιπλέον επισκεπτών, αν ισχύει, αλλά χωρίς την προμήθεια της Airbnb και φόρους) και αφαιρείται αυτόματα από την πληρωμή του οικοδεσπότη. (Airbnb, 2017b). Χρεώνονται επίσης οι ενοικιαστές με ποσοστό 6 έως 12% (Airbnb, 2017c). Αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο έχει το όφελος συγκριτικά χαμηλότερων εξόδων και ρίσκου για την εταιρία καθώς δεν παράγει προϊόντα τα οποία μπορεί να χαλάσουν με την πάροδο του χρόνου καθώς επίσης και ανάπτυξης χρεών από τους οικοδεσπότες αφού η αμοιβή της εταιρίας γίνεται αυτόματα με την πληρωμή του οικοδεσπότη από τον πελάτη.

- **Δυσανεμία του κόσμου για τα ξενοδοχεία λόγω υψηλών τιμών**

Η Airbnb έγινε γρήγορα γνωστή λόγω του ότι ένας πελάτης μπορούσε εύκολα και γρήγορα βρει ένα κατάλυμα σε προνομιακή τιμή σε σχέση με ένα δωμάτιο σε κάποιο

ξενοδοχείο. Μέσω της χρήσης των νέων τεχνολογιών έχει παρατηρηθεί ότι πολύς κόσμος θέλει να τιμωρήσει με κάποιο τρόπο τα ξενοδοχεία καθώς θεωρεί ότι υπήρχε αισχροκέρδεια και αδικαιολόγητα υψηλές τιμές λόγω έλλειψης μίας εναλλακτικής επιλογής.

- **Οι αλλαγές πλέον στους νόμους νομιμοποιούν τις συναλλαγές μέσω Airbnb**

Ολοένα και περισσότερες χώρες προβαίνουν σε ρυθμίσεις που επιτρέπουν την βραχύχρονη μίσθωση ενός ακινήτου με αντάλλαγμα την φορολόγηση των εισοδημάτων. Η Airbnb έχει ήδη συνεργαστεί με περισσότερες από 500 κυβερνήσεις σε όλο τον κόσμο για να βοηθήσει ώστε οι ιδιοκτήτες των καταλυμάτων να ακολουθούν τους κανόνες και να πληρώνουν τούς φόρους που αναλογούν για τα εισοδήματα τους στο κράτος (Airbnb, 2018p)

- **Έχει δείξει το κοινωνικό της πρόσωπο σε αυτούς που έχουν ανάγκη**

Η Airbnb έχει δείξει το κοινωνικό της πρόσωπο καθώς έχει κάνει διάφορες φιλανθρωπικές δραστηριότητες. Όταν γίνεται μία καταστροφή, ενεργοποιεί συχνά ένα εργαλείο όπου επικοινωνεί αυτόματα με τους οικοδεσπότες στην πληγείσα περιοχή, ερωτώντας εάν έχουν επιπλέον χώρο που θα ήθελαν να μοιραστούν με τους εκτοπισμένους γείτονές τους χωρίς κόστος. Οι οικοδεσπότες που επιλέγουν να συμμετάσχουν έχουν τον χώρο τους αναγραφόμενο στην πύλη για την αντιμετώπιση καταστροφών. Επιπλέον, οι επισκέπτες και οι οικοδεσπότες στην περιοχή έχουν πρόσβαση στην υποστήριξη πελατών 24 ωρες το 24ωρο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση με τον τύφωνα Sandy στην Νέα Υόρκη. Η χρήση του εργαλείου έδωσε την δυνατότητα σε 1400 οικοδεσπότες του Airbnb στη Νέα Υόρκη να ανοίξουν τα σπίτια τους σε εκτοπισμένους γείτονες. (Airbnb, 2018q).

- **Δυνατότητα επέκτασης σε συναφείς 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 αεροπορικά ή ακτοπλοϊκά εισιτήρια, να ενοικιάσουν ένα αυτοκίνητο, να λάβουν ένα ψηφιακό ταξιδιωτικό οδηγό, ή να παρέχουν υπηρεσίες

καθαρισμού καταλυμάτων στους ιδιοκτήτες. Η βιομηχανία του τουρισμού δίνει τη δυνατότητα περαιτέρω συνεργασιών με στόχο το κέρδος της επιχείρησης και την εξυπηρέτηση των πελατών.

- **Εύχρηστη εφαρμογή για κινητά**

Η εταιρία έχει δημιουργήσει μια εφαρμογή για τα κινητά και έτσι παρέχει ένας εύκολο τρόπο για τους ταξιδιώτες να κάνουν τις βραχυχρόνιες μισθώσεις. Ο ταξιδιώτης μπορεί να βρει σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα μέσω φίλτρου τιμής το κατάλληλο ακίνητο.

- **Μεγάλος αριθμός χρηστών που συνεχώς αυξάνεται**

Η Airbnb εμφανίστηκε στις αρχές του 2008 και έκτοτε όλο και περισσότεροι χρήστες το επιλέγουν για το ταξίδι τους. Το 2009 το Airbnb το χρησιμοποιούσαν 2000 χρήστες το 2012 3 εκατομμύρια και έκτοτε η αύξηση των χρηστών είναι κατακόρυφη με 16 εκατομμύρια το 2014 και 100 εκατομμύρια το 2017. (Airbnb, 2017r). Πλέον η Airbnb είναι πολύ αναγνωρίσιμη στον κόσμο και αυτό δημιουργεί κλίμα εμπιστοσύνης καθώς δεν είναι μια άγνωστη διαδικτυακή πλατφόρμα κάτι που οδηγεί στην συνεχή αύξηση των χρηστών και των τζίρων της εταιρίας.

- **Έχει θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον**

Η Airbnb είναι γνώστη για τις χαμηλές τιμές σε σχέση με τα ξενοδοχεία και την πληθώρα των καταλυμάτων που διαθέτει αλλά όχι τόσο για τον θετικό αντίκτυπο της χρήσης της στο περιβάλλον.

Μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Airbnb το 2014 έδειξε ότι τα καταλύματα της Airbnb καταναλώνουν 63% λιγότερη ενέργεια ανά διανυκτέρευση στην Βόρεια Αμερική και 78% λιγότερη στην Ευρώπη σε σχέση με τα ξενοδοχεία. Για όλο το 2013 η χρήση των καταλυμάτων των καταλυμάτων της Airbnb οδηγεί σε αποφυγή χρήσης ενέργεια για 19000 σπίτια στην Αμερική και 68000 σπίτια στην Ευρώπη. Επίσης παράγουν 61% λιγότερα αέρια που προκαλούν το φαινόμενο του θερμοκηπίου στην Αμερική και 89% στην Ευρώπη ανά διανυκτέρευση. Αυτό ισοδυναμεί με αποφυγή αερίων από 33000 αυτοκίνητα στην Αμερική και 200000 στην Ευρώπη. Τέλος καταναλώνεται 12% λιγότερο νερό ανά διανυκτέρευση στην Αμερική και 48% λιγότερο

στην Ευρώπη πράγμα που σημαίνει αποφύγει χρήσης νερού για γέμισμα 270 ολυμπιακών διαστάσεων πισίνες στην Αμερική και 1100 στην Ευρώπη. (Airbnb, 2014o)

Ανάλυση μειονεκτημάτων - αδύναμων σημείων

- **Το Airbnb λειτουργεί ως διαμεσολαβητής μεταξύ ενοικιαστή και οικοδεσπότη**

Η εταιρία λειτουργεί ως διαμεσολαβητής μεταξύ του ενοικιαστή και του οικοδεσπότη. Η ίδια είναι υπεύθυνη για την ομαλή διεκπεραίωση της ενοικίασης και ενημερώνεται μέσω της πλατφόρμας από τους οικοδεσπότες και τους ενοικιαστές για την πορεία της διαμονής. Στην περίπτωση κάποιας διένεξης η εταιρία αναλαμβάνει το ρόλο του διαμεσολαβητή για την επίλυση των διαφορών κάτι που αποτελεί μία αδυναμία για αυτήν καθώς δεν έχει εκπρόσωπους σε κάθε πόλη για την διενέργεια αυτοψίας.

- **Πολλούς αντιπάλους από την βιομηχανία ξενοδοχείων**

Η Airbnb κατάφερε μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα να πάρει μεγάλο μερίδιο της αγοράς από την βιομηχανία ξενοδοχείων. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα εκπρόσωποι ομάδων του ξενοδοχειακού τομέα να έρθουν ενάντια της με στόχο την καταπολέμηση της ιδέας ενοικίασης μέσω Airbnb

- **Πρόβλημα με την ασφάλεια (κρυφή κάμερα, σεξουαλική παρενόχληση)**

Αρκετές είναι οι περιπτώσεις επισκεπτών που κατά την διάρκεια της διαμονής του ανακάλυψαν πως υπήρχαν κάμερες στο κατάλυμα χωρίς να έχουν ενημερωθεί κάτι το οποίο θα έπρεπε να είχε γίνει. Επίσης έχουν αναφερθεί αρκετά περιστατικά σεξουαλικής παρενόχλησης κάτι το οποίο δυσφημεί την πλατφόρμα και κάνει πλέον πολλούς επισκέπτες να μην το επιλέγουν για το ταξίδι τους.

- **Υψηλά λειτουργικά κόστη**

Όσο η εταιρεία μεγαλώνει αυξάνεται και το προσωπικό το οποίο χρειάζεται καθώς και οι υποχρεώσεις της. Ήδη το Airbnb έχει 3100 εργαζόμενες στην εξυπηρέτηση πελατών (Airbnb, 2018s). Η απειλή εδώ έγκειται στο εάν θα καταφέρει να ανταπεξέλθει στα

ολοένα και αυξανόμενα λειτουργικά της κόστη ή εάν θα πρέπει να θυσιάσει την εξυπηρέτηση των πελατών στο βωμό του κέρδους.

- **Αγωγές και πρόστιμα λόγω παραβίασης τοπικών νόμων**

Ορισμένες πόλεις διέπονται από νόμους που περιορίζουν τη δυνατότητα φιλοξενίας επισκεπτών επί πληρωμή για σύντομες χρονικές περιόδους. Οι νόμοι αυτοί συχνά αποτελούν τμήμα του χωροταξικού ή του διοικητικού κώδικα μιας πόλης. Σε πολλές πόλεις, πρέπει να ο οικοδεσπότης να λάβει κάποια άδεια πριν καταχωρήσει την ιδιοκτησία σας ή αρχίσει να δέχεστε επισκέπτες. Οι τοπικές κυβερνήσεις επιβάλλουν τους συγκεκριμένους νόμους με αρκετά διαφορετικούς τρόπους. Οι ποινές μπορεί να περιλαμβάνουν πρόστιμα ή άλλες μεθόδους συμμόρφωσης.

Η Σγκαπούρη επέβαλε πρόστιμα σε δύο οικοδεσπότες της Airbnb που έσπασαν τους κανόνες της χώρας για ενοικιάσεις διαμερισμάτων με το πρόστιμο να είναι 45.800δολαρια για τον καθένα. Η Νέα Υόρκη μίλησε δύο οικοδεσπότες για την λειτουργία παράνομων ξενοδοχείων σε κτίρια με άδεια διαμερίσματα ενώ σε μια άλλη περίπτωση η Βαρκελώνη ζήτησε πρόστιμο από την Airbnb για παραβίαση των τοπικών νόμων

- **Αυξανόμενος ανταγωνισμός.**

Η καινοτόμα ιδέα δεν άφησε ασυγκίνητους ανταγωνιστές όπως η booking και 9flats.com που είναι μάλιστα επιχειρηματικοί γίγαντες και ήδη βρήκαν την ευκαιρία να πάρουν και αυτοί μερίδιο της αγοράς. Η απειλή για την εταιρία αφορά στο αν θα καταφέρει να παραμείνει ψηλά στην προτίμηση των ταξιδιωτών

- **Αυξανόμενος αριθμός δυσάρεστων εμπειριών υποδοχής**

Όσο αυξάνονται οι χρήστες του Airbnb τόσο αυξάνονται και οι περιπτώσεις δυσάρεστων εμπειριών φιλοξενίας. Η μεγάλη επίδραση που έχουν τα social media και το ίντερνετ μπορούν να κάνουν γρήγορα γνωστή μία είδηση. Μια άσχημη εμπειρία μέσω Airbnb μπορεί να μαθευτεί πολύ ευκολότερα σε σχέση με το παρελθόν και αυτό θα πλήξει την εμπιστοσύνη των πελατών της.

- **Αυξανόμενος αριθμός υψηλής ποιότητας ξενώνων ή ξενοδοχείων σε χαμηλές τιμές**

Ολοένα και περισσότεροι ξενώνες η ξενοδοχεία καταλαβαίνουν ότι λόγω του ανταγωνισμού θα πρέπει είτε να κατεβάσουν τις τιμές τους είτε να κάνουν ειδικές προσφορές για την αύξηση της πελατείας τους. Αυτό αποτελεί για την Airbnb μια άμεση απειλή για το μέλλον , αφού το επιχειρηματικό της μοντέλο στηρίζεται στην οικονομική διαμονή.

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

Η Airbnb είναι μια πλατφόρμα με μια τεράστια βάση δεδομένων με καταλύματα για όλες τις προτιμήσεις. Το πρόβλημα για την εταιρία είναι ότι η ιδέα και η φιλοσοφία της είναι πολύ εύκολο να αντιγραφεί. Ήδη πολλές εταιρείες έχουν αντιγράψει με επιτυχία το μοντέλο της Airbnb, όπως το Housetrip και το Wimdu. Ένα άλλο επιτυχημένο παράδειγμα είναι η on-line υπηρεσία ενοικίασης HomeAway, η οποία αγοράστηκε πρόσφατα από τον ταξιδιωτικό οργανισμό booking έναντι 3,5 δισ. Ευρώ. Μια άλλη εταιρία είναι η αμερικανική εταιρεία Wework, η οποία ξεκίνησε να ενοικιάζει κοινόχρηστους χώρους γραφείων το 2010 και σήμερα η αξία της εκτιμάται σε πάνω από 8,5 δισ. Ευρώ. (Scandinavian traveler, 2018)

2.3 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ AIRBNB ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Η εταιρεία όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενη ενότητα δραστηριοποιείται στη βραχυχρόνια ενοικίαση ακινήτων και θεωρείται η «ηγέτιδα» στον κλάδο αυτό. Η απήχηση της πλατφόρμας στο ελληνικό κοινό ήταν σχετικά καθυστερημένη, συγκριτικά με το βαθμό ανάπτυξης της παγκοσμίως. Ωστόσο, τα τελευταία δύο χρόνια αρχίζει να αποκτά ολοένα και περισσότερο έδαφος. Η Αθήνα υπήρξε από τις πρώτες πόλεις στην Ελλάδα που συμμετείχαν στην Airbnb από το 2009. Το 2016 καταγράφηκε στην Ελλάδα μια αύξηση των καταχωρήσεων της τάξεως του 135% σε σχέση με το 2015, ενώ επίσης αυξήθηκε κατά 148% ο αριθμός των επισκεπτών στη διάρκεια του τελευταίου

χρόνου (Ρουσάνογλου, 2016). Τεράστιες αλλαγές στο χάρτη της αγοράς ακινήτων της Αθήνας, έχουν φέρει οι μισθώσεις μέσω Airbnb, που αυξάνονται ολοένα και περισσότερο. Από τη μία έχει αυξηθεί κατακόρυφα η ζήτηση ακινήτων από το εξωτερικό, ενώ από την άλλη τα διαθέσιμα διαμερίσματα ιδιαίτερα στο κέντρο της Αθήνας προς μίσθωση είναι ελάχιστα και οι τιμές τους έχουν εκτοξευθεί παρά τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες (Ρουσάνογλου, 2016). Για πολλούς λόγους, με πρώτον αυτόν της μεγιστοποίησης του κέρδους, οι ιδιοκτήτες προτιμούν να ενοικιάζουν τα ακίνητά τους μέσω της διαδικτυακής πλατφόρμας Airbnb και όχι με τον παραδοσιακό τρόπο.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μελέτης του Κέντρου Σχεδιασμού και Οικονομικής Έρευνας (ΚΕΠΕ) της Ελλάδας το 2018 διαπιστώθηκε ότι περισσότερα από 126.000 ελληνικά σπίτια, διαμερίσματα και ιδιοκτησίες είναι εισηγμένα στην ηλεκτρονική πλατφόρμα.

Περισσότερο από έξι από τα δέκα ελληνικά ακίνητα που απαριθμούνται στην Airbnb βρίσκονται στις περιοχές της Αττικής, της Κρήτης και του Νοτίου Αιγαίου, ακολουθούμενες από τις περιοχές της Κεντρικής Μακεδονίας, των Ιονίων Νήσων και της Πελοποννήσου. Κατά το πρώτο εξάμηνο του τρέχοντος έτους, το 93% των ακινήτων της Αττικής που προσφέρονται μέσω της πλατφόρμας ήταν εντός των ορίων του Δήμου Αθηναίων, επιδεικνύοντας σαφή προτίμηση των τουριστών στην Αθήνα ως προορισμό διακοπών. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Airbnb που συνέταξε η μελέτη του ΚΕΠΕ, η online πλατφόρμα ήταν ελάχιστα γνωστή στην ελληνική αγορά πριν από οκτώ χρόνια. Σήμερα, όμως, θεωρείται ως ο κύριος παίκτης στην αγορά τουριστικών καταλυμάτων της χώρας. Εκτός από την Airbnb, η μελέτη διαπίστωσε επίσης ότι οι Έλληνες έχουν την τάση να επιλέγουν περισσότερες από μία πλατφόρμες για να καταγράψουν τις ιδιότητές τους. Αυτές οι πλατφόρμες περιλαμβάνουν τα TripAdvisor, Trivago, Booking.com, HomeAway, και άλλες.

Παρακάτω δίνονται τα αποτελέσματα της έρευνας του Κέντρου Σχεδιασμού και Οικονομικής Έρευνας (ΚΕΠΕ) της Ελλάδας για την εξέλιξη του αριθμού των καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης κατά περιφέρεια.

