



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ

ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΤΗΣ ΣΑΜΟΥ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

της

Βακρά Αγγελικής

Επιβλέπων :

Δρ. Λουκής Ευριπίδης,

Καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του
Πανεπιστημίου Αιγαίου

Μέλη εξεταστικής επιτροπής:

Δρ Χαραλαμπίδης Ιωάννης ,

Καθηγητής του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του
Πανεπιστημίου Αιγαίου

Δρ Κυριακού Νίκη ,

Μεταδιδακτορική Ερευνήτρια του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών
Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου

Σάμος, Σεπτέμβριος 2022

Πρόλογος και ευχαριστίες

Η παρούσα εργασία εκπονήθηκε στα πλαίσια απόκτησης διπλώματος του Τμήματος Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων του Πανεπιστημίου Αιγαίου. Στόχος της εργασίας είναι η μελέτη και ανάδειξη των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19 στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Σάμου. Επιλέξαμε να κάνουμε έρευνα για το νησί της Σάμου, καθώς είναι ο τόπος διαμονής και δραστηριοποίησής μας εφόσον και το Τμήμα του Πανεπιστημίου βρίσκεται εκεί. Για την συγγραφή της εργασίας υπήρχε συνεργασία και επίβλεψη από τον Καθηγητή το Τμήματος, κύριο Ευριπίδη Λουκή.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον Καθηγητή Ευριπίδη Λουκή, με τον οποίο συνεργάστηκα για την εκπόνηση της εργασίας και ο οποίος με υπομονή με καθοδήγησε και με βοήθησε. Τον ευχαριστώ θερμά, γιατί αφουγκράστηκε τις ανησυχίες και τους περιορισμούς που υπήρχαν και ήταν αρωγός όλο αυτό το διάστημα πιστεύοντας σε εμένα. Επιπλέον, πέραν της συγγραφής της διπλωματικής, θα ήθελα να τον ευχαριστήσω και για όλα αυτά τα χρόνια στο Πανεπιστήμιο που μου πρόσφερε πάντα απλόχερα τις συμβουλές και τις γνώσεις του.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους τους επιχειρηματίες που συμμετείχαν στην έρευνα που διεξήγαγα. Χωρίς την πολύτιμη βοήθειά τους, δεν θα μπορούσα να επιτύχω τον στόχο μου και να ολοκληρώσω τη συγγραφή της παρούσας εργασίας. Τους ευχαριστώ, λοιπόν, που με εμπιστεύτηκαν με τις πληροφορίες τους, μου άνοιξαν τις επιχειρήσεις τους για τις συνεντεύξεις και μου διέθεσαν λίγο από τον ελάχιστο χρόνο που διέθεταν.

Παράλληλα, ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στην οικογένειά μου που ήταν δίπλα μου από την αρχή των σπουδών μου έως και σήμερα. Χωρίς τη βοήθειά τους δεν θα τα είχα καταφέρει, αφού σε όλες τις δύσκολες και εύκολες στιγμές ήταν κοντά μου. Τέλος, πρέπει να ευχαριστήσω την κόρη μου, η οποία ήταν και ο λόγος που δεν τα παράτησα σε περιόδους που είχα δυσκολευτεί πολύ, ώστε να μπορώ ίσως κάποια στιγμή να αποτελώ παράδειγμα για αυτή.

© 2022

της

Βακρά Αγγελικής

Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Πίνακας περιεχομένων

1	Εισαγωγή.....	1
1.1	Τι είναι ο κορονοϊός;.....	1
1.1.1	Ποια είναι τα συμπτώματα του κορονοϊού;.....	1
1.1.2	Ομάδες υψηλού κινδύνου.....	2
1.1.3	Τρόποι μετάδοσης του κορονοϊού.....	3
1.1.4	Μέτρα προστασίας έναντι του ιού.....	3
1.1.5	Ποια είναι τα είδη test που υπάρχουν για την ανίχνευση του ιού.....	4
1.1.6	Εμβόλια κατά του κορονοϊού.....	5
1.1.7	Μεταλλάξεις του Sars-Cov-2.....	8
1.1.8	Θεραπεία.....	9
1.2	Τι είναι οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).....	9
1.3	Τι είναι ο δείκτης Α.Ε.Π. και πώς διαμορφώνεται ;.....	10
1.4	Τι είναι το ICT Plan μιας επιχείρησης;.....	10
1.5	Τι είναι ο Risk Management.....	11
2	Επιπτώσεις της πανδημίας στις επιχειρήσεις	12
2.1	Κρίσεις του 20 ^{ου} αιώνα	12
2.1.1	Το «Κραχ» του 1929.....	12
2.1.2	Μαύρη Δευτέρα 1987.....	13
2.1.3	Η κρίση του 2007-2009	13
2.2	Επιρροή της πανδημίας στις επιχειρήσεις	14
2.3	Πώς προσαρμόζονται οι επιχειρήσεις και τα ICT plans τους σε περιόδους οικονομικής κρίσης και ύφεσης;.....	15
2.4	Τι είναι ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός;.....	16
2.4.1	Η κρίση της πανδημίας Covid-19 ως επιταχυντής του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.....	18

2.5	Κορονοϊός και ξενοδοχεία.....	19
2.5.1	Τι γίνεται αν βρεθεί κρούσμα στο ξενοδοχείο;	20
2.5.2	Ποιος είναι ο αντίκτυπος του Covid-19 στα ξενοδοχεία;	20
2.5.3	Ποια είναι η χρήση των ΤΠΕ στη λειτουργία των Ελληνικών Ξενοδοχείων ;	22
2.5.4	Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την υιοθέτηση ΤΠΕ από τα ξενοδοχεία	22
2.6	Ξενοδοχειακά ΠΣ	24
2.6.1	Γιατί το Wi-Fi (Wireless Fidelity) είναι σημαντικό για τα ξενοδοχεία;	26
2.6.2	Γιατί η ύπαρξη ιστοσελίδας της επιχείρησης είναι αναγκαία;	26
3	Μεθοδολογία	28
4	Ανάλυση	31
4.1	Τι επιπτώσεις είχε η πανδημία στα έσοδα της επιχείρησης και ποιες επιχειρήσεις διέκοψαν τη λειτουργία τους.	31
4.2	Χρήση των ICT στα ξενοδοχεία εν μέσω Covid.	34
4.3	Επιρροή του Covid στις βασικές συνιστώσες της επιχείρησης	39
4.4	Εξωστρεφής χρήση ICT	47
4.5	Εσωστρεφής χρήση ICT.....	55
4.6	Υπηρεσίες προς τους πελάτες.....	66
4.7	Περιορισμός έργων ψηφιακής τεχνολογίας	76
4.8	Βελτιώσεις και Εξορθολογισμοί.....	81
4.9	Χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών μετά το πέρας της πανδημίας.	91
5	Συμπεράσματα & Περιορισμοί	97
5.1	Συμπεράσματα.....	97
5.2	Περιορισμοί.....	99
	Βιβλιογραφία.....	100
	Παράρτημα Ι Ερωτηματολόγιο.....	104

,

Λίστα Σχημάτων

Εικόνα 1:Επάρχηση αναγκαιότητας επενδύσεων ΤΠΕ	25
Εικόνα 2:Κρατήσεις μεγάλων ξενοδοχείων	42
Εικόνα 3: Θέσεις εργασίας μεγάλων ξενοδοχείων	42
Εικόνα 4: Επιρροή λειτουργίας μεγάλων ξενοδοχείων.....	43
Εικόνα 5: Κρατήσεις μικρών ξενοδοχείων	46
Εικόνα 6:Θέσεις εργασίας μικρών ξενοδοχείων	46
Εικόνα 7: Επιρροή λειτουργίας μικρών ξενοδοχείων	46
Εικόνα 8: Ηλεκτρονικά κανάλια κρατήσεων (Μεγάλα ξενοδοχεία)	50
Εικόνα 9: Ηλεκτρονική Προβολή (Μεγάλα ξενοδοχεία).....	50
Εικόνα 10: Ηλεκτρονικές συναλλαγές (Μεγάλα ξενοδοχεία).....	50
Εικόνα 11: Ηλεκτρονικές κρατήσεις (μικρά ξενοδοχεία)	54
Εικόνα 12: Ηλεκτρονική προβολή (μικρά ξενοδοχεία)	54
Εικόνα 13: Ηλεκτρονικές συναλλαγές (μικρά ξενοδοχεία)	54
Εικόνα 14 : Χρήση Cloud (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	58
Εικόνα 15: Ενίσχυση hardware(Μεγάλα Ξενοδοχεία)	59
Εικόνα 16 : Ενίσχυση Πληροφοριακών Συστημάτων (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	59
Εικόνα 17: Χρήση τηλεδιασκέψεων (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	60
Εικόνα 18: Πρόσβαση μέσω VPN (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	60
Εικόνα 19: Χρήση Cloud (Μικρά Ξενοδοχεία).....	64
Εικόνα 20: Ενίσχυση hardware (Μικρά Ξενοδοχεία).....	64
Εικόνα 21:Ενίσχυση Πληροφοριακών συστημάτων (Μικρά Ξενοδοχεία)	64
Εικόνα 22: Χρήση τηλεδιασκέψεων (Μικρά Ξενοδοχεία)	65
Εικόνα 23:Πρόσβαση μέσω VPN (Μικρά Ξενοδοχεία)	65
Εικόνα 24: Προσαρμογή υπηρεσιών (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	70
Εικόνα 25: Δημιουργία νέων υπηρεσιών (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	70
Εικόνα 26: Σε ποιο βαθμό συνεισέφεραν οι ψτ; (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	70
Εικόνα 27: Προσαρμογή υπηρεσιών (Μικρά Ξενοδοχεία).....	74
Εικόνα 28: Δημιουργία νέων υπηρεσιών (Μικρά Ξενοδοχεία).....	75
Εικόνα 29: Σε ποιο βαθμό συνεισέφεραν οι ψτ; (Μικρά Ξενοδοχεία)	75
Εικόνα 30: Αναβολή έργων (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	78
Εικόνα 31: Αναβολή έρων (Μικρά Ξενοδοχεία).....	80
Εικόνα 32: Εξορθολογισμοί ICT Projects (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	84
Εικόνα 33: Εξορθολογισμοί ICT user support (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	84
Εικόνα 34: Βελτίωση ICT operation (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	84
Εικόνα 35: Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	85
Εικόνα 36: Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους (Μεγάλα Ξενοδοχεία)	85
Εικόνα 37: Βελτίωση ICT Projects ((Μικρά Ξενοδοχεία).....	89
Εικόνα 38: Βελτίωση ICT user support (Μικρά Ξενοδοχεία).....	89
Εικόνα 39: Βελτίωση ICT operation (Μικρά Ξενοδοχεία)	90
Εικόνα 40: Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan (Μικρά Ξενοδοχεία)	90
Εικόνα 41: Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους (Μικρά Ξενοδοχεία)	90

Εικόνα 42: Πρόθεση διατήρησης ψτ (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	93
Εικόνα 43: Πρόθεση ενίσχυσης ψτ (Μεγάλα Ξενοδοχεία).....	93
Εικόνα 44: Πρόθεση διατήρησης ψτ (Μικρά Ξενοδοχεία).....	96
Εικόνα 45: Πρόθεση ενίσχυσης ψτ (Μικρά Ξενοδοχεία)	96

Λίστα Πινάκων

Πίνακας 1 Ακρωνύμια	x
Πίνακας 2 Εγκεκριμένα Εμβόλια	7
Πίνακας 3. Λίστα Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα.....	30
Πίνακας 4.Ερώτημα 1	31
Πίνακας 5 Απαντήσεις Ερώτησης1	33
Πίνακας 6. Απαντήσεις Ερώτησης 2	36
Πίνακας 7.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων	39
Πίνακας 8. Απαντήσεις Μεγάλων ξενοδοχείων ερ.3	41
Πίνακας 9.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.3.....	43
Πίνακας 10.Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.3	45
Πίνακας 11. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.4.....	47
Πίνακας 12. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.4	49
Πίνακας 13.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.4.....	51
Πίνακας 14. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.4	53
Πίνακας 15.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.5	55
Πίνακας 16.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.5	57
Πίνακας 17. Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.5.....	61
Πίνακας 18.Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.5	63
Πίνακας 19.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.6	66
Πίνακας 20. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.6	68
Πίνακας 21.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.6.....	71
Πίνακας 22. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.6	73
Πίνακας 23. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.7.....	76
Πίνακας 24.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.7	77
Πίνακας 25Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.7.....	78
Πίνακας 26. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ. 7.....	79
Πίνακας 27. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.8.....	82
Πίνακας 28.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.8	83
Πίνακας 29. Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.8.....	86
Πίνακας 30. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.8	88
Πίνακας 31.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.9	92
Πίνακας 32. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.9	95

,

Ακρωνύμια

ΨΜ	Ψηφιακός Μετασχηματισμός
Covid-19	Corona Virus Disease
ΠΣ	Πληροφοριακό Σύστημα
ΤΠΕ	Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών
ICT	Information and Communication Technology
Sars-Cov-2	Severe Acute Respiratory Syndrome Corona Virus 2
PCR	Polymerase Chain Reaction
mRNA	Messenger ribonucleic acid
RNA	Ribonucleic acid
Α.Ε.Π.	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΕΟΔΥ	Εθνικός Οργανισμός Δημόσιας Υγείας
ΠΟΥ	Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας
ΙΤΕΠ	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων
ΟΤΑ	Online Travel Agencies
PMS	Property Management System
ERP	Enterprise Resource Planning
Wi-Fi	Wireless Fidelity
Μ.Ο.	Μέσος Όρος
ψτ	Ψηφιακές τεχνολογίες

Πίνακας 1. Ακρωνύμια

Περίληψη

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην ανάδειξη των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19 στην χρήση ψηφιακών τεχνολογιών στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Σάμου. Αποτελείται από δύο κύρια μέρη, το μεν πρώτο αφορά τη θεωρητική προσέγγιση που βασίζεται στη βιβλιογραφική μελέτη, ενώ το δεύτερο στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε και στα αποτελέσματα που εξήχθησαν από αυτή.

Στο πρώτο μέρος παρουσιάζονται ορισμένοι βασικοί όροι για την εργασία όπως ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός των επιχειρήσεων και πληροφορίες γύρω από τον κορονοϊό που δημιούργησε την πανδημία. Αναλύεται η χρησιμότητα των ΤΠΕ για τις επιχειρήσεις και πώς αυτές συμβάλλουν στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων που επιφέρουν οι περίοδοι κρίσεων. Τέλος, δίνεται έμφαση στην χρήση των ΤΠΕ από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και στο πόσο επηρεάστηκε ο κλάδος κατά την περίοδο της πανδημίας Covid-19.

Στο δεύτερο μέρος γίνεται αναφορά στην μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την πραγματοποίηση της έρευνας και παρατίθενται οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο που δημιουργήθηκε. Παράλληλα γίνεται ενδελεχής ανάλυση των απαντήσεων και παράθεση των συμπερασμάτων που προέκυψαν. Τα ερωτηματολόγια αυτά σε ορισμένες επιχειρήσεις στάλθηκαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ενώ σε άλλες δια ζώσης στα πλαίσια των συνεντεύξεων που πραγματοποιήθηκαν. Στις επιχειρήσεις που το ερωτηματολόγιο στάλθηκε ηλεκτρονικά ακολούθησαν είτε δια ζώσης διευκρινιστικές συνεντεύξεις, είτε μέσω τηλεφωνικής επικοινωνίας. Στόχος των συνεντεύξεων ήταν η περαιτέρω ανάλυση και εμβάθυνση στις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο. Ο συνδυασμός αυτός ερωτηματολογίου και συνεντεύξεων αποδίδει στην έρευνα τόσο ποσοτικό, όσο και ποιοτικό χαρακτήρα.

Λέξεις Κλειδιά: Covid-19, ΤΠΕ, ψηφιακές τεχνολογίες, ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Abstract

This thesis aims to highlight the impact of the Covid-19 pandemic on the use of digital technologies in the hotel businesses of Samos. It consists of two main parts, the first concerns the theoretical approach base the bibliographic study, while the second concerns the research carried out and the results extracted from it.

The first part presents some key terms for this thesis, such as the Digital Transformation of businesses and information about the coronavirus that caused the pandemic. It's been analyzed the usefulness of ICT for businesses and how it helps to address the impact of crisis periods. Finally, emphasis is placed on the use of ICT by hotel businesses and how much the industry was affected during the Covid-19 pandemic.

The second part refers to the methodology used to carry out the survey and lists the replies to the questionnaire created. At the same time, there is a thorough analysis of the answers and a list of the conclusions that emerged. These questionnaires were sent to some businesses by e-mail, while others in person as part of the interviews that took place. To the companies where the questionnaire was sent electronically were followed either by face-to-face clarifying interviews or by telephone. The aim of the interviews was to further analyze and deepen the answers given to the questionnaire. This combination of questionnaire and interviews attributes to the survey both a quantitative and qualitative character.

Keywords: *Covid-19, ICT, digital technologies, hotel businesses*

..

1 Εισαγωγή

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζεται σφαιρικά η πανδημία Covid-19 η οποία μαστίζει την κοινωνία μας τα τελευταία χρόνια. Γίνεται αναφορά στον ορισμό της νόσου, τους τρόπους με τους οποίους γίνεται η μετάδοσή του ,καθώς επίσης και τα αναγκαία μέτρα που πάρθηκαν για τον περιορισμό του. Επιπλέον ,γίνεται αναφορά στις συστάσεις προστασίας, τα συμπτώματα ,αλλά και τα εμβόλια που αναπτύχθηκαν για την αντιμετώπισή του. Τέλος , παρουσιάζονται και άλλοι βασικοί ορισμοί όπως οι TΠΕ και το ICT Plan μιας επιχείρησης.

1.1 Τι είναι ο κορονοϊός;

Η πανδημία Covid-19 αφορά την παγκόσμια εξάπλωση του κορονοϊού και αποτελεί μία μολυσματική ασθένεια με χαρακτηριστικά ιογενούς πνευμονίας. Έκανε την εμφάνισή του στην πόλη Ουχάν της Κίνας και οφείλετε στον κορονοϊό Sars-Cov2 , ο οποίος είναι ιός μονόκλωνου RNA με θετική πολικότητα (Wikipedia,2020.). Η αρχική ανακοίνωση για την ύπαρξη Covid-19 έγινε στις 31 Δεκεμβρίου 2019 και έκτοτε η εξάπλωσή του στις υπόλοιπες χώρες ήταν ταχύτατη ,με αποτέλεσμα να νοσήσει ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ανθρώπων σε όλο τον κόσμο και στις 11 Μαρτίου 2020 να χαρακτηριστεί ως πανδημία. (WHO,2021)

1.1.1 Ποια είναι τα συμπτώματα του κορονοϊού;

Ο κορονοϊός είναι μία ιογενής λοίμωξη που έχει αλλάξει σε τεράστιο βαθμό τις ζωές μας τα τελευταία χρόνια. Είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο που επηρέασε την διεθνή οικονομία και τις ζωές όλων των ανθρώπων. Πρόκειται για έναν αρκετά μεταδοτικό ιό που προσβάλλει τους ανθρώπους. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας , τα συμπτώματα ποικίλλουν από άνθρωπο σε άνθρωπο(WHO,2021). Παρόλα αυτά υπάρχει μία συχνότητα εμφάνισης των συμπτωμάτων.

Τα πιο κοινά συμπτώματα, τα οποία εμφανίζουν συχνότερα οι ασθενείς είναι τα εξής :

1. Πυρετός (συνήθως υψηλός)
2. Ξηρός βήχας
3. Κόπωση

Επιπλέον άλλα γνωστά συμπτώματα περιλαμβάνουν :

1. Απώλεια γεύσης
2. Απώλεια όσφρησης

3. Ναυτία
4. Εμετός
5. Διάρροια
6. Ερυθρότητα οφθαλμών
7. Πονοκέφαλος
8. Εξανθήματα στο δέρμα
9. Διάρροια
10. Ζαλάδα

Σοβαρότερα συμπτώματα μπορούν να θεωρηθούν :

1. Δυσκολία στην αναπνοή
2. Άγχος
3. Καταθλιπτικότητα
4. Διαταραχές στον ύπνο

Από τους ανθρώπους που έχουν προσβληθεί από την covid-19 το 80% δεν χρειάζεται νοσηλεία , ενώ το 15% θα χρειαστεί να πάρει οξυγόνο και περίπου το 5% νοσεί σοβαρά φτάνοντας ακόμα και στον θάνατο. Μέχρι τώρα έχουν πεθάνει από Covid-19 πάνω από 2.000.000 άνθρωποι στον κόσμο. Όλα αυτά τα δεδομένα επειδή αφορούν ιατρικό ζήτημα αντλούνται από τον ΠΟΥ. (WHO,2021)

1.1.2 Ομάδες υψηλού κινδύνου.

