

Ερευνητική Αναφορά

Ανταπόκριση των Ελληνικών Ξενοδοχειακών Μονάδων στις Νέες Συνθήκες της COVID-19

Αδαμαντία Πατέλη
Πάνος Κουρουθανάσης
Πέτρος Κωσταγιόθης
Παναγιώτης Μανωλιζάς

Υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού

Ιούνιος 2021



Περιεχόμενα

Προφίλ Έρευνας – Προοίμιο.....	3
1. Προφίλ Συμμετεχόντων στην Έρευνα.....	4
2. Καταγραφή Εκτιμήσεων για το Μέλλον του Τουρισμού εν Μέσω Πανδημίας	4
3. Ανάλυση Ικανοποίησης από την Παρεχόμενη Πληροφορία σε Σχέση με την COVID-19.....	6
4. Χρησιμότητα Διαδικτύου για τη Λήψη Αποφάσεων στον Ξενοδοχειακό Κλάδο.....	8
5. Η σημασία της Ικανοποίησης των Αναγκών Πληροφόρησης των Επιχειρηματιών για την COVID-19 στον Τουρισμό.....	8
6. Ψηφιακός Μετασχηματισμός Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.....	11
7. Ψηφιακές Δεξιότητες και Καινοτόμες Υπηρεσίες των Ξενοδοχειακών Μονάδων	13
8. Σημασία του Ψηφιακού Μετασχηματισμού για την Ικανότητα των Ξενοδοχειακών Μονάδων να Διαχειρίζονται την Πανδημία	14
9. Καινοτομία, Ανάληψη Ρίσκου και Ανάγκες Κεφαλαίου των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων.....	15
10. Συνολικές Προτάσεις για τον Τουρισμό υπό το Πρίσμα της COVID-19.....	17



Προφίλ Έρευνας – Προοίμιο

Το παρόν και το μέλλον του Τουρισμού παραμένει αβέβαιο λόγω των συνθηκών που επιβάλλει η πανδημία της COVID-19. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (United Nations World Travel Organization, UNWTO), η πανδημία της COVID-19 επέφερε μείωση κατά 74% στις αφίξεις τουριστών σε παγκόσμιο επίπεδο ενώ 100 έως 120 εκατομμύρια θέσεις εργασίας στον τουριστικό κλάδο κινδυνεύουν να χαθούν. Στη χώρα μας αναπτύσσονται πολιτικές και δράσεις για την ενίσχυση των τουριστικών επιχειρήσεων, έτσι ώστε να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες που επιβάλλει η πανδημία και την σταδιακή επανέναρξη του τουριστικού κλάδου. Σχεδιασμοί αυτής της μορφής περιλαμβάνουν την παροχή υγειονομικών οδηγιών και πληροφορίας με στόχο την επανέναρξη της λειτουργίας των επιχειρήσεων, την ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού και της καινοτομίας.

Το Τμήμα Τουρισμού του Ιονίου Πανεπιστημίου **υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού** διεξήγαγε Έρευνα στις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις στην Ελλάδα με κύριο στόχο να αξιολογηθεί η ανταπόκρισή τους στις νέες συνθήκες που επέβαλε η πανδημία της COVID-19. Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Σεπτέμβριο έως Νοέμβριο του 2020 μέσω ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου, το οποίο εστάλη στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο των εκπροσώπων των Ξενοδοχειακών μονάδων που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική επικράτεια.

Συνολικά συμμετείχαν στην έρευνα εκπρόσωποι 501 Ξενοδοχειακών Μονάδων.

Οι άξονες της έρευνας εστιάζουν στη μελέτη των ακόλουθων παραγόντων:

- την **ικανοποίηση από την τρέχουσα πληροφόρηση** σε σχέση με την COVID-19,
- τις **εκτιμήσεις** για τον Τουριστικό Κλάδο κατά τη διάρκεια της Πανδημίας
- την **ανησυχία και το άγχος** που προκαλεί η πανδημία, εκτιμήσεις για το **μέλλον του Τουρισμού** γενικά αλλά και για την επερχόμενη τουριστική περίοδο,
- τις **ψηφιακές δεξιότητες** και τον **ψηφιακό μετασχηματισμό** των ξενοδοχειακών μονάδων.
- την **καινοτομία** και την **ανάληψη ρίσκου** στις ξενοδοχειακές μονάδες.

Ερευνητική Ομάδα

Αδαμαντία Πατέλη, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Πρόεδρος Τμήματος Τουρισμού, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, email: pateli@ionio.gr

Πάνος Κουρουθανάσης, Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Πληροφορικής, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, email: pkour@ionio.gr

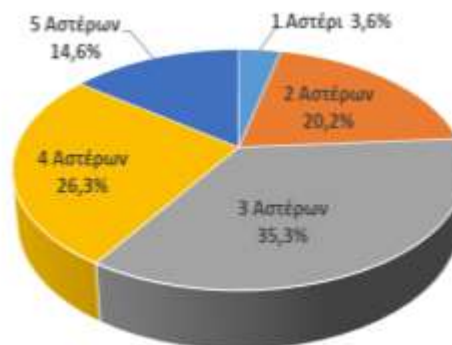
Πέτρος Κωσταγιόλας, Αναπληρωτής Καθηγητής, Τμήμα Αρχειονομίας-Βιβλιοθηκονομίας & Μουσειολογίας, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, email: pkostagiolas@ionio.gr

Παναγιώτης Μανωλιτζάς, Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Τουρισμού, Ιόνιο Πανεπιστήμιο, email: pmanol@ionio.gr



1. Προφίλ Συμμετεχόντων στην Έρευνα

- ✓ Η μεγάλη πλειοψηφία 61,6% των συμμετεχόντων στην έρευνα ανήκουν στην κατηγορία των 3* και 4*, ακολουθούν οι ξενοδοχειακές μονάδες που εντάσσονται στην κατηγορία 2* με ποσοστό 20,2%, ενώ με μικρότερο ποσοστό (14,6%) εμφανίζεται η κατηγορία των 5*.
- ✓ Η συντριπτική πλειοψηφία των εκπροσώπων ξενοδοχειακών μονάδων (85,6%) που συμμετέχουν στην έρευνα ανήκει στην κατηγορία των **ανεξάρτητων ξενοδοχειακών μονάδων**, ενώ μόνο το 14,4% αποτελούν μέλος μικρής ή μεγαλύτερης ξενοδοχειακής αλυσίδας.
- ✓ Το 48,0% των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι **πολύ μικρές ξενοδοχειακές μονάδες** που απασχολούν μέχρι 10 εργαζόμενους, ενώ το 14,3% απασχολούν από 51 έως 250 εργαζόμενους και μόνο το 2,9% των συμμετεχόντων εκπροσωπεί ξενοδοχεία άνω των 250 εργαζομένων.
- ✓ Το 90% των συμμετεχόντων εκπροσωπεί ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες διαθέτουν **λιγότερες από 200 κλίνες**.
- ✓ Μόλις το 1% των συμμετεχόντων εκπροσωπεί ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών άνω των 50 εκ. ευρώ, ενώ το 79,2% παρουσιάζει **κύκλο εργασιών κάτω των 2 εκ. ευρώ**.