Πίνακας 2 : Η αύξηση των διαθέσιμων καταλυμάτων στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια

Περιφέρεια	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Ιούνιος 2018
Αττική	54	255	641	1.254	2.752	6.721	14.221	23.440	30.184
Νότιο Αιγαίο	15	165	631	1.616	3.185	6.713	13.097	20.249	25.730
Κρήτη	21	146	485	1.103	2.423	5.099	10.301	16.910	21.811
Κέντρικη Μακεδονία	3	30	121	314	730	1.911	5.441	9.985	13.544
Ιόνια Νησιά	9	37	147	464	1.499	2.443	5.393	9.528	13.232
Πελοπόννησος	12	37	83	187	476	1.118	2.672	4.907	6.474
Θεσσαλία	1	18	44	120	275	713	1.756	3.039	3.880
Αν. Μακεδονία & Θράκη	1	3	21	43	88	229	768	1.704	2.738
Στερεά Ελλάδα	4	16	39	80	186	449	1.107	1.911	2.489
Βόρειο Αιγαίο	6	18	33	96	203	473	1.096	1.766	2.357
Δυτική Ελλάδα	4	17	39	74	155	340	794	1.558	2.115
Ήπειρος	2	5	12	37	77	216	589	1.077	1.481
Δυτική Μακεδονία	0	0	2	2	14	30	72	143	196
ΣΥΝΟΛΟ	132	747	2.298	5.390	12.063	26.455	57.307	96.217	126.231

Πηγή : Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ, 2018)

Η Airbnb έχει συμβάλει σημαντικά στην ανάκαμψη την Ελληνικής αγοράς ακινήτων. Έρευνα της τράπεζας της Ελλάδος που έγινε το 2018 (Bank of Greece, 2018) αναφέρει ότι το 2017 και οι πρώτοι μήνες του 2018 χαρακτηρίζονται από σταθεροποίηση της αγοράς ακινήτων. Συνολικά οι τιμές των διαμερισμάτων μειώθηκαν κατά 42,1% από το 2008 έως και το α' τρίμηνο του 2018 ενώ με διάκριση κατά γεωγραφική περιοχή η υποχώρηση των τιμών ήταν μεγαλύτερη στην Θεσσαλονίκη με 46,4 % και στην Αθήνα με 44,5 %. Όπως αναφέρει ο τομέας των βραχυχρόνιων μισθώσεων κατοικιών που εκπροσωπείται κυρίως από την πλατφόρμα του Airbnb οδήγησε στη σταδιακή ανάδειξη μια νέας για τα ελληνικά δεδομένα επενδυτικής αγοράς για ακίνητα οικιστικής χρήσης.

Για παράδειγμα στην Αθήνα ως απόρροια αυτής της δυναμικής είχαμε αύξηση αγοραπωλησιών οικιστικών ακινήτων, σε συγκεκριμένες μάλιστα θέσεις οι οποίες παλαιότερα χαρακτηρίζονταν ως υποβαθμισμένες, ειδικά στο κέντρο, συμπαρασύροντας τοπικά τις τιμές. Οι υψηλές αμοιβές που εξασφαλίζουν οι οικοδεσπότες μέσω του Airbnb και των βραχυχρόνιων μισθώσεων εκτιμάται ότι σταδιακά θα οδηγήσουν σε αναδιαμόρφωση του χάρτη των τιμών στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και στα υπόλοιπα αστικά κέντρα με αντίστοιχο επενδυτικό ενδιαφέρον. Σημειώνεται ωστόσο ότι παρά τις τρέχουσες συγκρατημένες ενδείξεις ανάκαμψης, η οικοδομική δραστηριότητα για νέα έργα ανάπτυξης παραμένει σε χαμηλά επίπεδα, καθώς προς το παρόν οι επενδύσεις στοχεύουν κυρίως στην αναβάθμιση των υπαρχουσών κατοικιών παρά στην κατασκευή νέων ακινήτων.

Μία άλλη έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Alpha Bank το 2018 αναφέρεται πως οι τιμές των ακινήτων αυξήθηκαν για πρώτη φορά μετά από μία δεκαετία κατά 1,3% στο ενιάμηνο Ιανουάριου – Σεπτεμβρίου 2018. Όπως αναφέρεται στην έρευνα η ανάκαμψη της αγοράς ακινήτων οφείλεται στην βελτίωση της οικονομίας, στην υιοθέτηση του προγράμματος Golden Visa Greece όπου δίνεται άδεια παραμονής σε πολίτες τρίτων χωρών με αγορά ακινήτου αξίας 250 χιλιάδων ευρώ καθώς και με την συνεχή αύξηση της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων μέσω πλατφορμών όπως το Airbnb. Στην Ελλάδα, όλο και περισσότεροι πολίτες καταφεύγουν στην βραχύχρονη μίσθωση των ακινήτων τους με σκοπό να βγάλουν αρκετά από τα έξοδα τους με τα αποτελέσματα στο τέλος του πρώτου εξαμήνου του 2018 να καταγράφονται πάνω από 126 χιλ. καταλύματα σε σχέση με σχεδόν μηδενικό αριθμό καταλυμάτων το 2010, όταν άρχισε να αναπτύσσεται αυτή η δραστηριότητα (Alpha Bank, 2018)

Στο ίδιο μήκος κύματος και μια πρόσφατη ανάλυση της κτηματομεσιτικής εταιρίας Remax το 2018 μετά από πανελλαδική έρευνα. Σύμφωνα με την έρευνα οι τιμές κατά την χρονική περίοδο του 2018 εμφανίζουν αύξηση 8,4 % σε όλη την επικράτεια σε σχέση με πέρυσι. Αναλυτικότερα η αύξηση για στην Αττική ήταν 6,9 % στην Θεσσαλονίκη 14,4 % και στην περιφέρεια 7,1% με αξιοσημείωτη αύξηση στον Βόλο στην Πάτρα και στην Σπάρτη με 14% αλλά και στην Αλεξανδρούπολη με 17%. Σε αυτό φαίνεται να έχουν παίξει ρόλο τόσο τα αποθέματα διαθέσιμων κατοικιών που ολοένα και μειώνονται όσο και οι βραχυπρόθεσμες μισθώσεις κατοικιών μέσω Airbnb κάτι που έχει

οδηγήσει τα ακίνητα που προορίζονται για μακροχρόνια μίσθωση σε μήλο της έριδος για τους ενδιαφερόμενους ενοικιαστές. Παρακάτω παρατίθεται πίνακας με τις τιμές των ενοικίων για ορισμένες περιοχές της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης καθώς και ορισμένων μεγάλων πόλεων (Remax, 2018)

Πίνακας 3 Τιμές ενοικίασης κατοικιών σε περιοχές της Ελλάδας

ΤΙΜΕΣ ΕΝΟΙΚΙΑΣΗΣ ΚΑΤΟΙΚΙΩΝ (ΕΥΡΩ/ΤΜ)			
ΠΕΡΙΟΧΗ	2016	2017	2018
ΑΘΗΝΑ			
ΚΟΛΩΝΑΚΙ	6,8	7,3	9
ΚΟΥΚΑΚΙ	4,1	4,8	6,5
ΕΞΑΡΧΕΙΑ	4,0	4,1	5,5
ΧΑΛΑΝΔΡΙ	5,8	5,9	6,8
ΑΓΙΑ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	5	5,6	6
ΝΕΟ ΨΥΧΙΚΟ	7	7,2	8
ΓΛΥΦΑΔΑ	6,5	6,7	7,5
ΚΑΛΛΙΘΕΑ	4	4,4	4,8
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ			
ΠΑΛΙΑ ΠΑΡΑΛΙΑ	13	13	14
ΝΕΑ ΠΑΡΑΛΙΑ	7,4	8,2	8,8
ΤΟΥΜΠΑ	4,6	5	6
ΑΜΠΕΛΟΚΗΠΟΙ	3,2	3,3	3,7
ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ	6	6	6,8
ΚΗΦΙΣΙΑ	5	5	6
ΛΑΡΙΣΑ	4,7	4,9	4,9
ΒΟΛΟΣ	4,4	5,2	6
ΠΑΤΡΑ	4	4,7	5,4

Πηγή : Remax 2016, 2017, 2018

2.4 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ AIRBNB ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι επιπτώσεις της οικονομίας διαμοιρασμού στην ελληνική οικονομία συνδέονται κυρίως με τον τουριστικό κλάδο και ειδικότερα με τα συμβατικά τουριστικά καταλύματα. Το φαινόμενο της Airbnb έχει απασχολήσει την τελευταία περίοδο τους

ξενοδόχους και έχει προκαλέσει πληθώρα αντιδράσεων, θεωρώντας ότι πλήττει τα συμφέροντά τους. Οι Ευρωπαίοι το 2015 έκαναν κρατήσεις μέσω τέτοιων πλατφορμών για 14 εκατομμύρια ταξίδια στο εξωτερικό, δηλαδή περίπου το 3% των διεθνών ταξιδιών. Περίπου τα 2/3 των κρατήσεων αυτών έγιναν σε διαμερίσματα και εξοχικές κατοικίες και οι υπόλοιπες σε ιδιωτικά δωμάτια. Αυτό που προκαλεί προβληματισμό, είναι ότι πολλοί ιδιοκτήτες ακινήτων προτιμούν πλέον να κρατούν ελεύθερα τα ακίνητά τους, ώστε να τα εκμισθώσουν σε υψηλές τιμές σε τουρίστες μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού και έτσι γίνεται όλο και δυσκολότερο σε ντόπιους εργαζόμενους ή φοιτητές να βρουν αξιόλογα σπίτια προς ενοικίαση (Καραντζαβέλου, 2016α).

Στην Ελλάδα, εξαιτίας της πρόσφατης παρουσίας της οικονομίας διαμοιρασμού, δεν έχουν εκπονηθεί αρκετές μελέτες που να απεικονίζουν τις επιπτώσεις του φαινομένου στη χώρα. Ωστόσο, το Σεπτέμβριο του 2017 εκπονήθηκε η μελέτη της **Grant Thornton** με τίτλο «Η φοροδοτική δυνατότητα των ξενοδοχείων και η δυνατότητα αξιοποίησης της οικονομίας διαμοιρασμού για τη φορολογική εξομάλυνση του κλάδου», για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας (ΞΕΕ). Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη υπάρχουν 106.452 καταχωρήσεις καταλυμάτων σε ηλεκτρονικές πλατφόρμες. Υπολογίζοντας όμως ένα ποσοστό αλληλοεπικάλυψης 40% (ακίνητα καταχωρημένα σε περισσότερες από μία πλατφόρμες), τα πραγματικά διαθέσιμα ακίνητα είναι 63.871. Από αυτά, 21.716 διαθέτουν Ειδικό Σήμα Λειτουργίας, ενώ τα υπόλοιπα 42.155 λειτουργούν αποκλειστικά στο πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού. Το σύνολο των διαθέσιμων κλινών της οικονομίας διαμοιρασμού είναι 276.958 κλίνες, με συνολικές ετήσιες διανυκτερεύσεις 25.619.107, που οδηγούν σε μέσο όρο ημερών ενοικίασης ανά ακίνητο 92,50 ημέρες ανά έτος. Ο συνολικός τζίρος της οικονομίας διαμοιρασμού στη διαμονή υπολογίστηκε στα 1,7 δις €.

Επιπλέον στην ίδια μελέτη, γίνεται λόγος για απώλειες 525 εκ. € στα έσοδα διαμονής των τουριστικών καταλυμάτων ετησίως, εξαιτίας της οικονομίας διαμοιρασμού, που οδηγούν σε δυνητική απώλεια φορολογικών εσόδων της τάξης των 88 εκ. €. Αν αυτά τα έσοδα υπήρχαν θα δημιουργούνταν 13.860 επιπλέον θέσεις εργασίας το χρόνο στα συμβατικά τουριστικά καταλύματα. Κατά την ίδια μελέτη πάντα, υπολογίζεται απώλεια δημοσίων εσόδων 267 εκ. € ετησίως, λόγω αδυναμίας φορολόγησης των εισοδημάτων από τη μίσθωση ακινήτων. Τα δυνητικά αυτά

φορολογικά έσοδα υπολογίζονται με βάση τις παρούσες φορολογικές διατάξεις για την οικονομία διαμοιρασμού. Αν φορολογούνταν όπως τα κλασικά ξενοδοχειακά καταλύματα, τα δημόσια έσοδα θα έφταναν τα 341 εκ. €. Παρόλα αυτά όπως θα δούμε σε επόμενη ενότητα η Ελλάδα έχει προσπαθήσει τον τελευταίο χρόνο να μειώσει σημαντικά αυτές τις απώλειες εσόδων με την λειτουργία της εφαρμογής της ανεξάρτητης αρχής δημοσίων εσόδων(ΑΑΔΕ) όπου ο οικοδεσπότης μπορεί να δηλώσει τις μισθώσεις που είχε. Αν δεν το κάνει κινδυνεύει με υψηλά πρόστιμα που θα αναλύσουμε σε άλλη ενότητα.

Η ίδια μελέτη εξετάζει επίσης το βαθμό συμπληρωματικότητας ή υποκατάστασης της οικονομίας διαμοιρασμού με τα συμβατά ξενοδοχειακά καταλύματα. Η οικονομία διαμοιρασμού λειτουργεί συμπληρωματικά όταν ο επισκέπτης έχει σαν βασικό κίνητρο που καθορίζει το ταξίδι του τον τρόπο διαμονής και όχι τον τόπο προορισμού. Επομένως, όταν κάποιος αναζητά μισθωμένη κατοικία και καταλήγει σε τόπο επίσκεψης εκεί όπου έχει βρει τις καλύτερες συνθήκες μέσω οικονομίας διαμοιρασμού, τότε η τουριστική αυτή δραστηριότητα θεωρείται πως λειτουργεί συμπληρωματικά σε αυτή των ξενοδοχείων. Αντίθετα, όταν κάποιος έχει καταλήξει στον τόπο προορισμού και εντός αυτού αναζητά τον καταλληλότερο τρόπο διαμονής, ψάχνοντας και σε ξενοδοχεία και σε πλατφόρμες οικονομίας διαμοιρασμού, αν επιλέξει την οικονομία διαμοιρασμού, η τουριστική δραστηριότητα θεωρείται πως θα λειτουργήσει ως υποκατάστατη των ξενοδοχείων. Η μελέτη διαπιστώνει πως ο βαθμός συμπληρωματικότητας είναι 30% και ο αντίστοιχος βαθμός υποκατάστασης 70%.

Η εν λόγω μελέτη συντάχθηκε για το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος και εστιάζει κυρίως στις απώλειες των ξενοδοχειακών καταλυμάτων (Grant Thornton 2017) , χωρίς να κάνει λόγο για το ενδεχόμενο γενικότερο δημόσιο όφελος. Για παράδειγμα, αναφέρονται απώλειες 525 εκ. ευρώ στα έσοδα διαμονής των τουριστικών καταλυμάτων, την ίδια στιγμή που καταγράφονται 835-861 εκ. ευρώ έσοδα διαμονής για τους ιδιοκτήτες καταλυμάτων, μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού. Επιπλέον, σε αντιδιαστολή με τις θεωρητικά χαμένες 13.860 θέσεις εργασίας στα συμβατικά τουριστικά καταλύματα, αρκετές χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας φαίνεται πως δημιουργούνται μέσω της μικροεπιχειρηματικότητας στα πλαίσια της οικονομίας διαμοιρασμού. Για παράδειγμα, έχουν δημιουργηθεί εταιρείες που διαχειρίζονται για

λογαριασμό ενός ιδιοκτήτη, τα ακίνητα που εκμισθώνει μέσω της Airbnb. Τέτοιες εταιρείες στην Ελλάδα είναι η eazybnb, η guesteasy, η Airbnb management in Greece και πολλές άλλες. Αναλαμβάνουν δηλαδή την πλήρη διαχείριση του ακινήτου, από την επαγγελματική φωτογράφιση για την καταχώριση και τη διαχείριση των κρατήσεων, μέχρι και τη συντήρηση και καθαριότητα του χώρου. Η αμοιβή τους φτάνει περίπου το 15-20% επί του μισθώματος (Μαντικίδης, 2016), (Δημητριάδη, 2017).

Από την πλευρά των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην οικονομία διαμοιρασμού και ειδικότερα της Airbnb, έχουν γίνει οργανωμένες προσπάθειες ώστε η εταιρεία να αμβλύνει τις εντυπώσεις που προωθούν οι ξενοδόχοι περί «γκρίζας, θολής, σκιώδους κλπ.» ενοικίασης ακινήτων. Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποίησε η ίδια με τίτλο «Οι επιδράσεις της φιλοξενίας στην Αθήνα» Η ανάλυση βασίζεται σε όλα τα ταξίδια που έγιναν στην Αθήνα από τον Οκτώβριο του 2013 έως και τον Σεπτέμβριο του 2014 και διαπιστώθηκε ότι η εταιρεία λειτουργεί συμπληρωματικά στον τουρισμό και δεν αντικαθιστά την υφιστάμενη τουριστική βιομηχανία. Προσελκύει διαφορετικό κοινό από αυτό των κλασικών ξενοδοχείων, κυρίως νέους τουρίστες, σε περιοχές της Αθήνας που δε θεωρούνται κατά βάση τουριστικές και δεν υπάρχουν πολλά ξενοδοχεία. Οι τουρίστες που επιλέγουν να μείνουν σε ένα από τα σπίτια της Airbnb γνωρίζουν πολύ καλά τις διαφορές με ένα ξενοδοχείο, υποστηρίζει ο Patrick Robinson, επικεφαλής της Public Policy της Airbnb σε Ευρώπη, Μέση Ανατολή, Αφρική και Καναδά (Καραμπίνη, 2015). Συγκεκριμένα το 69% των καταχωρημένων ιδιοκτησιών της Airbnb βρίσκονται εκτός δημοφιλών περιοχών. Η οικονομική συνεισφορά της εταιρείας στην πρωτεύουσα άγγιξε τα 69 εκ. €, μόνο την περίοδο 2013-2014, ενώ δημιούργησε πάνω από 1.000 θέσεις εργασίας. Η ίδια μελέτη αναφέρει ότι το 68% των ιδιοκτητών υποστηρίζουν ότι βασίζονται σε αυτά τα εισοδήματα για να συνεχίσουν να μένουν στο σπίτι τους. Το 28% των οικοδεσποτών δηλώνουν ότι το εισόδημα που κερδίζουν από την οικονομία διαμοιρασμού τους επιτρέπει να συντηρούνται, ενώ απασχολούνται ως ελεύθεροι επαγγελματίες. Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι οι μισοί οικοδεσπότες έχουν εισοδήματα κάτω του μέσου όρου.