Ορισμένες πληθυσμιακές ομάδες διατρέχουν μεγαλύτερο κίνδυνο από άλλες όσο αναφορά τη νόσηση από Covid-19 .Οι άνθρωποι αυτοί έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να αρρωστήσουν βαριά από κορονοϊό και πρέπει να προστατευθούν περισσότερο από τους μέσους ανθρώπους. Με βάση τον ΠΟΥ ,στις ομάδες αυτές ανήκουν οι άνθρωποι μεγαλύτεροι των 60 ετών ,καθώς και όσοι έχουν υποκείμενα νοσήματα . Γενικότερα ανήκουν όλοι όσοι είναι περισσότερο ευάλωτοι στο να πεθάνουν από την ασθένεια ,εφόσον κολλήσουν. Παραδείγματα ατόμων που βρίσκονται σε ομάδες υψηλού κινδύνου είναι όσοι έχουν υποβληθεί σε μεταμόσχευση και κάνουν χρήση ανοσοκατασταλτικών φαρμάκων. Ακόμη οι καρκινοπαθείς και άτομα με αιματολογικές κακοήθειες ,καθώς και όσοι αντιμετωπίζουν βαριά αναπνευστικά προβλήματα . Επιπρόσθετα μεγάλο κίνδυνο διατρέχουν τα συχνά μεταγγιζόμενα άτομα ,οι καρδιοπαθείς και τα άτομα με νεφρική ανεπάρκεια , ενώ κίνδυνο διατρέχουν και οι γυναίκες που βρίσκονται στην διάρκεια της εγκυμοσύνης τους και τα άτομα με HIV ($CD4 \leq 200 \mu L$). (WHO,2021)

1.1.3 Τρόποι μετάδοσης του κορονοϊού.

Ο κορονοϊός μεταδίδεται με μεγάλη ταχύτητα σε όλο τον κόσμο και παρότι ζούμε ήδη δύο χρόνια με την παρουσία του ανάμεσά μας, εξακολουθεί να διασπείρεται και να εξαπλώνεται. Με βάση τα στοιχεία που αντλούμε από τον ΠΟΥ ο κορονοϊός μεταδίδεται κατά κύριο λόγο από άνθρωπο σε άνθρωπο μέσω σταγονιδίων. Όταν ένα άτομο που φέρει τον ιό φτερνίζεται, βήχει, μιλάει ή τραγουδάει μπορεί να δημιουργηθούν σταγονίδια τα οποία εισέρχονται στον οργανισμό του άλλου ατόμου από τη μύτη ή το στόμα και κατά συνέπεια μπορεί να μεταδοθεί σε αυτό ο ιός. Επιπρόσθετα, τα σταγονίδια αυτά μπορεί να υπάρξουν πάνω σε επιφάνειες από τις οποίες το άτομο μπορεί να πάρει τον ιό, αφού ο ιός παραμένει βιώσιμος πάνω τους για διαφορετικά αναλόγως του υλικού χρονικά διαστήματα. Συνεπώς ο ιός μπορεί να μεταδοθεί είτε άμεσα από άτομο σε άτομο, είτε έμμεσα με την επαφή του με μολυσμένες επιφάνειες. Επιπλέον, γίνονται κάποιες πειραματικές μελέτες για να εξακριβωθεί αν μπορεί να γίνει μετάδοση από άνθρωπο σε ζώα.

1.1.4 Μέτρα προστασίας έναντι του ιού.

Η στιγμή κατά την οποία εκδηλώνονται τα συμπτώματα σε κάποιον που έχει νοσήσει είναι συνήθως περίπου 5-6 μέρες από την έκθεση στον ιό, αλλά μπορεί και να ποικίλλει σε ένα διάστημα 1-14 ημερών. (WHO, 2021) Αυτός είναι και ένας βασικός λόγος που ο οποιοσδήποτε έχει συμπτώματα ή είναι στενή επαφή επιβεβαιωμένου κρούσματος πρέπει να υποβληθεί σε διαγνωστικό έλεγχο και να περιορίσει τις επαφές του, ενώ αν νοσεί πρέπει να απομονωθεί σε καραντίνα.

Για να μειωθεί η διασπορά του κορονοϊού θα πρέπει όλοι να τηρούμε ορισμένα μέτρα πρόληψης και προστασίας. Τα μέτρα προστασίας αυτά σύμφωνα με τις οδηγίες του ΠΟΥ είναι :

1. Τήρηση αποστάσεων .
2. Χρήση προστατευτικής μάσκας σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους .
3. Καλός αερισμός δωματίων .
4. Συχνό πλύσιμο των χεριών .
5. Αποφυγή μεγάλων συγκεντρώσεων και στενών επαφών .
6. Βήχας μόνο σε χαρτομάντηλο .
7. Έλεγχος με test σε περίπτωση που αισθανθείτε κάποιο σύμπτωμα .
8. Εμβολιασμός.

Το κύριο «όπλο» έναντι της πανδημίας είναι ο εμβολιασμός. Όσο περισσότεροι άνθρωποι λαμβάνουν εμβόλια κατά της Covid-19 αυξάνονται τα επίπεδα ανοσίας του πληθυσμού και τίθεται ένα «φράγμα» απέναντι στις μεταλλάξεις του ιού.

1.1.5 Ποια είναι τα είδη test που υπάρχουν για την ανίχνευση του ιού..

Για την ανίχνευση του κορονοϊού έχουν δημιουργηθεί ορισμένοι τρόποι διαγνωστικού ελέγχου . Τα διαγνωστικά τεστ είναι το κλειδί για τη μείωση της διασποράς του ιού ,αφού μπορούμε να διαγνώσουμε τόσο ενεργή λοίμωξη όσο και προγενέστερες νοσήσεις . Ο πρώτος και περισσότερο αξιόπιστος ως προς τα αποτελέσματά του είναι το PCR τεστ , όπου γίνεται εργαστηριακός έλεγχος με αλυσιδωτή αντίδραση πολυμεράσης .Αποτελεί ένα εξαιρετικά ευαίσθητο τεστ με ιδιαίτερα υψηλά ποσοστά ακρίβειας. Συλλέγεται ρινικό ή φαρυγγικό επίχρισμα με μία ειδική μπατονέτα, και ανιχνεύεται το γενετικό υλικό του ιού ,επομένως τα αποτελέσματα μπορεί να χρειαστούν κάποιο χρόνο -συνήθως 1-2 ημέρες ,καθώς όλα τα δείγματα υπόκεινται σε εργαστηριακή ανάλυση. Επιπλέον ,ευρέως διαδεδομένα είναι και τα Rapid Tests , τα οποία είναι σαφώς γρηγορότερα και πιο άμεσα. Δεν είναι το ίδιο αξιόπιστα με την μέθοδο PCR , αλλά σε γενικές γραμμές ανιχνεύουν ικανοποιητικά τον ιό. Στα τεστ αυτά συλλέγεται με τον ίδιο τρόπο το δείγμα , μέσω της μύτης ή του φάρυγγα και εντοπίζει τα μόρια της επιφάνειας του κορονοϊού . Λόγω αυτού υπάρχει και ένα ποσοστό το αποτέλεσμα να είναι ψευδώς αρνητικό ,ποσοστό που μειώνεται όσο αυξάνει ο δείκτης μεταδοτικότητας της χώρας. Έχουν ακρίβεια που ξεπερνά συνήθως το 90%. Τα rapid tests χρησιμοποιήθηκαν πάρα πολύ κυρίως για τους χώρους εργασίας ,τα σχολεία και γενικώς όπου υπήρχε πολύς κόσμος , καθώς έπρεπε τα αποτελέσματα να είναι ταχύτερα και με μικρότερο κόστος από τα PCR tests. Στη βάση αυτού δημιουργήθηκαν και τα self-test τα οποία λειτουργούν όπως τα rapid και παρέχονται για ορισμένες ομάδες πληθυσμού (όπως για παράδειγμα μαθητές) δωρεάν από την κυβέρνηση ,αλλά και πωλούνται από τα φαρμακεία. Αποτελούν αυτοδιαγνωστικό έλεγχο ,από τον οποίο δεν μπορεί κανείς να εξάγει κάποια πιστοποίηση ότι νοσεί ,αλλά μπορεί να προλάβει την εξάπλωση του ιού σε άλλους ανθρώπους και να είναι ενήμερος για την υγεία του. Τέλος , υπάρχουν τα τεστ αντισωμάτων. Με τα τεστ αυτά εντοπίζονται τα μόρια που τυχόν έχουν παραχθεί εάν ο ασθενής έχει νοσήσει στο παρελθόν. Ο οργανισμός που έχει προσβληθεί από κορονοϊό δημιουργεί μέσω της ανοσολογικής απόκρισης κάποια μόρια που ονομάζονται αντισώματα και χρησιμεύουν στην αντιμετώπιση του ξενιστή (κορονοϊού στην προκειμένη περίπτωση). Με τα τεστ αυτά μπορούμε να έχουμε εικόνα για το εάν ένα άτομο έχει προσβληθεί από τον ιό ακόμη και αν υπήρξε πλήρως ασυμπτωματικό. [7]

1.1.6 Εμβόλια κατά του κορονοϊού.

Η ταχύτατη διασπορά της πανδημίας Covid-19 , έκανε σαφή την επιτακτική ανάγκη δημιουργίας του εμβολίου για την καταπολέμησή της. Από την αρχή της πανδημίας έως και σήμερα ,κύριο «όπλο» εναντίον του κορονοϊού αποτελεί ο εμβολιασμός. Οι εμβολιασμοί έχουν σώσει εκατομμύρια ανθρώπινες ζωές τα τελευταία χρόνια . Τα εμβόλια αποτελούν τον βασικό μηχανισμό άμυνας που διαθέτουμε απέναντι στη νόσο ,προλαμβάνοντας την εκδήλωση βαριάς νόσησης και θανάτου. Σύμφωνα με τον ΠΟΥ ο ανεμβολίαστος πληθυσμός διατρέχει δέκα φορές υψηλότερο ρίσκο θανάτου από αυτόν που διατρέχουν οι εμβολιασμένοι πολίτες. Βέβαια, τα εμβόλια δεν παρέχουν 100% προστασία έναντι του ιού ,αφού ένα άτομο που έχει εμβολιαστεί κατά της Covid-19 είναι δυνατόν να νοσήσει και να μεταδώσει τον ιό σε άλλα άτομα. Παρόλα αυτά όμως, αν και δεν προσδίδουν σίγουρη προστασία ότι κάποιος δεν θα κολλήσει , εξασφαλίζουν στο μέγιστο δυνατό βαθμό ότι η νόσηση αυτή θα είναι .πιο ήπια και δεν θα χρειαστεί νοσοκομειακή περίθαλψη. Σε ορισμένες ομάδες η σύσταση για εμβολιασμό είναι περισσότερο επιβεβλημένη . Αρχικά οι πρώτοι που πρέπει να εξασφαλίσουν όσο περισσότερο γίνεται την άμυνα τους έναντι του ιού είναι οι υγειονομικοί υπάλληλοι. Στη συνέχεια δίνεται προτεραιότητα στα άτομα που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες και διατρέχουν σοβαρότερο κίνδυνο βαριάς νόσησης και θανάτου. Υπάρχουν ορισμένες περιπτώσεις στις οποίες θα πρέπει να αποφευχθεί ο εμβολιασμός ,οι οποίες είναι όταν το άτομο εμφανίζει συμπτώματα κορονοϊού ή άλλης ενεργής λοίμωξης , καθώς και αν παρουσιάζει σοβαρή αλλεργία σε κάποιο από τα συστατικά των διαθέσιμων προς χρήση εμβολίων (WHO,2021) . Στη συνέχεια πρέπει να εμβολιάζεται ο γενικός πληθυσμός και τον τελευταίο καιρό πραγματοποιείται στην Ελλάδα και ο εμβολιασμός παιδιών από πέντε ετών και άνω . Ο εμβολιασμός των μικρών παιδιών γίνεται μόνο με εμβόλια τεχνολογίας mRNA.

1.1.6.1 Πώς λειτουργούν τα εμβόλια;

Έχουν δημιουργηθεί από την έναρξη της πανδημίας έως και σήμερα ,αρκετά διαφορετικά εμβόλια για την αντιμετώπιση της πανδημίας Covid-19. Τα διαθέσιμα εμβόλια τα οποία έχουν εγκριθεί από τον ΠΟΥ λειτουργούν με δύο τρόπους . Ο πρώτος είναι ο παραδοσιακός τρόπος δημιουργίας εμβολίων όπου εισάγεται ο ιός (τμήμα του) στον οργανισμό και ενεργοποιείται η ανοσολογική απόκριση για να παραχθούν αντισώματα ,τα οποία είναι διαθέσιμα στον οργανισμό όταν αυτός εκτεθεί στον ιό. Αυτός είναι και ο τρόπος που λειτουργούν τα περισσότερα εμβόλια που κυκλοφορούν , εισάγοντας τμήμα του ιού στον οργανισμό και αναμένοντας ο ίδιος να δημιουργήσει τα απαραίτητα αντισώματα για να είναι έτοιμος σε περίπτωση που θα έρθει σε επαφή με τον ιό. Ο δεύτερος τρόπος είναι με τη χρήση της mRNA τεχνολογίας. Τα εμβόλια mRNA δίνουν στο σώμα τον κατάλληλο γενετικό κώδικα, ώστε να παράγει μόνος του τα αντισώματα . Στα εμβόλια αυτά δεν εισάγεται ενεργός ιός ή τμήμα αυτού και δεν επεμβαίνουν με κανέναν τρόπο στην αλληλουχία του ανθρώπινου DNA. Ουσιαστικά δίνεται «η συνταγή» για να δημιουργηθούν τα αντισώματα που πρέπει , αλλά δεν αλλάζει τίποτα άλλο στον οργανισμό μας. Ο εμβολιασμός είναι το κύριο μέσο περιορισμού της διασποράς του ιού και κατ' επέκταση της δημιουργίας νέων μεταλλάξεων που συνιστούν την επιβίωσή του.

1.1.6.2 Ποια είναι τα διαθέσιμα εμβόλια;

Από την αρχή της πανδημίας έως και σήμερα έχουν εγκριθεί και κυκλοφορήσει στην αγορά αρκετά εμβόλια. Σύμφωνα με τον ΠΟΥ , τα εμβόλια που υπάρχουν έναντι της Covid-19 είναι τα ακόλουθα ,όπου παρουσιάζονται με την ημερομηνία έγκρισής τους :

Όνομα Εμβολίου	Ημερομηνία Έγκρισης
The Pfizer/BioNTech Comirnaty Vaccine	31 Δεκεμβρίου 2020
The SII/COVISHIELD and AstraZeneca/AZD1222 vaccine	16 Φεβρουαρίου 2021
The Janssen/Ad26.COV 2.S vaccine developed by Johnson & Johnson	12 Μαρτίου 2021
The Moderna COVID-19 vaccine (mRNA 1273)	30 Απριλίου 2021
The Sinopharm COVID-19 vaccine	7 Μαΐου 2021
The Sinovac-CoronaVac vaccine	1 Ιουνίου 2021
The Bharat Biotech BBV152 COVAXIN vaccine	3 Νοεμβρίου 2021
The Covovax (NVX-CoV2373) vaccine	17 Δεκεμβρίου 2021
The Nuvaxovid (NVX-CoV2373) vaccine	20 Δεκεμβρίου 2021

Πίνακας 2 Εγκεκριμένα Εμβόλια

(Πηγή: [Coronavirus disease \(COVID-19\): Vaccines \(who.int\)](https://www.who.int/coronavirus/vaccines))

Στην Ελλάδα έχουν χρησιμοποιηθεί τα τέσσερα εξ 'αυτών ,δηλαδή το εμβόλιο Pfizer ,το Astra Zeneca , το Janssen της Johnson&Johnson και το Moderna. Τα Pfizer και Moderna βασίζονται στη χρήση της mRNA τεχνολογίας ,ενώ τα άλλα δύο στην εισαγωγή του μικροοργανισμού για τη δημιουργία αντισωμάτων. Στην Ελλάδα ο εμβολιασμός γίνεται δωρεάν και αφορά όλα τα άτομα ηλικίας 5 ετών και άνω. (gov.gr,2021)

1.1.7 Μεταλλάξεις του Sars-Cov-2

Όλοι οι ιοί όσο διασπείρονται δημιουργούν μεταλλάξεις . Έτσι και ο κορονοϊός μέσα στα τρία έτη που υπάρχει ανάμεσά μας έχει αποδώσει διαφορετικές μεταλλάξεις ,οι οποίες στη βάση τους δεν έχουν σημαντική διαφοροποίηση της συμπεριφοράς του ιού. Οι μεταλλάξεις είναι το μέσο του ίδιου του ιού να επιβιώνει και να αναπαράγεται ,ώστε να μην καταστραφεί. Είναι δηλαδή ο τρόπος επιβίωσης του ιού . (Korber , B. et al., 2020)

Στις μεταλλάξεις του κορονοϊού αποφασίστηκε να αποδοθούν για την διάκρισή τους ελληνικά γράμματα της αλφαβήτου . Συνεπώς , 56έχουν ανιχνευθεί οι ακόλουθες μεταλλάξεις :

1. Alpha
2. Beta
3. Gamma
4. Delta
5. Epsilon
6. Eta
7. Iota
8. Kappa
9. Mu
10. N/A
11. Zeta
12. Omicron

Πηγή : (CDC,2020)

Από τις μεταλλάξεις αυτές , ορισμένες βρίσκονται υπό παρακολούθηση ,καθώς εκδηλώνουν ενδιαφέρον λόγω του ότι προκαλούν αλλαγές στη συμπεριφορά του ιού και διασπείρονται σε μεγάλο μέρος πληθυσμού. Μία τέτοια μετάλλαξη ,μπορεί να ενταχθεί στις ανησυχητικές μεταλλάξεις ,εφόσον διαδίδεται με μεγάλο ρυθμό , προκαλεί διαφορές στην κλινική κατάσταση των ασθενών και μειώνει την αποτελεσματικότητα των μέσων αντιμετώπισης όπως τεστ και εμβολίων . Τέτοια μετάλλαξη θεωρείται η Omicron. Ο ΠΟΥ εργάζεται πάνω στην κατανόηση της επίδρασης που έχει η διάδοση της μετάλλαξης Omicron στη δράση των εμβολίων ,τα οποία έχουν μεγάλη δράση κυρίως για την μετάλλαξη Delta , η οποία είναι η πλέον διαδεδομένη και υπεύθυνη για τους περισσότερους θανάτους από Covid-19. Η Omicron φαίνεται σε γενικές γραμμές να έχει πιο ήπια συμπτώματα στους ασθενείς ,αλλά μεγάλη μεταδοτικότητα. .

1.1.8 Θεραπεία

Σύμφωνα με τις πληροφορίες που παρέχονται από τον ΠΟΥ δεν έχει βρεθεί ο βέλτιστος τρόπος με τον οποίο μπορεί να κατασταλεί η νόσος. Η επιστημονική κοινότητα εργάζεται πάνω στην αναζήτηση κατάλληλων θεραπειών για την καταστολή της. Προς το παρόν η φροντίδα των βαριά ασθενών περιλαμβάνει την παροχή οξυγόνου και γενικότερα μηχανικής υποστήριξης σε όσους το έχουν ανάγκη, καθώς επίσης και τη δεξαμεθαζόνη, η οποία αποτελεί κορτικοστεροειδές που βοηθά στη μείωση του χρόνου που το άτομο χρειάζεται να μείνει σε αναπνευστήρα. Τέλος, από τον ΠΟΥ δεν συνίσταται σε καμία περίπτωση η αυτόβουλη λήψη οποιουδήποτε φαρμάκου για την πρόληψη ή καταπολέμηση της νόσου Covid-19.

1.2 Τι είναι οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ).

Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) συμπεριλαμβάνουν ψηφιακές τεχνολογίες, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών και μετάδοσης πληροφοριών. Αφορούν το σύνολο των κλάδων που διαχειρίζονται πληροφοριακά συστήματα, λογισμικό και υλικό. Τα Επαγγέλματα που σχετίζονται με τις ΤΠΕ αφορούν τη δημιουργία και συντήρηση προϊόντων πληροφορικής και επικοινωνιών. Γενικότερα περιλαμβάνουν οτιδήποτε σχετίζεται με ψηφιακές πληροφορίες και επικοινωνία.

Στις ΤΠΕ μπορούν να συμπεριληφθούν :

1. Το διαδίκτυο.
2. Ασύρματα και ενσύρματα δίκτυα.
3. Τα κινητά τηλέφωνα και οι υπολογιστές.
4. Το λογισμικό και το υλικό.
5. Τα e-mails.
6. Social networking.

Και γενικότερα περιλαμβάνουν οτιδήποτε σχετίζεται με ψηφιακές πληροφορίες και επικοινωνία.

1.3 Τι είναι ο δείκτης Α.Ε.Π. και πώς διαμορφώνεται ;

Σύμφωνα με το βιβλίο Αρχές Οικονομικής Θεωρίας ως Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π.) ορίζεται «η συνολική αξία σε χρηματικές μονάδες των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε μία χώρα σε ένα συγκεκριμένο έτος». Για να υπολογιστεί το Α.Ε.Π. λαμβάνονται υπόψιν μόνο οι αξίες των τελικών προϊόντων και όχι των ενδιάμεσων. Το Α.Ε.Π. που είναι σε τρέχουσες τιμές καλείται ονομαστικό , ενώ αυτό που προσδιορίζεται σε σταθερές τιμές κάποιου τυχαίου έτους βάσης ονομάζεται πραγματικό. (Λιανός Θ. et al. n.d.)