των

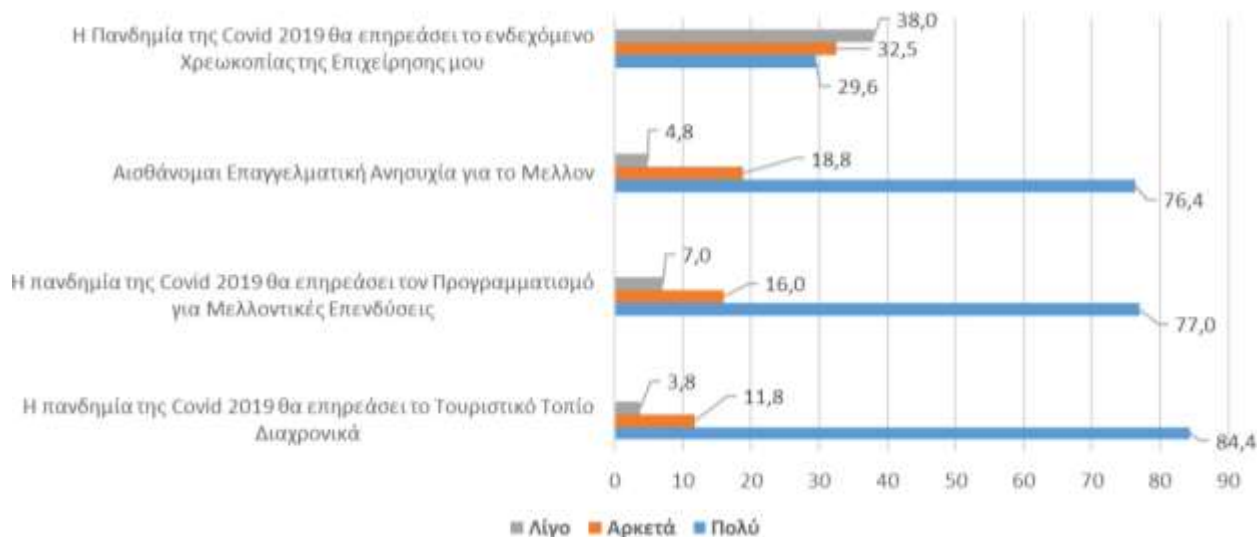
Διάγραμμα 1. Κατηγορίες Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

2. Καταγραφή Εκτιμήσεων για το Μέλλον του Τουρισμού εν Μέσω Πανδημίας

Οι προσπάθειες ανάσχεσης της πανδημίας και οι αντίστοιχοι υγειονομικοί περιορισμοί και ρυθμίσεις, διαμορφώνουν σενάρια εκτιμήσεων για το μέλλον του Τουρισμού σε διάφορες χώρες διεθνώς αλλά και στην χώρα μας. Στην Έρευνα καταγράφονται οι εκτιμήσεις των συμμετεχόντων **για το μέλλον του Τουρισμού** γενικότερα αλλά και ειδικότερα για την επικείμενη τουριστική σεζόν, ως προς τις παρακάτω διαστάσεις:

- ενδεχόμενο χρεοκοπίας λόγω της COVID-19,
- επαγγελματική ανησυχία για το μέλλον,
- προγραμματισμό για μελλοντικές επενδύσεις και
- επίδραση της πανδημίας στο τουριστικό τοπίο διαχρονικά.





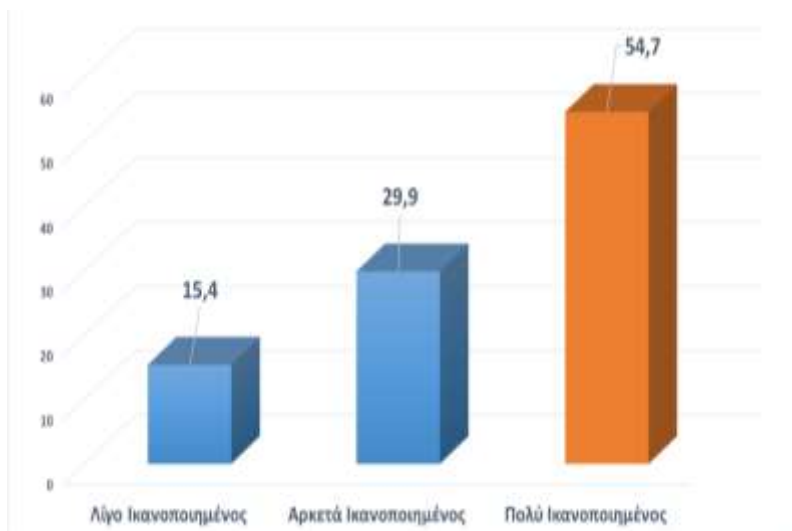
Διάγραμμα 2. Εκτιμήσεις Συμμετεχόντων για το Μέλλον του Τουρισμού υπό το Πρίσμα της Πανδημίας

Όπως φαίνεται από το Διάγραμμα 2:

- ✓ Το 29,6% των εκπροσώπων ξενοδοχειακών μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα αναγνωρίζει υψηλό ενδεχόμενο για χρεωκοπία λόγω της COVID-19.
- ✓ Το 76,4% των συμμετεχόντων δήλωσε ότι αισθάνεται πολύ μεγάλη επαγγελματική ανησυχία, ενώ το 18,8% δήλωσε ότι αισθάνεται αρκετή ανησυχία.
- ✓ Το 77,0% των συμμετεχόντων σημειώνει ότι η πανδημία θα επηρεάσει τις μελλοντικές επενδύσεις στον τουρισμό.
- ✓ Το 84,4% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η επίδραση της COVID-19 στον τουριστικό κλάδο θα συνεχίσει να είναι μεγάλη και τα επόμενα χρόνια (όχι μόνο το 2021).



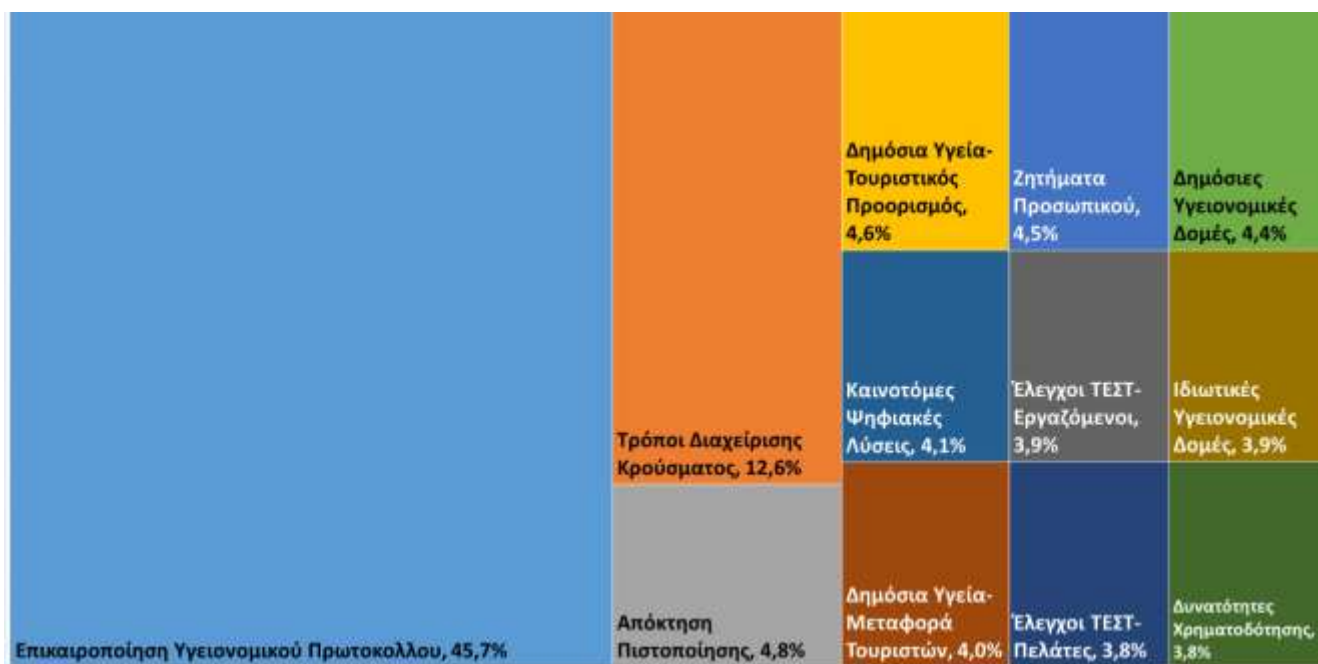
3. Ανάλυση Ικανοποίησης από την Παρεχόμενη Πληροφορία σε Σχέση με την COVID-19



Οι εκπρόσωποι των Ξενοδοχειακών Μονάδων που συμμετέχουν στην έρευνα (Διάγραμμα 3) δηλώνουν σε ποσοστό 54,7% «πολύ ικανοποιημένοι» από την τρέχουσα υγειονομική πληροφορία για την έναρξη/λειτουργία της επιχείρησης υπό το πρίσμα της COVID-19.

Διάγραμμα 3. Συνολική Ικανοποίηση από την τρέχουσα Πληροφορία για την έναρξη/λειτουργία της Επιχείρησης υπό το Πρίσμα της COVID-19

Η ικανοποίηση από την τρέχουσα πληροφορία των συμμετεχόντων στην έρευνα σε σχέση με τη διαχείριση της πανδημίας της COVID-19 στις ξενοδοχειακές μονάδες εξετάστηκε περαιτέρω συνολικά και ως προς 12 επιμέρους διαστάσεις/ανάγκες πληροφόρησης.