2.5 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΠΙΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ AIRBNB ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Το Airbnb έκανε την εμφάνιση του στην Ελλάδα το 2009. Όπως είναι λογικό τα περισσότερα καταλύματα υπάρχουν στην Αθήνα καθώς είναι η πρωτεύουσα της χώρας με την αύξηση να είναι τεράστια καθώς το 2010 υπήρχαν μόλις 54 ακίνητα ενώ τον Ιούνιο του 2018 30.184 ακίνητα. Με βάση δεδομένα που αντλήθηκαν από έρευνα της Airbnb το διάστημα Οκτωβρίου του 2013 έως και τον Σεπτέμβριο του 2014 στην Αθήνα παρουσιάζεται παρακάτω η επίδραση της στην οικονομία και το περιβάλλον της πόλης. (Airbnb , 2014t)

Οικονομική επίδραση

Τα χρήματα που ξοδεύουν οι επισκέπτες και το εισόδημα των οικοδεσποτών έχουν σημαντική επίδραση στην οικονομία. Η συνολική οικονομική επίδραση για το διάστημα αυτό (Οκτώβριος 2013 έως Σεπτέμβριος 2014) στην πόλη της Αθήνας ήταν 69 εκ. ευρώ και οι υποστηριζόμενες θέσεις εργασίας 1060. Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 35% των οικοδεσποτών χρησιμοποιούν το εισόδημα από τις εκμισθώσεις του ακινήτου τους για την πληρωμή του δανείου/ενοικίου τους, το 24% για την πληρωμή δαπανών που έχει το νοικοκυριό (λογαριασμοί, τρόφιμα κ.λπ), το 14% ως επιπλέον χρήματα για καθημερινά έξοδα, 8% για διακοπές, 7% για μακροπρόθεσμες αποταμίευσης και 11% για κάτι άλλο. Το Airbnb κατανέμει τις οικονομικές επιδράσεις σε γειτονίες που παραδοσιακά δεν επωφελούνται από τον τουρισμό. Οι επισκέπτες μέσω του Airbnb εξερευνούν περιοχές που δεν θα επισκέπτονταν διαφορετικά. Οι ημερήσιες δαπάνες των επισκεπτών γίνονται κατά 47 % στην γειτονιά που μένουν με το ποσό των δαπανών να υπολογίζεται σε 218 ευρώ ανά επισκέπτη κάτι που σημαίνει ότι για τις παραδοσιακά μη τουριστικές περιοχές εκτός από τον οικοδεσπότη έχουν όφελος και οι τοπικές επιχειρήσεις.

Περιβαλλοντική επίδραση

Όπως είναι γνωστό η ιδέα της Airbnb είναι ο διαμοιρασμός υπαρχόντων κατοικιών κάτι που έχει ως αποτέλεσμα εκτός από οικονομικά οφέλη και περιβαλλοντικά. Στην Αθήνα μέσω της χρήσης του Airbnb για το διάστημα Οκτώβριος του 2013 - Σεπτέμβριος του 2014 έχε ως αποτέλεσμα εξοικονόμηση ενέργειας που αντιστοιχεί σε 621 σπίτια, μείωση ρύπων που αντιστοιχεί σε 1.790 αυτοκίνητα, μείωση χρήσης νερού που αντιστοιχεί σε γέμισμα 10 πισίνων Ολυμπιακών διαστάσεων και μείωση παραγωγής αποβλήτων κατά 89 τόνους. Όπως συμπεραίνουμε από τα παραπάνω η επίδραση της Airbnb για την Αθήνα είναι θετική και αναλογιστούμε ότι το 2013 τα διαθέσιμα καταλύματα ήταν 1254 ενώ τον Ιούνιο του 2018 ήταν 30.184 τα οφέλη σήμερα θα είναι ακόμη μεγαλύτερα.

2.6 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΒΡΑΧΥΧΡΟΝΙΩΝ ΜΙΣΘΩΣΕΩΝ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά από πολυετή διάλογο για την ανάγκη ρύθμισης του θεσμικού πλαισίου μίσθωσης ακινήτων με το μοντέλο της οικονομίας διαμοιρασμού, το Δεκέμβριο του 2016 ψηφίστηκε ο Νόμος 4446/2016 που περιλαμβάνει το άρθρο 111 με τίτλο «Ρυθμίσεις για τη βραχυπρόθεσμη μίσθωση ακινήτων στο πλαίσιο της οικονομίας διαμοιρασμού». Μέσω του νόμου ορίστηκαν προϋποθέσεις για του οικοδεσπότες και τα ακίνητα τους καθώς και οι διαδικασίες ώστε να εμφανίσουν τα έσοδα τους. Στόχος του κράτους να μειωθούν τα έσοδα που χάνει το κράτος από την απόκρυψη εισοδημάτων λόγω Airbnb και η αποφυγή διακοπής εργασιών από ελεύθερους επαγγελματίες λόγω ευνοϊκότερης φορολόγησης των βραχυχρόνιων μισθώσεων βάζοντας περιορισμούς στους οικοδεσπότες του Airbnb. Το άρθρο αυτό τροποποιήθηκε από τον αρθρο 84 κεφάλαιο στ' μέρος ε' του νόμου 4472/2017. Η φορολόγηση των εισοδημάτων από βραχυχρόνιες μισθώσεις γίνεται σύμφωνα με τον νόμο 4172/2016 άρθρο 39 και 39Α ο οποίος προστέθηκε σε αυτό με την δημοσίευση του νόμου 4472/2017 άρθρου 83 κεφάλαιο στ' μέρος ε'.

Βραχυχρόνια μίσθωση στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού θεωρείται η μίσθωση ακινήτου μέσω ψηφιακών πλατφορμών, με διάρκεια μικρότερη του έτους και όταν δεν παρέχονται άλλες υπηρεσίες πλην της διαμονής και της παροχής κλινοσκεπασμάτων.

Ψηφιακές πλατφόρμες νοούνται όσες παρέχουν εξειδικευμένα εργαλεία για τη σύναψη της μίσθωσης ηλεκτρονικά και δεν περιορίζονται στην προβολή του ακινήτου. Οι οικοδεσπότες αυτών των ψηφιακών πλατφορμών κατονομάζονται ως διαχειριστές ακινήτων. Διαχειριστής ακινήτου μπορεί να είναι ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο ή κάθε είδους νομική οντότητα που αναλαμβάνει την διαδικασία ανάρτησης ακινήτου στις ψηφιακές πλατφόρμες. Ο διαχειριστής του ακινήτου μπορεί να είναι είτε κύριος του ακινήτου ή νομέας ή επικαρπωτής ή μισθωτής ή υπεκμισθωτής.

Σύμφωνα με τον νόμο 4446/2016 άρθρο 111 και έπειτα και την τροποποίηση του από το άρθρο 84 του νόμου 4487/2017 και λαμβάνοντας υπόψη την ΠΟΛ 1187/2017 που τροποποιήθηκε από τις ΠΟΛ. 1170,1194 οι οικοδεσπότες έχουν τις εξής υποχρεώσεις:

- Εγγραφή στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής και υποβολή δήλωσής βραχυχρόνια διαμονής ανά μισθωτή

Το Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής τηρείται στην Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Εσόδων (Α.Α.Δ.Ε) και είναι εφαρμογή όπου ο διαχειριστής του ακινήτου λαμβάνει αριθμό εγγραφής (Α.Μ.Α) ανά εκμισθούμενο ακίνητο. Η εφαρμογή δόθηκε σε λειτουργία στις 31 Αυγούστου του 2018. Οι διαχειριστές που σύναψαν «Βραχυχρόνιες Μισθώσεις» από 1 Ιανουαρίου του 2018 έχουν προθεσμία εγγραφής στην πλατφόρμα έως 30 Νοεμβρίου του 2018. Επιπλέον, υποβάλλεται συγκεντρωτική εγγραφή ανά ακίνητο, δήλωση βραχυχρόνιας διαμονής μέχρι 30.11.2018, για αναχώρηση μισθωτή από το ακίνητο μέχρι και την 31η Οκτωβρίου 2018. Για αναχώρηση μισθωτή από 1.11.2018 και μέχρι 30.11.2018 υποβάλλεται δήλωση βραχυχρόνιας διαμονής μέχρι τις 20.12.2018. Για του επόμενους μήνες η προθεσμία υποβολής της δήλωσης είναι η 20 ημέρα του επομένου μήνα από την αναχώρηση. Σε περίπτωση που έγινε ακύρωση της μίσθωσης αλλά βάση πολιτικής ακύρωσης προβλέπεται καταβολή ποσού μισθώματος από τον μισθωτή τότε υποβάλει δήλωση βραχυχρόνια διαμονής με την 20^η του επομένου μήνα από την ακύρωση.

Οι διαχειριστές κατά την εγγραφή του ακινήτου τους στην εφαρμογή θα πρέπει να επιλέξουν την ιδιότητα τους ως διαχειριστές (Κύριος, επικαρπωτής, υπεκμισθωτής) και να συμπληρώσουν το ΑΤΑΚ του ακινήτου τους όπως φαίνεται στην Δήλωση στοιχείων ακινήτων (Ε9). Επίσης σε περίπτωση ξεχωριστής μίσθωσης ορισμένων τμημάτων ενός ακινήτου για παράδειγμα μίσθωση δύο διαφορετικών δωματίων του ίδιου ακινήτου οπότε και ύπαρξη ίδιου αριθμού ΑΤΑΚ τότε θα χρειαστεί να εκδοθούν δύο διαφορετικοί Α.Μ.Α. για τον ίδιο ΑΤΑΚ επιλέγοντας την επιλογή 'Τμηματική μίσθωση' της πλατφόρμας. Τέλος σε περίπτωση που ο ιδιοκτήτης του ακινήτου είναι κάτοχος ειδικού σήματος λειτουργίας καταχωρεί το ακίνητο στο μητρώο αλλά σαν ΑΜΑ χρησιμοποιεί τον αριθμό του ΕΣΛ. Ο νόμος δίνει το δικαίωμα και για παραπάνω από 1 διαχειριστή σε ένα ακίνητο με την προϋπόθεση ότι το ακίνητο ανεβαίνει σε διαφορετική ψηφιακή πλατφόρμα,

- Να αναγράφει σε εμφανές σημείο του Α.Μ.Α

Ο ιδιοκτήτης υποχρεούται να αναγράφει σε εμφανές σημείο τον αριθμό μητρώου ακινήτου που έχει το ακίνητο στις ψηφιακές υπηρεσίες καθώς και σε κάθε άλλο μέσο προβολής.

- Να οριστικοποιήσει έως και την 28^η Φεβρουαρίου του έτους υποβολής φορολογίας εισοδήματος το μητρώο βραχυχρόνιας διαμονής

Ο διαχειριστής του ακινήτου θα πρέπει έως και την 28^η Φεβρουαρίου του έτους υποβολής φορολογίας εισοδήματος να καταχωρήσει όλα τα στοιχεία που απαιτούνται (πχ οι λοιποί δικαιούχοι του εισοδήματος) και να οριστικοποιήσει το μητρώο βραχυχρόνιας διαμονής. Σε περίπτωση που κατά την ημερομηνία οριστικοποίησης του Μητρώου Βραχυχρόνια Διαμονής ο διαχειριστής δεν συμπληρώσει τα ποσοστά δικαιούχων εισοδήματος ώστε να συμπληρώνεται το 100% το ποσό αυτό θα πρέπει να το ποσό που αντιστοιχεί στο υπολειπόμενο ποσοστό, φορολογείται στον ίδιο, εφόσον για το ποσοστό αυτό δεν έχει ακολουθηθεί η διαδικασία που ορίζεται στην περίπτωση ε' της παραγράφου 5 του άρθρου 1 της παρούσας (κατάθεση του ποσού που αναλογεί στους άγνωστους δικαιούχους στο Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων και Δανείων). Σε περίπτωση εμφάνισης του δικαιούχου εισοδήματος και είσπραξης του ποσού από το Τ.Π.Δ., ο δικαιούχος υποχρεούται σε υποβολή δήλωσης για το εισόδημα που εισέπραξε.

- Υποβολή Δήλωσης Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας για τον μισθωτή και υπομισθωτή

Σε περίπτωση που ο διαχειριστής του ακινήτου το έχει έπειτα από μίσθωση τότε θα πρέπει προτού καταχωρήσει το ακίνητο σε πλατφόρμες βραχυπρόθεσμη μίσθωσης να έχει υποβάλει μαζί με τον εκμισθωτή Δήλωση Πληροφοριακών Στοιχείων Μίσθωσης Ακίνητης Περιουσίας. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση όπου ο μισθωτής του ακινήτου το υπομισθώνει σε κάποιον άλλο οπότε και ο διαχειριστής του ακινήτου είναι ο υπομισθωτής.

- Να ενημερώσει την πλατφόρμα σε περίπτωση που σταμάτησε να διαχειρίζεται το ακίνητο

Ο αριθμός εγγραφής ακινήτου παύει να ισχύει όταν ο διαχειριστής διακόπτει την ιδιότητά του ως διαχειριστής ή όταν σταματήσει η διαδικασία της βραχυχρόνιας μίσθωσης του ακινήτου. Στην περίπτωση αυτή ο διαχειριστής υποχρεούται να οριστικοποιήσει το Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής.

- Να ορίσουν φορολογικό εκπρόσωπο σε περίπτωση που είναι αλλοδαποί

Στις περιπτώσεις που δικαιούχοι εισοδήματος από βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων είναι αλλοδαπά φυσικά ή νομικά πρόσωπα ή νομικές οντότητες που δε διαθέτουν ταχυδρομική διεύθυνση στην Ελλάδα, για την εγγραφή τους στο Φορολογικό Μητρώο υποχρεούνται να ορίσουν φορολογικό εκπρόσωπο με φορολογική κατοικία στην Ελλάδα

- Τα ακίνητα που εκμισθώνουν να είναι επιπλωμένα χωρίς την παροχή οποιασδήποτε άλλης υπηρεσίας πλην της παροχής κλινοσκεπασμάτων
- Η μίσθωση προς τον πελάτη να μην ξεπερνάει το ένα έτος

Οι οικοδεσπότες εφόσον θέλουν να φορολογούνται με την κλίμακα φορολόγησης εισοδημάτων από ακίνητη περιουσία τότε σύμφωνα με το άρθρο 39Α του νόμου 4172/2013 όπως αυτό προστέθηκε από τον νόμο 4472/2017 άρθρο 83 θα πρέπει τα ακίνητα που εκμισθώνουν να είναι επιπλωμένα χωρίς την παροχή οποιασδήποτε άλλης υπηρεσίας πλην της παροχής κλινοσκεπασμάτων. Σε περίπτωση που παρέχονται οποιασδήποτε άλλες υπηρεσίες, το εισόδημα αυτό αποτελεί εισόδημα από επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ο νόμος προβλέπει ότι μπορεί να υπάρξουν περιορισμοί όσον αφορά στον αριθμό των μισθώσεων κάτι που θα καθοριστεί με έκδοση υπουργικής απόφασης από τα υπουργεία Οικονομικών και Τουρισμού. Τέτοια απόφαση δεν έχει υπάρξει ακόμη με αποτέλεσμα οι ιδιοκτήτες να μην μπορούν να κάνουν τον προγραμματισμό τους. Προς το παρόν λειτουργούν ελεύθερα με τον κίνδυνο να έρθουν εκ των υστέρων οι φορολογικές αρχές και να ψαλιδίσουν την ελευθερία και το εισόδημα. Οι περιορισμοί στους οποίους αναφέρεται ο νόμος είναι οι εξής :

- Μίσθωση έως 2 ακινήτων ανά ΑΦΜ
- Μίσθωση ακινήτων έως 90 ημέρες ανά έτος
- Μίσθωση έως 60 ημέρες σε νησιά με έως 10.000 κατοίκους
- Υπέρβαση των ημερών ενοικίασης επιτρέπεται μόνο αν το εισόδημα είναι έως 12.000 ευρώ τον χρόνο από το σύνολο των ακινήτων που διαθέτει για μίσθωση η υπεκμίσθωση

ΚΥΡΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΤΙΜΑ :

Προβλέπεται πρόστιμο ύψους 5.000 ευρώ στην περίπτωση που ο πραγματικός διαχειριστής του ακινήτου υπέπεσε στις εξής παραβάσεις:

- Παρέλειψε την διαδικασία εγγραφής στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής.
- Μη εμφανή αναγραφή του αριθμού εγγραφής στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής στην ανάρτηση του Ακινήτου στις ψηφιακές πλατφόρμες καθώς και σε κάθε άλλο μέσο προβολής.
- Από τη διαπίστωση της παράβασης ο Διαχειριστής υποχρεούται εντός δεκαπέντε ημερολογιακών ημερών να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες συμμόρφωσης.
- Σε περίπτωση που διαπιστώνεται εκ νέου διάπραξη της ίδιας παράβασης εντός ενός έτους από την έκδοση της πράξης επιβολής του προστίμου και εφόσον έχει παρέλθει το δεκαπενθήμερο που προβλέπεται ως προθεσμία για την ολοκλήρωση

των ενεργειών συμμόρφωσης του «Διαχειριστή», το πρόστιμο επιβάλλεται στο διπλάσιο και στην περίπτωση κάθε επόμενης ίδιας παράβασης στο τετραπλάσιο του αρχικώς επιβληθέντος.

Επίσης σε περίπτωση που το μητρώο βραχυχρόνιας διαμονής ενημερωθεί εκπρόθεσμα προβλέπεται πρόστιμο ύψους 100 ευρώ.

Τέλος σε περίπτωση μη υποβολής ή υποβολής ανακριβούς «δήλωσης βραχυχρόνιας διαμονής» επιβάλλεται στον διαχειριστή πρόστιμο ίσο με το διπλάσιο του μισθώματος όπως αυτό εμφανίζεται στην ψηφιακή πλατφόρμα κατά την ημέρα που πραγματοποιείται ο έλεγχος.

2.7 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΦΟΡΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ AIRBNB ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Φορολογική κλίμακα εισοδημάτων που προέρχονται από ακίνητη περιουσία.