Με βάση τα στοιχεία που αντλούμε από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ,2020) για το 2020 , που ήταν και η πρώτη χρονιά του κορονοϊού στην Ελλάδα , σημειώθηκε μείωση του ΑΕΠ κατά 8,2%. Η μείωση αυτή ήταν αρκετά μεγάλη , παρόλα αυτά όμως λιγότερη από τις αρχικές δυσοίωνες προβλέψεις που είχαν γίνει. Η ύφεση αυτή απορρέει από τα περιοριστικά μέτρα που ήταν σε ισχύ την περίοδο αυτή της πανδημίας και επηρέασαν καταλυτικά την οικονομία.

Για το 2021 σημειώθηκε αύξηση του ΑΕΠ σε ετήσια βάση κατά 7,7 % . Βέβαια , η αύξηση αυτή του ΑΕΠ επισκιάζεται από τον πόλεμο μεταξύ Ρωσίας – Ουκρανίας και την ενεργειακή κρίση , η οποία ακόμη δεν έχει οριστεί ο τρόπος που θα αντιμετωπιστεί.

1.4 Τι είναι το ICT Plan μιας επιχείρησης;

Το ICT Plan είναι ένα επιχειρηματικό πλάνο που δημιουργεί η εκάστοτε επιχείρηση και σχετίζεται με την χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής. Σε αυτό το πλάνο διαμορφώνονται ο στόχοι της επιχείρησης και τα έργα που πρέπει να δρομολογηθούν σε συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα. Παράλληλα ορίζεται η τρέχουσα χρήση των ΤΠΕ για την επιχείρηση και τους χρήστες των Πληροφοριακών της συστημάτων.

Η ύπαρξη ICT Plan σε μία επιχείρηση , αποτελεί μακροπρόθεσμο κέρδος για αυτή. Ένα καλά οριοθετημένο πλάνο μπορεί να προσφέρει στην επιχείρηση αύξηση της αποδοτικότητας και παραγωγικότητας ,μέσω της αυτοματοποίησης των καθημερινών διεργασιών και την αποφυγή διπλότυπων εγγραφών. Επιπλέον , παρέχει μεγαλύτερη προστασία στα δεδομένα των πελατών και ασφάλεια στη χρήση των ΠΣ των επιχειρήσεων . Είναι το αποτέλεσμα της γενικότερης στρατηγικής των επιχειρήσεων σε σχέση με τις ψηφιακές τεχνολογίες. Παράλληλα , υποστηρίζει τις λειτουργίες και τους χρήστες του δικτύου της επιχείρησης και συμβάλλει στην επίτευξη των γενικότερων στρατηγικών στόχων .

1.5 Τι είναι ο Risk Management.

Όλες οι σύγχρονες επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από πολυπλοκότητα. Καμία επιχείρηση δεν είναι σε θέση να προβλέψει όλους τους πιθανούς κινδύνους που μπορεί να συμβούν και όλες τις μελλοντικές καταστάσεις στις οποίες μπορεί να βρεθούν. Οι διαφοροποιήσεις της οικονομίας συμβαίνουν συνεχώς και οι παράγοντες αβεβαιότητας είναι τόσοι πολλοί που δεν μπορούν να προβλεφθούν σε όλο τους το φάσμα. Η αγνόηση ενός κινδύνου μπορεί να οδηγήσει σε αποτυχία και κατάρρευση της επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις πρέπει αρχικά να εντοπίσουν τους κινδύνους, να προσδιορίσουν τις πηγές που τους δημιουργούν και τον τρόπο με τον οποίο αυτοί μπορούν να ενεργοποιηθούν. Παράλληλα πρέπει να υπολογιστούν και οι επιπτώσεις που θα είχε η ενεργοποίηση ενός κινδύνου στη λειτουργία της επιχείρησης. Πρέπει, λοιπόν, να καθοριστούν κρίσιμα όρια για κάθε κίνδυνο και να ταξινομηθούν βάσει επικινδυνότητας. (Bednarska, Marlena.,2004) Η εκτίμηση αυτή των κινδύνων αποτελεί τμήμα της στρατηγικής που δημιουργεί μία επιχείρηση. Στις τουριστικές επιχειρήσεις όπως τα ξενοδοχεία, ένα παράδειγμα κινδύνου είναι η τουριστική ζήτηση η οποία είναι πάντοτε αβέβαιη.

Για να δημιουργηθεί το Risk Plan γίνεται όπως προαναφέρθηκε εκτίμηση των κινδύνων και της πιθανότητάς τους να συμβούν, όπως επίσης ορίζονται οι επιπτώσεις που θα βιώσει η επιχείρηση αν συμβούν. Έτσι, με αυτή τη διαδικασία δημιουργείται αυτό το έγγραφο που περιέχει αυτούς τους κινδύνους και προετοιμάζει την επιχείρηση για τις επιπτώσεις και τον τρόπο αντιμετώπισής τους. Το χειρότερο σενάριο για μία επιχείρηση είναι να μην συμπεριλάβει στο πλάνο της έναν κίνδυνο που θα της συμβεί, όπως ήταν για την πλειονότητα των επιχειρήσεων ο κίνδυνος της πανδημίας.

Ο κίνδυνος της ύπαρξης μίας πανδημίας ήταν πολύ υποτιμημένος από τις περισσότερες επιχειρήσεις, για αυτό και οι συνέπειές της ήταν ολέθριες. Συνήθως στο πλάνο που δημιουργείτε για την αντιμετώπιση των κινδύνων χρησιμοποιούνται κυρίως οι πιο συχνά αντιμετωπίσιμοι κίνδυνοι (Papagiannidis, S et al, 2020) . Μία μεγάλη επιχείρηση ίσως και να είχε εντάξει αυτό το ενδεχόμενο στο πλάνο της, αλλά για μικρότερες επιχειρήσεις δεν είναι τόσο εύκολο να είχε συμβεί αυτό. Βέβαια, μία καλά οργανωμένη στρατηγική κινδύνων που έχει σταθερές βάσεις, θα μπορούσε να ανταποκριθεί σε ένα ενδεχόμενο πανδημίας όπως αυτή του Covid-19 ακόμη και αν δεν δημιουργήθηκε για αυτό (Papagiannidis, S et al, 2020) .

2 *Επιπτώσεις της πανδημίας στις επιχειρήσεις*

Στην ενότητα αυτή αναλύονται οι επιπτώσεις που είχε η πανδημία Covid-19 στις επιχειρήσεις. Παρουσιάζεται ένα γενικότερο πλαίσιο και εμβαθύνουμε όσο αναφορά τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Γίνεται αναφορά στην αρωγή των ΤΠΕ στην αντιμετώπιση κρίσεων και γίνεται σύντομη παρουσίαση ορισμένων προγενέστερων σημαντικών οικονομικών κρίσεων. Παράλληλα ,παρουσιάζονται ΠΣ που είναι χρήσιμα για τις ξενοδοχειακές μονάδες ,ενώ δίνεται έμφαση στην έννοια του Ψηφιακού Μετασχηματισμού και πώς αυτός επιταχύνθηκε από την πανδημία.

2.1 *Κρίσεις του 20^{ου} αιώνα*

Η πανδημία που δημιούργησε ο κορονοϊός αποτελεί μία σύγχρονη τεράστια κρίση της διεθνούς οικονομίας. Παρόλα αυτά δεν είναι η πρώτη κρίση που διατάραξε τον κόσμο και οδήγησε σε οικονομική ύφεση . Ενδεικτικά θα αναφερθούμε σε τρεις από τις μεγαλύτερες κρίσεις που σημειώθηκαν στην παγκόσμια οικονομία , οι οποίες είναι το χρηματιστηριακό «Κραχ» , η «Μαύρη Δευτέρα» και η οικονομική κρίση της περιόδου 2007-2009 .

2.1.1 *Το «Κραχ» του 1929*

Στις 29 Οκτωβρίου του 1929 , οι επενδυτές της Wall Street διαπραγματεύτηκαν εκατομμύρια μετοχές σε μία ημέρα ,με αποτέλεσμα να χαθούν δισεκατομμύρια δολάρια. Η ημέρα αυτή αποτέλεσε την κατάρρευση της Wall Street και το έναυσμα για μία τεράστια οικονομική ύφεση για την Αμερική και τον υπόλοιπο κόσμο. Αρχικά , τη δεκαετία του 1920 το χρηματιστήριο των Ηνωμένων Πολιτειών επεκτάθηκε σημαντικά , ενώ όμως στη χώρα υπήρχε αύξηση της ανεργίας και των χαμηλών μισθών , όπως επίσης και πλήθος δανείων που δεν μπορούσαν να ρευστοποιηθούν. Τη «Μαύρη Τρίτη» όπως ονομάστηκε η μέρα αυτή , οι τιμές των μετοχών κατέρρευσαν εντελώς , εξαφανίζοντας έτσι χιλιάδες επενδυτές. Οι τιμές των μετοχών εξακολούθησαν την πτωτική τους πορεία έως και το 1932. Το 1933 , περισσότερες από τις μισές αμερικανικές τράπεζες είχαν κλείσει και η ανεργία άγγιξε ποσοστό της τάξεως του 30% του συνολικού εργατικού δυναμικού. Ο βιομηχανικός δείκτης Dow Jones χρειάστηκε περίπου 25 χρόνια για να επιστρέψει ξανά στα ύψη . Η ανάκαμψη της Αμερικής έγινε μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο και μετά από μακροχρόνια οικονομική κρίση .

2.1.2 Μαύρη Δευτέρα 1987

Στις 19 Οκτωβρίου 1987 συνέβη το γεγονός που αποκαλείται «Μαύρη Δευτέρα». Την ημέρα αυτή η παγκόσμια αγορά κατέρρευσε και σημειώθηκε η μεγαλύτερη ποσοστιαία ημερήσια πτώση ,με τον δείκτη Dow Jones να αγγίζει ποσοστό πτώσεις περισσότερο από 22%. Η μεγαλύτερη έως τότε πτώση του δείκτη , ήταν με το κραχ του 1929 στο 12%. Αυτό είχε ως συνέπεια να ξεκινήσουν οι μαζικές πωλήσεις μετοχών ανά τον κόσμο και να δημιουργηθεί μία γενικευμένη οικονομική ύφεση. Η κρίση αυτή δεν είχε μεγάλη διάρκεια , αλλά κατέστησε σαφή την αλληλεξάρτηση μεταξύ των παγκόσμιων αγορών . (Segal, T., 2022).

2.1.3 Η κρίση του 2007-2009

Η παγκόσμια κρίση του 2007 ξεκίνησε από την αγορά στεγαστικών δανείων στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ),. Σχεδόν όλες οι χώρες, ανάμεσά τους και η Ελλάδα , βίωσαν τεράστια αβεβαιότητα και ραγδαία εκτίναξη της ανεργίας. Στο κλίμα αυτό επικράτησε ταχύτατη πτώση των ρυθμών ανάπτυξης.

Τα αίτια που οδήγησαν στην οικονομική αυτή κρίση ήταν ποικίλα . Ορισμένα από αυτά ήταν οι παγκόσμιες μακροοικονομικές ανισορροπίες, η υπερβολική πιστωτική επέκταση , η υψηλή μόχλευση και τα εποπτικά κενά. Η πρώτη «φούσκα» έσκασε το καλοκαίρι του 2007 με τα μη ρευστοποιήσιμα στεγαστικά δάνεια και την αδυναμία των τραπεζών να απορροφήσουν τον κίνδυνο. Αυτό είχε ως συνέπειες τη ραγδαία μείωση της κατανάλωσης , την πτώση του παγκόσμιου ΑΕΠ και την κατάρρευση του εξωτερικού εμπορίου.

Όσο αναφορά τις επιχειρήσεις , αντιμετώπισαν μείωση της ρευστότητας και κατ' επέκταση μείωση προσωπικού και δαπανών. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα , σε συνδυασμό με άλλα υποβόσκοντα οικονομικά θέματα που προϋπήρχαν , η κρίση αυτή αποτέλεσε την έναρξη για την μακροβιότερη οικονομική ύφεση της σύγχρονης ιστορίας.(2.. Η Ελλάδα εξαιτίας της παγκόσμιας οικονομικής ύφεσης αδυνατούσε να δανειστεί από τις διεθνείς αγορές με χαμηλό επιτόκιο , με αποτέλεσμα την μείωση των εισοδημάτων και του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων και την αύξηση της ανεργίας. Η Ελλάδα πέρασε μία δεκαετία αβεβαιότητας και συνεχούς ανάγκης στήριξης , υπογράφοντας έτσι συμφωνίες δανεισμού με την Ευρωπαϊκή Ένωση έως το 2018 και εισερχόμενη σε κατάσταση ελέγχων από τους δανειστές έως και το 2019. Μεγάλο ποσοστό των ελληνικών επιχειρήσεων έκλεισε και πολλοί άνθρωποι έφτασαν στα όρια της ανέχειας. (European Central Bank, 2021)

„

2.2 Επιρροή της πανδημίας στις επιχειρήσεις .

Ο Covid-19 επηρέασε όλες τις οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες παγκοσμίως. Τόσο οι ιδιωτικές όσο και οι δημόσιες επιχειρήσεις κλήθηκαν να ανταποκριθούν τάχιστα στις πρωτοφανείς συνθήκες που δημιούργησε η πανδημία .Οι επιπτώσεις από το πέρασμα της πανδημίας προβλέπεται να έχουν επίδραση για χρόνια στην παγκόσμια οικονομία. Η κοινωνική απόσταση συνεπάγεται της δημιουργίας online εφαρμογών για την επίτευξη της συνέχισης της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι υπεύθυνοι πληροφορικής των εταιρειών έπρεπε να δράσουν άμεσα για να δημιουργήσουν τις συνθήκες μέσω των οποίων θα εξασφαλιζόταν η συνέχιση της βιωσιμότητας της επιχείρησης. Κάθε εταιρεία έχει ένα πλάνο σχετικά με τους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει (Risk Plan) , το οποίο συνήθως αφορά συχνά αντιμετωπίσιμους κινδύνους και απειλές. Το μεγαλύτερο ρίσκο σε ένα τέτοιο πλάνο είναι να μην συμπεριληφθεί κάποιος κίνδυνος. Ο κίνδυνος της πανδημίας για τις περισσότερες επιχειρήσεις ήταν ένας τέτοιος ,μη συμπεριληφθείς κίνδυνος-αφού μία πανδημία ήταν υποεκτιμημένη ως ενεργός κίνδυνος. Η διαχείριση ρίσκων έχει να κάνει και με το μέγεθος της επιχείρησης ,ενώ η συμπερίληψη σπάνιων κινδύνων συνήθως αποτελεί πολυτέλεια. Παρόλα αυτά μία επιχείρηση με καλή στρατηγική και ολοκληρωμένο Risk Plan είναι δυνατόν να ανταποκρίθηκε ικανοποιητικά απέναντι στις επιπτώσεις της πανδημίας ,ακόμη και αν η στρατηγική δεν ήταν δημιουργημένη για αυτό. (Papagiannidis, S et al , 2020)

Οι περισσότερες επιχειρήσεις δημιούργησαν δίκτυα VPN για να εξασφαλίσουν τη συνέχιση της λειτουργίας τους και προώθησαν την τηλεργασία. Στις συνθήκες αυτές οι επιχειρηματίες έπρεπε να αντιδράσουν άμεσα και υπό καθεστώς αβεβαιότητας και φόβου για την επόμενη μέρα. Η τηλεργασία και γενικά η πρόσβαση των χρηστών στα ΠΣ των οργανισμών από απόσταση έθεσε ζητήματα ασφάλειας και ιδιωτικότητας . Οι χρήστες έπρεπε να εκπαιδευτούν στην χρήση νέων εφαρμογών και ιδανικότερα στο να μπορούν να αναγνωρίζουν διαδικτυακές επιθέσεις ,ώστε να περιοριστούν οι απειλές. Σε αρκετές περιπτώσεις οι επιχειρήσεις χαλάρωσαν την πολιτική τους για χρήση από το προσωπικό δικών τους συσκευών ,για να μπορέσουν να εξασφαλίσουν την συνέχιση. Η χρήση οικείων συσκευών σε μεγάλο βαθμό έδρασε ως μέσο αύξησης της παραγωγικότητας. Στον αντίποδα οι περισσότερες επιχειρήσεις που απαιτούν φυσική παρουσία και απευθείας αλληλεπίδραση με τους πελάτες ,αναγκάστηκαν να διακόψουν την λειτουργία τους. Παράλληλα τα lockdowns και το συνεχές άγχος ιδιοκτητών και προσωπικού επηρέασαν καθοριστικά την παραγωγικότητα των επιχειρήσεων .

Σχετικά με τη χρήση των ΤΠΕ στην περίοδο του κορονοϊού προέκυψαν ορισμένες προκλήσεις που σχετίζονταν κυρίως με την ασφάλεια και ιδιωτικότητα , με τους διαθέσιμους πόρους και τη διαχείριση τους , όπως επίσης και με την βοήθεια και εκπαίδευση των χρηστών στις νέες απαιτήσεις. Γενικότερα το πλήγμα ήταν μεγαλύτερο για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις , αφού συγκριτικά με τους μεγάλους οργανισμούς δεν διέθεταν τους ίδιους πόρους και αντιμετώπισαν πολύ μεγάλα προβλήματα ρευστότητας και παραγωγικότητας. (Papadopoulos, T et al,2020)

2.3 Πώς προσαρμόζονται οι επιχειρήσεις και τα ICT plans τους σε περιόδους οικονομικής κρίσης και ύφεσης;

Οι οικονομικές κρίσεις δημιουργούν απότομες αλλαγές και χρήζουν γρήγορων και στοχευμένων αποφάσεων. Όλες οι καταστάσεις οικονομικής ύφεσης χαρακτηρίζονται από ισχυρή μείωση της ζήτησης για τα περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις για να απαντήσουν σε αυτή τη μείωση της ζήτησης και του κέρδους τους προχωρούν σε ορισμένα μέτρα για να διασφαλίσουν την επιβίωσή τους. Το πιο σύνηθες είναι να γίνεται μείωση προσωπικού με απολύσεις ή μείωση μισθών των εργαζομένων. Ένα άλλο μέτρο είναι η μείωση των δαπανών στις ελάχιστες αναγκαίες ,αλλά και των επενδύσεων που γίνονται μόνο στοχευμένα και έχοντας εκτίμηση μεγάλου και άμεσου κέρδους. Παράλληλα ορισμένες επιχειρήσεις αποφασίζουν να αναστείλουν ή να μειώσουν αισθητά τη λειτουργία τους για να μειώσουν τα λειτουργικά κόστη. Ο κύριος στόχος των επιχειρήσεων σε αυτές τις συνθήκες είναι η επιβίωση και συνέχιση της δραστηριότητάς τους , καθώς επίσης και η ικανότητα να μπορούν να ανταποκρίνονται στις βραχυπρόθεσμες οικονομικές τους υποχρεώσεις.

Όσο αφορά τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών ,οι περίοδοι ύφεσης συχνά έχουν αρνητική επίδραση στις επενδύσεις τους. Αν και τις περισσότερες φορές οι ΤΠΕ γίνονται απαραίτητες για την εξασφάλιση της συνέχισης της επιχείρησης και της μείωσης των λειτουργικών τους εξόδων , οι περισσότερες επιχειρήσεις θεωρούν τέτοιου είδους επενδύσεις πολυτέλεια σε τέτοιες συνθήκες. Στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις προσπαθούν να προσαρμόσουν το υπάρχον ICT Plan τους στις νέες συνθήκες και κρατούν συντηρητικό χαρακτήρα προς τέτοιου είδους έργα τα οποία μπορούν να μετατεθούν για περιόδους οικονομικής ευημερίας.

Επιπρόσθετα, όσο αναφορά τις ΤΠΕ οι επιχειρήσεις είναι επιβεβλημένο να προσπαθήσουν να βελτιώσουν την χρήση των πόρων τους. Αρχικά σε περιόδους ύφεσης επιβάλλεται η επαναδιαπραγμάτευση ενεργών συμβολαίων ΤΠΕ με τους προμηθευτές , τα οποία αφορούν κατά κύριο λόγο την υποστήριξη και συντήρηση. Στη συνέχεια πρέπει να τεθούν οι προτεραιότητες και

οι στόχοι που μπορούν να διαμορφωθούν και υλοποιηθούν με αναθεώρηση του ήδη υπάρχοντος ICT Plan. Παράλληλα, είναι αναγκαίο να εξετάσουν νέα έργα τα οποία θα προσφέρουν μείωση του κόστους και αύξηση των κερδών, μέσω της αυτοματοποίησης κρίσιμων διεργασιών για την επιβίωση της επιχείρησης. Είναι, λοιπόν, λογικό ότι οι επενδύσεις ΤΠΕ σε περιόδους κρίσης μειώνονται αισθητά. Παρόλα αυτά όμως δεν πρέπει να αναστέλλονται τελείως, αφού παρόλη την αμυντική στάση που δικαίως υιοθετούν οι επιχειρήσεις, είναι τέτοια η φύση της σύγχρονης επιχειρηματικότητας που για να επιβιώσουν χρειάζονται την υποστήριξη των ΤΠΕ και διαθεσιμότητα χωρίς διακοπές. Συμπεραίνουμε επομένως, πως η επιβίωση μίας επιχείρησης σε περιόδους οικονομικής κρίσης είναι ένα κράμα άμυνας και διάκρισης περιττών από κερδοφόρες επενδύσεις.