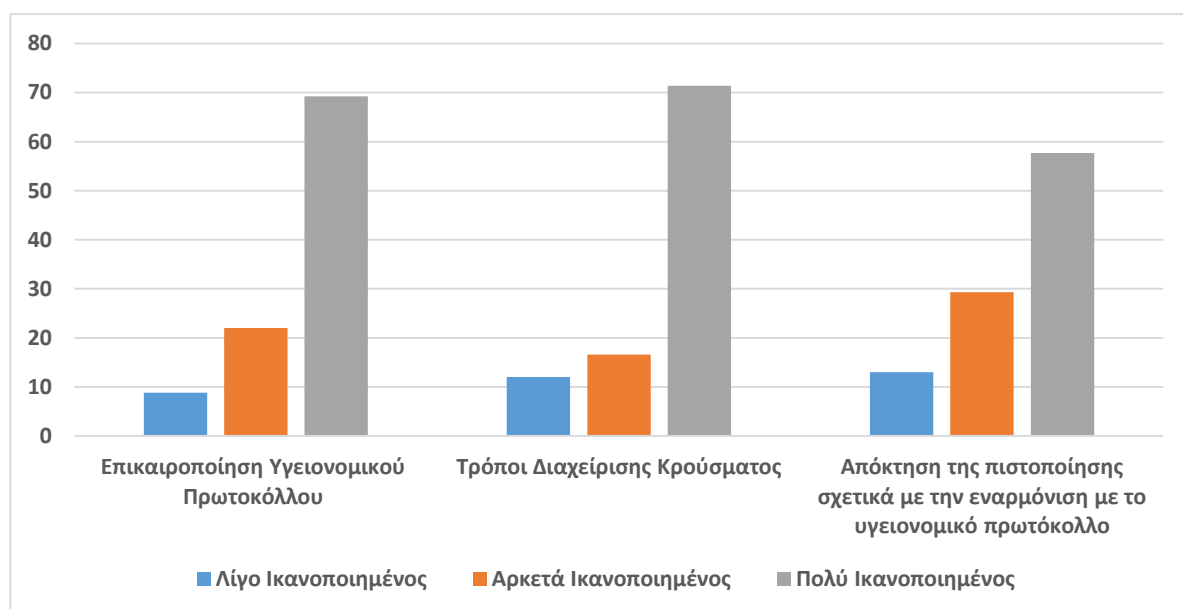
Διάγραμμα 4. Παράγοντες που Επηρεάζουν την Συνολική Ικανοποίηση από τις Επιμέρους Διαστάσεις/Ανάγκες Πληροφόρησης



Αναλύοντας τις επιμέρους διαστάσεις της ικανοποίησης, όπως παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4 (treemaps), παρατηρούμε ότι οι παράγοντες που συνεισφέρουν περισσότερο στη συνολική ικανοποίηση από την τρέχουσα πληροφορία των εκπροσώπων των ξενοδοχειακών μονάδων είναι οι ακόλουθοι:

- ✓ Η λήψη πληροφόρησης σχετικά με «Επικαιροποίηση του Υγειονομικού Πρωτοκόλλου» συνεισφέρει σε ποσοστό 45,7% στη συνολική ικανοποίηση,
- ✓ Η λήψη πληροφόρησης για τους «Τρόπους Διαχείρισης Κρούσματος» συνεισφέρει σε ποσοστό 12,6% στη συνολική ικανοποίηση.
- ✓ Η λήψη πληροφόρησης για την «Απόκτηση της πιστοποίησης σχετικά με την εναρμόνιση με το υγειονομικό πρωτόκολλο» συνεισφέρει σε ποσοστό 4,8% στη συνολική ικανοποίηση.

Πέραν της προηγηθείσας ανάλυσης επί των παραγόντων που επηρεάζουν την Συνολική Ικανοποίηση από τις επιμέρους διαστάσεις/ανάγκες πληροφόρησης, στην έρευνα καταγράφηκε το επίπεδο ικανοποίησης των τριών σημαντικότερων αναγκών πληροφόρησης (Διάγραμμα 5).



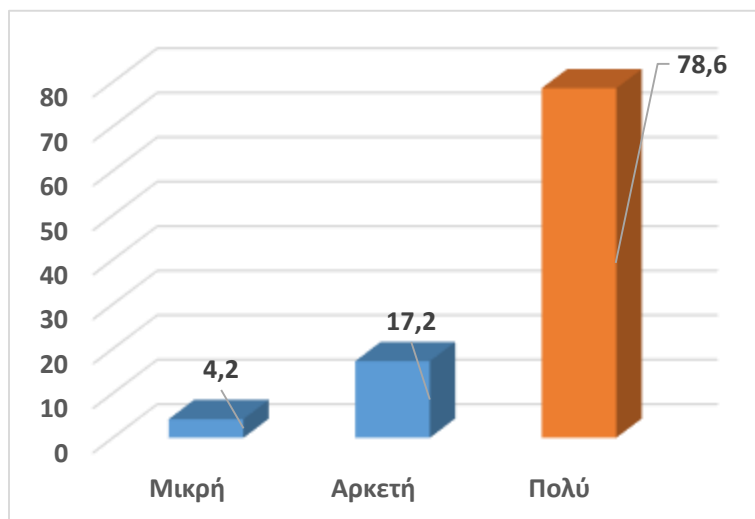
Διάγραμμα 5. Επίπεδο Ικανοποίησης από την Τρέχουσα Πληροφορία σύμφωνα με τις σημαντικότερες ανάγκες πληροφόρησης

Στην έρευνα καταγράφονται τα ακόλουθα ως προς το επίπεδο ικανοποίησης από την τρέχουσα πληροφορία των εκπροσώπων των ξενοδοχείων, που συμμετείχαν στην έρευνα, για τις σημαντικότερες ανάγκες πληροφόρησης:

- ✓ Το 69,2% των ερωτώμενων δηλώνει πολύ ικανοποιημένο από την τρέχουσα πληροφόρηση σχετικά με την «Επικαιροποίηση του υγειονομικού πρωτοκόλλου».
- ✓ Το 71,4% των ερωτώμενων δηλώνει πολύ ικανοποιημένο από την τρέχουσα πληροφόρηση σχετικά με τους «Τρόπους Διαχείρισης Κρούσματος».
- ✓ Το 57,7% των ερωτώμενων δηλώνει πολύ ικανοποιημένο από την τρέχουσα πληροφόρηση σχετικά με την «Απόκτηση της Πιστοποίησης».
- ✓



4. Χρησιμότητα Διαδικτύου για τη Λήψη Αποφάσεων στον Ξενοδοχειακό Κλάδο



Διάγραμμα 6. Συνεισφορά Διαδικτύου στην εύρεση Πληροφοριών σχετικά με της Επιχείρησης

Τα στελέχη των ξενοδοχειακών μονάδων δήλωσαν ότι η χρησιμότητα του διαδικτύου στην εύρεση πληροφοριών σχετικά με τη λειτουργία της επιχείρησης τους είναι πολύ μεγάλη σε ποσοστό 78,6%, ενώ μόνο ένα 4,2% του δείγματος δήλωσε ότι χρησιμότητα του διαδικτύου είναι μικρή. Γίνεται αντιληπτό ότι το διαδίκτυο αποτελεί βασική πηγή πληροφόρησης για τις επιχειρησιακές αποφάσεις στις ξενοδοχειακές μονάδες προκειμένου να λάβουν τις απαραίτητες πληροφορίες κατά την περίοδο της COVID-19.