Πίνακας 3

ΚΛΙΜΑΚΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ %
0-12000	15%
12001-35000	35%
35001 και πάνω	45%

Φορολογική κλίμακα εισοδημάτων από επιχειρηματική δραστηριότητα (ξενοδοχεία)

Πίνακας 4

ΚΛΙΜΑΚΑ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ %
0-20000	22%
20001-30000	29%

30001-40000	37%
40001 και πάνω	45%

Πολλοί θεωρούν πως η φορολόγηση των βραχυχρόνιων μισθώσεων μέσω ηλεκτρονικών εφαρμογών είναι αρκετά ευνοϊκότερη σε σχέση με αυτή των ξενοδοχείων. Αυτό ισχύει μεν αλλά όχι σε όλες τις περιπτώσεις καθώς όσο υψηλότερα είναι τα εισοδήματα και όσο υψηλότερες είναι οι δαπάνες που αφορούν το εκμισθωμένο ακίνητο τόσο πιο πολύ συμφέρει τον ιδιοκτήτη να κάνει έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Οι οικοδεσπότες της Airbnb εφόσον δεν παρέχουν άλλες υπηρεσίες πλην κλινοσκεπασμάτων τότε το εισόδημα τους χαρακτηρίζεται ως εισόδημα από εκμετάλλευση κατοικιών και έχουν τα εξής πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Πλεονεκτήματα

- Απαλλαγή από την υποχρέωση απόκτησης σήματος ΕΟΤ.
- Φορολόγηση με την κλίμακα εισοδήματος ακίνητης περιουσίας
- Απαλλαγή από υποχρέωση τήρησης βιβλίων
- Απαλλαγή από ΦΠΑ
- Δεν υπολογίζεται προκαταβολή φόρου
- Δεν υπολογίζεται το τέλος επιτηδεύματος

Μειονεκτήματα

- Δεν υπάρχει η δυνατότητα παροχών προς τους τουρίστες
- Η φορολόγηση με την κλίμακα ακίνητης περιουσίας είναι υψηλή από κάποιο ποσό εισοδήματος και πάνω
- Χάνεται η δυνατότητα της έκπτωσης όλων των δαπανών και αναγνωρίζεται μόλις το 5% ως δαπάνη επι του ακαθαρίστου εισοδήματος

2.8 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η Airbnb θεωρείται η εταιρεία ηγέτης της οικονομίας διαμοιρασμού. Η Airbnb ιδρύθηκε τον Αύγουστο του 2008 και σήμερα έχει καταχωρημένα ακίνητα σε 191 χώρες και 65000 πόλεις. Ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών της ιστοσελίδας σήμερα ξεπερνάει τα 150 εκατομμύρια παγκοσμίως, ενώ οι καταχωρήσεις της ξεπερνούν τα 3 εκατομμύρια. Η Airbnb βασίζεται στην εμπιστοσύνη των τουριστών για αυτό και λαμβάνει μέτρα και δίνει έμφαση σε ζητήματα που σχετίζονται με τον ρατσισμό, προλαμβάνοντας ρατσιστικές συμπεριφορές, εκφοβισμούς και παρενοχλήσεις της γύρω κοινότητας. Στα πρότυπα εμπιστοσύνης και ασφάλειας ασφαλίζει του ιδιοκτήτες των καταλυμάτων με το ποσό των 800.000 ευρώ για οποιαδήποτε ζημιά προκληθεί από τους επισκέπτες. Μέσω του Airbnb έχει αυξηθεί ο τουρισμός σε περιοχές όπου πριν την ύπαρξη του δεν μπορούσε να καλυφθεί η ζήτηση από τα προσφερόμενα διαθέσιμα ξενοδοχεία με χαρακτηριστικό παράδειγμα τον τελικό του superbowl το 2017 στο Houston. Το Airbnb ως πλατφόρμα διαμοιρασμού κατοικιών με τους αρχικούς οικοδεσπότες να ενισχύουν μερικώς το εισόδημά τους, πλέον όμως υπάρχουν πολλά παραδείγματα οικοδεσποτών με τεράστια έσοδα. Το Airbnb εκτός από οικονομικά οφέλη για τις πόλεις και τους οικοδεσπότες της έχει και περιβαλλοντικά οφέλη καθώς εξοικονομούνται φυσικοί πόροι. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια υπάρχει μεγάλη αύξηση των διαθέσιμων ακινήτων που είναι καταχωρημένα στην πλατφόρμα και αυτό γιατί πλέον η ηλεκτρονική πλατφόρμα δεν είναι άγνωστη για τους Έλληνες με τον αριθμό των διαθέσιμων καταλυμάτων τον Ιούνιο του 2018 να είναι 126000. Η αυξανόμενη χρήση του Airbnb βοήθησε στην ανάκαμψη της Ελληνικής αγοράς ακινήτων ενώ όσον αφορά την κόντρα με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έρευνα έδειξε η εταιρία λειτουργεί συμπληρωματικά στον τουρισμό και δεν αντικαθιστά την υφιστάμενη τουριστική βιομηχανία. Όσον αφορά το περιβάλλον δεν έχει γίνει κάποια έρευνα για την επιρροή του σε όλη την Ελλάδα αλλά πραγματοποιήθηκε για την Αθήνα και έδειξε ότι υπάρχουν οφέλη από την χρήση του. Επίσης σύμφωνα με τα παραπάνω βλέπουμε ότι γίνεται αξιολογη προσπάθεια στην Ελλάδα για την διευθέτηση του θέματος που υπήρχε με τα εισοδήματα βραχυχρόνιων μισθώσεων μέσω Airbnb με μια σειρά από νόμους και ΠΟΛ. καθώς τα προηγούμενα

χρόνια οι περισσότεροι πολίτες αυτά τα εισοδήματα δεν τα δήλωναν στην φορολογική τους δήλωση με αποτέλεσμα την φοροδιαφυγή και την απώλεια εσόδων για το κράτος. Τον Αύγουστο του 2018 ξεκίνησε την λειτουργία της το Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής κάτι που διευκόλυνε πολύ ώστε να μπει σε μια τάξη το φαινόμενο της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων στην Ελλάδα. Επίσης βλέπουμε πως το κράτος είναι ιδιαίτερα αυστηρό σε περιπτώσεις αλληγορίας η αμέλειας με χαρακτηριστικό παράδειγμα το πρόστιμο των 5000 ευρώ σε περίπτωση που ο οικοδεσπότης δεν έχει κάνει εγγραφή το ακίνητο του στο μητρώο βραχυχρόνιας μίσθωσης. Τέλος με βάση κάποια παραδείγματα που έγιναν βλέπουμε ότι μπορεί οι ξενοδόχοι να διαμαρτύρονται για μη ισότιμη μεταχείριση φορολογικά αλλά για κάποια εισοδήματα και πάνω η φορολόγηση με την κλίμακα που υπάγονται είναι ευνοϊκότερη σε σχέση με τους οικοδεσπότες του Airbnb.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΗΔΟΝΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΥ ΕΠΙΠΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΤΗΣ AIRBNB

Στο αυτό το κεφάλαιο κάνουμε μια περιγραφή του μοντέλου ηδονικής τιμολόγησης και τους παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές των καταλυμάτων του Airbnb. Ειδικότερα, η ενότητα 5.1 επικεντρώνεται στο μοντέλο ηδονικής τιμολόγησης εξετάζοντας την θεωρία των ηδονικών τιμών. Στην ενότητα 5.2 αναλύονται οι τις μορφές που παίρνουν τα ηδονικά μοντέλα τιμολόγησης και τέλος στην ενότητα 5.3 αναδεικνύονται οι καθοριστικοί παράγοντες που καθορίζουν τις τιμές μίσθωσης των καταλυμάτων.

3.1 ΗΔΟΝΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Τα μοντέλα ηδονικής τιμολόγησης χρησιμοποιούνται ευρέως σε πολλούς τομείς της οικονομίας, συμπεριλαμβανόμενου των παρακάτω: real estate (García-Pozo 2009, Small και Steimetz 2012), επίδραση των περιβαλλοντικών παραγόντων στις τιμές κατοικιών (Kuminoff et al 2010), η αγορά εργασίας (Flabbia and Maroc 2012), ο τουρισμός και οι τομείς που το περιλαμβάνουν (στέγαση, τροφοδοσία, μεταφορά επιβατών, ταξιδιωτικά γραφεία και ψυχαγωγία), ξενοδοχεία (Abrate et al 2011), διαμερίσματα διακοπών (Portolan 2013) και διανυκτερεύσεις (Monty and Skidmore 2003). Οι Houthakker (1952) και Tinbergen (1956) έκαναν τις πρώτες προσπάθειες να θέσουν τη θεωρητική βάση των ηδονικών μοντέλων. Ωστόσο, ήταν ο Lancaster (1966) αυτός που διατύπωσε μια θεωρία καταναλωτικής συμπεριφοράς προσανατολισμένη προς τη ζήτηση ετερογενών αγαθών με αντικειμενικά εκτιμητέα και αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά, ήταν επομένως ο πρώτος ο οποίος έγραψε για την ηδονική χρησιμότητα, αλλά όχι για τα ηδονικά μοντέλα τιμολόγησης. Ο Griliches (1961, 1971) εισήγαγε τεχνικές ηδονικής ανάλυσης με βάση την παλινδρόμηση. Ο Griliches θεωρεί ότι η ηδονική τιμολόγηση βασίζεται στην ερευνητική στρατηγική και συμπεραίνει ότι ένας μεγάλος αριθμός μοντέλων ενός

ετερογενούς προϊόντος μπορεί να συμπεριληφθεί σε ότι αφορά ένα μικρότερο αριθμό χαρακτηριστικών ή παραγόντων. Έτσι δηλώνει ότι :

$$P = f(C)$$

όπου P είναι η τιμή πώλησης ενός ακινήτου και C είναι η συνολική αξία των παραγόντων που καθορίζουν την τιμή.

Αν και ο Lancaster (1966) ήταν αυτός που διατύπωσε τις θεωρητικές βάσεις ο Rozen (1974) ήταν αυτός που θεμελίωσε την θεωρία του μοντέλου ηδονικής τιμολόγησης υποστηρίζοντας ότι η συνολική τιμή του αγαθού ισούται με το άθροισμα των τιμών των χαρακτηριστικών του. Ο Rozen (1974) παρείχε την ηδονική μεθοδολογία με μικροοικονομικά θεμελιώδη στοιχεία που την καθιστούσαν κατάλληλη για εμπειρική έρευνα. Από τότε και μετά, το μοντέλο που ανέπτυξε ήταν ευρέως αποδεκτό. Ο Rozen (1974) σκιαγραφεί ένα μοντέλο διαφοροποίησης του προϊόντος βάση της ηδονικής υπόθεσης ότι τα αγαθά αποτιμώνται για τα χαρακτηριστικά ή τα χαρακτηριστικά τους που φέρουν χρησιμότητα. Οι ηδονικές τιμές ορίζονται ως οι σκιάδης τιμές των χαρακτηριστικών και δίνει την δυνατότητα στους οικονομολόγους να τις μελετήσουν παρατηρώντας τις τιμές διαφοροποιημένων προϊόντων και συγκεκριμένων χαρακτηριστικών που σχετίζονται με το προϊόν. Επίσης, ως γενικό μεθοδολογικό σημείο, αναδεικνύεται το πρόβλημα της διαφοροποίησης των προϊόντων με βάση μερικά βασικά χαρακτηριστικά αντί για ένα μεγάλο αριθμό στενά συνδεδεμένων προϊόντων που οδηγούν σε μια ανάλυση που έχει πολλά κοινά με τα οικονομικά της χωρικής ισορροπίας και της θεωρία της εξίσωσης των διαφορών.

Το μοντέλο αποτελεί μια περιγραφή της ανταγωνιστικής ισορροπίας σε ένα επίπεδο πολλών διαστάσεων στο οποίο εντοπίζονται και οι αγοραστές και οι πωλητές. Η κατηγορία των υπό εξέταση προϊόντων περιγράφονται με "n" και αντικειμενικά μετρούμενα χαρακτηριστικά. Έτσι, κάθε θέση του επιπέδου αντιπροσωπεύεται από ένα διάνυσμα συντεταγμένων $z = (z_1, z_2, \dots, z_n)$, όπου το z_i μετράει το πλήθος i η χαρακτηριστικών που έχει κάθε αγαθό. Τα προϊόντα της κατηγορίας περιγράφονται πλήρως από το αριθμητικές τιμές του z και προσφέρουν στους αγοραστές ξεχωριστές

δέσμες χαρακτηριστικών. Επί πλέον, η ύπαρξη διαφοροποιημένων προϊόντων συνεπάγεται ότι υπάρχει μεγάλη ποικιλία διαθέσιμων εναλλακτικών επιλογών. Ως εκ τούτου, οι συναλλαγές σε προϊόντα είναι ισοδύναμες με τις συνδεδεμένες πωλήσεις όταν θεωρούνται ως δέσμες χαρακτηριστικών, γεγονός που υποδηλώνει την εφαρμογή της αρχής του ίσου οφέλους για την ανάλυση της ισορροπίας της αγοράς.

Συγκεκριμένα η τιμή $P(z) = P(Z_1, Z_2, \dots, Z_n)$ καθορίζεται σε κάθε σημείο του επιπέδου και οδηγεί τόσο τους καταναλωτές όσο και τους παραγωγούς. Ο ανταγωνισμός κυριαρχεί επειδή οι μεμονωμένοι πράκτορες δίνουν μηδενικό βάρος στην αγορά και αντιμετωπίζουν τις τιμές $P(z)$ ως παράμετρο στις αποφάσεις τους. Στην πραγματικότητα, η συνάρτηση $P(z)$ είναι ίδια με τη συνάρτηση των ηδονικών τιμών, και καθορίζεται από κάποιες συνθήκες που επικρατούν στην αγορά: οι ποσότητες των προϊόντων που προσφέρονται από τους πωλητές σε κάθε σημείο του επιπέδου πρέπει να είναι ίσες με το ποσό που απαιτούνται από τους καταναλωτές που επιλέγουν να μείνουν εκεί. Και οι καταναλωτές και οι παραγωγοί βασίζονται στις αποφάσεις τους με στόχο την μεγιστοποίηση του όφελους τους. Ως συνήθως, οι τιμές της αγοράς $P(z)$, καθορίζονται από τις προτιμήσεις των καταναλωτών και του κόστους παραγωγής.

3.2 ΜΟΡΦΕΣ ΗΔΟΝΙΚΩΝ ΜΟΝΤΕΛΩΝ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Αν και η ηδονική λειτουργία εξομοιώνει την τιμή ενός ακινήτου σε σχέση με τα χαρακτηριστικά του μπορεί να πάρει πολλές μορφές, η βασική μορφή είναι:

$$P = f(S, N, L, C, T)$$

Όπου P είναι είτε η τιμή πώλησης είτε η τιμή μίσθωσης, το S είναι τα χαρακτηριστικά του ακινήτου, N τα χαρακτηριστικά γειτονιάς, L τα χαρακτηριστικά θέσης, C τα χαρακτηριστικά του συμβολαίου, T η τιμή που παρατηρείται εκείνη την χρονική στιγμή (Malpezzi 2003). Για την εκτίμηση των χαρακτηριστικών που ως επί το πλείστον επηρεάζουν την τιμή ενός ετερογενούς τέτοιου προϊόντος, η χρήση της ανάλυσης πολλαπλής παλινδρόμησης είναι εφαρμόσιμη.

Γενικά, οι τυπικές μορφές ηδονικών μοντέλων παλινδρόμησης είναι οι εξής:

Απλή γραμμική μορφή : οι εξαρτημένες και επεξηγηματικές μεταβλητές εισάγουν την παλινδρόμηση με γραμμική μορφή:

$$P = \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k X_k + \varepsilon$$

Όπου P είναι η τιμή του ακινήτου, ε είναι το διάνυσμα ενός τυχαίου σφάλματος και β_k ($k = 1, \dots, K$) υποδηλώνει την οριακή μεταβολή της τιμής μονάδας του k th χαρακτηριστικού x_k του αγαθού.

Ημι-λογαριθμική μορφή: Σε μια ανάλυση παλινδρόμησης, η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει λογαριθμική μορφή και οι επεξηγηματικές μεταβλητές είναι γραμμικές:

$$\ln P = \ln \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k X_k + \varepsilon$$

Όπου P είναι η τιμή του ακινήτου, ε είναι το διάνυσμα ενός τυχαίου σφάλματος και β_k ($k = 1, \dots, K$) υποδηλώνει την οριακή μεταβολή της τιμής μονάδας του k th χαρακτηριστικού x_k του αγαθού.

Διπλή λογαριθμική μορφή: σε μια συνάρτηση παλινδρόμησης, τόσο οι εξαρτημένες όσο και οι επεξηγηματικές μεταβλητές λαμβάνουν λογαριθμική μορφή:

$$\ln P = \ln \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k \ln X_k + \varepsilon$$

Όπου P είναι η τιμή του ακινήτου, ε είναι το διάνυσμα ενός τυχαίου σφάλματος και β_k ($k = 1, \dots, K$) υποδηλώνει την οριακή μεταβολή της τιμής μονάδας του k th χαρακτηριστικού x_k του αγαθού.

Box – Cox μετασχηματισμός: ο συγκεκριμένος μετασχηματισμός από τα ίδια τα δεδομένα και μετά εισάγετε η παλινδρόμηση σε μεμονωμένη μετασχηματισμένη μορφή:

$$P(\theta) = \beta_0 + \sum_{k=1}^K \beta_k (X_k)^{\lambda_k} + \varepsilon$$

Όπου,

$$P(\theta) = (P(\theta) - 1) / \theta, \theta \neq 0$$

$$= \ln P, \theta = 0$$

$$X(\lambda_k) = X(\lambda_k) / \lambda_k, \lambda_k \neq 0$$

$$= \ln X_k, \lambda_k = 0$$

Αν τα θ και λ_k είναι ίσα με 1, η εξίσωση μετατρέπεται σε γραμμική μορφή. Εάν το θ ισούται με 0, το μοντέλο μετατρέπεται σε λογαριθμική γραμμική μορφή. Αν το θ ισούται με το 0 και το λ_k είναι ίσο με 1, το μοντέλο παίρνει τη μορφή του ημιλογαριθμικού (Malpezzi 2003).

3.3 ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΤΙΜΕΣ

Η τρέχουσα ενότητα περιγράφει τα χαρακτηριστικά που καθορίζουν τις τιμές ενοικίασης των καταλυμάτων στο Airbnb σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες.

Ο καθορισμός των τιμών σε ένα παραδοσιακό ξενοδοχείο καθορίζεται συνήθως από την ανάγκη της επιχείρησης για κέρδη. Οι διευθυντές διαθέτουν επαρκείς πληροφορίες σχετικά με τις στρατηγικές τιμολόγησης των ανταγωνιστών τους, τη μελλοντική προσφορά νέων καταλυμάτων και το εύρος της ζήτησης που θα τους επιτρέψουν το βέλτιστο οικονομικό όφελος. Εντός του Airbnb, τα καταλύματα προσφέρονται από οικοδεσπότες των οποίων το κίνητρο είναι κυρίως το οικονομικό κέρδος (Gutt and Herrmann 2015). Σε αυτό περιλαμβάνεται όπως υποστηρίζουν και οι Karlsson και Dolnicar (2016) όχι μόνο ως κίνητρο το χρηματικό κέρδος αλλά σε πολλές περιπτώσεις το κίνητρο τους είναι η επιβίωση καλύπτοντας με αυτό τον τρόπο έξοδα όπως φόροι λογαριασμοί και πληρωμές δανείων. Για να επιτευχθούν τα παραπάνω, οι

οικοδεσπότες του Airbnb μπορούν να καθορίζουν τις τιμές ενοικίασης σε ημερήσια, εβδομαδιαία ή και μηνιαία βάση.