2.4 Τι είναι ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός;

Μία από τις σημαντικότερες πηγές ανάπτυξης της οικονομίας και των επιχειρήσεων την σήμερα είναι ο ψηφιακός τεχνολογίες. Μέσω αυτών δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και βελτιώνεται η καθημερινότητα των ανθρώπων, αφού αυτοματοποιούν άλλοτε χρονοβόρες διεργασίες για τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Οι ψηφιακές τεχνολογίες προσφέρουν πλήθος οφελών στις επιχειρήσεις που τις υιοθετούν. Τέτοια οφέλη ενδεικτικά μπορεί να είναι τα εξής:

1. Διεύρυνση των καναλιών πώλησης και αύξηση των πωλήσεων.
2. Δημιουργία νέων πελατών.
3. Η διάδοση της επιχείρησης σε μεγαλύτερο κοινό.
4. Η βελτίωση της συνολικής ικανοποίησης των πελατών κα.

Η ανάγκη για χρήση ψηφιακών τεχνολογιών στην οργάνωση των σύγχρονων επιχειρήσεων είναι πλέον επιβεβλημένη και επιτακτική. Προϋποθέτει αλλαγές στις παραδοσιακές πρακτικές, ώστε να δημιουργηθούν νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός είναι ουσιαστικά όλες αυτές οι αλλαγές που σχετίζονται με τη χρήση ψηφιακής τεχνολογίας σε κάθε έκφανση της ανθρώπινης ζωής και επιχειρηματικότητας. (). Με τον ΨΜ η αποδοτικότητα και η παραγωγικότητα των επιχειρήσεων αυξάνονται. Στην εποχή μας, όλες σχεδόν οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις ψηφιακές τεχνολογίες, όμως αυτές που διαφοροποιούνται είναι εκείνες που εντάσσουν τον ΨΜ στη στρατηγική τους και πορεύονται προσηλωμένες σε αυτό. (Matt C et al, 2015)

Επομένως , ο ΨΜ αναφέρεται στις μεταβολές της χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών για να μπορέσουμε να βελτιώσουμε και να αναδιατάξουμε τα εξής :

1. Τα λειτουργικά μοντέλα και τις εσωτερικές διαδικασίες.
2. Τους τρόπους συναλλαγής με το κοινό.
3. Τους τρόπους συναλλαγής με τους προμηθευτές .
4. Τα προϊόντα και τις υπηρεσίες .
5. Τα κανάλια πωλήσεων.

Η έννοια του ΨΜ πρωτοεμφανίστηκε στον ιδιωτικό τομέα για την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος , μέσω της χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών. Ουσιαστικά ο ΨΜ περιλαμβάνει μετασχηματισμούς βασικών επιχειρηματικών λειτουργιών και επηρεάζει προϊόντα και διαδικασίες (Matt C et al,2015)

2.4.1 Η κρίση της πανδημίας Covid-19 ως επιταχυντής του Ψηφιακού Μετασχηματισμού

Ο Covid-19 είναι ένας ιός που έπληξε ραγδαία την ανθρωπότητα και δημιούργησε την ανάγκη ταχείας προσαρμογής στις νέες συνθήκες που επέφερε. Οι περισσότερες επιχειρήσεις, κυρίως οι μικρότερες ήταν απροετοίμαστες για την τόσο μεγάλη ανάγκη προσαρμογής στη χρήση ICT. Η ανάγκη προσαρμογής στον ΨΜ αποκάλυψε δηλαδή πολλές ευπάθειες που υπήρχαν στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών (use of ICT during the pandemic). Ο κυριότερος λόγος επιτάχυνσης του ΨΜ ήταν η ανάγκη τήρησης αποστάσεων και οι γενικότερες απαγορεύσεις διαπροσωπικών επαφών. Η πανδημία ανέστειλε αιφνίδια το μεγαλύτερο μέρος της κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας παγκοσμίως (Γιακούλας, Δ., 2020). Οι νέες συνθήκες που διαμορφώθηκαν από την πανδημία έδειξαν στις επιχειρήσεις πόσο απαραίτητη είναι η χρήση νέων τεχνολογιών. Πολλές επιχειρήσεις διέκοψαν την λειτουργία τους, ενώ άλλες που παρέμειναν ανοιχτές ήρθαν αντιμέτωπες με προκλήσεις όπως η συνέχιση της δραστηριότητάς τους και η διαφύλαξη της προσωπικής και δημόσιας υγείας.

Όσο αναφορά τον κλάδο των ξενοδοχείων, οι ΤΠΕ έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν. Αρχικά ο τρόπος επικοινωνίας με τους πελάτες και ο τρόπος δημιουργίας κρατήσεων έχει διαφοροποιηθεί σημαντικά. Πλέον, ένας πελάτης μπορεί να εντοπίσει την επιχείρηση για την οποία ενδιαφέρεται διαδικτυακά, να ελέγξει τη διαθεσιμότητα και να πραγματοποιήσει κράτηση χωρίς καν να χρειαστεί να έρθει σε επικοινωνία με το κατάλυμα, γεγονός που παλαιότερα ήταν σχεδόν αδιανόητο. Τέτοιες αλλαγές φέρνουν πίεση σε άλλους επιχειρηματικούς κλάδους, όπως οι τουριστικοί πράκτορες που φαίνεται ότι ολοένα αντικαθίστανται από το διαδίκτυο. (Ποτούρης Π., 2017). Επιπλέον, σχετικά με την τηλεργασία, είναι κάτι που δεν λειτούργησε σχεδόν πουθενά στην περίοδο της πανδημίας, λόγω της φύσης του επαγγέλματος που απαιτεί διαπροσωπική επαφή με τους πελάτες.

2.5 Κορονοϊός και ξενοδοχεία

Ένας από τους εργασιακούς κλάδους που επλήγη περισσότερο από την πανδημία του κορονοϊού ήταν τα τουριστικά επαγγέλματα . Η απαγόρευση μετακινήσεων ,ακόμη και μεταξύ νομών της Ελλάδας, οι ματαιώσεις συνεδρίων και επισκέψεων που είχαν ήδη προγραμματιστεί και τα τοπικά lockdowns οδήγησαν σε μία κατάσταση τρομακτικής αβεβαιότητας τους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων της χώρας. Οι περισσότερες επιχειρήσεις αυτές ανέστειλαν την λειτουργία τους ή υπολειτούργησαν για μικρά χρονικά διαστήματα που τα μέτρα για την πανδημία είχαν σε κάποιο βαθμό αρθεί . Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να ενταχθούν στα κρατικά προγράμματα οικονομικής ενίσχυσης , να θέσουν το μεγαλύτερο ή και ολόκληρο το ποσοστό των εργαζομένων τους σε αναστολή εργασίας και σε ορισμένες περιπτώσεις οδηγήθηκαν σε μαζικές απολύσεις προσωπικού ,εκτινάσσοντας τα ποσοστά της ανεργίας στη χώρα. Βέβαια , όσο αναφορά αμιγώς τα ξενοδοχεία , οι θέσεις εργασίας δεν παρουσίασαν πολύ μεγάλη μείωση από την ακριβώς προηγούμενη του Covid χρονιά (ΙΤΕΡ,2020). Τα ξενοδοχεία όπως και όλες οι άλλες επιχειρήσεις της Ελλάδας καλούνται να τηρούν τα υγειονομικά μέτρα που θεσπίζονται από τις κρατικές αρχές και να προσαρμόζονται σε αυτά. Παρόλο που σε κάθε τουριστική περίοδο από την αρχή της πανδημίας έως και σήμερα , οι περιορισμοί μειώνονταν άλλοτε περισσότερο και άλλοτε λιγότερο , τα ξενοδοχεία που σχετίζονται με την άμεση επαφή με κόσμο πρέπει να ακολουθούν ορισμένους κανόνες. Υπήρχαν διαφοροποιήσεις στη λειτουργία των ξενοδοχείων που σχετίζονταν με την ανάγκη επιμελέστερης καθαριότητας, προσαρμογή των γευμάτων σε ατομικά , αποφυγή συνωστισμών και χρήση μάσκας εντός των κοινόχρηστων χώρων .Με τις τρέχουσες διατάξεις , όλοι οι εργαζόμενοι που δεν έχουν ολοκληρώσει τον εμβολιασμό τους και δεν έχουν ενεργό πιστοποιητικό νόσησης ,θα πρέπει να υποβάλλονται τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα σε διαγνωστικό έλεγχο σε ιδιωτικό εργαστήριο ή φαρμακείο και να δηλώνεται το αποτέλεσμα στην αντίστοιχη πλατφόρμα από το άτομο που διεξάγει τον έλεγχο. Αυτό είναι απαραίτητο στα πλαίσια περιορισμού της εξάπλωσης του ιού . Γενικότερα, τα ξενοδοχεία είναι από τις επιχειρήσεις που έπρεπε να προσαρμοστούν πλήρως και να ακολουθήσουν όλες τις κρατικές οδηγίες , αφού για να παράγουν κέρδος είναι υποχρεωτική η δια ζώσης άμεση επαφή με τους πελάτες.

2.5.1 Τι γίνεται αν βρεθεί κρούσμα στο ξενοδοχείο;

Υπάρχει η ισχυρή σύσταση τη Επιτροπής Προστασίας Δημόσιας Υγείας να διατίθενται συγκεκριμένα δωμάτια σε κάθε κατάλυμα που θα χρησιμοποιούνται από τυχόν επιβεβαιωμένα κρούσματα Covid-19 ,τα οποία δεν χρήζουν νοσηλείας .

Σε περίπτωση ύπαρξης κρούσματος , το κάθε ξενοδοχείο οφείλει να ακολουθήσει ορισμένα βήματα για τον περιορισμό της διασποράς. Αρχικά θα πρέπει να ενημερωθεί ο υγειονομικός υπεύθυνος του καταλύματος και να τεθεί το περιστατικό σε απομόνωση. Στη συνέχεια θα πρέπει να ενημερωθεί κάποιος συνεργαζόμενος και διαθέσιμος ιατρός , ο οποίος θα εξετάσει το κρούσμα ,παίρνοντας βέβαια τα απαραίτητα μέτρα . Παράλληλα , αν διαπιστωθεί ότι το κρούσμα χρήζει περαιτέρω ιατρικής βοήθειας και νοσηλείας , ειδοποιείται το Εθνικό Κέντρο Άμεσης Βοήθειας (ΕΚΑΒ) για να μεταφερθεί σε μονάδα υγείας που δέχεται περιστατικά Covid. Στη συνέχεια πρέπει να ενημερωθεί ο ΕΟΔΥ . Επιπρόσθετα , εάν το κρούσμα δεν χρήζει νοσηλείας ,μπορεί να χρησιμοποιήσει τα δωμάτια καραντίνας – εφόσον αυτά υπάρχουν – ή να τεθεί σε απομόνωση στο δωμάτιο στο οποίο ήδη βρίσκεται. Στα άτομα που δεν παρουσιάζουν συμπτώματα και είναι θετικά συνίσταται 5ήμερη απομόνωση και χρήση μάσκας τύπου FFP2 ή N95.

2.5.2 Ποιος είναι ο αντίκτυπος του Covid-19 στα ξενοδοχεία;

Ο αντίκτυπος της Covid-19 στα ξενοδοχεία της Ελλάδας είναι εκτενής και πολύπλευρος. Αρχικά εξ' ορισμού τα ξενοδοχεία είναι επιχειρήσεις βασιζόμενες και εξαρτώμενες από τον τουρισμό και τις μετακινήσεις , οι οποίες εν μέσω Covid ήταν δυσχερείς έως και ανύπαρκτες. Οι ταξιδιωτικές απαγορεύσεις , τα μεγάλα κόστη διαγνωστικών ελέγχων για να μπορέσει ένα άτομο να ταξιδέψει ακόμη και όταν άρθηκαν οι περιορισμοί , τα επιβεβλημένα κρατικά Lockdowns δημιούργησαν ένα κλίμα φόβου και αβεβαιότητας μέσα στο οποίο τέτοιου είδους επιχειρήσεις ήταν ακατόρθωτο να βγουν αλώβητες. Υπήρξαν κύρια προβλήματα ρευστότητας , αναστολή λειτουργίας μονάδων και επιτακτική ανάγκη λήψης αποφάσεων που πάρθηκαν υπό καθεστώς πίεσης και άγχους. Ακόμη και η προμήθεια βασικών ειδών διατροφής που χρειάζεται ένα ξενοδοχείο κα άλλων ειδών πρώτης ανάγκης ,έγινε δυσλειτουργική .

Επιπλέον , κάθε μονάδα που λειτούργησε εποχιακά στους μήνες που μπορούσε είχε πολύ αυξημένα λειτουργικά κόστη. Οι ανάγκες διαρκούς καθαριότητας, η χρήση μάσκας και γαντιών από το προσωπικό και γενικά όλα τα κόστη τα οποία έπρεπε να υπάρξουν για να τηρηθούν τα προβλεπόμενα μέτρα και η ασφάλεια της δημόσιας υγείας, αύξησαν σημαντικά τα λειτουργικά

κόστη των ξενοδοχείων . Τα περισσότερα επαγγελματικά ταξίδια ακυρώθηκαν ,αφού χρησιμοποιήθηκαν ηλεκτρονικοί διάυλοι επικοινωνίας και τα ταξίδια αναψυχής ήταν ελάχιστα. Η λειτουργικότητα των επιχειρήσεων αυτών διαταράχθηκε σημαντικά από την ένταξη των Ουπαλλήλων σε αναστολή , το αρκετά μειωμένο προσωπικό , το φόβο της διαπροσωπικής επαφής και την αναζήτηση τρόπων συνέχισης της επιβίωσης τους. Πολλές από τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις μετά τη σφοδρή έλευση της πανδημίας Covid-19 αναζητούν εξαγορά.

Η λειτουργία των ξενοδοχείων εν μέσω πανδημίας προϋποθέτει τη μειωμένη χωρητικότητα ,μείωση της διάρκειας σεζόν (2020-2021) και κατ' επέκταση την μεγάλη μείωση εσόδων. Στον τουριστικό κλάδο , οι απώλειες φαίνεται να είναι τρεις φορές μεγαλύτερες από τις αντίστοιχες της κρίσης του 2009 .Βέβαια , πλέον μετά από τρεις συνολικά σεζόν για τα εποχιακά ξενοδοχεία και τρία ολόκληρα χρόνια για τα ξενοδοχεία αδιάκοπης λειτουργίας αρχίζει και υπάρχει ανάκαμψη. Στα Ελληνικά ξενοδοχεία φαίνεται πως για τον Ιούνιο υπήρχε πληρότητα 71% και για τον Ιούλιο 81%. (ITEP,2020)

Σύμφωνα με τα στοιχεία που αντλούμε από το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ITEP 2021), συνολικά στην Ελλάδα για το έτος 2019 λειτούργησαν 9.971 ξενοδοχειακές μονάδες , εκ των οποίων οι 6.098 αφορούν εποχικής λειτουργίας ξενοδοχεία και ο 3.965 συνεχούς λειτουργίας. Στις αρχές του 2020 από το σύνολο των ξενοδοχείων το 84% προτίθετο να λειτουργήσει κανονικά ,αλλά τελικά μόνο το 60% λειτούργησε. Τελικά, στο τέλος το 2020 παρέμειναν σε λειτουργία μόνο 1 στα 5 ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας ,δηλαδή το 22% των συνολικών . Παράλληλα , υπήρχε μεγάλη μείωση το χρόνου λειτουργίας των μονάδων ,ο οποίος διαμορφώθηκε σε 7 μήνες για τα συνεχούς και 3,2 μήνες για τα εποχικής λειτουργίας καταλύματα . Ο συνολικός τζίρος σε σύγκριση με τον αντίστοιχο του 2019 μειώθηκε σε ποσοστό 78% . Οι προκαταβολές μειώθηκαν σε ποσοστό περίπου 83% ,ενώ στο σύνολό τους οι κρατήσεις δωματίων Ιουλίου-Σεπτεμβρίου 2020 ήταν σημαντικά λιγότερες από εκείνες μόνο του Σεπτεμβρίου της προηγούμενης χρονιάς. Τα κρατικά μέτρα στήριξης κάλυψαν περίπου το 1/3 από τις απαιτούμενες ανάγκες ρευστότητας των ξενοδόχων . Επιπλέον , το 2021 τα ξενοδοχεία που τέθηκαν ξανά σε λειτουργία αυξήθηκαν σημαντικά ,αγγίζοντας το 96% . Ο τζίρος για τις μονάδες συνεχούς λειτουργίας μειώθηκε κατά 57% ,ενώ ο μέσος όρος του τζίρου μειώθηκε 35% συγκριτικά με το 2019. Τα κρατικά μέτρα συνεισέφεραν και για το 2021 περίπου στο 40% των αναγκών των ξενοδόχων , ενώ το ταμειακό έλλειμμα διαμορφώθηκε στα 640 εκατομμύρια.(ITEP,2021)

2.5.3 Ποια είναι η χρήση των ΤΠΕ στη λειτουργία των Ελληνικών Ξενοδοχείων ;

Στη σημερινή εποχή η χρήση της τεχνολογίας και των ψηφιακών μέσων είναι επιβεβλημένη σχεδόν σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους , πόσο δε μάλλον στις τουριστικές επιχειρήσεις. Με βάση έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το ΙΤΕΠ0(2021) το 99.4% των ξενοδοχείων της χώρας διαθέτει Wi-Fi δίκτυο. Από αυτά το 96.6% έχει προσβάσιμο δίκτυο δωρεάν σε όλους τους κοινόχρηστους χώρους , ενώ το 91.7% έχει δωρεάν δίκτυο και στα δωμάτια. Οι συνδέσεις ίντερνετ έχουν ικανοποιητική ταχύτητα σε ποσοστό 67,2% ,ενώ συγκεκριμένα στο Β. Αιγαίο το 61.4% έχει ικανοποιητική ταχύτητα σύνδεσης. Το 92% των ξενοδοχείων διαθέτει δική του ιστοσελίδα ,ενώ από όσα δεν διαθέτουν πάνω από το 80% θα ήθελε να δημιουργήσει εφόσον υπάρξουν οι απαραίτητες χρηματοδοτήσεις. Επιπλέον , στην εποχή μας είναι σχεδόν αδιανόητο για μία επιχείρηση να μην έχει διαδικτυακή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης , πράγμα που αποτυπώθηκε και στην έρευνα με τα 3/4 των ξενοδοχείων να διαθέτουν και να διαχειρίζονται τα δικά τους social media.

2.5.4 Ποιοι παράγοντες επηρεάζουν την υιοθέτηση ΤΠΕ από τα ξενοδοχεία.

Η τουριστική βιομηχανία είναι μία από τις σημαντικότερες βιομηχανίες του κόσμου. Εκατομμύρια ανθρώπων σχετίζονται επαγγελματικά έμμεσα ή άμεσα με τη βιομηχανία αυτή . (Masaki et.al ,2021). Οι περισσότερες διαδικασίες ακόμη και σήμερα γίνονται οι περισσότερες χωρίς τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών. Ορισμένες τουριστικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις ICT ως στρατηγικό μέσο για να ανταγωνιστούν άλλες επιχειρήσεις σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Βασικά κριτήρια που δημιουργούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι τα εξής :

1. Αξιοθέατα
2. Εγκαταστάσεις
3. Συνεργαζόμενοι τουριστικοί πράκτορες/ ταξιδιωτικά γραφεία

(Masaki et.al ,2021)

Παράλληλα , οι ίδιοι οι πελάτες στην αναζήτηση του ιδανικού καταλύματος εμπλέκονται στη λήψη αποφάσεων σε πέντε ουσιαστικά στάδια.

1. Αναγνώριση της ανάγκης
2. Εύρεση αξιόπιστων πληροφοριών
3. Αξιολόγηση επιλογής
4. Αποτελεσματική αγορά
5. Συμπεριφορά μετά την αγορά ,η οποία καθορίζει και την μελλοντική πίστη.

(Masaki et.al ,2021)

Στα ξενοδοχεία η τοποθεσία τους έχει μεγάλη επίδραση στις υπηρεσίες και το κέρδος της. Η τοποθεσία διαμορφώνει το προφίλ των επισκεπτών, την αγορά στην οποία απευθύνεται και τον ανταγωνισμό που αντιμετωπίζει (Sahadev, S. & Islam, N., 2005).

Η υιοθέτηση ΤΠΕ ενός ξενοδοχείου γίνεται

συνδεδεμένα με τις προσδοκίες για το επιπλέον κέρδος που μπορούν να προσφέρουν και για την επέκταση σε μεγαλύτερη «αγορά στόχο».

Παράγοντες που σχετίζονται με την επιχείρηση

1. Μέγεθος ξενοδοχείου
2. Δραστηριότητες στις οποίες συμμετέχει.
3. Αστέρια (Βαθμός)
4. Ηλικία.