5. Η σημασία της Ικανοποίησης των Αναγκών Πληροφόρησης των Επιχειρηματιών για την COVID-19 στον Τουρισμό

Στις αρχές της πανδημίας της COVID-19, τον Φεβρουάριο του 2020, ο Γενικός Γραμματέας του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (Π.Ο.Υ.) σημείωσε ότι *“we’re not just fighting an epidemic, we’re fighting an infodemic.”* Η «πανδημία της πληροφόρησης» περιλαμβάνει τόσο την ανάγκη διαμόρφωσης πολιτικών έγκυρης πληροφόρησης όσο και την ανάγκη εξάλειψης της παραπληροφόρησης. Σύμφωνα με την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας, καταλήγουμε στα εξής συμπεράσματα:

- ✓ Η αναζήτηση της πληροφορίας από τα στελέχη του τουρισμού είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την έννοια της «ανάγκης» για την αντιμετώπιση των απειλών και τον επαναπροσδιορισμό του ίδιου του κλάδου λόγω της πανδημίας της COVID-19.
- ✓ Η ικανοποίηση των αναγκών πληροφόρησης των στελεχών και των ιδιοκτητών ξενοδοχειακών μονάδων αρχικά παρουσιάζεται και στη συνέχεια **σχετίζεται με τα αισθήματα αβεβαιότητας, ανησυχίας ή ελέγχου** που αναπτύσσονται στην περίοδο της πανδημίας όταν πρέπει να λάβουν αποφάσεις για τις επιχειρήσεις.
- ✓ Η πληροφορία αποτελεί βασικό στοιχείο λήψης επιχειρηματικών αποφάσεων υπό το πρίσμα της COVID-19 και επιδρά στις στάσεις, αντιλήψεις και στις συμπεριφορές των στελεχών και των ιδιοκτητών ξενοδοχειακών μονάδων.
- ✓ Η πληροφορία και οι πολιτικές για την έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση των στελεχών στον τουρισμό νοηματοδοτούν τις προοπτικές του τουρισμού υπό το πρίσμα των επιδράσεων της COVID-19

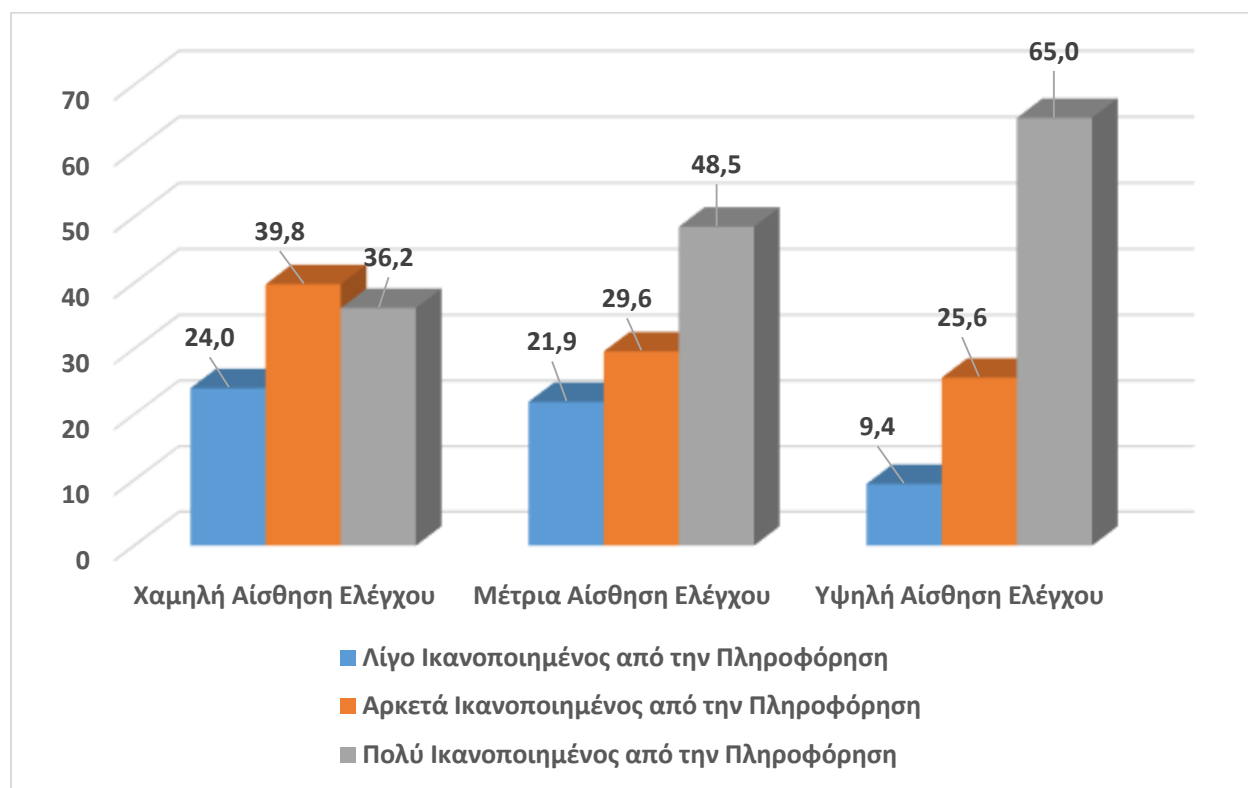


Η ικανοποίηση από την τρέχουσα υγειονομική πληροφορία για την έναρξη/λειτουργία της επιχείρησης υπό το πρίσμα της COVID-19 μπορεί να συσχετιστεί με διάφορες παραμέτρους όπως οι ακόλουθοι:

- ✓ **Με την αίσθηση ελέγχου των καταστάσεων που επηρεάζουν την επιχείρηση λόγω της πανδημίας της COVID-19**

Το ποσοστό των συμμετεχόντων (Διάγραμμα 7) που δηλώνουν ότι αισθάνονται ότι έχουν έλεγχο στη διαχείριση των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων υπό το πρίσμα της υγειονομικής κρίσης αυξάνεται όσο μεγαλώνει το ποσοστό ικανοποίησης. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν τον έλεγχο της κατάστασης αυξάνει από 36,2% σε 65,0% μεταξύ των «λίγο» και «πολύ» ικανοποιημένων από την τρέχουσα πληροφόρηση.

Τα στελέχη και οι ιδιοκτήτες ξενοδοχειακών μονάδων που παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από την τρέχουσα πληροφόρηση αισθάνονται ότι έχουν αυξημένο έλεγχο των καταστάσεων που επηρεάζουν την ξενοδοχειακή επιχείρηση.



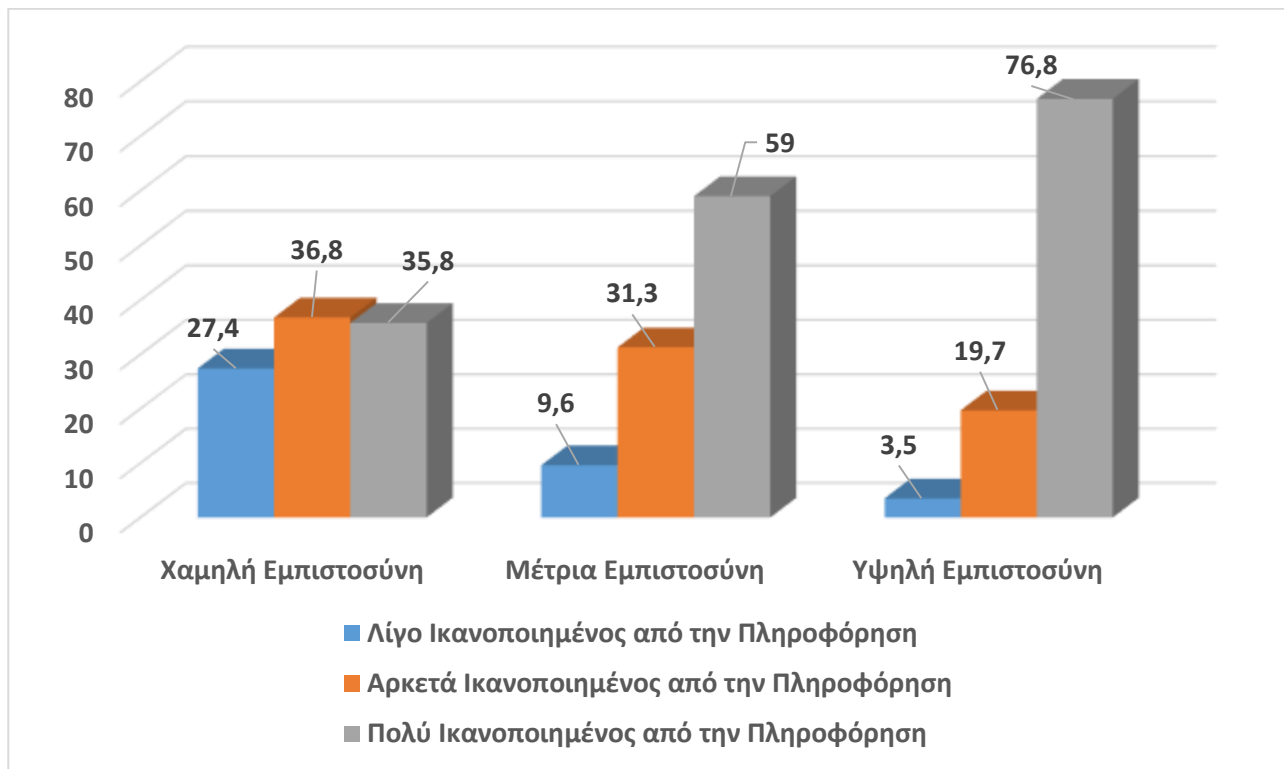
Διάγραμμα 7. Συσχετίζοντας το Επίπεδο Ικανοποίησης από την Τρέχουσα Πληροφορία με την Αίσθηση Ελέγχου των Στελεχών και των Ιδιοκτητών Ξενοδοχειακών Μονάδων