Όπως έχουμε υποστηρίξει προηγουμένως, το οικονομικό όφελος αποτελεί σημαντικό κίνητρο ώστε κάποιος να μείνει σε ένα κατάλυμα Airbnb, αφού τα καταλύματα της Airbnb είναι γενικά φθηνότερα από τα παραδοσιακά καταλύματα φιλοξενίας όπως τα ξενοδοχεία (Guttentag and Smith 2017).

Οι παράγοντες που, σύμφωνα με τη σχετική βιβλιογραφία, καθορίζουν την τιμή ενοικίασης των καταλυμάτων της Airbnb έχουν ως εξής.

Χαρακτηριστικά ακινήτου

Αρκετοί ερευνητές έχουν δείξει ότι η τιμή μιας καταχώρισης στο Airbnb σχετίζεται με χαρακτηριστικά της κατοικίας, όπως το μέγεθος και ο τύπος ιδιοκτησίας. Το μέγεθος των καταλυμάτων στο Airbnb συνήθως εξαρτάται από τον αριθμό των φιλοξενούμενων που μπορούν να μείνουν σε αυτό, τον αριθμό των λουτρών, τον αριθμό των υπνοδωματίων ή τον αριθμό των κλινών. Είναι καθιερωμένο ότι οι τιμές συνδέονται με το μέγεθος του καταλύματος (Wang and Nicolau 2017, Zhang et al 2017, Ert et al 2016, Gibbs et al 2018, Teubner et al 2017, Magno et al 2017). Ο τύπος ιδιοκτησίας είναι επίσης ένας βασικός παράγοντας που επηρεάζει την τιμή. Οι Wang και Nicolau (2017) και ο Magno et al (2017), μεταξύ άλλων, διαπίστωσαν ότι ολόκληρα σπίτια ή διαμερίσματα και ιδιωτικά δωμάτια συνδέονται με υψηλότερες τιμές σε σχέση με κοινόχρηστους χώρους. Ο Ert et al (2016) έδειξε ότι οι τιμές ολόκληρων κατοικιών / διαμερισμάτων είναι υψηλότερες από αυτές των δωματίων. Μια μελέτη που έγινε στις καταχωρίσεις του Airbnb στον Καναδά (Gibbs et al 2017) διαπίστωσε ότι τα ολόκληρα διαμερίσματα έχουν τιμές 44,2% υψηλότερες από τις ιδιωτικά δωμάτια. Οι Teubner et al (2017) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι τα ολόκληρα σπίτια επηρεάζουν θετικά την τιμή ενοικίασης των καταλυμάτων του Airbnb.

Παροχές καταλύματος

Ο Gibbs et al (2017) έδειξε ότι οι παροχές καταλυμάτων όπως η πισίνα, το γυμναστήριο και ο ιδιωτικός χώρος στάθμευσης επηρεάζουν θετικά την τιμή. Τα κρεβάτια, το

ασύρματο internet, ο δωρεάν δημόσιος χώρος στάθμευσης τείνουν επίσης να αυξάνουν τις τιμές ενοικίασης (Wang και Nicolau 2017). Με βάση αυτά που γνωρίζουμε, δεν υπάρχει μελέτη που να εξετάζει εάν η ύπαρξη κλιματισμού σε μια ιδιοκτησία Airbnb επηρεάζει την τιμή ενοικίασης. Παραδόξως, οι Wang και Nicolau (2017) διαπίστωσαν ότι η προσφορά πρωινού επηρεάζει αρνητικά την τιμή. Ωστόσο, για τον Dogru και Pekin (2017) η άνεση του δωρεάν πρωινού αυξάνει την τιμή ενοικίασης. Επιπλέον, έδειξαν ότι η διαθεσιμότητα του πλυντηρίου αυξάνει την τιμή κατά 6%. Οι ίδιοι συντάκτες διαπίστωσαν ότι εάν η διαμονή είναι φιλική προς την οικογένεια, τότε η τιμή ενοικίασης αυξάνεται κατά 10%. Οι Lee et al (2015) δείχνουν ότι εάν επιτρέπονται κατοικίδια, οι τιμές μειώνονται. Οι συγγραφείς διαπίστωσαν επίσης ότι η διαθεσιμότητα ενός γυμναστηρίου και σαμπουάν επηρεάζει θετικά την τιμή, αλλά η ύπαρξη κουζίνας, ενδοεπικοινωνίας και τηλεόρασης επηρεάζει αρνητικά την τιμή.

Τοποθεσία

Σε γενικές γραμμές, οι ερευνητές συμφωνούν ότι η προσβασιμότητα (δηλ. Η μικρή απόσταση από τους κεντρικούς κόμβους) επηρεάζει θετικά τις τιμές στο Airbnb. Οι Zhang et al (2017) χρησιμοποίησαν ένα δείγμα 974 καταχωρίσεων στο μετρό του Nashville στο Tennessee των ΗΠΑ, και διαπίστωσαν ότι οι ευκλείδειες αποστάσεις από το συνεδριακό κέντρο του Νάσβιλ (km) και από τον πλησιέστερο αυτοκινητόδρομο επηρεάζουν αρνητικά την τιμή ενοικίασης (όσο μεγαλύτερη είναι η απόσταση τόσο χαμηλότερη είναι η τιμή). Ομοίως, οι Teubner et al (2017) Dogru και Pekin (2017) έδειξαν ότι η μεταβλητή "απόσταση από το κέντρο της πόλης" έχει επίσης αρνητικό συντελεστή σε σχέση με την τιμή. Οι Gibs et al (2017) κατέληξαν με ένα παρόμοιο αποτέλεσμα, καθώς η απόσταση του ακινήτου από το τοπικό Δημαρχείο έχει αρνητικό αντίκτυπο στην τιμή. Li et al. (2016) υποστηρίζει ότι η απόσταση από τα πλησιέστερα αξιοθέατα έχει θετικό αποτέλεσμα.

Χαρακτηριστικά γειτονιάς / πόλης

Οι ιδιότητες της γειτονιάς, όπως τα επίπεδα θορύβου, ρύπανσης, ποσοστά εγκληματικότητας κ.λπ., θεωρείται ότι επηρεάζουν τις τιμές των ακινήτων. Ο Teubner et al (2017) διερευνά τέτοια χαρακτηριστικά χρησιμοποιώντας την πληθυσμιακή πυκνότητα ως υποκατάστατο. Διαπιστώνει ότι η πυκνότητα κατοικιών (log-πληθυσμός) έχει θετική επίπτωση στην τιμή.

Όροι και κανόνες του συμφωνητικού

Οι όροι και οι κανόνες του συμφωνητικού αναμένεται να επηρεάσουν την τιμή ενοικίασης του καταλύματος. Ωστόσο είναι περιορισμένη η έρευνα που έχει γίνει για τον αντίκτυπο τέτοιων χαρακτηριστικών στα καταλύματα της Airbnb. Οι Dogru και Pekin (2017) έδειξαν ότι η αμοιβή καθαρισμού συνδέεται με υψηλότερες τιμές. Οι Lee et al (2015) έδειξαν ότι η μεταβλητή "ελάχιστη παραμονή" επηρεάζει αρνητικά την τιμή ενοικίασης, αλλά οι Teubner et al (2017) δεν βρήκε τέτοια στατιστική σημασία. Αργότερα βρήκε ότι δεν υπάρχει στατιστική σημασία στη μεταβλητή "παραδίδω αποσκευές/ απόλυτη άνεση", αλλά σε άλλη μελέτη οι Teubner et al (2017) έδειξαν ότι εάν απαιτείται προκαταβολή, οι τιμές είναι πιθανόν να είναι υψηλότερες, πράγμα που επιβεβαιώνεται και από τη μελέτη του Wang και Nicolau (2017). Με παρόμοια έννοια, οι Teubner et al (2017) και οι Wang και Nicolau (2017) διαπιστώνουν ότι οι χαμηλότερες τιμές είναι πιθανό να συνδέονται με την άμεση υπηρεσία κρατήσεων (δηλαδή, ο οικοδεσπότης δεν χρειάζεται να επιβεβαιώσει την κράτηση) αλλά με αυστηρούς κανόνες ακύρωσης ενώ οι απαραίτητες προϋποθέσεις που θέτουν οι οικοδεσπότες για τους πελάτες όπως οι επαλήθευση του τηλεφώνου τους επηρεάζουν θετικά τις τιμές. Ο Gibs et al (2018) βρήκε επίσης αρνητικό συντελεστή στη μεταβλητή "άμεση κράτηση".

Χαρακτηριστικά οικοδεσπότη

Ένας άλλος παράγοντας, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, που καθορίζει τις τιμές ενοικίασης των καταλυμάτων του Airbnb είναι τα χαρακτηριστικά του οικοδεσπότη. Οι

Wang και Nicolau (2017), οι Teubner et al (2017), οι Gibbs et al (2018) και Dogru και Pekin (2017) υποστηρίζουν ότι η κατάσταση «Superhost (τέλειος οικοδεσπότης)» σχετίζεται άμεσα με υψηλότερες τιμές ενοικίασης. Για τους Teubner et al (2017), Gibbs et al (2018), Magno et al (2017) και Wang και Nicolau (2017), ο αριθμός των καταχωρήσεων που κατέχει ένας συγκεκριμένος οικοδεσπότης επηρεάζει θετικά την τιμή. Σύμφωνα με τους Gibbs et al (2017), Wang και Nicolau (2017) και Teubner et al (2017), όσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των εικόνων του οικοδεσπότη, τόσο μεγαλύτερη είναι η τιμή που χρεώνεται. Μια άλλη μεταβλητή που έχει θετικό συντελεστή για την τιμή είναι η εμπειρία του οικοδεσπότη (membership) δηλαδή πόσο χρόνο κατέχει τουλάχιστον μία καταχώριση στο Airbnb (Teubner 2017, Magno et al 2017), αλλά οι Lee et al (2015) έδειξαν ότι η εμπειρία μειώνει την τιμή. Το εθνικό ή φυλετικό προφίλ των οικοδεσποτών μπορεί επίσης να επηρεάσει την τιμή που ζητούν. Οι Edelman και Luca (2014) βρήκαν ότι οι μη μαύροι οικοδεσπότες στην πόλη της Νέας Υόρκης χρεώνουν υψηλότερες τιμές από τους μαύρους ομολόγους τους, ενώ οι Kakar et al (2016) δείχνουν ότι οι ισπανοί και ισπανικοί οικοδεσπότες έχουν κατά μέσο όρο 9,6% και 9,3% χαμηλότερη τιμή καταλόγου, αντίστοιχα, σε σχέση με λευκούς οικοδεσπότες.

Χαρακτηριστικά φήμης και εμπιστοσύνης

Με βάση το επιχείρημα ότι ο αριθμός των κριτικών επηρεάζει σημαντικά τις τιμές των καταλυμάτων του Airbnb (Hill 2015), οι Zhang et al (2017), οι Gibbs et al (2017), Teubner et al (2017), Magno et al (2017) και ο Wang και ο Nicolau (2017) βρίσκουν μια αρνητική σχέση. Από την άλλη πλευρά, οι Ert et al. (2016) δεν βρίσκουν τέτοια στατιστική σημασία, όχι μόνο για τον αριθμό των κριτικών αλλά και για τη μέση βαθμολογία των πελατών. Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος της βιβλιογραφίας συμφωνεί ότι όσο υψηλότερη είναι η βαθμολογία του πελάτη, τόσο υψηλότερη είναι η τιμή (Gibbs et al 2017, Teubner et al 2017, Wang and Nicolau 2017). Στην πραγματικότητα, οι Gutt και Herrmann (2015) έδειξαν ότι η αύξηση μίας μονάδας στην βαθμολογία οδηγεί σε αύξηση της τιμής κατά 2,69 ευρώ.

Αν το ID του οικοδεσπότη είναι επιβεβαιωμένο τότε αυτό φαίνεται να επηρεάζει θετικά την τιμή ενοικίασης του καταλύματος (Wang and Nicolau 2017), αν και άλλες μελέτες (δηλ. Teubner et al 2017) έδειξαν το αντίθετο.

Άλλοι καθοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή

Η ζήτηση της αγοράς (ο συνολικός αριθμός των κρεβατιών που είναι διαθέσιμα σε κοινόχρηστα καταλύματα και σε συγκεκριμένη ημερομηνία) είναι μια άλλη καθοριστική τιμή. Συγκεκριμένα, η αύξηση μίας κλίνης στον συνολικό αριθμό των ενοικιαζόμενων ακινήτων σε μια ημερομηνία συσχετίζεται με μια μέση αύξηση των τιμών κατά 0,02% την ίδια ημερομηνία (Magno et al 2017).

3.4 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η θεωρία της ηδονικής τιμολόγησης ορίζει ότι η τιμή ενός προϊόντος μπορεί να θεωρηθεί ως μια λειτουργία των χαρακτηριστικών του ή των μετρήσιμων ιδιοτήτων που επηρεάζουν την χρησιμότητα. Οι παράγοντες που επηρεάζουν τις στρατηγικές τιμολόγησης των οικοδεσποτών είναι τα χαρακτηριστικά της ιδιοκτησίας, οι προσφερόμενες ανέσεις, χαρακτηριστικά γειτονιάς, κανόνες της μίσθωσης τα χαρακτηριστικά του οικοδεσπότη, συμπεριλαμβανομένου της φήμης και της εμπιστοσύνης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο κάνουμε μία περιγραφή της μεθοδολογίας που ακολουθήσαμε και γίνεται μία περιγραφή των στατιστικών στοιχείων των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν. Συγκεκριμένα στην ενότητα 4.1 γίνεται μια περιγραφή των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν, τα δεδομένα που χρησιμοποιήθηκαν και η πηγή τους καθώς και ο στόχος της μελέτης. Στην ενότητα 4.2 και 4.2.1 περιγράφονται τα στατιστικά στοιχεία των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα και τέλος στην ενότητα 4.2.2 περιγράφονται τα αποτελέσματα που βγήκαν από την εκτέλεση του υποδείγματος.

4.1 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Συνολικά, υπάρχουν 8644 ενεργές καταχωρήσεις στο Airbnb στις 9 Μαΐου 2017 σε 44 περιοχές της Αθήνας, από τις οποίες το 88% (7624) είναι ολόκληρα σπίτια / διαμερίσματα, το 11% (965) είναι ιδιωτικά δωμάτια και 1% (55) κοινόχρηστα δωμάτια (airdna.com), ενώ η μέση τιμή ενοικίασης ανά διανυκτέρευση είναι 50 ευρώ. Αυτές οι καταχωρίσεις είναι πιο δραστήριες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού. Η παρουσία της Airbnb στην Αθήνα καθιερώθηκε το 2011, δεδομένου ότι δεν υπήρξαν καθόλου ενοικιάσεις μέσω Airbnb το προηγούμενο έτος (το 2010) αλλά το ίδιο έτος (2011) έφτασαν τις 133 (airdna.com).

Η μελέτη μας πραγματοποιήθηκε την άνοιξη του 2018 και βασίζεται σε δευτερεύοντα δεδομένα που συλλέχθηκαν από την ιστοσελίδα public.opendatasoft.com. Συνολικά το δείγμα της μελέτης αποτελείται από 167 καταλύματα (από τα οποία το 75,72% είναι ολόκληρα σπίτια και 24,28% ιδιωτικά δωμάτια) που βρίσκονται στο κέντρο της Αθήνας, δεδομένου ότι τόσα καταλύματα ήταν διαθέσιμα την ημερομηνία κατά την οποία καταρτίστηκε το σύνολο δεδομένων, δηλαδή στις 9 Μαΐου 2017. Η μελέτη βασίστηκε σε δείγμα το οποίο αποτελεί το σύνολο των καταχωρημένων ακινήτων του Airbnb (βλ.

Σχήμα 2). Αυτή η μελέτη εξετάζει τις βασικές μεταβλητές που επηρεάζουν την τιμή ενοικίασης των ακινήτων. Αναπτύξαμε ένα μοντέλο τιμολόγησης ηδονικής τιμολόγησης για να εξάγουμε τα ευρήματά μας. Ο κύριος στόχος της μελέτης μας είναι να εξετάσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές ενοικίασης των σπιτιών – Airbnb που βρίσκονται στην Αθήνα (κέντρο), τα οποία ιδιοκατοικούνται ή και διαχειρίζονται από επαγγελματίες (επαγγελματίες οικοδεσπότες έχουμε ορίσει εκείνου που κατέχουν περισσότερες από δύο καταχωρήσεις ακινήτων)

Περιγραφή των μεταβλητών

Χρησιμοποιώντας αρχικά την "Price" (τιμή μίσθωσης ανά διανυκτέρευση σε ευρώ) ως εξαρτημένη μεταβλητή, το μοντέλο δεν πέρασε τον έλεγχο ετεροσκεδαστικότητας για κάθε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας και επίσης η σταθερά ήταν στατιστικά ασήμαντη. Για αυτούς τους λόγους στο μοντέλο η εξαρτημένη μεταβλητή μετατράπηκε σε "Log (Price)" και το μοντέλο μας παίρνει μια ημι-λογαριθμική μορφή. Σύμφωνα με την θεωρία (και δίνοντας τα διαθέσιμα δεδομένα) οι ανεξάρτητες μεταβλητές αποτελούνται από: χαρακτηριστικά του ακινήτου, παροχές διαμονής, χαρακτηριστικά τοποθεσίας (δηλ. Απόσταση από τους κεντρικούς κόμβους τοποθεσίας), χαρακτηριστικά γειτονιάς, οι κανόνες του συμφωνητικού, χαρακτηριστικά του οικοδεσπότη και τα χαρακτηριστικά φήμης και εμπιστοσύνης.