Το μέγεθος του ξενοδοχείου έχει σημαντική επίδραση στην τάση υιοθέτησης ΤΠΕ. Απαιτούνται πόροι και επενδύσεις. Τα μεγάλα ξενοδοχεία αναμένεται να τείνουν περισσότερο προς τις ΤΠΕ. Η ριψοκίνδυνη φύση της επένδυσης σε νέες τεχνολογίες μπορεί να ωθήσει τα μικρά ξενοδοχεία να περιμένουν ώσπου να σταθεροποιηθεί η τεχνολογία πριν επενδύσουν σε αυτή. Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι συνήθως πιο ανθεκτικές στις αλλαγές από ότι οι μικρές. (Sahadev, S. & Islam, N., 2005).

Το εύρος δραστηριοτήτων που ασκεί το ξενοδοχείο μπορεί επίσης να επηρεάσει την τάση για υιοθέτηση ΤΠΕ . Επομένως, όσο μεγαλύτερο το εύρος των δραστηριοτήτων , τόσο χρησιμότερες και οι ψηφιακές τεχνολογίες για την επιχείρηση. Επιπλέον, ο βαθμός του ξενοδοχείου δείχνει τις περισσότερες φορές και την οικονομική τάξη των πελατών που το επιλέγουν. Τα πολυτελή ξενοδοχεία υιοθετούν περισσότερο ΤΠΕ για να βελτιώσουν την εικόνα τους και για να καλύψουν τη ζήτηση των πελατών τους. Είναι καλύτερα οικονομικά για να επενδύσουν τους διαθέσιμους πόρους τους στις ψηφιακές τεχνολογίες. (Sahadev, S. & Islam, N., 2005). Τέλος , προκύπτει ότι τα νέα ξενοδοχεία είναι ευκολότερο να υιοθετήσουν νέες τεχνολογίες από ότι είναι για τα παλιά να αντικαταστήσουν ολόκληρα τα υπάρχοντα συστήματά τους.

2.6 Ξενοδοχειακά ΠΣ

Στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις υπάρχουν ορισμένα συστήματα πληροφορικής που μπορούν να φανούν ιδιαίτερα χρήσιμα και να αυξήσουν την αποδοτικότητα και παραγωγικότητα της επιχείρησης, αυξάνοντας επακόλουθα και τα κέρδη της (ITEP, 2020). Τέτοια είναι :

- PMS (Property Management System) : . Με τη χρήση του οργανώνονται και προγραμματίζονται με μεγάλη ευκολία οι καθημερινές δραστηριότητες που πρέπει να λάβουν χώρα εντός της επιχείρησης. Αυτοματοποιεί διεργασίες όπως είναι οι κρατήσεις, τα τηλεφωνικά συστήματα, οι πληρωμές και γενικά οι συναλλαγές, την κοστολόγηση προϊόντων, το check-in και check-out, αλλά και εξάγει αποτελέσματα για κρίσιμους για την επιχείρηση δείκτες.
- Business Intelligence : Αποτελεί λογισμικό, το οποίο συλλέγει και αναλύει πληροφορίες από ποικίλες πηγές, όπως για παράδειγμα στατιστικά. Παρέχει ενημέρωση για νέες τάσεις και συμβάλει στην ορθή λήψη αποφάσεων σχετικά με την επιχείρηση.
- Reputation Management: Πρόκειται για ένα πρόγραμμα το οποίο διαχειρίζεται τις αξιολογήσεις χρηστών. Μέσω αυτού διαμορφώνεται θετική αντίληψη στους χρήστες για την επιχείρηση και μπορεί να εντοπίσει τα αρνητικά σχόλια και κριτικές που υπάρχουν στο διαδίκτυο και να τις αντιμετωπίσει. Το πρόγραμμα αντλεί δεδομένα από όλους τους OTA (Online Tourism Operators).
- Channel Manager : Πρόκειται για πρόγραμμα που διαχειρίζεται τα διαφορετικά κανάλια πώλησης. Συνδέει το PMS της επιχείρησης με πλατφόρμες όπως είναι το booking και το Airbnb. Κάνει αυτοματοποιημένους ελέγχους, όπως ο έλεγχος διπλοκρατήσεων και ενημερώνει τις τιμές στις πλατφόρμες. Τέλος, με το πρόγραμμα αυτό δίνεται η δυνατότητα συνεργασίας του ξενοδοχείου με περισσότερους OTA.
- Revenue Management : Παραμετρικό σύστημα, το οποίο καθορίζει τις τιμές διάθεσης δωματίων, αντλώντας πληροφορίες από το PMS και άλλες διαθέσιμες πηγές. Με το σύστημα αυτό μπορεί να γίνει χρήση στατιστικών για πρόβλεψη της συμπεριφοράς των χρηστών, βοηθώντας έτσι στη λήψη στοχευμένων αποφάσεων για μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησης.
- ERP (Enterprise Resource Planning): Πρόκειται για πρόγραμμα βέλτιστης διαχείρισης των πόρων της επιχείρησης. Αποτελεί ουσιαστικά μία ολοκληρωμένη πλατφόρμα

προγραμματισμού πόρων ,η οποία μπορεί να υπάρχει τόσο εγκατεστημένη όσο και στο cloud (Oracle ,2021). Ένα σύστημα ERP μπορεί να περιέχει βασικές ενότητες όπως η Γενική Λογιστική, η διαχείριση εφοδιαστικής αλυσίδας, η διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικών ,των πωλήσεων και των πελατειακών σχέσεων. Μέσω των ERP συστημάτων παρέχεται διαφάνεια και εξασφάλιση της ροής δεδομένων και εργασιών. Τα συστήματα αυτά ιχνηλατούν και καταγράφουν όλες τις διαδικασίες ,μειώνοντας τον κίνδυνο ανθρώπινου λάθους και συγκεντρώνουν όλες τις διεργασίες σε ένα ενιαίο σύστημα. Απευθύνονται σε όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων και κυρίως στα ξενοδοχεία μπορούν να διευκολύνουν στην αύξηση της αποδοτικότητας των υπαλλήλων της ρεσεψιόν που πρέπει να διαχειρίζονται μεγάλο όγκο πληροφοριών και να συγκεντρώνουν τις κρατήσεις , οι οποίες πλέον μπορούν να πραγματοποιηθούν από πλήθος διαφορετικών καναλιών και συσκευών .



Εικόνα 1Ιεράρχηση αναγκαιότητας επενδύσεων ΤΠΕ

Πηγή(www...gr)

2.6.1 Γιατί το Wi-Fi (Wireless Fidelity) είναι σημαντικό για τα ξενοδοχεία;

Αρχικά η ύπαρξη Wi-Fi είναι απαραίτητη συνολικά για τη λειτουργία της επιχείρησης, αφού όλα τα συστήματα χρειάζονται σύνδεση στο διαδίκτυο για να είναι λειτουργικά. Παράλληλα, στην εποχή που ζούμε είναι σχεδόν αδιανόητο για έναν επισκέπτη που πληρώνει για την διαμονή του σε κάποιο κατάλυμα ,να μην του παρέχεται πρόσβαση στο διαδίκτυο. Η ύπαρξη ή όχι Wi-Fi είναι σημαντικός παράγοντας επιλογής του ξενοδοχείου από τους πελάτες. Επιπλέον , μία πρόκληση για τους ξενοδόχους είναι το δίκτυο που προσφέρουν να είναι σταθερό και γρήγορο ,αφού η ταχύτητα δικτύου είναι εξίσου σημαντική για την συνολική ικανοποίηση των επισκεπτών. Οι περισσότερες επιχειρήσεις παρέχουν δωρεάν πρόσβαση στο δίκτυο τους , ενώ άλλες το προσφέρουν έναντι ενός μικρού ποσού. Παρόλο που η πληρωμή της πρόσβασης στο δίκτυο μπορεί για ορισμένους να φαίνεται δελεαστική και προσοδοφόρα ,η πλειονότητα των πελατών το εισπράττει ως αρνητικό. Επιπρόσθετα, ζωτικής σημασίας είναι η πρόσβαση στο Wi-Fi τόσο στους κοινόχρηστους χώρους αλλά κυρίως στα δωμάτια για τους επισκέπτες οι οποίοι διαμένουν στο ξενοδοχείο για επαγγελματικούς λόγους. Για τους ανθρώπους που κάνουν επαγγελματικά ταξίδια αποτελεί λόγο επιλογής καταλύματος, αλλά και παράτασης της διαμονής τους σε αυτό. (Whitrow, J. ,n.d)

.

2.6.2 Γιατί η ύπαρξη ιστοσελίδας της επιχείρησης είναι αναγκαία;

Η σύγχρονη τεχνολογική εποχή στην οποία βρισκόμαστε επιτάσσει για όλες τις επιχειρήσεις να διαθέτουν διαδικτυακή παρουσία. Κάθε ξενοδοχείο ,ακόμη και μικρό ,οφείλει να διαθέτει μία προσωπική ιστοσελίδα με την οποία θα γνωστοποιεί την ύπαρξή του στους χρήστες του διαδικτύου. Όσο πιο αποτελεσματική είναι αυτή η ιστοσελίδα, τόσο μεγαλύτερη απήχηση έχει στους εν δυνάμει επισκέπτες του ξενοδοχείου. Ένα σωστά δομημένο website οφείλει να παρέχει στους χρήστες τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζονται για να οδηγηθούν στην επιλογή να πραγματοποιήσουν την κράτησή τους. Ενδεικτικά ,τέτοιες πληροφορίες είναι :

- Τοποθεσία .
- Αριθμός αστεριών .
- Παρεχόμενες υπηρεσίες.
- Δημιουργία κρατήσεων.
- Έλεγχος διαθεσιμότητας δωματίων
- Διαθέσιμες δραστηριότητες.
- Τύποι δωματίων που προσφέρονται.
- Καταλληλότητα για οικογένειες και κατοικίδια.

- Φωτογραφικό υλικό.
- Κριτικές πελατών.
- Λεπτομέρειες επικοινωνίας. (τηλέφωνα , e-mails ,fax)

Επιπλέον , η ύπαρξη μίας ελκυστικής ιστοσελίδας μπορεί να διαφημίσει την επιχείρηση και να αποκτήσει περισσότερους πελάτες και συνεπώς μεγαλύτερα κέρδη. Πρέπει να περιλαμβάνει με διακριτό τρόπο το σήμα της επιχείρησης και να είναι σχεδιασμένη και μορφοποιημένη με τρόπο τέτοιο που να ελκύει τους χρήστες. Είναι σημαντικό ο πελάτης να μπορεί να ολοκληρώσει την κράτησή του μέσω της ιστοσελίδας με online σύστημα κρατήσεων , αποφεύγοντας έτσι την είσοδο σε άλλες πλατφόρμες και τη μείωση της δυσκολίας χρήσης που ορισμένες φορές είναι αποτρεπτική για την πραγματοποίηση της κράτησης.

Ένα website είναι επιτυχημένο μόνο εάν λαμβάνει το ενδιαφέρον των πελατών, την αλληλεπίδραση και τη συμμετοχή , ώστε να μπορεί να αντλήσει σχετικές πληροφορίες για τις προτιμήσεις τους και στη συνέχεια να προσαρμόσει σε αυτές τις παρεχόμενες υπηρεσίες του. (Whitrow, J.n.d)

, -

3 *Μεθοδολογία*

Για την εκπόνηση της παρούσας Διπλωματικής εργασίας ακολουθήθηκε μία συγκεκριμένη μεθοδολογία. Αρχικά έγινε μελέτη της βιβλιογραφίας για την ολοκλήρωση του πρώτου μέρους της εργασίας. Σκοπός της εργασίας ήταν να αναδείξουμε τις επιπτώσεις που είχε η πανδημία Covid-19 στη χρήση των τεχνολογιών πληροφορικής στις ξενοδοχειακές μονάδες της Σάμου. Η εργασία αυτή έχει τόσο ποσοτικό όσο και ποιοτικό χαρακτήρα, αφού τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξα προέκυψαν ύστερα από συμπλήρωση ερωτηματολογίου αλλά και προσωπικών συνεντεύξεων με τους ιδιοκτήτες ή υπεύθυνους των ξενοδοχείων κατά τις οποίες δόθηκαν αναλυτικότερες απαντήσεις και επεξηγήσεις σχετικά με το θέμα.

Η επικοινωνία με τους επιχειρηματίες έγινε με διάφορους τρόπους. Στις περισσότερες περιπτώσεις υπήρξε επικοινωνία μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφωνική επικοινωνία, κατά την οποία γνωστοποίησα την πρόθεσή μου να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο και να κάνουμε κάποια συνέντευξη. Λόγω του ότι τα ξενοδοχεία βρίσκονται ακόμη σε μεγάλο εργασιακό ρυθμό δεν ήταν τόσο εύκολη η όλη αυτή διαδικασία, αλλά ακόμη και στις επιχειρήσεις που δεν κατέστη δυνατή η διαζώσης συνέντευξη υπήρξε τηλεφωνική επικοινωνία για διευκρινίσεις και περεταίρω πληροφορίες. Στα ερωτηματολόγια αυτά που συμπληρώθηκαν τηρείται η ανωνυμία και η εμπιστευτικότητα και για αυτό το λόγο θα παρουσιαστούν στη συνέχεια κωδικοποιημένα.

Το ερωτηματολόγιο περιέχει ερωτήσεις τόσο κλειστού όσο και ανοιχτού τύπου. Αποτελείται από εννέα ερωτήσεις μέσω των οποίων προσπάθησα να αντλήσω τις απαραίτητες πληροφορίες για το θέμα. Στις περισσότερες ερωτήσεις, οι απαντήσεις ήταν σε διαβαθμισμένη κλίμακα, ενώ υπήρχαν και ερωτήσεις οι οποίες έπρεπε να απαντηθούν αμιγώς για την κάθε επιχείρηση. Για όλα τα ερωτηματολόγια που συνέλεξα έχει εξαχθεί ο μέσος όρος για κάθε απάντηση και παρατίθεται στο κομμάτι της ανάλυσης των αποτελεσμάτων. Για την ορθότερη και πιο αντικειμενική σύγκριση για την διεξαγωγή της ανάλυσης οι επιχειρήσεις χωρίστηκαν σε μεγαλύτερες και μικρότερες από άποψη μεγέθους. Τέλος παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που εξήχθησαν και οι περιορισμοί που συνάντησα κατά την δημιουργία της εργασίας αυτής και παρουσιάζεται η σχετική βιβλιογραφία.

Το ερωτηματολόγιο που απαντήθηκε από τις επιχειρήσεις στόχευσε στην εξαγωγή πληροφοριών σχετικά με διάφορα κομμάτια των επιχειρήσεων. Αρχικά, εξετάστηκαν οι συνέπειες στη γενική λειτουργία και στις βασικές συνιστώσες των ξενοδοχείων όπως είναι οι θέσεις εργασίας, οι κρατήσεις και η λειτουργία των επιχειρήσεων. Στη συνέχεια εξετάστηκε ο εξωστρεφής τρόπος που χρησιμοποιήθηκαν οι ψηφιακές τεχνολογίες και αντίστοιχα και η εσωστρεφής χρήση από τα ξενοδοχεία. Τέλος, δόθηκε έμφαση στις στρατηγικές, στους εξορθολογισμούς και τις βελτιώσεις στις οποίες προέβησαν τα ξενοδοχεία και κατά πόσο προτίθενται να διατηρήσουν και ενισχύσουν

μελλοντικά τις ψηφιακές τεχνολογίες που χρησιμοποιήθηκαν για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας. Συνεπώς, μέσω του ερωτηματολογίου προσπάθησα να αντλήσω μία σφαιρική εικόνα για το πώς χρησιμοποιήθηκαν οι ψηφιακές τεχνολογίες για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19. Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο τέλος της παρούσας εργασίας, στο Παράρτημα, ενώ ακολουθεί η λίστα των ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα και ο διαχωρισμός τους για την ανάλυση των αποτελεσμάτων.

Λίστα Επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα

Ξενοδοχείο	Αριθμός Δωματίων	Αριθμός εργαζομένων	Αστέρια
Ξενοδοχείο Α	80	17	4
Ξενοδοχείο Β	94	90	5
Ξενοδοχείο Γ	30	5	3
Ξενοδοχείο Δ	66	20	4
Ξενοδοχείο Ε	10	4	2
Ξενοδοχείο Ζ	28	6	2
Ξενοδοχείο Η	16	6	3
Ξενοδοχείο Θ	13	2	2
Ξενοδοχείο Ι	70	38	3
Ξενοδοχείο Κ	78	30	3
Ξενοδοχείο Λ	16	6	3
Ξενοδοχείο Μ	327	170	5
Ξενοδοχείο Ν	25	10	4

Πίνακας 3. Λίστα Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα

Για να είναι πιο αντικειμενική η σύγκριση και τα αποτελέσματα , θα χωρίσουμε τα ξενοδοχεία σε δύο υποομάδες . Στην πρώτη θα εντάξουμε τις μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πολύ προσωπικό και έχουν μεγάλο αριθμό δωματίων. Στην δεύτερη κατηγορία θα βάλουμε τις μικρότερες επιχειρήσεις.

Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν τα ξενοδοχεία Α,Β,Δ,Ι,Κ και Μ .

Στη δεύτερη κατηγορία ανήκουν τα ξενοδοχεία Γ,Ε,Ζ,Η,Θ,Λ και Ν .

4 *Ανάλυση*

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν αναλυτικά οι απαντήσεις που προέκυψαν από την έρευνα. Θα αναφερθούν οι απαντήσεις στο ερωτηματολόγιο ,αλλά και οι επεξηγήσεις που δόθηκαν κατά το κομμάτι των συνεντεύξεων.

4.1 *Τι επιπτώσεις είχε η πανδημία στα έσοδα της επιχείρησης και ποιες επιχειρήσεις διέκοψαν τη λειτουργία τους.*

Η ερώτηση αυτή ,ήταν η μοναδική που είχε 100% ποσοστό στην ίδια απάντηση και για τις δύο υποομάδες καταλυμάτων . Η μείωση των εσόδων ήταν μεγάλη . Ο λόγος της μείωσης ήταν η γενική αβεβαιότητα και οι ισχύουσες απαγορεύσεις που εμπόδιζαν τις μετακινήσεις , ενώ ο φόβος των πελατών για την υγεία τους ήταν μεγάλος και αποτρεπτικός για να ταξιδέψουν. Παράλληλα υπήρχε ευελιξία ακυρώσεων των κρατήσεων για τις περισσότερες επιχειρήσεις μέχρι την τελευταία στιγμή. Αυτό συνεπάγεται ότι δεν υπήρχε ασφάλεια για τις επιχειρήσεις ότι θα έχουν κέρδος. Από τις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα μόνο τα Ξενοδοχεία Α, Ε και Μ ανέστειλαν εντελώς την λειτουργία τους για την τουριστική περίοδο 2020 και λειτούργησαν με μειωμένη σεζόν το 2021. Όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις παρέμειναν ανοιχτές και λειτούργησαν με τη μειωμένη περίοδο που είχε επιβάλλει το κράτος (σχεδόν δύο μήνες λιγότερους).

Η ένταξη σε αναστολή εργασίας ήταν ένα κρατικό μέτρο το οποίο χρησιμοποιήθηκε από τις επιχειρήσεις ώστε να διατηρήσουν τον αριθμό των εργαζομένων τους και να βοηθήσουν το βιοπορισμό τους. Η ερώτηση που τέθηκε στις επιχειρήσεις ήταν η ακόλουθη και παρατίθενται οι απαντήσεις τους.