- ✓ Με τον βαθμό εμπιστοσύνης ότι η δημόσια διοίκηση μπορεί να προστατέψει τα συμφέροντα της επιχείρησης

Το ποσοστό των συμμετεχόντων που δηλώνουν ότι αισθάνονται ότι η δημόσια διοίκηση μπορεί να προστατεύσει τα συμφέροντα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων λόγω της πανδημίας της COVID-19 αυξάνεται όσο μεγαλώνει το ποσοστό ικανοποίησης από την τρέχουσα πληροφορία. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν εμπιστοσύνη στη Δημόσια Διοίκηση για τη διαχείριση της πανδημίας σχεδόν διπλασιάζεται, από 35,8% σε 76,8%, μεταξύ των «λίγο» και «πολύ» ικανοποιημένων από την τρέχουσα πληροφόρηση.

Τα στελέχη και οι ιδιοκτήτες ξενοδοχειακών μονάδων που παρουσιάζουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από την τρέχουσα πληροφόρηση παρουσιάζουν αυξημένο βαθμό εμπιστοσύνης ότι η δημόσια διοίκηση μπορεί να προστατεύσει τα συμφέροντα της ξενοδοχειακής επιχείρησης.



Διάγραμμα 8. Συσχετίζοντας την Εμπιστοσύνη στη Δημόσια Διοίκηση με την Ικανοποίηση από την Πληροφόρηση για την COVID-19



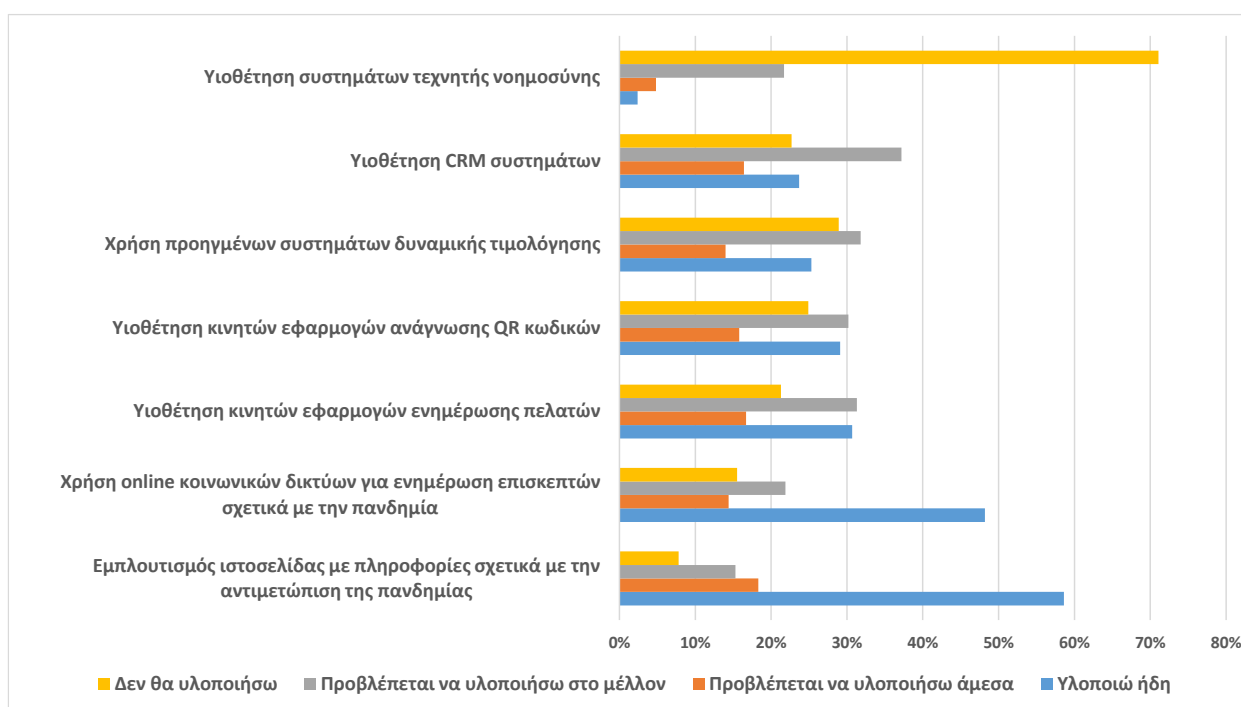
6. Ψηφιακός Μετασχηματισμός Ξενοδοχειακών επιχειρήσεων

- ✓ Έξι στις δέκα επιχειρήσεις (ποσοστό 59,0%) χρησιμοποιούν ήδη την **ιστοσελίδα τους ως βασική πλατφόρμα ενημέρωσης** των επισκεπτών για τις πρακτικές που ακολουθούν σε σχέση με την COVID-19 (π.χ. πρόγραμμα πρόληψης, πολιτική ακύρωσης κρατήσεων, συχνές ερωτήσεις σχετικά με τους τρόπους αντιμετώπισης των ενδεχόμενων κρουσμάτων από την πολιτεία κ.ο.κ.).

Οι ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις βρίσκονται στα αρχικά στάδια του ψηφιακού τους μετασχηματισμού.

Η πανδημία φαίνεται ότι έχει επιταχύνει το ρυθμό υιοθέτησης των ψηφιακών τεχνολογιών από τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

- ✓ Αντίστοιχα, **πέντε στις δέκα επιχειρήσεις** (ποσοστό 48,0%) έχουν υιοθετήσει τις **πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων** ως εναλλακτικό μηχανισμό ενημέρωσης των υποψήφιων επισκεπτών της ξενοδοχειακής μονάδας σχετικά με την πολιτική αντιμετώπισης της επιχείρησης για ενδεχόμενα κρούσματα.



Διάγραμμα 9. Υιοθέτηση Καινοτόμων Ψηφιακών Λύσεων από Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις

Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η σταδιακή υιοθέτηση καινοτόμων ψηφιακών λύσεων από τις ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Ειδικότερα:



- ✓ **Τρεις στις δέκα επιχειρήσεις** έχουν αναπτύξει **ψηφιακές εφαρμογές εξυπηρέτησης των πελατών τους σε κινητά και tablet** (όπως π.χ. mobile check-in, παροχή πληροφορίας για τη μονάδα μέσω κινητού/ tablet, επικοινωνία με το προσωπικό μέσω κινητού, κ.ο.κ.), καθώς επίσης και **εφαρμογές ανάγνωσης QR κωδικών** μέσω κινητών συσκευών για την ψηφιακή ανάγνωση του μενού στο εστιατόριο του ξενοδοχείου ή για την εύρεση χρήσιμων πληροφοριών σε φυλλάδια/ αφίσες ειδικά τοποθετημένες στην ξενοδοχειακή μονάδα (ποσοστό 31% και 29% αντίστοιχα).
- ✓ Σε μικρότερο βαθμό παρατηρείται η υιοθέτηση προηγμένων πληροφοριακών **συστημάτων δυναμικής τιμολόγησης και συστημάτων εξυπηρέτησης πελατών (CRM)**. Ειδικότερα, περίπου **μία στις τέσσερις επιχειρήσεις** (ποσοστό 25,0% και 24,0% αντίστοιχα) έχουν ήδη υιοθετήσει αντίστοιχα συστήματα.

Σχετικά με την πρόθεση υιοθέτησης των ψηφιακών τεχνολογιών από όσες επιχειρήσεις δεν έχουν ήδη υλοποιήσει κάποια από τις εξεταζόμενες ψηφιακές λύσεις (Διάγραμμα 9).