Ως χαρακτηριστικά του ακινήτου χρησιμοποιήσαμε το μέγεθος του καταλύματος, με βάση τον αριθμό των ατόμων που μπορούν να φιλοξενηθούν ως επισκέπτες, τον αριθμό των μάνιων καθώς επίσης και τον τύπο του ακινήτου (αν το κατάλυμα που προσφέρεται είναι ένα ολόκληρο σπίτι ή ένα ιδιωτικό δωμάτιο μέσα στο σπίτι). Οι παροχές-ανέσεις του καταλύματος που εξετάζουμε είναι η ύπαρξη κλιματισμού, καλωδιακής τηλεόρασης και αν επιτρέπεται το κάπνισμα στο κατάλυμα. (όλες οι μεταβλητές είναι ψευδομεταβλητές). Ως μεταβλητές τοποθεσίας χρησιμοποιούμε την απόσταση του καταλύματος από το κέντρο της Αθήνας (πλατεία Συντάγματος) και από τον πλησιέστερο σταθμό του μετρό. Το μόνο χαρακτηριστικό του οικοδεσπότη που εξετάζουμε είναι η εμπειρία των επισκεπτών (σε ημέρες). Τέλος ως παράγοντας φήμης και εμπιστοσύνης

χρησιμοποιήσαμε τις μεταβλητές "Στιγμιαία κράτηση", "Αριθμός κριτικών ", " Μέσος όρος βαθμολογίας "για την καταχώριση, αν ο οικοδεσπότης έχει ένα" επαληθευμένο αναγνωριστικό (ID) "και το "Ποσοστό απόκρισης". Ο παρακάτω πίνακας 2 παρουσιάζει όλες τις μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν.

Πίνακας 5: Περιγραφή των μεταβλητών της Μελέτης

Μεταβλητές	Περιγραφή
Τιμή (εξαρτημένη μεταβλητή)	Τιμή ανά διανυκτέρευση (σε ευρώ) (λογαριθμικός μετασχηματισμός)
Χαρακτηριστικά διαμονής	
Επισκέπτες	Αριθμός ατόμων που μπορούν να φιλοξενηθούν ως επισκέπτες
Μπάνια	Αριθμός μπάνιων
Ολόκληρο σπίτι ^a	Εάν το κατάλυμα είναι ένα ολόκληρο σπίτι
Κλιματισμός ^a	Αν υπάρχει κλιματισμός στο κατάλυμα
Καλωδιακή τηλεόραση ^a	Αν υπάρχει καλωδιακή τηλεόραση
Κάπνισμα ^a	Αν το κάπνισμα επιτρέπεται
Τοποθεσία (αποστάσεις)	
Κέντρο της πόλης	απόσταση από το κέντρο της πόλης - Πλατεία Συντάγματος (μέτρα)
Μετρό	απόσταση από τον πλησιέστερο σταθμό του μετρό (μέτρα)
Χαρακτηριστικά οικοδεσπότη	
Συμμετοχή στο Airbnb ^b	Εμπειρία στο Airbnb (σε ημέρες)
Φήμη & χαρακτηριστικά εμπιστοσύνης	
Άμεση κράτηση ^a	Αν ο οικοδεσπότης δεν χρειάζεται επιβεβαίωση της κράτησης
Αριθμός κριτικών	Αριθμός κριτικών της καταχώρισης
Βαθμολογία αξιολόγησης	Μέσος όρος βαθμολογίας της καταχώρισης
Επιβεβαιωμένο ID ^a	Αν το ενεργό ID του οικοδεσπότη είναι επιβεβαιωμένο στην

	Airbnb
Ποσοστό ανταπόκρισης	Ποσοστό απαντήσεων του οικοδεσπότη στα μηνύματα των επισκεπτών

a Υποδεικνύει μια εικονική μεταβλητή (ναι=1, όχι=0).

“Ολόκληρο Σπίτι”: 1 αν είναι ένα ολόκληρο σπίτι, 0 αν είναι ένα ιδιωτικό δωμάτιο.

“Κλιματισμός”: 1 αν υπάρχει κλιματισμός, 0 αν δεν υπάρχει.

“Καλωδιακή Τηλεόραση”: 1 αν υπάρχει, 0 αν δεν υπάρχει.

“Κάπνισμα”: 1 αν επιτρέπεται στο ακίνητο, 0 αν δεν επιτρέπεται.

“Άμεση κράτηση”: 1 αν ο οικοδεσπότης δεν χρειάζεται να επιβεβαιώσει την κράτηση, 0 αν χρειάζεται επιβεβαίωση.

b Η διαφορά των ημερών μεταξύ της ημερομηνίας που ένας οικοδεσπότης έγινε μέλος της Airbnb και η ημερομηνία που οι παρατηρήσεις συλλέχθηκαν (9/5/2017).

4.2 ΑΝΑΛΥΣΗ

Η εργασία αυτή πραγματοποιήθηκε με στόχο να βρει τους παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές ενοικίασης των ακινήτων του Airbnb. Συνολικά εξετάζονται 167 σπίτια που βρίσκονται στο κέντρο της Αθήνας των οποίων οι ιδιοκτήτες/διαχειριστές είναι επαγγελματίες. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η εξαρτημένη μεταβλητή του μοντέλου είναι η μεταβλητή της τιμής ενοικίασης ανά βράδυ(σε ευρώ).Ωστόσο, υπάρχει περιορισμός στη μέθοδο ηδονικής τιμολόγησης (Rozen 1974) καθώς προσφέρει περιορισμένες θεωρητικές οδηγίες για την επιλογή επεξηγηματικών μεταβλητών (Anderson 2000). Θεωρητικά, οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι τα χαρακτηριστικά του ακινήτου, τα χαρακτηριστικά της γειτονιάς, τα χαρακτηριστικά τοποθεσίας, τα χαρακτηριστικά του συμφωνητικού οι ημέρες ενοικίασης και η τιμή για αυτές. Η επιλογή των ανεξάρτητων μεταβλητών στο μοντέλο μας βασίστηκε κυρίως σε παρόμοιες εργασίες πάνω στο Airbnb (δηλ. Gibs et al 2018, Wang and Nicolau 2017, Teubner et al 2017, Ert et al 2016, Zhang et al 2017, Magno et al 2017, Dogru and Pekin 2017).

4.2.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε τα περιγραφικά στατιστικά στοιχεία των μεταβλητών που χρησιμοποιήσαμε. Παρουσιάζουμε τον μέσο όρο και την τυπική απόκλιση των μεταβλητών. Αν και η εξαρτημένη μεταβλητή του δικού μας μοντέλου είναι η "Log (Price)", ακολουθώντας μία κλασσική πρακτική βρήκαμε ότι ο μέσος όρος της τιμής μίσθωσης των ακινήτων του δείγματος μας είναι 77,40 ευρώ ανα διανυκτέρευση και η τυπική απόκλιση 81,70. Όσον αφορά τις ανεξάρτητες μεταβλητές που βασίστηκε το μοντέλο μας βρήκαμε ότι ο μέσος όρος των επισκεπτών που μπορούν να μείνουν στα ακίνητα είναι 4,12 με την τυπική απόκλιση να είναι 2,65, τα μπάνια και ο μέσος όρος του είναι 1,44 δηλαδή παραπάνω από ένα μπάνιο στο ακίνητο και η τυπική απόκλιση 0,74. Για την μεταβλητή ολόκληρο σπίτι ο μέσος όρος είναι 0,74 πράγμα που σημαίνει ότι από τα 164 σπίτια που είχαμε ως βάση δεδομένων τα ολόκληρα σπίτια ήταν περισσότερα από τα ιδιωτικά δωμάτια και η τυπική απόκλιση είναι 0,43, ο κλιματισμός βρίσκεται σε πάνω από μισά ακίνητα και ο μέσος όρος μας βγήκε 0,68 μεγαλύτερο του 0,50 όπου θα είχαμε ισορροπία και η τυπική απόκλιση είναι 0,46. Επίσης η καλωδιακή τηλεόραση υπάρχει στα ακίνητα με μέσο όρο 0,10 πράγμα που σημαίνει πως είναι κάτι δυσεύρετο για αυτόν που επιθυμεί να υπάρχει και την τυπική απόκλιση να είναι 0,31 και τέλος το κάπνισμα έχει μέσο όρο 0,36 μικρότερο του 0,50 άρα στις περισσότερες περιπτώσεις απαγορεύεται ενώ η τυπική απόκλιση είναι 0,48. Όλες οι παραπάνω ανεξάρτητες μεταβλητές τοποθετούνται όπως είπαμε και προηγουμένως στα χαρακτηριστικά διαμονής.

Όσον αφορά την τοποθεσία των ακινήτων βρήκαμε πως ο μέσος όρος της απόστασης των ακινήτων από το κέντρο της πόλης είναι 1653,94 μέτρα με την τυπική απόκλιση να είναι 913,40 και η απόσταση από το μετρό 554,31 μέτρα και την τυπική απόκλιση 293,70. Για τα χαρακτηριστικά του οικοδεσπότη χρησιμοποιήσαμε μια μεταβλητή την συμμετοχή (εμπειρία) στο Airbnb και βρήκαμε ότι ο μέσος όρος είναι 1080 ημέρες και η τυπική απόκλιση 595,21

Τέλος για τις μεταβλητές που τοποθετούνται στην φήμη και χαρακτηριστικά εμπιστοσύνης βρήκαμε ότι η άμεση κράτηση έχει μέσο όρο 0,50 και τυπική απόκλιση 0,50 , ο μέσος όρος του αριθμού των κριτικών είναι 19,90 με την τυπική απόκλιση να είναι 31,34 ,η βαθμολογία αξιολόγησης έχει μέσο όρο 95,20 και τυπική απόκλιση 8,20 το ID του ιδιοκτήτη ήταν επιβεβαιωμένο στις μισές περιπτώσεις των ακινήτων του δείγματος με μέσο όρο 0,52 και τυπική απόκλιση και για το ποσοστό απόκρισης βρήκαμε μέσο όρο 93,68 και τυπική απόκλιση 20,21.

Πίνακας 6: Περιγραφή των μεταβλητών

Μεταβλητές	Δείγμα (n=167)			
	Μέσος όρος	Τυπική απόκλιση	Ελάχιστο	Μέγιστο
Τιμή	77.4012	81.7087	0	526
<i>Χαρακτηριστικά διαμονής</i>				
Επισκέπτες	4.127820	2.654109	1	16
Μπάνια	1.449102	0.749768	1	5,5
Ολόκληρο σπιτι	0.740964	0.439431	0	1
Κλιματισμός	0.688623	0.464449	0	1
Καλωδιακή τηλεόραση	0.107784	0.311041	0	1
Κάπνισμα	0.365269	0.482954	0	1
<i>Τοποθεσία (αποστάσεις)</i>				
Κέντρο της πόλης	1653947	913.4053	43,09	5563,48
Μετρό	554.3111	293.7049	21,2	1566,27
<i>Χαρακτηριστικά οικοδεσπότη</i>				
Συμμετοχή στο Airbnb	1110006	595.2131	84	2252
<i>Φήμη & χαρακτηριστικά</i>				

<i>εμπιστοσύνης</i>				
Άμεση κράτηση	0.508982	0.501423	0	1
Αριθμός κριτικών	19.90419	31.34249	0	173
Βαθμολογία αξιολόγησης	95.20301	8.207313	40	100
Επιβεβαιωμένο ID	0.526946	0.500775	0	1
Ποσοστό ανταπόκρισης	93.68862	20.21001	0	100

4.2.2 ΗΔΟΝΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σε αυτή την ενότητα θα εξηγήσουμε τα αποτελέσματα που βγήκαν από την εκτέλεση του υποδείγματος μας όπως αυτά φαίνονται στον παρακάτω Πίνακα 7.

Πίνακας 7: Ηδονικό μοντέλο τιμολόγησης

Μεταβλητές	Επαγγελματίες
Χαρακτηριστικά διαμονής	
Επισκέπτες	0.139621*** (6.387) [14,984 %]
Μπάνια	0.362859*** (5.546) [43,746 %]
Ολόκληρο σπίτι	0.586542*** (5.555) [79,776 %]
Κλιματισμός	-0.084249 (-0.923)
Καλωδιακή τηλεόραση	-0.057720 (-0.422)
Κάπνισμα	-0.006375 (-0.072)
Τοποθεσία (αποστάσεις)	
Κέντρο της πόλης	-1.62E-05 (-0.352)
Μετρό	-0.000104 (-0.712)
Χαρακτηριστικά οικοδεσπότη	
Συμμετοχή στο Airbnb	0.000154** (2.196) [0,015 %]
Φήμη & χαρακτηριστικά εμπιστοσύνης	
Άμεση κράτηση	0.063239 (0.787)
Αριθμός κριτικών	-0.000822 (-0.667)
Βαθμολογία αξιολόγησης	0.010389** (2.163) [1,044 %]

Επιβεβαιωμένο ID	0.023491 (0.289)
Ποσοστό ανταπόκρισης	-0.000320 (-0.136)
Adj. R – squared	68,92%
F - statistic	21,59632
Prob. F-statistic	0.000000
N (after adjustments)	131
***P < α = 0,01, **p<α=0,05, *p < α=0,10. (t-statistics), [ποσοστιαία μεταβολή στην τιμή – (e ^Λ c - 1)	

Βλέπουμε ότι:

- Για κάθε επιπλέον επισκέπτη που χωράει το κατάλυμα τότε η τιμή αυξάνεται και 14,98 % (για α = 0,01)
- Για κάθε επιπλέον μπάνιο, η τιμή αυξάνεται 43,74 % (για α = 0,01)
- Αν το κατάλυμα είναι ολόκληρο σπίτι τότε η τιμή αυξάνεται κατά 79,77 % (για α = 0,01)
- Αν αυξηθεί η εμπειρία του οικοδεσπότη κατά μία ημέρα τότε η τιμή αυξάνεται κατά 0,01% (για α = 0,05)
- Αν αυξηθεί η βαθμολογία αξιολόγησης κατά μία μονάδα (1/100) τότε η τιμή αυξάνεται κατά 1,04% (για α=0,05)

Οι υπόλοιπες μεταβλητές του υποδείγματος είναι στατιστικά ασήμαντες για κάθε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας, δηλαδή δεν επηρεάζουν την τιμή.

Το υπόδειγμα είναι συνολικά στατιστικά σημαντικό για κάθε α, αφού F-statistic = 21,5 και Prob. F-statistic = 0,0000. Το R²adj = 68,92% δηλαδή το υπόδειγμα προσαρμόζεται κατά 68,92% στην πραγματικότητα. Σύμφωνα με τον έλεγχο White το υπόδειγμα πληρεί

τις προϋποθέσεις της ομοσκεδαστικότητας. Τέλος τα κατάλοιπα κατανέμονται κανονικά (μέσω του ελέγχου Jargue-Bera) και δεν εμφανίζεται το πρόβλημα της πολύσυγγραμματικότητας (μέσω VIF)

4.3 Συμπεράσματα

Ο στόχος αυτής της έρευνας ήταν να διερευνηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές ενοικίασης των ακινήτων της Airbnb στην Αθήνα. Εφαρμόζοντας το μοντέλο ηδονικής τιμολόγησης τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν πως οι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά την τιμή είναι αν το σπίτι είναι ολόκληρο, το μέγεθος του ακινήτου και τα διαθέσιμα μπάνια ενώ επίσης επηρεάζουν την τιμή και οι παράγοντες της εμπειρίας του οικοδεσπότη στην Airbnb και η βαθμολογία αξιολόγησης αλλά όχι τόσο πολύ όσο οι προηγούμενοι που αναφέραμε. Επίσης βλέπουμε πως η ύπαρξη κλιματισμού, η θέση του ακινήτου, το ποσοστό ανταπόκρισης, η δυνατότητα άμεσης κράτησης και το αν επιτρέπεται το κάπνισμα στο κατάλυμα είναι παράγοντες που δεν επηρεάζουν την τιμή. Οι μεταβλητές ‘αριθμός επισκεπτών’, ‘αριθμός μπάνιων’ όπως και η μεταβλητή ‘ολόκληρο σπίτι’ όπως είπαμε και προηγουμένως είναι μεταβλητές που επηρεάζουν την τιμή κάτι που έρχεται σε συμφωνία με άλλες έρευνες (Magno et al 2017, Wang and Nikolau 2017). Παρόλα αυτά μας κάνει εντύπωση πως δεν είναι στατιστικά σημαντικές οι μεταβλητές ‘κλιματισμός’ (δηλαδή η ύπαρξη κλιματισμού στο ακίνητο), η μεταβλητή ‘καλωδιακή τηλεόραση’ (δηλαδή να έχει καλωδιακή τηλεόραση το ακίνητο) και η μεταβλητή ‘κάπνισμα’ (δηλαδή αν επιτρέπεται το κάπνισμα στο ακίνητο), όπου σε άλλες έρευνες (Dogru and Pekin 2017, Wang and Nikolau 2017) οι μεταβλητές αυτές ήταν στατιστικά σημαντικές και επηρεάζαν την τιμή. Επίσης ένα σημαντικό αποτέλεσμα της έρευνας μας είναι ότι η απόσταση από το κέντρο και το μετρό είναι μεταβλητές στατιστικά μη-σημαντικές και δεν επηρεάζουν την τιμή κάτι που έρχεται σε αντίθεση με άλλες έρευνες (Zhang et al 2017, Dogru and Pekin 2017, Teubner et al 2017, Gibs et al 2018) που βρήκαν πως όσο πιο μακριά από το κέντρο ή το μετρό είναι ένα ακίνητο τόσο χαμηλότερη είναι η τιμή του. Επίσης βρήκαμε ότι ο αριθμός των κριτικών δεν επηρεάζει την τιμή όπως επίσης και η δυνατότητα άμεσης κράτησης, το ποσοστό ανταπόκρισης του οικοδεσπότη και τέλος αν το ID του οικοδεσπότη είναι επιβεβαιωμένο.

5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε αυτό το κεφάλαιο καταγράφονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την παρούσα εργασία. Επίσης, γίνονται κάποιες προτάσεις για έρευνες, που θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν στο μέλλον.

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η παρουσίαση και ανάλυση του φαινομένου της οικονομίας διαμοιρασμού και η μελέτη περίπτωσης της Airbnb. Στόχος της έρευνας είναι η αναζήτηση των θετικών και αρνητικών επιδράσεων της οικονομίας διαμοιρασμού στον κλάδο των τουριστικών ακινήτων στην Ελλάδα και στην Ελληνική οικονομία γενικότερα, καθώς και η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του ψηφιοσθέντος νομικού πλαισίου και η αναζήτηση προτάσεων για την περαιτέρω βελτίωσή του.