Τι επιπτώσεις είχε η πανδημία COVID -19 στα έσοδα της επιχείρησής σας;

Μεγάλη μείωση	Μικρή μείωση	Αμελητέες επιπτώσεις	Μικρή αύξηση	Μεγάλη αύξηση
✓				

Πίνακας 4.Ερώτημα 1

Είχατε λόγω του COVID -19 διακοπές λειτουργίας κάποιων μονάδων σας;

Τι ποσοστό των εργαζομένων σας εντάχθηκε στην αναστολή εργασίας ή σε εργασία εξ' αποστάσεως;

Ξενοδοχ είο Α	Η επιχείρησή μας διέκοψε πλήρως την λειτουργία της για τη σεζόν 2020 και υπολειτούργησε τη σεζόν 2021. Το 2021 έγινε άνοιγμα 22 Ιουνίου με τέλη Σεπτεμβρίου, χάθηκαν δηλαδή 2-3 μήνες που διακόπηκε η λειτουργία. Το 2020 είχαμε 100% αναστολή εργασίας ,ενώ το 2021 σχεδόν το 70% τέθηκε σε αναστολή εργασίας. Τηλεργασία πραγματοποιήθηκε από 1 άτομο , τη διευθύντρια της μονάδας. Ακολουθώντας, για τη σεζόν 2022 διατηρήθηκε η φειδώ στις θέσεις εργασίας ,δεδομένων των απωλειών των 2 προηγούμενων ετών
Ξενοδοχ είο Β	Η επιχείρησή μας λειτούργησε την τουριστική περίοδο 2020 από 1η Ιουλίου μέχρι 5 Οκτωβρίου με αναστολή των εργαζομένων τη περίοδο μη λειτουργίας. Την τουριστική περίοδο 2021 10 Ιουνίου μέχρι 20 Οκτωβρίου με αναστολή των εργαζομένων τη περίοδο μη λειτουργίας
Ξενοδοχ είο Γ	Δεν υπήρξε διακοπή λειτουργίας, αλλά έγινε μείωση ωραρίου λειτουργίας κάποιων μονάδων. 1 εργαζόμενος εντάχθηκε σε αναστολή Η επιχείρησή μας λειτούργησε λιγότερους μήνες, μειώθηκε η σεζόν και κάποια τμήματα του ξενοδοχείου λειτούργησαν με μειωμένο ωράριο.
Ξενοδοχ είο Δ	Η επιχείρηση μας το 2020 λειτούργησε 2 Ιουλίου, 3 μήνες μετά την αρχικά προκαθορισμένη ημερομηνία, και αναγκάστηκε να κλείσει στις 15 του Σεπτεμβρίου λόγω κάποιων περιορισμών στην Ολλανδική αγορά. Η μέγιστη χωρητικότητα που είχε η επιχείρηση ήταν 50%, αυτός ήταν και ο αριθμός των εργαζομένων που δούλευαν εκείνο το καλοκαίρι. Το καλοκαίρι του 2021 λειτούργησε 31 Μαΐου με το 100% της πληρότητας καθώς και το ποσοστό των εργαζομένων ανέβηκε σε κανονικά ποσοστά.
Ξενοδοχ είο Ε	Η επιχείρησή μας είναι οικογενειακή ,συνεπώς απασχολεί μικρό αριθμό εργαζομένων . Την σεζόν 2020 έγινε αναστολή λειτουργίας της επιχείρησης και το 100% εντάχθηκε σε αναστολή . το 2021 η διάρκεια της σεζόν ήταν τρεις μήνες ,όπου εργαστήκαμε κανονικά.
Ξενοδοχ είο Ζ	Η επιχείρησή μας διέκοψε πλήρως την λειτουργία της για τη σεζόν 2020 και υπολειτούργησε τη σεζόν 2021. Το 2021 έγινε άνοιγμα 19 Ιουνίου και κλείσιμο αρχές Οκτωβρίου, χάθηκαν δηλαδή δυόμισι μήνες που υπήρξε διακοπή στη λειτουργία. Το 2020 είχαμε 100% αναστολή. Τηλεργασία πραγματοποιήθηκε από 1 άτομο , τον διευθυντή της μονάδας. Για το 2022 διατηρήθηκε ο αρχικός αριθμός θέσεων εργασίας παρά τις απώλειες των 2 προηγούμενων ετών.
Ξενοδοχ είο Η	Όχι , η μονάδα μας λειτούργησε κανονικά εκτός από τη μειωμένη σεζόν που επιβλήθηκε από το κράτος. Κανένας εργαζόμενος δεν εντάχθηκε σε αναστολή εργασίας ή εξ 'αποστάσεως εργασία , παρά μόνο τους μήνες που ήταν κλειστά λόγω κράτους.
Ξενοδοχ είο Θ	Όχι , δεν υπήρξε διακοπή λειτουργίας, πέραν της κρατικής μείωσης της σεζόν. Κανένας εργαζόμενος δεν εντάχθηκε σε αναστολή ή σε εξ αποστάσεως εργασία

Ξενοδοχ είο Ι	Όχι , δεν υπήρξαν διακοπές λειτουργίας ,παρά μόνο η μείωση της τουριστικής περιόδου . 50% σε αναστολή εργασίας 0% τηλεργασία
Ξενοδοχ είο Κ	Η επιχείρησή μας λειτούργησε την τουριστική περίοδο 2020 από 1η Ιουλίου μέχρι 5 Οκτωβρίου με αναστολή του συνόλου των εργαζομένων την περίοδο μη λειτουργίας.
Ξενοδοχ είο Λ	Τα έσοδα της επιχείρησης μειώθηκαν πάνω από 40% . Η επιχείρηση δεν διέκοψε τη λειτουργία της και κανένας εργαζόμενος δεν εντάχθηκε σε αναστολή , όμως μειώθηκαν οι προσλήψεις.
Ξενοδοχ είο Μ	Η μονάδα διέκοψε τη λειτουργία της για τη σεζόν 2020 και λειτούργησε με μειωμένη κρατική σεζόν το 2021 . Για το 2020 όλοι οι εργαζόμενοι εντάχθηκαν σε αναστολή εργασίας πλην του διοικητικού προσωπικού (10 άτομα) . Τους μήνες που η επιχείρηση δεν λειτούργησε το 2021 πάλι οι υπάλληλοι εντάχθηκαν σε αναστολή. Δεν πραγματοποιήθηκε τηλεργασία , πέραν του τμήματος IT που δουλεύει ανεξαρτήτως Covid εξ ' αποστάσεως. Όπου χρειάστηκε έγιναν zoom meetings ως εργασία από απόσταση.
Ξενοδοχ είο Ν	Δεν αναστάλη η λειτουργία ,αλλά υπήρξε η κρατική μείωση της σεζόν. Για τους μήνες μη λειτουργία όλο το προσωπικό σε αναστολή εργασίας.

Πίνακας 5.Απαντήσεις Ερώτησης1

Από τις απαντήσεις που λάβαμε ,γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το πλήγμα των εσόδων για τα ξενοδοχεία ήταν μεγάλο . Παράλληλα , διαπιστώνουμε ότι μόνο δύο επιχειρήσεις τα ξενοδοχεία Θ και Λ ,δεν χρησιμοποίησαν σε καμία περίοδο την ένταξη σε αναστολή εργασίας για τους εργαζομένους τους. Όλες οι υπόλοιπες μονάδες ενέταξαν τους εργαζομένους τους σε αναστολή για την περίοδο μείωσης της τουριστικής περιόδου , ενώ για την πλήρη σεζόν 2020 τα Ξενοδοχεία Α , Ε και Μ που παρέμειναν κλειστά . Για το ξενοδοχείο Μ εξαιρέθηκε της αναστολής το διοικητικό προσωπικό ,δηλαδή περίπου δέκα άτομα.

Παράλληλα , ένα ακόμη ενδιαφέρον αποτέλεσμα της ερώτησης αυτής ήταν το ελάχιστο ποσοστό που έκανε χρήση τηλεργασίας ή εξ ' αποστάσεως εργασίας. Παρατηρούμε ότι μόνο στο ξενοδοχείο Α υπήρξε ένα άτομο που εργάστηκε με τηλεργασία . Για το ξενοδοχείο Μ υπάρχει ομάδα IT που δουλεύει ανεξαρτήτως Covid εξ' αποστάσεως. Βέβαια , το συμπέρασμα αυτό είναι και απόλυτα λογικό εξαιτίας της φύσης του κλάδου που απαιτεί προσωπική επαφή με τον πελάτη . Για ένα ξενοδοχείο για να παραχθεί κέρδος πρέπει οι εργαζόμενοι να έρχονται σε άμεση επαφή με την επιχείρηση και τους πελάτες . Οι διεργασίες που μπορούν να πραγματοποιηθούν εξ' αποστάσεως είναι ελάχιστες και αφορούν τη διαχείριση του κεντρικού συστήματος του ξενοδοχείου ή τις τηλεδιασκέψεις μετόχων της επιχείρησης , που όμως εξ' όσων φαίνεται δεν είναι κάτι που εφαρμόστηκε στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις της Σάμου, πλην του ξενοδοχείου Μ που πραγματοποίησε ορισμένες τηλεδιασκέψεις σε διοικητικό επίπεδο .

4.2 Χρήση των ICT στα ξενοδοχεία εν μέσω Covid.

Η ερώτηση στην οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι υπεύθυνοι των ξενοδοχείων ήταν «Πώς χρησιμοποιήσατε τις ψηφιακές τεχνολογίες (ICT) για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων στην επιχείρησή σας;»

Ξενοδοχείο Α	Την 1η χρονιά (2020) η λειτουργία της επιχείρησης σταμάτησε τελείως οπότε και δεν επενδύσαμε σε ICT. Για το (2021) σε μικρότερο βαθμό και για το 2022 περισσότερο ,κάναμε τα εξής; 1. Ανανεώσαμε την ιστοσελίδα της επιχείρησής μας 2. Δημιουργήσαμε διαφημίσεις στα κοινωνικά δίκτυα 3. Προωθήσαμε την δημιουργία check in από mobile phone 4. Αναπτύξαμε συνεργασίες με πλατφόρμες δημιουργίας κρατήσεων 5. Αναβαθμίσαμε το υλικό , ανανεώσαμε τους υπολογιστές των δωματίων ,καθώς και τον κεντρικό υπολογιστή της ρεσεψιον . 6. Δημιουργήθηκε ένα δίκτυο VPN για χρήση από τη διεύθυνση για τις εργασίες που έπρεπε να γίνουν από απόσταση.
Ξενοδοχείο Β	Ανανεώσαμε την ιστοσελίδα της επιχείρησής μας βάση πρωτοκόλλων κορωνοϊού Δημιουργήσαμε ψηφιακό οδηγό υπηρεσιών του ξενοδοχείου. Δημιουργήσαμε qr code για ψηφιακό check in check out. Δημιουργήσαμε ψηφιακά μενού για τα εστιατόρια & Bar
Ξενοδοχείο Γ	Για το 2020 και 2021 έγινε μόνο προβολή και διαφήμιση μέσω σελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Για το 2022 : Αναβαθμίσαμε την ιστοσελίδα μας . Προβολή σε διάφορες τουριστικές μπροσούρες Συμμετοχή σε εκθέσεις τουρισμού.
Ξενοδοχείο Δ	Την περίοδο του κορωνοϊού δεν χρειάστηκε να επενδύσουμε σε ψηφιακές τεχνολογίες διότι το είχαμε κάνει από τα προηγούμενα χρόνια. Κάποιες από τις ενέργειες που να κάναμε είναι οι εξής; 1. Ανανεώσαμε την ιστοσελίδα της επιχείρησης μας 2. Δημιουργήσαμε διαφημίσεις στα κοινωνικά δίκτυα 3. Προωθήσαμε την δημιουργία check in από mobile phone/ tablet/ web check in
Ξενοδοχείο Ε	Με αφορμή τον Covid ακόμη και μία μικρή επιχείρηση σαν την δική μας χρειάστηκε να αποκτήσει διαδικτυακή παρουσία. Αναπτύξαμε ένα website για το ξενοδοχείο μας το οποίο προβάλλει τις παροχές μας και φωτογραφίες του ξενοδοχείου. Επίσης δημιουργήσαμε στο site μία φόρμα επικοινωνίας ,μέσω της οποίας οι πελάτες μπορούν να επικοινωνούν μαζί μας και να δημιουργούν

	κρατήσεις. Το site μας ανανεώθηκε ικανοποιητικά και συμπεριελήφθη χάρτης με την ακριβή τοποθεσία του καταλύματος και επίσης φαίνονται στο site και οι οδηγίες για τον Covid.
Ξενοδοχείο Ζ	Η μονάδα μας είναι πλήρως εξοπλισμένη με ψηφιακές τεχνολογίες και συνδεδεμένη με τα κεντρικά μας στην Αθήνα. Ως συνήθως ανανεώσαμε την ιστοσελίδα της επιχείρησής μας και τη συνεργασία μας με πλατφόρμες δημιουργίας κρατήσεων. Δεν έγινε κάτι στοχευμένα για τον Covid.
Ξενοδοχείο Η	Δεν κάναμε κάτι συγκεκριμένο για τις επιπτώσεις του Covid. Οι ενημερώσεις για τα νέα μέτρα έγιναν σε έντυπη μορφή και όχι με κάποια εφαρμογή. Παρόλα αυτά για τη μονάδα μας χρησιμοποιήσαμε τα ΠΣ που ήδη κατείχαμε και υπήρχε περισσότερη κίνηση για κρατήσεις μέσω του website που προϋπήρχε του Covid.
Ξενοδοχείο Θ	Οι ψηφιακές τεχνολογίες χρησιμοποιήθηκαν με συντηρητικό τρόπο. Διατηρήσαμε τα υπάρχοντα συστήματα και το website μας ως είχε. Χρησιμοποιήσαμε τη διαφήμιση από τα social αλλά χωρίς μεγάλες δαπάνες.
Ξενοδοχείο Ι	Χρησιμοποιήσαμε τις ψηφιακές τεχνολογίες για διαφήμιση και προβολή όπως όμως και προ Covid και γενικότερα κάναμε ό,τι έπρεπε για να ανανεώσουμε τις υπηρεσίες μας σύμφωνα με τα πρωτόκολλα του Covid.
Ξενοδοχείο Κ	1. Ανανεώσαμε την ιστοσελίδα της επιχείρησής μας βάση πρωτοκόλλων κορονοϊού 2. Δημιουργήσαμε ψηφιακό οδηγό υπηρεσιών του ξενοδοχείου. 3. Δημιουργήσαμε qr code για ψηφιακό check in check out. 4. Δημιουργήσαμε ψηφιακά μενού για τα εστιατόρια& Bar
Ξενοδοχείο Λ	Αναβάθμιση του ΠΣ που προϋπήρχε στη ρεσεψιόν του ξενοδοχείου Σύνδεση με το trip Advisor Βελτιώσεις στο website
Ξενοδοχείο Μ	• Ένταξη σε πρόγραμμα για αναβάθμιση ιστοσελίδας • Προώθηση direct κρατήσεων αντί για OTA • Αλλαγή συστήματος check in για γρηγορότερη διαδικασία με scan διαβατηρίου που βγάζει τα στοιχεία κράτησης και μέσω tablet εμφανίζονται όλα τα λεπτομερή στοιχεία και ο πελάτης χρειάζεται απλά να βάλει μία υπογραφή.

	• Δημιουργία app με διαφορετικό κωδικό πρόσβασης για κάθε υπομονάδα που συνδέεται με το κεντρικό control του ξενοδοχείου , όπου οι πελάτες μπορούν να συνδέονται στα διαφορετικά Wi-Fi που παρέχονται στους διάφορους χώρους και να κάνουν κρατήσεις online για οποιαδήποτε δραστηριότητα προσφέρεται στο ξενοδοχείο, να επικοινωνήσουν με τη ρεσεψιόν χωρίς να χρειαστεί να την επισκεφθούν. • Χρήση του προαναφερθέντος app όπου μπορεί ο πελάτης να αφήσει την κριτική του, στην οποία αν το κρίνουμε κάνουμε redirect links για να αφήσουν και αλλού κριτική στο διαδίκτυο και προωθούμε την εταιρική εικόνα . • Συνεργασία με εταιρεία για social mediamarketing και απαντήσεις σε μηνύματα χρηστών • Ψηφιακά μενού • Σύνδεση του app με τις smart TVs των δωματίων για ευκολότερη πρόσβαση και εμπειρία από τους χρήστες.
Ξενοδοχείο N	• Αναβαθμίστηκε το website • Δημιουργία app για πρόσβαση στις δραστηριότητες του ξενοδοχείου • Ψηφιακές κορνίζες ενημέρωσης για συνεργαζόμενες υπηρεσίες • Προσβάσιμο Wi-Fi σε όλους τους χώρους

Πίνακας 6. Απαντήσεις Ερώτησης 2

Όσο αναφορά τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών στα ξενοδοχεία εντοπίζουμε διαφορετικές περιπτώσεις. Υπάρχουν επιχειρήσεις που επένδυσαν στις αλλαγές λόγω κορονοϊού για να προσπαθήσουν να αυξήσουν τις κρατήσεις τους και τα έσοδά τους .

Στην ομάδα των μεγαλύτερων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων εντοπίζουμε διαφορές στη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών. Τις περισσότερες ενέργειες σχετικά με τη χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών πραγματοποίησε το Ξενοδοχείο M . Προωθήθηκε η απευθείας κράτηση από την ιστοσελίδα της επιχείρησης και αναβαθμίστηκε γενικά η ιστοσελίδα. Προωθήθηκε η διαφήμιση μέσω συνεργασίας με αρμόδια εταιρεία διαχείρισης social media και δημιουργήθηκαν ψηφιακά μενού για τις υπηρεσίες του καταλύματος. Επιπλέον διαμορφώθηκε σύστημα γρήγορου check in όπου μέσω του scanning του barcode του διαβατηρίου των επισκεπτών γίνεται αντιστοίχιση με την κράτηση του συστήματος και περνούν τα στοιχεία του πελάτη και της κράτησης αυτόματα σε συνδεδεμένο tablet που χρειάζεται μία απλή υπογραφή του πελάτη . Παράλληλα δημιουργήθηκε και συγκεκριμένο application μέσω του οποίου οι πελάτες αποκτούσαν ψηφιοποιημένες δυνατότητες. Αρχικά έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιήσουν κράτηση για τις δραστηριότητες

που προσφέρονται εντός της μονάδας για αποφυγή συνωστισμού , να επικοινωνήσουν με τη ρεσεψιόν χωρίς να χρειαστεί να μεταβούν σε αυτή και να συνδεθούν στα διαφορετικά Wi-Fi δίκτυα από όποιο σημείο εντός της επιχείρησης βρίσκονται . Τέλος , τους παρέχεται η δυνατότητα απευθείας σύνδεσης του application με τη Smart TV του δωματίου τους για βελτίωση της εμπειρίας χρήσης τους.

Στην ίδια κατηγορία , οι επιχειρήσεις K και B προχώρησαν σε ανανέωση του Website τους και δημιουργία ψηφιακού οδηγού υπηρεσιών και ψηφιακών μενού . Τέλος , στα πλαίσια του γρηγορότερου check in και check out δημιούργησαν QR codes με τα στοιχεία της εκάστοτε κράτησης. Επίσης, το Ξενοδοχείο A φαίνεται ότι προέβη σε πολλά έργα για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του Covid. Προχώρησαν σε ανανέωση του υλικού της επιχείρησης και προώθησαν το check in από κινητά . Παράλληλα επένδυσαν στο website της επιχείρησής τους και γενικότερα δεν κράτησαν συντηρητική στάση απέναντι στις ψηφιακές τεχνολογίες, αλλά επένδυσαν σε αυτές σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Όσο αναφορά το ξενοδοχείο Δ δεν επένδυσε σε νέες ΤΠΕ λόγω Covid ,αφού θείχε κάνει τις βελτιώσεις στο website και την προώθησε mobile και web check in προ κορονοϊού. Στο ίδιο μήκος κύματος και το Ξενοδοχείο I ,που συμμορφώθηκε με τα πρωτόκολλα του Covid αλλά χρησιμοποίησε τα συστήματα που ήδη κατείχε , αυξάνοντας λίγο την προβολή και διαφήμιση μέσω των κοινωνικών δικτύων.

Στη δεύτερη κατηγορία καταλυμάτων ανήκουν τα μικρότερα σε μέγεθος ξενοδοχεία. Διαπιστώνουμε ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό δεν έγινε κάποια μεγάλη επένδυση στη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών πέραν της διαφήμισης στα κοινωνικά δίκτυα , την επέκταση σε πλατφόρμες e-booking και την ανανέωση των ιστοσελίδων. Εξαίρεση αποτελεί το ξενοδοχείο E το οποίο προ Covid δεν είχε καθόλου διαδικτυακή παρουσία . Αντιλαμβανόμενοι οι ιδιοκτήτες της ανάγκης ένταξης στην ψηφιακή εποχή δημιούργησαν ένα καλά οργανωμένο website με φόρμα επικοινωνίας για απευθείας κρατήσεις. Επιπλέον , εντάχθηκε στην ιστοσελίδα χάρτης ακριβούς τοποθεσίας και πληροφοριών για τον κορονοϊό. Παράλληλα , βλέπουμε ότι το Ξενοδοχείο N προέβη σε εκτενή χρήση ψηφιακών τεχνολογιών. Έγινε αναβάθμιση της ιστοσελίδας και δημιουργία κρατήσεων και ύπαρξη ψηφιακών κορνιζών με διαφημίσεις για συνεργαζόμενες υπηρεσίες. Παράλληλα δημιουργήθηκε application για πρόσβαση στις δραστηριότητες του ξενοδοχείου , κλείσιμο κρατήσεων και πρόσβαση στο Wi-Fi σε όλους τους χώρους. Το ξενοδοχείο N , αν και είναι μικρότερο σε μέγεθος και το εντάσσουμε στη δεύτερη κατηγορία καταλυμάτων , διατηρεί αρκετή χρήση ΤΠΕ αφού είναι υψηλού βαθμού κατάλυμα και απευθύνεται κατά κύριο λόγο σε συγκεκριμένο ανώτερης οικονομικής κατηγορίας κοινό.