- ✓ Εξετάζοντας συνδυαστικά το ποσοστό των επιχειρήσεων που ήδη έχουν υλοποιήσει ψηφιακές λύσεις και το ποσοστό των επιχειρήσεων που προτίθενται να τις υλοποιήσουν άμεσα (έως την προσεχή τουριστική περίοδο) παρατηρούμε ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις δίνουν **προτεραιότητα στη χρήση των βασικών ψηφιακών υποδομών (ιστοσελίδα και online κοινωνικά δίκτυα) για την προβολή τους και την ενημέρωση των επισκεπτών τους**, ενώ σε ποσοστό που κυμαίνεται από 40,0% έως και 50,0% αναμένεται η υιοθέτηση κινητών εφαρμογών και εσωτερικών πληροφοριακών συστημάτων.
- ✓ Αξίζει να σημειωθεί ότι οι περισσότεροι εκπρόσωποι ξενοδοχειακών επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, πάνω από το 70,0%, δηλώνουν ότι **δεν προτίθενται να χρησιμοποιήσουν εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης (π.χ. συστήματα ρομποτικής, chatbots εξυπηρέτησης επισκεπτών, συστήματα πρόβλεψης ζήτησης)**. Το γεγονός αυτό δεν συνάδει με την παγκόσμια τάση ψηφιακής καινοτομίας στον τουριστικό κλάδο, βάσει της οποίας επιχειρείται αξιοποίηση τεχνικών τεχνητής νοημοσύνης τόσο για την διευκόλυνση της επικοινωνίας της επιχείρησης με τον πελάτη (customer access to service) όσο και για την ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών (service innovation).

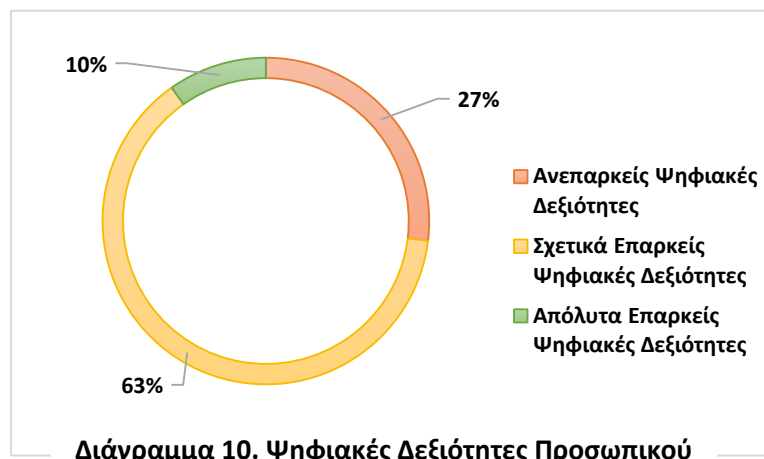
Οι ελληνικές επιχειρήσεις δίνουν προτεραιότητα στη χρήση των βασικών ψηφιακών υποδομών (ιστοσελίδα και online κοινωνικά δίκτυα) για την προβολή τους και την ενημέρωση των επισκεπτών τους.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις σταδιακά αποκτούν κουλτούρα ψηφιακής καινοτομίας. Ωστόσο, υπάρχουν ακόμα πολλά περιθώρια περαιτέρω ψηφιακής υλοποίησης και μετασχηματισμού για τις επιχειρήσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο.



7. Ψηφιακές Δεξιότητες και Καινοτόμες Υπηρεσίες των Ξενοδοχειακών Μονάδων

Το Διάγραμμα 10 παρουσιάζει το αυτο-αντιλαμβανόμενο επίπεδο ψηφιακών δεξιοτήτων των εκπροσώπων των ξενοδοχειακών μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα:



✓ **Μόνο ένας στους δέκα εκπροσώπους ξενοδοχειακών επιχειρήσεων θεωρεί ότι έχει απόλυτα επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες.**

✓ Το μεγαλύτερο ποσοστό (63,0%) θεωρεί ότι έχει σε μέτριο βαθμό τις αναγκαίες δεξιότητες που απαιτεί η αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών.

✓ Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό (27,0%) καταγράφει **ανεπαρκείς ψηφιακές δεξιότητες!**

Στην μετά την COVID-19 εποχή φαίνεται να ενισχύεται η χρήση ενδο-επιχειρησιακών πληροφοριακών συστημάτων αλλά και ψηφιακών εφαρμογών που απευθύνονται σε πελάτες, συνεπώς αυξάνονται οι απαιτήσεις για ψηφιακές δεξιότητες.

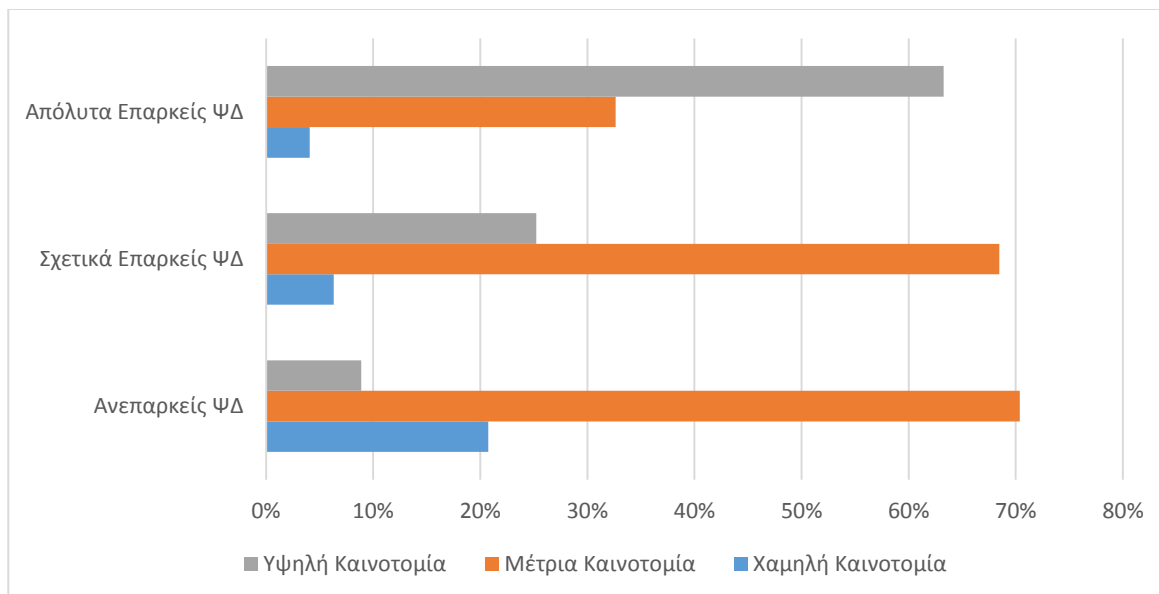
Το προσεχές διάστημα πρέπει να ανανεωθούν με συντονισμένο τρόπο οι ψηφιακές δεξιότητες των εργαζομένων στον Τουρισμό.

Η σημασία των ψηφιακών δεξιοτήτων είναι ολοένα αυξανόμενη για τις Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις και εξυπηρετεί την ανάγκη τους όχι μόνο στο να διαχειρίζονται ένα σύνολο από πληροφοριακά συστήματα εντός του οργανισμού, αλλά και στο να αναπτύσσουν καινοτόμες τουριστικές υπηρεσίες. Η έρευνα κατέγραψε και συσχέτισε τις δύο αυτές παραμέτρους, καταλήγοντας στα ακόλουθα συμπεράσματα.

Σύμφωνα με το Διάγραμμα 11:

- ✓ Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτουν απόλυτα επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες, παρουσιάζουν επίσης υψηλή καινοτομία σε επίπεδο υπηρεσιών. Ειδικότερα, παρατηρείται αύξηση μεγαλύτερη από 100% στο αντιληπτό ποσοστιαίο επίπεδο καινοτομίας υπηρεσιών από τους συμμετέχοντες μεταξύ των στελεχών που θεωρούν ότι η επιχείρησή τους έχει σχετικά επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες σε σχέση με τα στελέχη που θεωρούν ότι η επιχείρησή τους έχει απόλυτα επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες.
- ✓ Από τις επιχειρήσεις που έχουν σχετικά επαρκείς ψηφιακές δεξιότητες, οι περισσότερες αναπτύσσουν μέτρια ή υψηλή καινοτομία.
- ✓ Αντιθέτως, οι επιχειρήσεις που διακρίνονται από ανεπαρκείς ψηφιακές δεξιότητες, διαθέτουν είτε μέτριο είτε χαμηλό δείκτη καινοτομίας.