Ο λόγος που καθιστά το φαινόμενο αυτό ενδιαφέρον προς μελέτη, είναι κυρίως ότι πρόκειται για μία σχετικά νέα και ταχύτατα αναπτυσσόμενη δραστηριότητα. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι η οικονομία διαμοιρασμού επηρεάζει θετικά την αγορά εργασίας αφού δίνεται η δυνατότητα για έξτρα εισόδημα χωρίς την δέσμευση πλήρους απασχόλησης αλλά και αρνητικά καθώς αρκετές φορές η εργασία αυτή παραμένει αδήλωτη. Μέσω της οικονομίας διαμοιρασμού αναπτύσσεται η μικροεπιχειρηματικότητα και η καινοτομία ιδεών ενώ οι σημαντικότεροι κλάδοι της οικονομίας διαμοιρασμού είναι ο κλάδος των αυτοκινήτων, των τροφίμων-ποτών, η βιομηχανία της μόδας αλλά και των ακινήτων.

Στον τομέα των ακινήτων η εταιρία που έχει συνδέσει το όνομα της με την οικονομία διαμοιρασμού είναι η Airbnb. Η εταιρία ιδρύθηκε το 2008 και έχει καταφέρει μέσα σε λίγα χρόνια να έχει καταχωρημένα καταλύματα προσφερόμενα για διαμοιρασμό σε 191 χώρες και 65000 πόλεις με του χρήστες της παγκοσμίως να είναι 150 εκατομμύρια. Η εταιρία έχει δώσει έμφαση σε πρότυπα εμπιστοσύνης και ασφαρίζει τους οικοδεσπότες με το ποσό των 800 χιλιάδων ευρώ για οποιαδήποτε ζημιά προκληθεί από τους επισκέπτες. Μέσω της Airbnb έχει αυξηθεί ο τουρισμός και η οικονομία σε πολλές περιοχές ενώ εκτός από οικονομικά οφέλη για τους οικοδεσπότες και συνεπώς για την κοινωνία υπάρχουν και περιβαλλοντικά οφέλη.

Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια υπάρχει μεγάλη αύξηση των διαθέσιμων ακινήτων που είναι καταχωρημένα στην πλατφόρμα και αυτό γιατί πλέον η ηλεκτρονική πλατφόρμα δεν είναι άγνωστη για τους Έλληνες κάτι που οδήγησε στην αύξηση των εισοδημάτων των οικοδεσποτών και στην ανάκαμψη της Ελληνικής αγοράς ακινήτων. Όσον αφορά το θέμα που υπήρχε με τα εισοδήματα βραχυχρόνιων μισθώσεων μέσω Airbnb μια σειρά από νόμους έδωσαν διευκρινίσεις και οδηγίες με στόχο την καταπολέμηση της φοροδιαφυγής καθώς και την αποφυγή αντικατάστασης των ξενοδοχείων με μια σειρά από περιορισμούς όπως η απαγόρευση οποιαδήποτε άλλης υπηρεσίας πλην της παροχής κλινοσκεπασμάτων. Τον Αύγουστο του 2018 ξεκίνησε την λειτουργία της το Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής κάτι που διευκόλυνε πολύ ώστε να μπει σε μια τάξη στο φαινόμενο της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων στην Ελλάδα. Επίσης είδαμε πως το κράτος είναι ιδιαίτερα αυστηρό σε περιπτώσεις αλληγορίας η αμέλειας με χαρακτηριστικό παράδειγμα το πρόστιμο των 5000 ευρώ σε περίπτωση που ο οικοδεσπότης δεν έχει κάνει εγγραφή του ακίνητο του στο μητρώο βραχυχρόνιων μισθώσεων.

Στο τέλος της εργασίας μας πραγματοποιήθηκε έρευνα με στόχο να βρεθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές ενοικίασης των ακινήτων της Airbnb στην Αθήνα και πιο συγκεκριμένα για τα ακίνητα οικοδεσποτών με πάνω από μια καταχωρήσεις τους οποίους και θεωρήσαμε ως «επαγγελματίες». Για την πραγματοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο της ηδονικής τιμολόγησης. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία οι παράγοντες που επηρεάζουν τις τιμές των καταλυμάτων είναι τα δομικά χαρακτηριστικά του καταλύματος και οι προσφερόμενες ανέσεις, τα χαρακτηριστικά γειτονιάς, οι κανόνες της μίσθωσης και τα χαρακτηριστικά του οικοδεσπότη, συμπεριλαμβανομένου της φήμης που έχει.

Στην παρούσα έρευνα βρήκαμε πως οι μεταβλητές που επηρεάζουν την τιμή των ακινήτων του δείγματος μας ήταν οι μεταβλητές ‘επισκέπτες’, ‘μπάνια’, ‘ολόκληρο σπίτι’, ‘συμμετοχή στην Airbnb’ και η ‘βαθμολογία αξιολόγησης’. Αναλυτικότερα βρήκαμε πως σημαντική αύξηση στην τιμή προσδίνουν κατά σειρά σημαντικότητας η ενοικίαση του ακινήτου στο σύνολό του (και όχι ενός μέρος του), το μέγεθος και οι υποδομές που έχει (επιπλέον μπάνιο), ο αριθμός των ατόμων που μπορεί να φιλοξενήσει και σε μικρότερο βαθμό ο βαθμός αξιολόγησης που έχει το κατάλυμα και η εμπειρία του

οικοδεσπότη. Τέλος ένα σημαντικό αποτέλεσμα της έρευνας μας είναι ότι η απόσταση από το κέντρο και το μετρό είναι παράγοντες που φαίνεται ότι δεν επηρεάζουν την τιμή των συγκεκριμένων καταλυμάτων (μονοκατοικίες) κάτι που έρχεται σε αντίθεση με άλλες έρευνες (Zhang et al 2017, Dogru and Pekin 2017, Teubner et al 2017, Gibs et al 2018) που βρήκαν πως όσο πιο μακριά από το κέντρο ή το μετρό είναι ένα ακίνητο τόσο χαμηλότερη είναι η τιμή του.

5.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην παρούσα εργασία, στηρίχτηκε στο προσφάτως ψηφισθέν νομικό πλαίσιο: αρχικά στο νόμο 4446/22-12-2016 και κατόπιν στο νόμο 4472/19-05-2017. Ωστόσο, δεν υπάρχει ακόμα πλήρης εφαρμογή των διατάξεων αυτών, διότι δεν έχουν εκδοθεί οι σχετικές Υπουργικές Αποφάσεις που αναφέρονται στο νόμο. Θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά έρευνα η οποία θα εστίαζε στον βαθμό ικανοποίησης των εμπλεκομένων από τη λύση που έδωσε η πολιτεία.

Επίσης και όσον αφορά την εμπειρική έρευνα που πραγματοποιήθηκε αναμφίβολα πρόκειται για μία πολύ πρώιμη προσπάθεια διερεύνησης του τρόπου τιμολόγησης των καταλυμάτων της Airbnb στην Αθήνα και θα μπορούσε με αφορμή αυτήν να πραγματοποιηθούν περαιτέρω μελέτες με μεγαλύτερο δείγμα ώστε να γίνει μια σύγκριση των αποτελεσμάτων. Τέλος θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν έρευνες όπου θα γίνεται συγκριτική ανάλυση με άλλες πόλεις και τους παράγοντες που επηρεάζουν την τιμή.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

Ελληνόγλωσση

Βλαχοπούλου, Μ. & Δημητριάδης, Σ. (2014), ηλεκτρονικό επιχειρείν & μάρκετινγκ καινοτόμα μοντέλο σε ψηφιακό περιβάλλον, Rosili.

Γεωργακόπουλος, Θ. (1981), Εισαγωγή στην δημόσια οικονομική, Αθήνα: Καραμπελόπουλος.

Ηγουμενάκης, Ν. (1997), Τουριστική ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, Τόμος Β, Αθήνα: Interbooks.

Ίκκος, Α. & Λάμπρου, Ε. (2017), «Στατιστικό Δελτίο Νο. 25 – Ιανουάριος 2017», SETE Intelligence, Αθήνα.

Μάρκελλος, Κ., Μαρκέλλου, Π., Ρήγκου, Μ., Συρμακέσης, Σ. & Τσακαλίδης, Α. (2005), ε – Επιχειρηματικότητα από την ιδέα στην υλοποίηση, Αθήνα: Ελληνικά γράμματα.

Πατσουράτης, Β. (2000), Η ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ, Αθήνα: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Χρήστου, Ε. (1999), Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, Αθήνα: Interbooks.

INSETE (2017), Ελληνικός Τουρισμός Εξελίξεις – Προοπτικές, Τεύχος 2/ Ιανουάριος 2017.

PAGE, S. (2006), ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ, ΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΣΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ, Αθήνα: Παπαζήση.

Rifkin, J. (2001), Η ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ, Η νέα κουλτούρα του υπερκαπιταλισμού, όπου όλη η ζωή είναι μια επί πληρωμή εμπειρία, Αθήνα: ΛΙΒΑΝΗ.

Stiglitz, J. (1992), Οικονομική του δημόσιου τομέα, Αθήνα: Κριτική.

Ξενόγλωσση

Abrate, G., Capriello, A., Franquelli, G. (2011). “When quality signals talk: Evidence from the Turin hotel industry”. *Tourism Management*. 32(4), pp. 912-921

Andersson, D.E. (2000). Hypothesis testing in hedonic price estimation: On the selection of independent variables. *Annals of Regional Science*, 34(2), pp. 293-304.

Botsman, R. & Rogers, R. (2010), "Beyond Zipcar: Collaborative Consumption", *Harvard Business Review*.

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

Deci, E.L. & Ryan, R.M. (1985), *Intrinsic motivation and self - determination in human behavior*, New York: Plenum.

Dredge, D., Gyimothy, S., Birckbak, A., Jensen, T. E. & Madsen, A. K. (2016), "The impact of regulatory approaches targeting collaborative economy in the tourism accommodation sector: Barcelona, Berlin, Amsterdam and Paris", *Impulse Paper No 9* prepared for the European Commission DG GROWTH. Aalborg University, Copenhagen.

Dwyer, L., Forsyth, P. & Dwyer, W. (2010), *TOURISM ECONOMICS AND POLICY*, Bristol, Buffalo, Toronto: CHANNEL VIEW PUBLICATIONS.

Edelman, B. G., Luca, M. (2014). *Digital Discrimination: The Case of Airbnb.com*. Harvard Business School NOM Unit Working Paper No. 14-054

Ert, E., Fleischer, A., Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*. 55, pp. 62-73

Fang, B., Ye, Q. & Law, R. (2016), "Effect of sharing economy on tourism industry employment", *Annals of Tourism Research*, Vol. 57, pp. 264-267.

Fang, Y & Neufeld, D. (2009), "Understanding Sustained Participation in Open Source Software Projects", *Journal of Management Information Systems*, 25, 4, 9-50.

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

Flabbia, L., and A. Maroc. (2012). The effect of job flexibility on female labor market outcomes: Estimates from a search and bargaining model. *Journal of Econometrics* 168(1), pp. 81-95.

Freitag, M. & Bauer, P.C. (2016), "Personality traits and the propensity to trust friends and strangers" , *The Social Science Journal*, 53, 1-10, doi: 10.1016/j.soscij.2015.12.002.

Frick, K., Hauser, M. & Guertler, D. (2013), *Sharify: Die Zukunft des Teilens [Sharify: The Future of Sharing]*, GDI Gottlieb Duttweiler Institute, GDI Studie Nr. 39.

Gabillard, C. & van der Heijden, T. (2015), *Self-empowerment Within the Collaborative Movement*, A Master's dissertation at the Linnaeus University, Sweden.

Gansky, L. (2010), *The Mesh: Why The Future of Business Is Sharing*, New York: Penguin Group.

García-Pozo, A. (2009). A nested housing market structure: Additional evidence. *Housing Studies* 24(3), pp. 373-98.

Gibbs, C., Guttentag, D., Gretzel, U., Morton, J., Goddwill, A. (2018). Pricing in the sharing economy: a hedonic pricing model applied to Airbnb listings. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(1), pp. 46-56

Gutt, D., Herrmann, P. (2015). *Sharing Means Caring? Hosts' Price Reaction to Rating Visibility*. ECIS 2015 Research-in-Progress Papers. Paper 54

Guttentag, D.A. (2016), *Why tourists choose Airbnb: A motivation-based segmentation study underpinned by innovation concepts*, Ph.D. Thesis, University of Waterloo.

Guttentag, D., Smith, S. (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*. 64, pp. 1-10

Griliches, Z. (1961). Hedonic price indexes for automobiles: An econometric analysis of quality change. In *The price statistics of the federal government*, 173-96. New York: National Bureau of Economic Research.

Griliches, Z. (1971). Hedonic price indexes revisited, in "Price Indexes and Quality Change" (Griliches, Ed), Harvard, Cambridge, Massachusetts

Hamari, J., Sjoeklint, J. & Ukkonen, A. (2015), The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption, *Journal of the Association for Information Science and Technology*, DOI: 10.1002/asi.23552.

Hijne, R. (2011), "American dream vs. American responsibilities", *Public Management*, 93 (6), pp.20-21.

Horton, J. & Zeckhauser, R. (2016), "Owing, Using and Renting: Some Simple Economics of the Sharing Economy", New York University and Harvard University.

Houthakker, H. (1952). Compensated changes in quantities and qualities consumed. *Review of Economic Studies* 19(3), pp. 155-64.

Kakar, V., Franco, J., Voelz, J., Wu, J. (2016). *The Visible Host: Does Race guide Airbnb rental rates in San Francisco?* San Francisco State University

Karlsson, L., Dolnicar, S. (2016). Someone's been sleeping in my bed. *Annals of Tourism Research*. 58 pp.159-162

Kuminoff, N.V., Parmeter, C.F., Pope, J.C. (2010). Which hedonic models can we trust to recover the marginal willingness to pay for environmental amenities? *Journal of Environmental Economics and Management* 60, pp.145-60.

Kreiczer-Levy, S. (2015), "Consumption Property in the Sharing Economy", *Pepperdine Law Review*, Article 2, Volume43/Issue 1.

Lampinen, A. and Chesire, C. (2016), "Hosting via Airbnb: Motivations and Financial Assurances in Monetized Network Hospitality", *The economics of being online*.

Lawson, S. (2010), “Transumers: Motivations of Non – ownership Consumption”, *Advances in Consumer Research*, 37, 842-843.

Lee, D. Hynn, W., Ryu, J., Lee, W., Rhee, W., Suh, B. (2015). An analysis of social features associated with room sales of Airbnb. *Proceedings of the 18th ACM Conference Companion on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing*. 14-18

Lin, K.Y. & Lu, H.P. (2011), “Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory”, *Computers in Human Behavior*, 27, 1152-1161.

Lindenberg, S. (2001), “Intrinsic motivation in a new light”, *Kyklos*, 54, 2-3, 317-42.

Ludvik Eliasson and Pall Ragnarsson ‘Effects of Airbnb in the Icelandic housing market’

Magno, F., Cassia, F., Ugolini, M. (2017). Factors influencing prices on accommodation sharing platforms: The effects of host’s experience and market demand. 20th Excellence in Services University of Verona. ISBN 9788890432774

Malpezzi, S. (2003). Hedonic price models: a selective and applied review. In: O’Sullivan, A. and Gibb, K. (eds.) *Housing Economics and Public Policy: Essays in Honour of Duncan MacLennan*. Malden MA: Blackwell, pp. 67–89

Monty, B., Skidmore, M. (2003). Hedonic Pricing and Willingness to Pay for Bed and Breakfast Amenities in Southeast Wisconsin. *Journal of Travel Research*. 42(2), pp. 195–199

MRB Hellas S.A. (2015), *Sharing Economy Study*.

Owyang, J. (2013), *The collaborative economy*, Altimeter Research, pp.1-27.

Portolan, A. (2013). Impact of the attributes of private tourist accommodation facilities onto prices: A hedonic price approach. *European Journal of Tourism Research*. 6(1), pp. 74-82.

Prothero, A., Dobscha, S., Freund, J., Kilbourne, W.E., Luchs, M.G., Ozanne, L.K. & Thorgersen, J. (2011), "Sustainable consumption: opportunities for consumer research and public policy", *Journal of Public Policy & Marketing*, 30, 1, 31-38.

Rinne, A. (2013). *Circular Economy Innovation & New Business Models Initiative*. Young Global Leaders Sharing Economy Working Group.

Roy, S. (2016), *THE IMPACT OF GENDER, PERSONALITY AND PREVIOUS USE ON ATTITUDE TOWARDS THE SHARING ECONOMY AND FUTURE USE OF THE SERVICES*, Ph. D. Thesis, California State University.

Rosen, S. (1974). Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition. *The Journal of Political Economy*. 82(3455), pp. 34-55.

Segu, M. (2018), *Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona*

Seiders, K., Voss, G.B., Godfrey, A.L. & Grewal, D. (2007), *SERVCON: development and validation of a multidimensional service convenience scale*, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35 (1), 144-156.

Schor, J. (2014), "Debating the Sharing Economy", *GREAT TRANSITION INITIATIVE*, October 2014.

Sotiriadis, M. (2017), *SHARING ECONOMY IN THE HOSPITALITY INDUSTRY*, Version 2.0/25-4-2017, Pretoria, South Africa.

Sparks, K. (2015), *The Sharing Economy: The Production, Consumption and Regulation of Community in the Digital Economy*, *Sociology/Anthropology Senior Honors Thesis*, Swarthmore College.

Steimetz S.C. (2012). Spatial hedonics and the willingness to pay for residential amenities. *Journal of Regional Science* 52(4), pp. 635-47

Stors N., Kagermeier A., (2017), "The sharing economy and its role in metropolitan tourism", in Gavari-Barbas, M. and Guinand, S. (eds) *Tourism & Gentrification in contemporary metropolises*, London: Routledge, pp. 221-248.

Teubner, T., Hawlitschek, F., Dann, D. (2017). Price determinants on Airbnb: How reputation pays off in the Sharing Economy. *Journal of Self – Governance and Management Economics*. 5(4), pp. 53-80

Teubner, T., Hawlitschek, F. (2018). The Economics of Peer-to-Peer Online Sharing. In: *The Rise of the Sharing Economy: Exploring the Challenges and Opportunities of Collaborative Consumption*. ABC-CLIO, pp. 129–156.

Tinbergen, J. (1956) On the theory of income distribution. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 77(2), pp. 155-75

Van der Heijden, H. (2004), “User acceptance of hedonic information systems”, *MIS Quarterly*, 28, 4, 695-704.

Wang, D., Nicolau, L.J. (2017). Price determinants of Sharing Economy Based Accommodation Rental: A Study of Listings from 33 Cities on Airbnb.com. *International Journal of Hospitality Management*. 62, pp. 120-131

Wasko, M.M. & Faraj, S. (2000), “It Is What One Does: Why People Participate and Help Others in Electronic Communities of Practice”, *Journal of Strategic Information Systems*, 9,2, 155-173.