Συνολικά, διαπιστώνουμε ότι η δημιουργία ή αναβάθμιση της ιστοσελίδας της επιχείρησης ήταν πρωταρχικό έργο για τα ξενοδοχεία. Επιπλέον, υπήρξαν και επιχειρήσεις που είχαν επενδύσει ήδη στις ψηφιακές τεχνολογίες και φάνηκαν πιο έτοιμες για την νέα πραγματικότητα της πανδημίας. Παράλληλα, βλέπουμε ότι κατά την περίοδο αυτή επιδιώχθηκαν συνεργασίες με πλατφόρμες κρατήσεων και η προβολή των επιχειρήσεων μέσω των κοινωνικών δικτύων και του διαδικτύου. Συνεπώς, γίνεται αντιληπτό ότι καμία από τις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα δεν έμεινε χωρίς διαδικτυακή παρουσία. Άλλες διατήρησαν όσα είχαν δημιουργήσει πριν την πανδημία, άλλες πιο τολμηρές επένδυσαν στη δημιουργία νέων υπηρεσιών στις ήδη υπάρχουσες και άλλες επένδυσαν για πρώτη φορά στις ICT για να εξασφαλίσουν την επιβίωσή τους.

4.3 Επιρροή του Covid στις βασικές συνιστώσες της επιχείρησης

Η τρίτη ερώτηση που τέθηκε στα στελέχη των επιχειρήσεων αφορούσε βασικές συνιστώσες της επιχείρησης και ήταν η ακόλουθη :

Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκαν οι παρακάτω συνιστώσες όσο αναφορά την επιχείρησή σας;

Στην πρώτη κατηγορία των μεγαλύτερων μονάδων οι απαντήσεις είχαν ως εξής:

	Πάρα πολύ	πολύ	αρκετά	Λίγο	Καθόλου	Μ.Ο.
Κρατήσεις	Ξενοδοχείο Μ,Ι,Α	Ξενοδοχείο Κ,Β	Ξενοδοχείο Δ			4,3
Θέσεις εργασίας	Ξενοδοχείο Μ,Ι,Α		Ξενοδοχείο Κ,Δ,Β			4
Λειτουργία της επιχείρησης	Ξενοδοχείο Μ,Ι,Α	Ξενοδοχείο Κ,Β	Ξενοδοχείο Δ			4,3

Πίνακας 7.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων

Για την εξαγωγή των Μέσων όρων θέτουμε τις απαντήσεις σε αριθμημένη κλίμακα όπου οι απαντήσεις αντιστοιχούν σε έναν αριθμό ως εξής :

- Το καθόλου αντιστοιχεί στο 1
- Το λίγο αντιστοιχεί στο 2
- Το αρκετά αντιστοιχεί στο 3
- Το πολύ αντιστοιχεί στο 4
- Το πάρα πολύ αντιστοιχεί στο 5

Ξενοδοχείο Α	Όπως προαναφέρθηκε η λειτουργία της επιχείρησης επηρεάστηκε πάρα πολύ ,αφού έκλεισε ολοκληρωτικά και εν συνεχεία υπολειτούργησε για μία ακόμη σεζόν . Οι κρατήσεις είχαν συνεχής ακυρώσεις , τα ισχύοντα μέτρα covid αλλάζουν διαρκώς , ιδίως σε ότι αφορούσε τα ταξίδια και τις μετακινήσεις. Για αρκετό διάστημα δεν μπορούσαν να γίνουν μετακινήσεις ούτε εντός Ελλάδος , συνεπώς η αβεβαιότητα και ο φόβος αυτός οδήγησε σε τραγική μείωση των κρατήσεων , με σημαντική ανάκαμψη τη φετινή σεζόν (2022) Οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν έως και 50-60% από αυτές που υπήρχαν προ πανδημίας. Ο λόγος ήταν κυρίως ότι το προσωπικό αναζητούσε εργασία σε άλλους τομείς για να επιβιώσει και σαν επιχείρηση δεν μπορούσαμε με βεβαιότητα να διασφαλίσουμε τι θα γίνει με τη σεζόν, οπότε και αποχώρησαν .
Ξενοδοχείο Β	Οι κρατήσεις μειώθηκαν λόγω των απαγορεύσεων και των περιορισμών . Οι θέσεις εργασίας επηρεάστηκαν αρκετά και κατ' επέκταση των δύο προηγούμενων η λειτουργία της επιχείρησης επηρεάστηκε πολύ.
Ξενοδοχείο Δ	Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίσαμε ήταν η αβεβαιότητα που υπήρχε στον κόσμο. Δεν γνωρίζαμε ποτέ θα ξεκινήσει η σεζόν και ποσό μάλλον το ποτέ θα τελειώσει. Υπήρχε ένα μόνιμο άγχος για την τήρηση των πρωτοκόλλων και ένα “κυνήγι” για την εφαρμογή τους από τους πελάτες. Η αναζήτησή προσωπικού έγινε ακόμα πιο δύσκολη διότι πολλά άτομα αναζητούσαν εργασία σε άλλους τομείς για να επιβιώσουν και πολλές φορές άλλαζαν τελείως επαγγελματικό προσανατολισμό
Ξενοδοχείο Ι	Οι κρατήσεις μειώθηκαν αρκετά αφού υπήρχαν μεγάλες αλλαγές στις ταξιδιωτικές οδηγίες,

	lockdowns, απαγορεύσεις κλπ. Το 50% των εργαζομένων ήταν σε αναστολή Η λειτουργία της επιχείρησης επηρεάστηκε πάρα πολύ αφού υπήρχε μειωμένο προσωπικό , μεγάλες απαιτήσεις και λίγες κρατήσεις και μικρά έσοδα
Ξενοδοχείο Κ	Οι κρατήσεις είχαν αρκετή μείωση λόγω του ότι δεν μπορούσαν να προγραμματιστούν πολλά ταξίδια λόγω των απαγορεύσεων που υπήρχαν στις μετακινήσεις ,καθώς επίσης και υπήρξαν ακυρώσεις λόγω της αβεβαιότητας που δημιούργησε η πανδημία. Οι θέσεις εργασίας επηρεάστηκαν και προσαρμόστηκαν , ενώ για τις περιόδους μη λειτουργίας οι υπάλληλοί μας τέθηκαν σε αναστολή εργασίας . Τέλος, όπως προαναφέρθηκε η επιχείρηση έχασε ορισμένους μήνες λειτουργίας και για την τουριστική περίοδο 2020 λειτούργησε συντηρητικά
Ξενοδοχείο Μ	Οι κρατήσεις δεδομένων των απαγορεύσεων και των περιορισμών μειώθηκαν αρκετά για το 2021 . Το 2020 ήταν μηδενικές αφού η μονάδα παρέμεινε κλειστή. Με τον ίδιο τρόπο επηρεάστηκαν και οι θέσεις εργασίας. Η μονάδα για μία ολόκληρη σεζόν δεν λειτούργησε καθόλου και για τα δεδομένα της υπολειτούργησε την επόμενη.

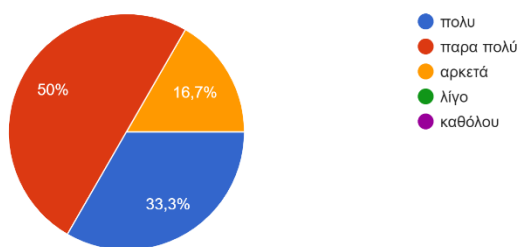
Πίνακας 8. Απαντήσεις Μεγάλων ξενοδοχείων επ.3

Από τις απαντήσεις που έδωσαν τα μεγάλα ξενοδοχεία που συμμετείχαν στην έρευνα και απασχολούν τον μεγαλύτερο αριθμό εργαζομένων βλέπουμε πως οι βασικές συνιστώσες τους επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό. Ο μέσος όρος επιρροής των κρατήσεων είναι 4,3 δηλαδή κατά μέσο όρο οι κρατήσεις επηρεάστηκαν πολύ . Αυτό βέβαια είναι και απόλυτα λογικό δεδομένων των συνθηκών. Κατά τις τουριστικές περιόδους που υπήρχε έντονα η παρουσία του κορονοϊού υπήρχαν πολλές απαγορεύσεις. Αρχικά ,υπήρχαν ταξιδιωτικές απαγορεύσεις ,οι οποίες ακόμη και όταν κάμφθηκαν είχαν ως προαπαιτούμενα αρκετά έγγραφα όπως πιστοποιητικά εμβολιασμού και αρνητικά διαγνωστικά τεστ σε εγκεκριμένα εργαστήρια. Αυτά αποτελούν ένα ακόμη κόστος για

τους εν δυνάμει πελάτες των ξενοδοχείων και είναι αποτρεπτικός παράγοντας για την πραγματοποίηση ταξιδιών . Επιπλέον , επικρατούσε ένα κλίμα αβεβαιότητας για όλες τις κοινωνικές δραστηριότητες και τα μέτρα στις εκάστοτε χώρες άλλαζαν συνεχώς με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται ο προγραμματισμός και να μειώνονται οι κρατήσεις.

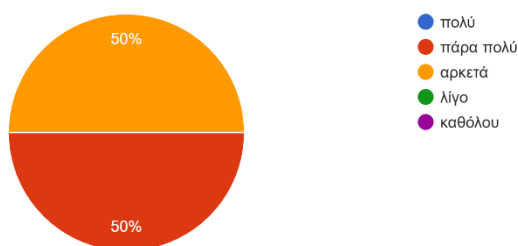
Όσο αναφορά τις θέσεις εργασίας βλέπουμε ότι επηρεάστηκαν με Μ.Ο. 4 , δηλαδή επηρεάστηκαν πολύ. Αυτό οφείλεται στο ότι πολλές επιχειρήσεις αρχικά αναγκάστηκαν να προβούν σε μείωση προσωπικού για τη μείωση των λειτουργικών εξόδων . Άλλες όπως η επιχείρηση Α για παράδειγμα , έχασε εργατικό προσωπικό αφού λόγω του κλεισίματος της επιχείρησης την τουριστική περίοδο 2020 οι εργαζόμενοι απορρίφθηκαν αλλού και δεν ήταν διαθέσιμοι για τις επόμενες τουριστικές περιόδους. Συνεπώς , ο κύριος λόγος που επηρεάστηκαν οι τρεις αυτές βασικές συνιστώσες των ξενοδοχειακών μονάδων είναι η επικρατούσα αβεβαιότητα για τις κοινωνικές και οικονομικές δραστηριότητες , καθώς επίσης και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί και τα lockdowns που έγιναν .

Πόσο επηρεάστηκαν οι κρατήσεις;
6 απαντήσεις



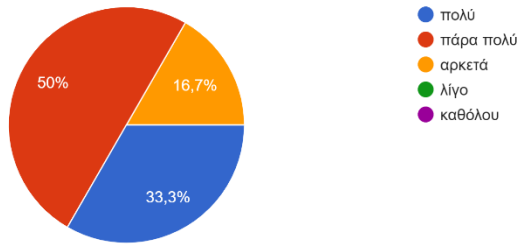
Εικόνα 2:Κρατήσεις μεγάλων ξενοδοχείων

Ποσο επηρ. οι θέσεις εργασίας;
6 απαντήσεις



Εικόνα 3: Θέσεις εργασίας μεγάλων ξενοδοχείων

Η λειτ. της επιχ:
6 απαντήσεις



Εικόνα 4: Επιρροή λειτουργίας μεγάλων ξενοδοχείων

Σε δεύτερη φάση θα εξετάσουμε τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν από τις μικρότερες σε μέγεθος επιχειρήσεις.

	Πάρα πολύ	πολύ	αρκετά	Λίγο	Καθόλου	M.O.
Κρατήσεις	Ξενοδοχείο Λ,Η,Ν,Ε,Ζ,Γ	Ξενοδοχείο Θ				4,86
Θέσεις εργασίας	Ξενοδοχείο Λ,Η,Ν,Γ,Θ		Ξενοδοχείο Ζ	Ξενοδοχείο Ε		4,3
Λειτουργία της επιχείρησης	Ξενοδοχείο Λ,Η,Ν,Ε,Ζ,Γ	Ξενοδοχείο Θ				4,86

Πίνακας 9.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων επ.3

Ξενοδοχείο Γ	Οι κρατήσεις ήταν αβέβαιες αφού μπορούσαν να ακυρωθούν μέχρι την τελευταία στιγμή. Οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν και τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης παρέμειναν σχεδόν σταθερά.
Ξενοδοχείο Ε	Οι κρατήσεις τις προηγούμενες χρονιές είχαν μειωθεί σε τεράστιο βαθμό . Ακόμη και επιχειρήσεις σαν την δική μας με λίγα δωμάτια δεν μπόρεσαν να αγγίξουν πληρότητα. Λόγω της φύσης

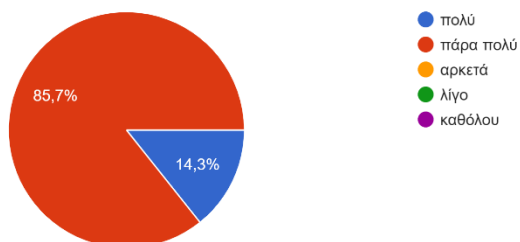
	της επιχείρησης οι θέσεις εργασίας δεν επηρεάστηκαν σχεδόν καθόλου. Η λειτουργία της επιχείρησης επηρεάστηκε δραματικά , τα έσοδα μειώθηκαν και ανεστάλη η λειτουργία της για μεγάλο διάστημα
Ξενοδοχείο Ζ	Το 2020 η λειτουργία της επιχείρησης επηρεάστηκε πάρα πολύ, αφού έκλεισε ολοκληρωτικά και εν συνεχεία υπολειτούργησε για μία ακόμη σεζόν . Υπήρξαν ακυρώσεις , τα μέτρα για την αντιμετώπιση της πανδημίας άλλαξαν συνεχώς δημιουργώντας αστάθεια κι ανησυχία με αποτέλεσμα τη μείωση των κρατήσεων. Απρόσμενη και σημαντική είναι η ανάκαμψη τη φετινή σεζόν (2022). Η ανεύρεση ικανού προσωπικού ήταν μεγάλο πρόβλημα καθώς οι περισσότεροι αναζήτησαν εργασία σε άλλα νησιά με μεγαλύτερης διάρκειας σεζόν ή και σε διαφορετικούς τομείς.
Ξενοδοχείο Η	Οι κρατήσεις μειώθηκαν πάρα πολύ . -70% για το 2020 και -35% 2021 Οι θέσεις εργασίας και αυτές μειώθηκαν και προσαρμόστηκαν στα νέα δεδομένα. Η λειτουργία της επιχείρησης φυσικά και διαταράχθηκε πάρα πολύ.
Ξενοδοχείο Θ	Ενώ υπήρχαν και άλλοι εργαζόμενοι τις προηγούμενες τουριστικές περιόδους , από την έναρξη της πανδημίας ως και σήμερα δεν έγιναν προσλήψεις. Οι κρατήσεις επηρεάστηκαν πολύ γιατί υπήρχε μία γενική αβεβαιότητα και σε συνδυασμό με τις ταξιδιωτικές απαγορεύσεις και τους περιορισμούς μειώθηκαν πολύ. Η λειτουργία της επιχείρησης φυσικά και επηρεάστηκε αφού υπήρχαν ελλείψεις σε προσωπικό, πόρους και κρατήσεις
Ξενοδοχείο Λ	Οι κρατήσεις ιδίως το 2020 ήταν όλες αβέβαιες μέχρι την τελευταία στιγμή . Ακόμη και το 2021 που

	οι περιορισμοί ήταν λιγότεροι βρεθήκαμε πολύ κάτω από το 2019 (-30%). Δεν έγιναν προσλήψεις για τις χρονιές που υπήρχε ο Covid καθώς δεν μπορούσαμε οικονομικά να ανταπεξέλθουμε σε αυτό (-50% του προσωπικού) . Η λειτουργία της επιχείρησης δεδομένου του λιγότερου προσωπικού και της μείωσης κρατήσεων διαταράχθηκε αισθητά.
Ξενοδοχείο Ν	• Αναθεωρήθηκαν οι θέσεις εργασίας • Η πληρότητα ήταν σχεδόν 50% κάτω

Πίνακας 10.Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.3

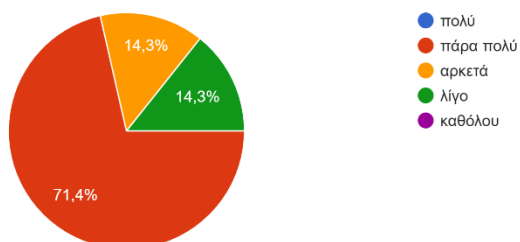
Όπως βλέπουμε από τα αποτελέσματα της ερώτησης αυτής και οι μικρότερες επιχειρήσεις επηρεάστηκαν πάρα πολύ στις τρεις βασικές συνιστώσες τους και κατά Μ.Ο. οριακά περισσότερο από τις μεγαλύτερες. Όπως και προηγουμένως οι κρατήσεις επηρεάστηκαν κατά κύριο λόγο εξαιτίας της αβεβαιότητας που επέφερε η πανδημία και των ταξιδιωτικών απαγορεύσεων . Στις επιχειρήσεις αυτές τίθεται και το θέμα της ρευστότητας και των διαθέσιμων πόρων . Η πληρότητα σε όλες μειώθηκε από 50 έως 70 % για την τουριστική περίοδο 2020 και περίπου 30 % σε σχέση με το 2019 για την περίοδο 2021. Οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν σε όλες τις μονάδες με εξαίρεση το Ξενοδοχείο Ε ,που λόγω του ότι αποτελεί αρκετά μικρή μονάδα διατήρησε τον αριθμό εργαζομένων της σχεδόν ίδιο αν και ανέστειλε τη λειτουργία της για μία σεζόν (2020). Επιπλέον ,αρκετά ενδεικτική του φόβου που επέφερε η πανδημία είναι η προσέγγιση της επιχείρησης Θ η οποία δεν προέβη σε καμία πρόσληψη και λειτούργησε αποκλειστικά με τη διοίκησή της να αναλαμβάνει όλα τα πόστα για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στα λειτουργικά της έξοδα. Σε παρόμοια κατάσταση είναι και το Ξενοδοχείο Λ , το οποίο δεν προέβη σε προσλήψεις νέου προσωπικού αλλά διατήρησε λίγα άτομα του προσωπικού που είχε το 2019 .Ως συνέπεια των παραπάνω δηλαδή της ανταπόκρισης στις καθημερινές δραστηριότητες της επιχείρησης με μειωμένο έως ανύπαρκτο προσωπικό , στο κλείσιμο που υπήρξε σε ορισμένες επιχειρήσεις και τις πάρα πολύ μειωμένες κρατήσεις είναι επακόλουθη η πάρα πολύ μεγάλη επίπτωση στην συνολική λειτουργία των επιχειρήσεων αυτών .

Πόσο επηρεάστηκαν οι κρατήσεις;
7 απαντήσεις



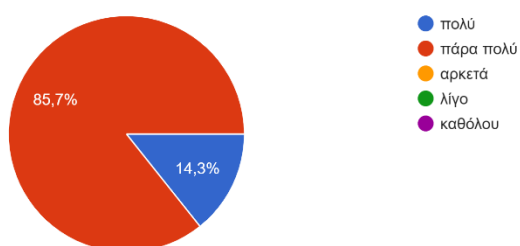
Εικόνα 5: Κρατήσεις μικρών ξενοδοχείων

Πόσο επηρ. οι θέσεις εργασίας;
7 απαντήσεις



Εικόνα 6: Θέσεις εργασίας μικρών ξενοδοχείων

Πόσο επηρεάστηκε η λειτουργία της επιχείρησης ;
7 απαντήσεις



Εικόνα 7: Επιρροή λειτουργίας μικρών ξενοδοχείων

4.4 ,Εξωστρεφής χρήση ICT

Η επόμενη ερώτηση που τέθηκε στους ερωτηθέντες ήταν σχετική με την εξωστρεφή χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών και σε ποιο βαθμό για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας Covid-19 πραγματοποίησαν στην επιχείρησή τους τα παρακάτω.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών καναλιών για κρατήσεις (πχ. Στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου, ή σε άλλες σελίδες για κρατήσεις μέσω Ίντερνετ κλπ.)	Ξενοδοχείο B,I,K		Ξενοδοχείο Δ,A		Ξενοδοχείο M	2,3
ανάπτυξη της ηλεκτρονικής προβολής, διαφήμισης και προώθησης του ξενοδοχείου σας μέσω ηλεκτρονικών καναλιών, (π.χ. Internet, social media, κινητή τηλεφωνία)	Ξενοδοχείο B,I,K		Ξενοδοχείο Δ,A		Ξενοδοχείο M	2,3
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών συναλλαγών (πχ. με σημαντικούς προμηθευτές, πληρωμές, τιμολόγια κλπ.)	Ξενοδοχείο B ,I,K	Ξενοδοχείο M	Ξενοδοχείο Δ,A			1,14

Πίνακας 11. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ. 4

Απαντήσεις της πρώτης κατηγορίας ξενοδοχείων :

Ξενοδοχείο Α	1. Δημιουργήσαμε συνεργασίες με σελίδες κρατήσεων όπου οι πελάτες μας μπορούν να ελέγχουν τη διαθεσιμότητα και να πραγματοποιούν κρατήσεις . 2. Επαφές με zoom meetings με τους προμηθευτές και με τους υπεύθυνους για τις προαναφερθείσες ιστοσελίδες. 3. Δημιουργία ελέγχου διαθεσιμότητας των δωματίων και στην δική μας ιστοσελίδα. 4. Διαφημίσεις μέσω google (trip advisor, booking.com κ.λπ.) 5. Δημιουργία σελίδων στα social media και διαφήμιση μέσω influencers 6,. Κάναμε το site μας προσαρμόσιμο για κάθε τύπο συσκευής , το οποίο δεν είχε γίνει πριν τον covid.
Ξενοδοχείο Β	Στην επιχείρησή μας όλα τα προαναφερθέντα προϋπήρχαν και δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάτι περεταίρω λόγω Covid
Ξενοδοχείο Δ	Όπως προανέφερα ήμασταν “τυχεροί” διότι η επένδυση σε ψηφιακές τεχνολογίες είχε γίνει πριν την πανδημία, όπως επίσης το κομμάτι του μάρκετινγκ και τις διαφήμισης το έχει αναλάβει εξολοκλήρου το τουριστικό γραφείο με το οποίο συνεργαζόμαστε
Ξενοδοχείο Ι	Όλα τα παραπάνω προϋπήρχαν στην επιχείρησή μας και δεν έγινε κάτι λόγω Covid.
Ξενοδοχείο Κ	Στην επιχείρησή μας όλα τα παραπάνω προϋπήρχαν προ κορονοϊού. Δεν χρειάστηκαν περεταίρω ενέργειες σε αυτούς τους τομείς.
Ξενοδοχείο Μ	Παρέχεται η δυνατότητα κρατήσεων κατά περίπου 85% από συνεργάτες και περίπου 15% από συνεργαζόμενες πλατφόρμες και το ίδιο το website της επιχείρησης. Συνεργασία με εταιρεία διαχείρισης Social media Σε τοπικό επίπεδο προσπαθούμε να ενισχύουμε την τοπική παραγωγή και να συνεργαζόμαστε με προμηθευτές ντόπιους σε ό,τι αναφορά τοπικά προϊόντα. Όσο αναφορά τα

	μηχανήματα έχουμε συνεργασία με εταιρίες εξειδικευμένων συντηρητών μηχανημάτων για προβλήματα που ενίοτε προκύπτουν και δεν μπορούν να λυθούν εσωτερικά
--	---

Πίνακας 12. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.4

Από αυτές τις απαντήσεις που συλλέχθηκαν βλέπουμε ότι όσο αναφορά την ανάπτυξη καναλιών κρατήσεων πραγματοποιήθηκε από τα μεγαλύτερα ξενοδοχεία σε μικρό βαθμό με μέσο όρο 2,3. Η ανάπτυξη ηλεκτρονικής διαφήμισης για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του Covid ήταν εξίσου σε Μ.Ο. 2,3 που σημαίνει ότι πραγματοποιήθηκαν έργα προς αυτή την κατεύθυνση πάλι σε μικρό βαθμό. Τέλος, όσο αναφορά τις ηλεκτρονικές συναλλαγές από την εξαγωγή του Μ.Ο. τα ξενοδοχεία δεν επένδυσαν σχεδόν καθόλου σε αυτό.