Διάγραμμα 11. Ψηφιακές Δεξιότητες και Καινοτομία Υπηρεσιών για Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις

8. Σημασία του Ψηφιακού Μετασχηματισμού για την Ικανότητα των Ξενοδοχειακών Μονάδων να Διαχειρίζονται την Πανδημία

Ο βαθμός υιοθέτησης των ψηφιακών λύσεων έχει **θετική επίδραση στις αντιλήψεις των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αναφορικά με τις προοπτικές της επιχείρησής τους και το επίπεδο αισιοδοξίας για την επόμενη τουριστική σεζόν.**

- ✓ Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις που έχουν εφαρμόσει ψηφιακές λύσεις σε μέτριο και μεγάλο βαθμό εμφανίζουν μεγαλύτερη σιγουριά στην ικανότητα διαχείρισης της επιχείρησης κατά την περίοδο της πανδημίας, η οποία αγγίζει τα επίπεδα του 14,0% μεταξύ των επιχειρήσεων με μεγάλο και μικρό βαθμό ψηφιακής υιοθέτησης.
- ✓ Οι επιχειρήσεις με μεγάλο βαθμό αποδοχής και χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών παρουσιάζουν μικρότερη ανησυχία για ενδεχόμενη χρεωκοπία της επιχείρησής τους κατά 15,0% σε σχέση με τις επιχειρήσεις με χαμηλό επίπεδο αποδοχής και χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών.
- ✓ Αντίστοιχα βελτιωμένες αντιλήψεις οι οποίες προσεγγίζουν το 10,0% παρατηρούνται στα αντιληπτά επίπεδα

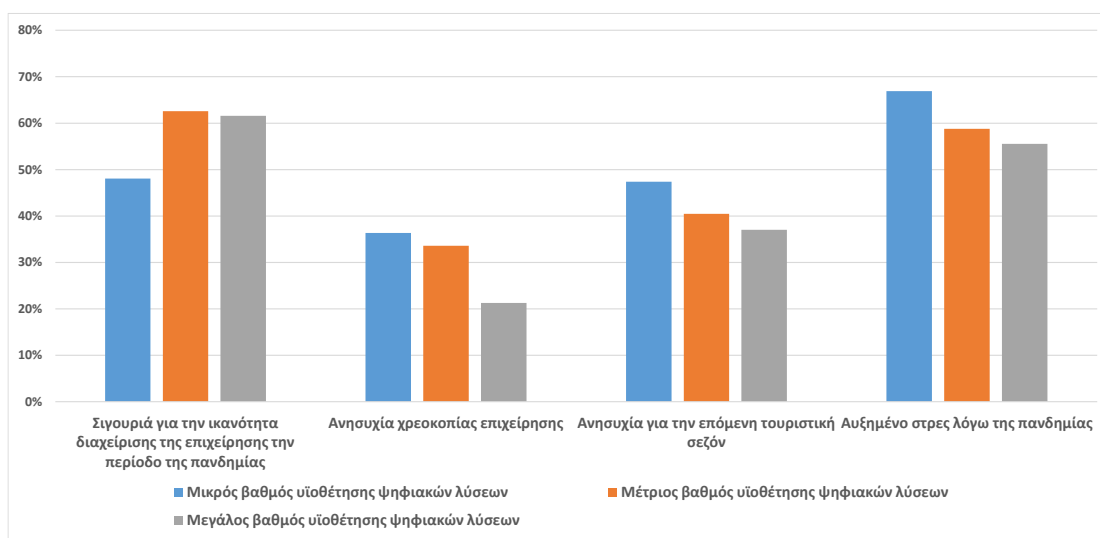
Ο βαθμός υιοθέτησης των ψηφιακών λύσεων έχει θετική επίδραση στις αντιλήψεις των ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αναφορικά με τις προοπτικές της επιχείρησής τους και το επίπεδο αισιοδοξίας για την επόμενη τουριστική σεζόν.

Οι επιχειρήσεις με μεγάλο βαθμό αποδοχής και χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών παρουσιάζουν μικρότερη ανησυχία για ενδεχόμενη χρεωκοπία της επιχείρησής τους κατά 15,0% σε σχέση με τις επιχειρήσεις με χαμηλό επίπεδο αποδοχής και χρήσης των ψηφιακών τεχνολογιών.



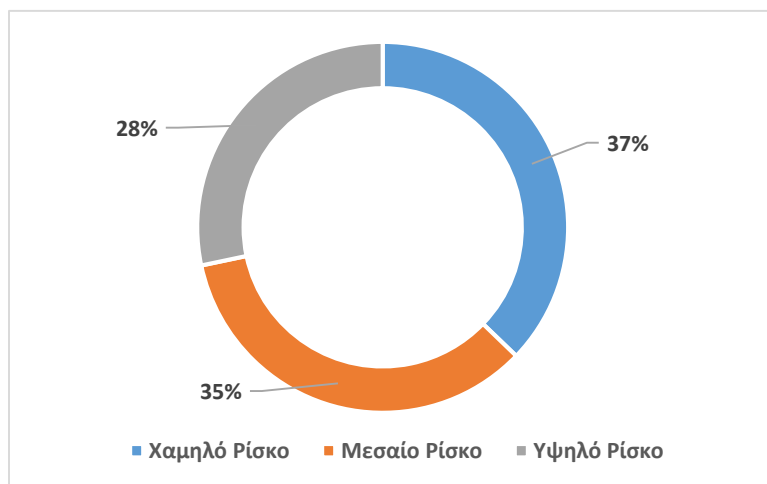
ανησυχίας των επιχειρήσεων για την επόμενη τουριστική σεζόν, καθώς επίσης και στο στρες λόγω της πανδημίας.

Σε όλες τις περιπτώσεις, οι εκπρόσωποι των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με αυξημένο βαθμό υιοθέτησης ψηφιακών εφαρμογών εμφανίζουν περισσότερο αισιόδοξες αντιλήψεις σε σχέση με το μέλλον της ξενοδοχειακής επιχείρησης.



Διάγραμμα 12: Συσχέτιση Βαθμού Υιοθέτησης Ψηφιακών Λύσεων με Ανησυχία για Πανδημία

9. Καινοτομία, Ανάλυση Ρίσκου και Ανάγκες Κεφαλαίου των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

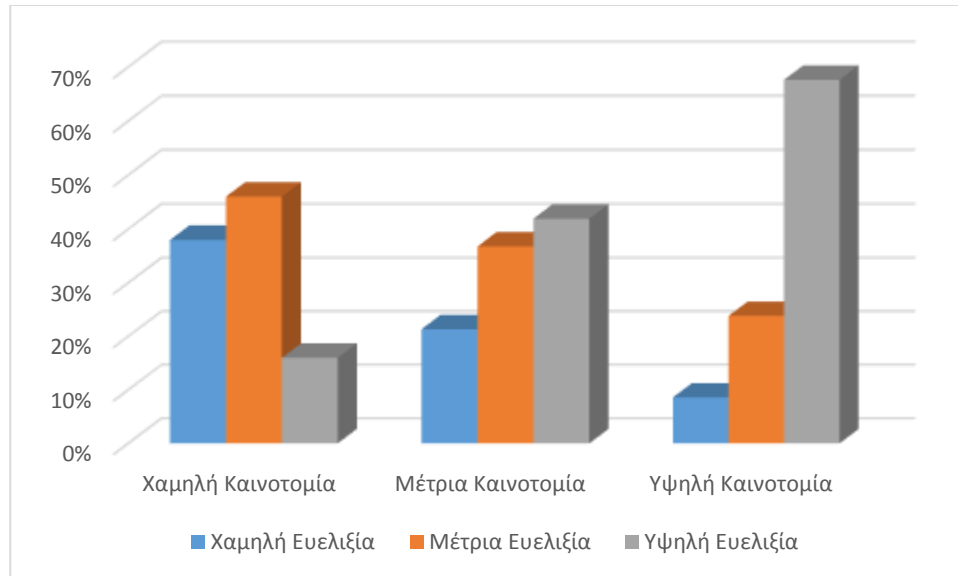


Διάγραμμα 13. Ανάλυση Ρίσκου από Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις

Μόνο 28,0% των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι διατεθειμένες να αναλάβουν ρίσκο για ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών, ενώ 37% είναι αρνητικές στην ανάληψη οποιουδήποτε ρίσκου.