Wasko, M.M. & Faraj, S. (2005), “Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice”, *MIS Quarterly*, 29, 1, 35-57.

Wellman, B. & Gulia, M. (1999), “Net surfers don’t ride alone”, ed. Boulder, Colorado: Westview Press.

Zervas, G., Proserpio, D., and Byers, J. (2015), “A first look at online reputation on Airbnb, where every stay is above average”, *Social Science Research Network SSRN Scholarly Paper ID 25545500*, Rochester, NY.

Zervas, G., Proserpio, D., Byers, J., W. (2017). The rise of Sharing Economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *International Journal of Market Research*, 54(5), pp. 687-705

Zhang, K., Yan, R. & Zhao, S. (2016), “UNDERSTANDING PARTICIPATION IN SHARING ECONOMY: THE ROLES OF CONVENIENCE, RISK, AND REGULATORY FOC 1”, PACIS 2016 Proceedings. Paper 106.

Zhang, Z., Chen, J., C., R., Han, D., L., Yang, L. (2017). Key Factors Affecting the Price of Airbnb Listings: A Geographically Weighted Approach. Sustainability, 9(9), pp. 1-13

Zukin, S. & Maguire, J.S. (2004), “Consumer and Consumption”, Annual Review of Sociology, 30, pp. 173-197.

Πηγές από το διαδίκτυο

Ανδρονικάκης, Α. (2015), «Sharing Economy: Νέες τάσεις και ευκαιρίες», <http://www.pathfinder.gr/stories/4247940/sharing-economy-nees-taseis-kai-efkairies>

Βενιού, Ε. (2016), «Η επανάσταση των social media», <http://www.tovima.gr/science/article/?aid=772441>.

Βρόντη, Σ. (2014), «Airbnb: Το δίκτυο ενοικίασης κατοικιών που αλλάζει τις ...διακοπές», <http://www.kathimerini.gr/778807/article/oikonomia/epixeirhseis/airbnb-to-diktyo-enoikiashs-katoikiwn-poy-allazei-tis-diakopes>.

Δημητριάδη, Φ. (2017), «Airbnb: Ανάσα ή πληγή για τον κλάδο του τουρισμού και την πόλη;», <http://www.athensvoice.gr/life/urban-culture/airbnb-anasa-i-pligi-gia-ton-klado-toy-0>

ΕΟΤ (2017), «ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ», <http://www.gnto.gov.gr/el/history/1940>.

Ι.Τ.Ε.Π. (2016), «ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΕΛΛΑΔΑΣ 2016», http://www.grhotels.gr/GR/BussinessInfo/library/DocLib/Total-Country_2016.pdf

Καραμπίνη, Τ. (2015), «Πώς η Airbnb άλλαξε την ελληνική οικονομία», <http://www.fortunegreece.com/article/pos-i-airbnb-allaxe-tin-elliniki-ikonomia>

Καραντζαβέλου, Β. (2016α), «Η διαμοιραζόμενη διαμονή έχει μεγαλύτερη επίδραση στις πόλεις από ό,τι στα ξενοδοχεία», <http://traveldailynews.gr/news/article/63747>

Κουκάκης, Θ. (2016), «ΓΓΔΕ: Όργιο φοροδιαφυγής σε ξενοδοχεία», <http://www.cnn.gr/oikonomia/story/51993/ggde-orgio-forodiyfysis-se-xenodoxeia> [πρόσβαση: 17/3/2017].

Κουσούνης, Σ. (2016), «Πλήθος φόρων εκτοξεύει το κόστος λειτουργίας των ξενοδοχείων», <http://www.kathimerini.gr/861605/article/oikonomia/epixeirhseis/plh8os-forwn-ektozeyei-to-kostos-leitourgias-twn-3enodoxeiwn> [πρόσβαση: 23/2/2017].

Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, (2016), «ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΧΡΗΣΗΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΥ ΤΟΠΟΥ [HTTP://CERT.GRHOTELS.GR](http://CERT.GRHOTELS.GR)», http://cert.grhotels.gr/Content/docs/CERT_UG1.pdf.

«Οι επιδράσεις της φιλοξενίας στην Αθήνα» (2014) <https://blog.atairbnb.com>

Πετράκης, Ε. (2013), «ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΒΑΣΕΙ ΤΟΥ ν.2065/92», http://tms-auditors.gr/uploads/anaprosarmogi_akinhtwn.pdf.

Ρουσάνογλου, Ν. (2016α), «Σε έξαρση η υπενοικίαση κατοικιών σε τουρίστες στο κέντρο της Αθήνας», <http://www.kathimerini.gr/858508/article/oikonomia/epixeirhseis/se-e3arsh-h-ypenoikiash-katoikiwn-se-toyristes-sto-kentro-ths-a8hnas>.

Ρουσάνογλου, Ν. (2016β), «Γιατί η Airbnb είναι δημοφιλής στο Κουκάκι και στην Αιδηψό», <http://www.kathimerini.gr/854430/article/oikonomia/epixeirhseis/giati-h-airbnb-einai-dhmofilhs-sto-koykaki-kai-sthn-aidhyo>.

Σιωμόπουλος, Ι. (1999), «Το Τέλος Ακίνητης Περιουσίας», <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=107050>.

Τέλλογλου, Τ. (2015), «2.166 κατοικίες ενοικιάστηκαν στην Αθήνα μέσω Airbnb το 2015», <http://www.kathimerini.gr/875274/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/2166-katoikies-enoikiasthkan-sthn-a8hna-mesw-airbnb-to-2015>.

AHLA Μάρτιος 2017, ‘A Key Driver of Airbnb Growth’,
https://www.ahla.com/sites/default/files/CBRE_AirbnbStudy_2017_0.pdf

Alpha bank (2018) , ‘Δελτίο Οικονομικών Εξελίξεων’ ,
<https://www.alpha.gr/-/media/alphagr/files/group/agores/weekly-economic-report/weekly16112018.pdf>

Airbnb (2017a), «Κερδίστε χρήματα ως οικοδεσπότης στην Airbnb»,
<https://www.airbnb.gr/host/homes>

Airbnb (2017b), «Τι είναι η προμήθεια υπηρεσιών οικοδεσπότη;»,
<https://www.airbnb.gr/help/article/63/what-are-host-service-fees>

Airbnb (2017c), «Τι είναι η προμήθεια υπηρεσιών επισκέπτη;»,
<https://www.airbnb.gr/help/article/104/what-are-guest-service-fees>

Airbnb (2017d), «Πληροφορίες για εμάς», <https://www.airbnb.gr/about/about-us>

Airbnb (2017e), «Κερδίστε χρήματα ως οικοδεσπότης της Airbnb και πραγματοποιήστε τα όνειρά σας», <https://www.airbnb.gr/host>.

Airbnb (2017f), «Μια κοινότητα η οποία βασίζεται στην εμπιστοσύνη»,
<https://www.airbnb.gr/standards>

Airbnb (2017g), «Όλα ξεκινούν από τα πρότυπά μας»,
<https://www.airbnb.gr/trust>.

Airbnb (2017h), «Η Εγγύηση Οικοδεσπότη 800.000 ευρώ»,
<https://www.airbnb.gr/guarantee>

Airbnb (2017i), «Πώς μπορούμε να σας βοηθήσουμε;»,
<https://www.airbnb.gr/help/article/481/how-do-taxes-work-for-hosts>

Airbnb (2017j), «Πώς μπορούμε να σας βοηθήσουμε;», <https://www.airbnb.gr/help/article/654/what-is-occupancy-tax--do-i-need-to-collect-or-pay-it>

Airbnb (2017k), ‘Airbnb, το τσουνάμι που χτύπησε την αγορά ακινήτων’, <https://www.newsbeast.gr/financial/arthro/2736300/airbnb-to-tsunami-pou-chtipise-tin-agera-akiniton>

Airbnb (2017l), ‘Airbnb: Έως και 45% θα φορολογούνται οι ενοικιάσεις σπιτιών σε τουρίστες’, <http://www.documentonews.gr/article/airbnb-ews-kai-45-tha-forologoyntai-oi-enoikiaseis-spitiwn-se-toyristes>

Airbnb(2018m) , ‘Τηλέφωνα εξηγημένης Airbnb’ , <https://all-about-airbnb.com/post/138799279996/airbnb-support-resources-local-phone-numbers-and-email#phone-numbers>

Airbnb (2018n) , ‘Airbnb:How to contact with us, <https://all-about-airbnb.com/post/142351825041/how-to-contact-airbnb-customer-support-via-email>

Airbnb (2014o) , ‘Airbnb:A greener way to travel the Enviromental impacts of home sharing’, <https://blog.atairbnb.com/environmental-impacts-of-home-sharing/>

Airbnb (2018p) , ‘Airbnb:New Agreements Make Host Income Tax Simple’ , <https://press.airbnb.com/new-agreements-make-host-income-tax-simple/>

Airbnb (2018q) ‘Airbnb : Disaster Response & Relief’, <https://www.airbnbcitizen.com/disaster-response/>

Airbnb (2017r) ‘The explosive growth of Airbnb’, <https://www.vizlly.com/blog-airbnb-infographic/>

Airbnb (2018s) ‘105 Airbnb Statistics and Facts (2018)’, <https://expandedramblings.com/index.php/airbnb-statistics/>

Airbnb (2014t) ‘Οικονομικές και Περιβαλλοντικές Επιδρασεις στην Αθήνα’, <https://blog.atairbnb.com/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%>

American Hotel & Lodging Education Foundation (ANNUAL REPORT 2016)

https://www.ahla.com/sites/default/files/AHLEF_AnnualReport_2016.pdf

BankofGreece (2018) ‘Νομισματική Πολιτική 2017-2018’ ,
<https://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/>

Bawens, M., Mendoza, N. & Iacomella, F. (2012), “Synthetic Overview of the Collaborative Economy”,
http://wiki.p2pfoundation.net/Synthetic_Overview_of_the_Collaborative_Economy

Botsman, R. (2010), “The Case for Collaborative Consumption”, Ted (video),
https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption

Chesky, B. (2013), “PandoMonthly: Fireside Chat With Airbnb CEO Brian Chesky”, <https://www.youtube.com/watch?v=6yPfxcqEXhE>.

Clark, S., Kessler, S., Rowan, W., Strauss, S. and Rampall, C., (2014), “The Future Of Work in the Sharing Economy”,
<https://www.aspeninstitute.org/events/future-work-sharing-economy>.

Colao, J.J., (2012), “Welcome To The Millennial Economy: Goodbye Ownership, Hello Access”,
<https://www.forbes.com/sites/jjcolao/2012/10/11/welcome-to-the-new-millennial-economy-goodbye-ownership-hello-access>.

easyBike (2017), <http://www.easybike.gr/?lang=el>.

Remax (2018) , ‘Πανελλαδική έρευνα για τις ενοικιάσεις κατοικιών κατά το έτος 2018’ , <https://www.remax.gr/news/485>

Spross, J. (2015), “How the sharing economy could help repair our sense of community”, <http://theweek.com/articles/550433/how-sharing-economy-could-help-repair-sense-community>

StayInAthens (2017), <http://www.stayinathens.com/about>.

Suster, M. (2013), “Here’s what’s driving collaborative consumption and where the market may head next, <https://bothsidesofthetable.com/here-s-what-s-driving-collaborative-consumption-and-where-the-market-may-head-next-75a249607451#.2rvnh7wu2>

Skandinavian traveler (2018), The Airbnb idea and similar platforms

<https://scandinaviantraveler.com/en/lifestyle/airbnbs-billion-dollar-idea>

Tanz, J. (2014), “How Airbnb and Lyft Finally Got Americans to Trust Each Other”, <https://www.wired.com/2014/04/trust-in-the-share-economy> Takahashi, P. (2017), “Check out Houston’s most expensive Airbnb rentals left for Super Bowl 51”, <http://www.bizjournals.com/houston/news/2017/02/02/check-out-houstons-most-expensive-airbnb-rentals.html>

The Economist (2013a), “The sharing economy, All eyes on the sharing economy”, <http://www.economist.com/news/technology-quarterly/21572914-collaborative-consumption-technology-makes-it-easier-people-rent-items>.

The Economist (2013b), “The rise of the sharing economy”, <http://www.economist.com/news/leaders/21573104-internet-everything-hire-rise-sharing-economy>.

The telegraph travel news (2017,9 NOVEMBER)

<http://www.telegraph.co.uk/travel/news/airbnb-top-earnings-cities-landlords/>

TornosNews.gr (2016, 7 Οκτωβρίου), 5.000 σπίτια νοικιάζονται αυτό το μήνα στην Αθήνα μέσω Airbnb – δείτε πόσα αποδίδει ένα δωμάτιο, <http://www.tornosnews.gr/permalink/20090.html>.

Trivett, V. (2013), “What the Sharing Economy Means to the Future of Travel”, <http://skift.com/wp-content/uploads/2014/07/skift-what-the-sharing-economy-meansto-the-future-of-travel.pdf>

Νομολογία

ΠΔ 33/79 (ΦΕΚ 10/Α/1979)

Νόμος 4172/2013 (ΦΕΚ Α 167/23.7.2013)

Νόμος 4276/2014 (ΦΕΚ/155 Α΄/30-07-2014)

Νόμος 4446/2016 (ΦΕΚ/240 Α΄/22-12-2016)

Νόμος 4472/2017 (ΦΕΚ/74 Α΄/19-05-2017)

ΠΟΛ. 1187 /23-11-2017

ΠΟΛ. 1170 /23-08-2018

ΠΟΛ. 1194 /19-10-2018

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Dependent Variable: LOGPRICE
Method: Least Squares
Date: 11/08/18 Time: 10:38
Sample: 1 167
Included observations: 131

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.461140	0.494698	2.953600	0.0038
GUESTS	0.139621	0.021858	6.387668	0.0000
BATHS	0.362859	0.065417	5.546899	0.0000
ROOM_TYPE	0.586542	0.105588	5.555020	0.0000
AIR_CONDITION	-0.084249	0.091181	-0.923980	0.3574
CABLE_TV	-0.057720	0.136742	-0.422112	0.6737
SMOKING	-0.006375	0.088162	-0.072314	0.9425
DIAS_T_SINT	-1.62E-05	4.60E-05	-0.352067	0.7254
DIST_METRO	-0.000104	0.000146	-0.712821	0.4774
MEMBERSHIP	0.000154	6.99E-05	2.196959	0.0300
INSTANT_BOOK	0.063239	0.080274	0.787794	0.4324
NUM_REV	-0.000822	0.001231	-0.667519	0.5058
REV_SCORE	0.010389	0.004801	2.163995	0.0325
VERIFIED_ID	0.023491	0.081279	0.289018	0.7731
RESPONSE_RATE	-0.000320	0.002346	-0.136498	0.8917
R-squared	0.722719	Mean dependent var	4.003599	
Adjusted R-squared	0.689254	S.D. dependent var	0.780045	
S.E. of regression	0.434833	Akaike info criterion	1.279690	
Sum squared resid	21.93323	Schwarz criterion	1.608911	
Log likelihood	-68.81970	Hannan-Quinn criter.	1.413467	
F-statistic	21.59632	Durbin-Watson stat	1.245601	
Prob(F-statistic)	0.000000			

OLS

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.800594	Prob. F(112,18)	0.7640
Obs*R-squared	109.0990	Prob. Chi-Square(112)	0.5600
Scaled explained SS	79.92607	Prob. Chi-Square(112)	0.9905

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

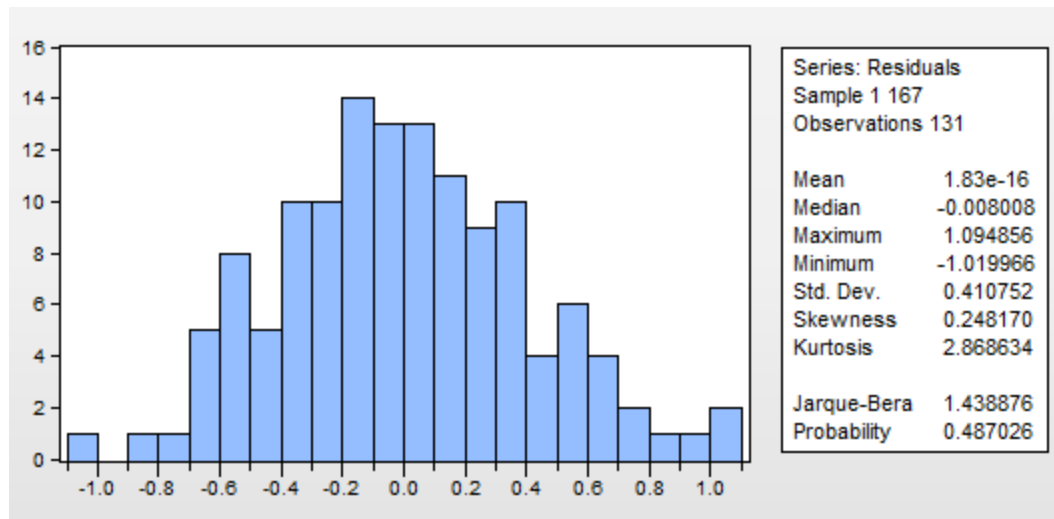
Date: 01/14/19 Time: 18:24

Sample: 1 167

Included observations: 131

Collinear test regressors dropped from specification

Έλεγχος ετεροσκεδαστικότητας της OLS



Έλεγχος της κανονικότητας

Variance Inflation Factors
 Date: 01/14/19 Time: 18:28
 Sample: 1 167
 Included observations: 131

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	0.244726	169.5535	NA
GUESTS	0.000478	7.587977	1.942588
BATHS	0.004279	7.700678	1.496590
ROOM_TYPE	0.011149	5.837376	1.425924
AIR_CONDITION	0.008314	3.913379	1.254671
CABLE_TV	0.018698	1.285593	1.158015
SMOKING	0.007772	2.014244	1.260825
DIAST_SINT	2.11E-09	5.200264	1.217041
DIST_METRO	2.15E-08	5.848694	1.252389
MEMBERSHIP	4.89E-09	5.185509	1.209391
INSTANT_BOOK	0.006444	2.215212	1.116061
NUM_REV	1.52E-06	1.828525	1.168633
REV_SCORE	2.30E-05	145.8199	1.077747
VERIFIED_ID	0.006606	2.305968	1.144183
RESPONSE_RATE	5.50E-06	35.38706	1.143708

Έλεγχος πολυσυγγραμικότητας