Η ανάληψη ρίσκου είναι άμεσα συνυφασμένη με την καινοτομία αλλά και την ικανότητα των επιχειρήσεων να έχουν πρόσβαση σε αναγκαίο κεφάλαιο που θα καλύπτει τις καινοτόμες δράσεις τους.





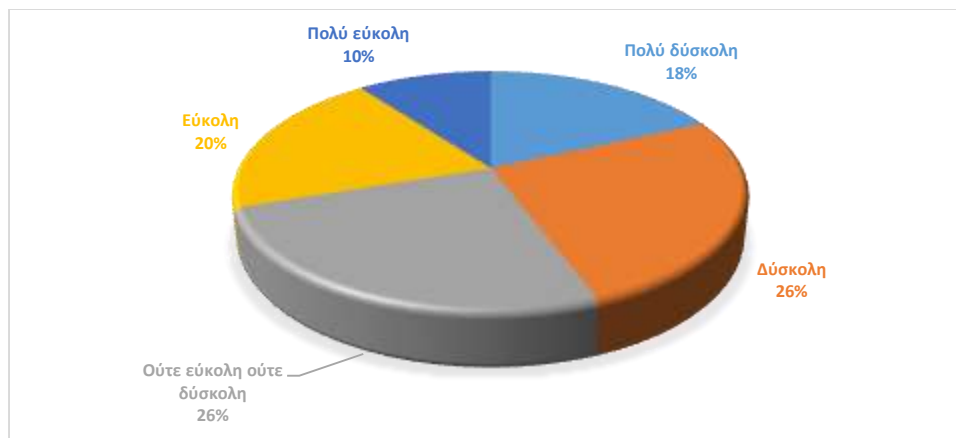
Διάγραμμα 14. Συσχέτιση Ευελιξίας με Καινοτομία Ξενοδοχειακών Μονάδων

- ✓ Περίπου 3 στις 10 επιχειρήσεις (24,8%) αναπτύσσουν νέες υπηρεσίες κάθε τουριστική σεζόν, ενώ 1 στις 10 επιχειρήσεις δεν αναπτύσσουν καμία καινοτόμα υπηρεσία.
- ✓ Μόλις 19,4% των εκπροσώπων δηλώνουν ότι έχουν την αναγκαία ευελιξία για να υποστηρίξουν αυξομειώσεις στη ζήτηση τους. Οι επιχειρήσεις με **περισσότερη ευελιξία έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αναπτύξουν μέτρια και υψηλή καινοτομία**, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 15. Αντιθέτως, οι επιχειρήσεις με χαμηλή καινοτομία, έχουν μέτρια ως χαμηλή ευελιξία.
- ✓ Ωστόσο, γύρω στο 44,0% δηλώνουν δυσκολία στον εντοπισμό του αναγκαίου οικονομικού κεφαλαίου που θα τους προσδώσει μεγαλύτερη ευελιξία.

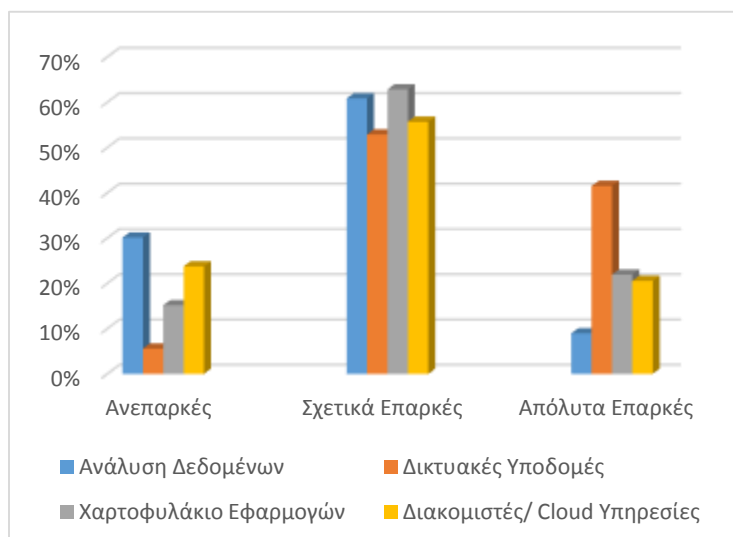
Η επιβίωση στην μετά COVID-19 εποχή και η διαμόρφωση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις απαιτεί ανάληψη ρίσκου και ευελιξία στη διαχείριση της πανδημίας.

Η ανάπτυξη αυτών των δύο επιχειρησιακών ικανοτήτων αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση, προκειμένου να μπορέσουν οι Ελληνικές Ξενοδοχειακές Μονάδες να μπουν σε τροχιά επανεκκίνησης.





Διάγραμμα 15. Πρόσβαση σε Οικονομικό Κεφάλαιο (Χρηματοδότηση)



Αναφορικά με το τεχνολογικό κεφάλαιο που είναι αναγκαίο να υπάρχει στις επιχειρήσεις για να επιτύχουν τόσο τον ψηφιακό μετασχηματισμό όσο και την καινοτομία, οι Ξενοδοχειακές Μονάδες που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι το τεχνολογικό τους κεφάλαιο είναι ανεπαρκές σε επίπεδο διαχείρισης δεδομένων κατά 30,0%, σε υπηρεσίες δικτύωσης κατά 5,5%, σε επίπεδο εφαρμογών και διαδικτυακών υπηρεσιών κατά 15,1% και σε επίπεδο πληροφοριακής υποδομής (server, cloud computing) κατά 23,5%.

Διάγραμμα 16. Τεχνολογικό Κεφάλαιο Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων

Οι επιχειρήσεις έχουν ανάγκη ενίσχυσης σε όρους τόσο οικονομικού όσο και τεχνολογικού κεφαλαίου. Οι ανάγκες τους θα πρέπει να καλυφθούν δίνοντας στις επιχειρήσεις χρηματοδότηση αλλά και κίνητρα για:

- ✓ Να αναπτύξουν τις ψηφιακές δεξιότητες του προσωπικού τους,
- ✓ Να υιοθετήσουν ψηφιακές λύσεις για διευκόλυνση της πρόσβασης των πελατών στις υπηρεσίες τους (digitization),
- ✓ Να αναπτύξουν νέες ψηφιακές υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας για τους πελάτες στην μετά-covid εποχή (digitalization),
- ✓ Να διευρύνουν και να εντείνουν τις προσπάθειες τους προς την κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού και εν τέλει
- ✓ Να ενισχύσουν τον δείκτη καινοτομίας τους στην εγχώρια, ευρωπαϊκή και διεθνή τουριστική αγορά.



10. Συνολικές Προτάσεις για τον Τουρισμό υπό το Πρίσμα της COVID-19

01

Περιοδική παρακολούθηση της υιοθέτησης ψηφιακών λύσεων καθώς και του ψηφιακού μετασχηματισμού των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

02

Τακτική και θεσμικά οργανωμένη αξιολόγηση των ψηφιακών δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και παροχή προσαρμοσμένων προτάσεων για ψηφιακές επενδύσεις.

03

Ανάπτυξη ενός οργανωμένου και θεσμικά κατοχυρωμένου μηχανισμού ψηφιακής ενημέρωσης και πληροφόρησης των επιχειρηματιών του κλάδου αναφορικά με τη διαχείριση των επιπτώσεων της πανδημίας, προσαρμοσμένο στο επίπεδο ψηφιακής ωριμότητας των επιχειρήσεων.

04

Διαμόρφωση προγραμμάτων επιμόρφωσης για ενίσχυση ψηφιακών ικανοτήτων (reskilling-upskilling) στελεχών διαφορετικών ειδικοτήτων του ξενοδοχειακού κλάδου.

05

Σχεδιασμός νέων χρηματοδοτικών εργαλείων για την ενίσχυση του οικονομικού και τεχνολογικού κεφαλαίου των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, με στόχο την ενδυνάμωση της ικανότητας ανάπτυξης καινοτομίας σε επίπεδο υπηρεσιών.