Οι λόγοι που στα μεγάλα ξενοδοχεία είναι τόσο χαμηλές οι επενδύσεις σε αυτά τα έργα στην περίοδο του Covid είναι ότι προϋπήρχαν. Τα Ξενοδοχεία Β,Δ,Ι και Κ διατήρησαν τα όσα ήδη είχαν σε αυτούς τους τομείς. Δεν επένδυσαν περαιτέρω λόγω Covid στην επέκταση της εξωστρεφούς χρήσης των ICT, αφού οι στόχοι τους εξυπηρετούνταν με όσα είχαν ήδη υλοποιήσει. Εξαίρεση αποτελούν τα Ξενοδοχεία Α και Μ. Όσο αναφορά το Ξενοδοχείο Α παρόλο που είχε ήδη εκτεταμένη χρήση εξωστρεφών ICT επένδυσε στην επέκταση των συνεργασιών με πλατφόρμες ηλεκτρονικών κρατήσεων και έγιναν επαφές με zoom meetings με προμηθευτές και συνεργάτες. Παράλληλα, δόθηκε έμφαση στη χρήση των social media που παλαιότερα δεν υπήρχε και στη διαφήμιση μέσω διαδικτύου και έγιναν αναβαθμίσεις στο website της επιχείρησης ώστε να γίνει adaptive για όλους τους τύπους συσκευών που προ Covid δεν ήταν.

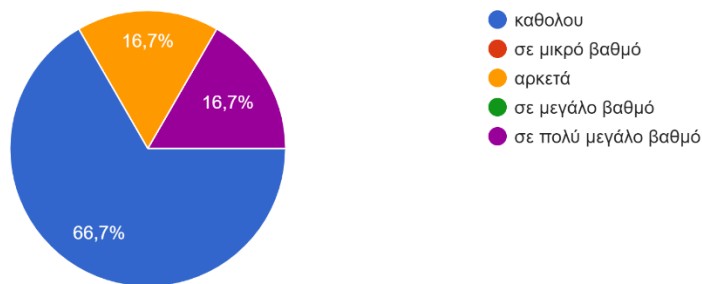
Στην ίδια βάση και το Ξενοδοχείο Μ το οποίο είχε μεν δράση σε όλα αυτά τα πεδία επέκτεινε τις δραστηριότητές του για την μείωση των επιπτώσεων του Covid. Αναπτύχθηκαν συνεργασίες με σημαντικά γραφεία που εξασφαλίζουν σχεδόν το 85% της πληρότητας της μονάδας. Το υπόλοιπο 15% καλύπτεται από τις ιστοσελίδες κρατήσεων με τις οποίες υπήρχε συνεργασία και μέσω του συστήματος κρατήσεων που αναπτύχθηκε στην προσωπική ιστοσελίδα της επιχείρησης. Παράλληλα αναπτύχθηκε συνεργασία με εταιρεία διαχείρισης social media για ανάπτυξη της διαφήμισης και ενίσχυση της εικόνας της επιχείρησης. Τέλος, ενισχύθηκαν οι συνεργασίες με εταιρείες συντήρησης των μηχανημάτων μας για τα προβλήματα που ενίοτε προκύπτουν.

Συνεπώς διαπιστώνουμε πως σε αυτό το κομμάτι οι μεγάλες επιχειρήσεις ήταν κατά μέσο όρο αρκετά έτοιμες για τις επιπτώσεις του Covid και ορισμένες εξ' αυτών επέλεξαν να επενδύσουν ακόμη περισσότερο για να ανταπεξέλθουν. Βέβαια, πρέπει να σημειωθεί ότι οι δύο επιχειρήσεις

οι οποίες επένδυσαν περισσότερο είναι η Α και η Μ οι οποίες για όλη την τουριστική περίοδο του 2020 παρέμειναν κλειστές. Αυτό μπορεί να μας δώσει δύο προσεγγίσεις για τον τρόπο που κινήθηκαν, από τη μία έπρεπε να αυξήσουν τις παροχές και την προβολή τους για να εξισταθμίσουν τις απώλειες και από την άλλη είχαν τη γνώση της ζήτησης της αγοράς για να προσαρμοστούν όταν επαναλειτούργησαν το 2021.

4.1 Αναπτυξη ηλ. καναλιών κρατήσεων

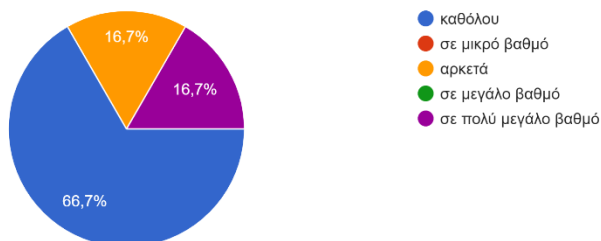
6 απαντήσεις



Εικόνα 8: Ηλεκτρονικά κανάλια κρατήσεων (Μεγάλα ξενοδοχεία)

4.2 Ανάπτυξη ηλεκτρονικής προβολής

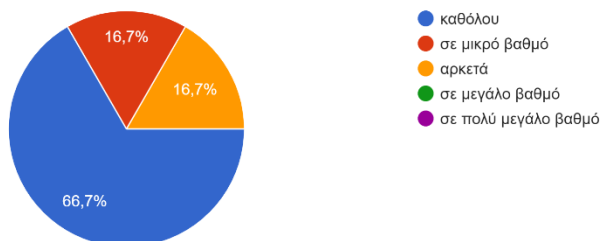
6 απαντήσεις



Εικόνα 9: Ηλεκτρονική Προβολή (Μεγάλα ξενοδοχεία)

4.3 Ηλ. συναλλαγές

6 απαντήσεις



Εικόνα 10: Ηλεκτρονικές συναλλαγές (Μεγάλα ξενοδοχεία)

Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν οι αντίστοιχες απαντήσεις που δόθηκαν στην ίδια ερώτηση από τις μικρότερες σε μέγεθος επιχειρήσεις.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.,
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών καναλιών για κρατήσεις πχ. Στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου, ή σε άλλες σελίδες για κρατήσεις μέσω Ίντερνετ κλπ.)	Ξενοδοχείο Ζ,Θ	Ξενοδοχείο Λ	Ξενοδοχείο Γ,Η		Ξενοδοχείο Ε,Ν	2,85
ανάπτυξη της ηλεκτρονικής προβολής, διαφήμισης και προώθησης του ξενοδοχείου σας μέσω ηλεκτρονικών καναλιών, π.χ. Internet, social media, κινητή τηλεφωνία	Ξενοδοχείο Θ,Λ	Ξενοδοχείο Ε,Ζ	Ξενοδοχείο Γ	Ξενοδοχείο Η	Ξενοδοχείο Ν	2,57
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών συναλλαγών (πχ. με σημαντικούς προμηθευτές, πληρωμές, τιμολόγια κλπ.)	Ξενοδοχείο Η,Θ,Ν	Ξενοδοχείο Ε,Λ	Ξενοδοχείο Γ,Ζ			1,85

Πίνακας 13.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.4

Ξενοδοχείο Γ	Διαφημίσεις μέσω google και social media Παρότρυνση των πελατών για θετικά σχόλια και κριτικές στις πλατφόρμες κρατήσεων . Ένταξη σε πλατφόρμες online κρατήσεων
Ξενοδοχείο Ε	Δημιουργήσαμε και ανανεώσαμε το website μας και μπήκαμε σε συνεργασία με πλατφόρμες δημιουργίας κρατήσεων (tripadvisor,booking κλπ) . Λόγω της οικονομικής δυσχέρειας που έφερε ο covid δεν πραγματοποιήσαμε τις διαφημιστικές κινήσεις που είχαμε σχεδιάσει και την δημιουργία ολοκληρωμένων λογαριασμών στα social media. Πέραν της συνεργασίας με τις πλατφόρμες που αναφέραμε ,δεν κάναμε κάποια άλλη συνεργασία σε αυτό τον τομέα.
Ξενοδοχείο Ζ	Η ιστοσελίδα του ξενοδοχείου με δυνατότητα κράτησης προϋπήρχε. Συνεργαζόμαστε ήδη με σελίδες κρατήσεων όπου οι πελάτες μας μπορούν να ελέγχουν τη διαθεσιμότητα και να πραγματοποιούν κρατήσεις . Υπήρξαν κάποιες επαφές με zoom meetings.
Ξενοδοχείο Η	Συνεργαστήκαμε με ένα τουριστικό γραφείο και επεκτείναμε την ύπαρξη της επιχείρησής μας σε booking.com και άλλους OTA. Δημιουργήσαμε διαφημίσεις και προώθηση μέσα από τα social media και το google
Ξενοδοχείο Θ	Αν και το μέγεθος της επιχείρησης δεν είναι μεγάλο ,τα προηγούμενα χρόνια είχαμε επενδύσει στο να τα έχουμε όλα αυτά οπότε και προϋπήρχαν και δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάτι εκ νέου λόγω Covid.
Ξενοδοχείο Λ	Δεν επενδύσαμε στη διαφήμιση . Αναβαθμίσαμε το website μας και αναπτύξαμε συνεργασία με booking.com και ενταχθήκαμε ως λύση ανάγκης στα προγράμματα κοινωνικού τουρισμού.

Ξενοδοχείο N	• Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές παρέμειναν στον βαθμό που προϋπήρχαν. • Συνεργασία με εταιρεία διαχείρισης social media • Δημιουργία κρατήσεων μέσω website και άλλων operators
--------------	--

Πίνακας 14. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.4

Όσο αναφορά τα μικρότερα ξενοδοχεία βλέπουμε ότι σε γενικές γραμμές κινήθηκαν συντηρητικά όσο αναφορά τις επενδύσεις στην εξωστρεφή χρήση ICT. Τα Ξενοδοχεία E και N δημιούργησαν σύστημα κρατήσεων μέσω της δικής τους ιστοσελίδας. Στην περίπτωση του N υπάρχει σύστημα απευθείας ολοκληρωμένης κράτησης, ενώ για το E υπάρχει φόρμα εκδήλωσης ενδιαφέροντος για κράτηση η οποία συμπληρώνεται από τους πελάτες και η επιχείρηση επικοινωνεί άμεσα τηλεφωνικά ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για την ολοκλήρωσή της. Επίσης το N επέκτεινε τις κρατήσεις του με σύνδεση με νέες πλατφόρμες που δεν συνεργαζόταν παλαιότερα, ενώ το E δημιούργησε εξ' ολοκλήρου νέες συνεργασίες. Στην ίδια βάση τα Ξενοδοχεία Λ, Η και Γ επέκτειναν τις συνεργασίες τους με πλατφόρμες δημιουργίας κρατήσεων άλλες σε μεγαλύτερο και άλλες σε μικρότερο βαθμό. Τέλος όσο αναφορά τις μονάδες Θ και Ζ διατήρησαν τα κανάλια πωλήσεών τους ως είχαν. Η ανάπτυξη συνεπώς των καναλιών ηλεκτρονικών κρατήσεων έγινε από τις μικρότερες επιχειρήσεις με Μ.Ο. 2,85 δηλαδή σε αρκετό βαθμό με τις επιμέρους διαφοροποιήσεις τους.

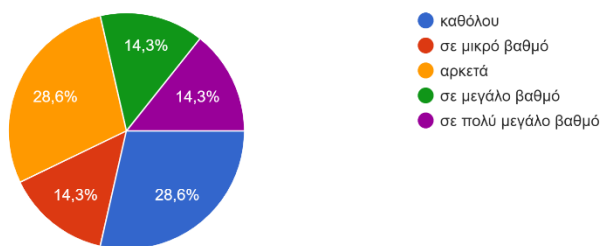
Για την ηλεκτρονική προβολή και διαφήμιση σημειώνεται Μ.Ο. της τάξεως του 2,57, που δείχνει ότι ήταν μία ενέργεια που συνέβη αρκετά προς μικρό βαθμό. Το Ξενοδοχείο N ήταν αυτό που επένδυσε περισσότερο αναπτύσσοντας συνεργασία με εταιρεία διαχείρισης των κοινωνικών δικτύων του για την επίτευξη της προβολής και διαφήμισής του. Επίσης και το Ξενοδοχείο Η φρόντισε σε μεγάλο βαθμό να διαφημιστεί μέσω διαδικτύου και σελίδων κοινωνικής δικτύωσης. Το Ξενοδοχείο Γ προώθησε την χρήση των social media για διαφημιστικούς σκοπούς με δική τους όμως διαχείριση χωρίς να ανατεθεί σε κάποιο εξειδικευμένο άτομο ή ομάδα. Από την άλλη μεριά τα Ξενοδοχεία Λ, Θ, Ζ και Ε δεν προέβησαν σε αλλαγές και επενδύσεις όσο αναφορά τα κανάλια προβολής τους είτε γιατί καλύπτονταν με τις ήδη υπάρχουσες προ Covid συνεργασίες τους είτε στην περίπτωση του Ε λόγω έλλειψης διαθέσιμων πόρων.

Τέλος, για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές σημειώνεται ένας αρκετά μικρός Μ.Ο. που ισοδυναμεί με 1,85. Αυτό σημαίνει πως οι επιχειρήσεις που συμμετείχαν δεν επέκτειναν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές τους σχεδόν καθόλου. Τα Ξενοδοχεία Η, Θ, Ν δεν έκαναν απολύτως τίποτα παρά διατήρησαν τις συναλλαγές τους ως είχαν. Από την άλλη μεριά τα Ξενοδοχεία Ε, Γ, Ζ και Λ συνεργάστηκαν σε μικρό βαθμό με νέους προμηθευτές και χρησιμοποίησαν σε μικρό βαθμό

ηλεκτρονικές συναλλαγές λόγω της ένταξής τους στα κρατικά προγράμματα κοινωνικού τουρισμού.

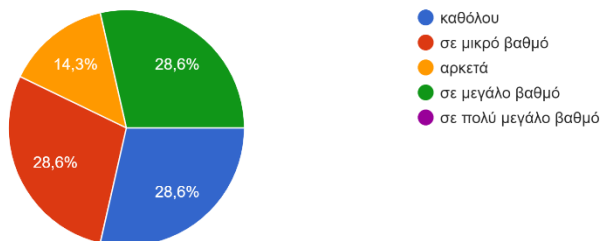
Κατά συνέπεια, από τα παραπάνω προκύπτει ότι συνολικά οι μικρότερες επιχειρήσεις προσπάθησαν μεν άλλες περισσότερο και άλλες λιγότερο να επεκτείνουν και να εδραιώσουν την διαδικτυακή τους παρουσία και τα κανάλια πωλήσεών τους όμως δεδομένων των αναγκαίων οικονομικών πόρων όλα αυτά τα έργα διατηρήθηκαν σε χαμηλό βαθμό.

4.1 Ανάπτυξη ηλεκτρονικών κρατήσεων 7 απαντήσεις



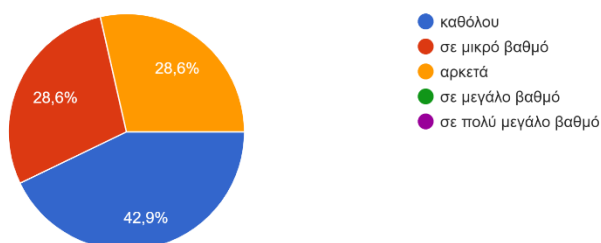
Εικόνα 11: Ηλεκτρονικές κρατήσεις (μικρά ξενοδοχεία)

4.2 Ανάπτυξη ηλεκτρονικής προβολής 7 απαντήσεις



Εικόνα 12: Ηλεκτρονική προβολή (μικρά ξενοδοχεία)

4.3 Ανάπτυξη ηλεκτρονικών συναλλαγών 7 απαντήσεις



Εικόνα 13: Ηλεκτρονικές συναλλαγές (μικρά ξενοδοχεία)

4.5 Εσωστρεφής χρήση ICT

Η επόμενη ερώτηση ήταν σχετική με την εσωστρεφή χρήση των ICT και σε ποιο βαθμό χρησιμοποιήθηκαν οι παρακάτω από τις επιχειρήσεις.

Στους επόμενους πίνακες θα παραθέσουμε τις επιλογές και στη συνέχεια τις απαντήσεις των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων που συμμετείχαν στην έρευνα.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Διεύρυνση χρήσης των υπηρεσιών cloud	Ξενοδοχείο A,B,I,K	Ξενοδοχείο M		Ξενοδοχείο Δ		1,6
Ενίσχυση και αναβάθμιση του υλικού (hardware) της επιχείρησης	Ξενοδοχείο B,I,K	Ξενοδοχείο M	Ξενοδοχείο Δ		Ξενοδοχείο A	2,17
Ενίσχυση των εσωτερικών Πληροφοριακών σας Συστημάτων	Ξενοδοχείο I		Ξενοδοχείο A,Δ		Ξενοδοχείο B,K,M	3,67
Τηλεδιασκέψεις και τηλεσυνεργασία εργαζομένων (πχ. μέσω Zoom)	Ξενοδοχείο B,Δ,I,K	Ξενοδοχείο A,M				1,3
Παροχή πρόσβασης στα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης από εργαζομένους σας εξ' αποστάσεως μέσω δημιουργίας VPN	Ξενοδοχείο B,Δ,I,K,M		Ξενοδοχείο A			1,3

Πίνακας 15.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων επ.5

Ξενοδοχείο Α	1. Προμηθευτήκαμε νέους υπολογιστές (Laptops) για κάθε δωμάτιο ,ανανεώνοντας τα ήδη υπάρχοντα . 2. Νέες smart τηλεοράσεις για τους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου . 3. Ενίσχυση στα μηχανήματα της ρεσεψιον (αγορά νέου κεντρικού υπολογιστή, εκτυπωτή ,φαξ) 4. Δημιουργία e-mails για επικοινωνία των στελεχών της επιχείρησης . 5. Αναβάθμιση των καμερών ασφαλείας και δημιουργία προγράμματος παρακολούθησης τους από οποιαδήποτε συσκευή . (Η αναβάθμιση αυτή ήταν επιβεβλημένη ήδη από το 2020 αφού η επιχείρηση έκλεισε και χρειαζόταν να εξασφαλιστεί όσο το δυνατόν περισσότερο η ασφάλεια) 6. Τηλεδιάσκεψη πραγματοποιήθηκε μόνο τις φορές που η απλή τηλεφωνική επικοινωνία δεν επαρκούσε μεταξύ διευθύντριας και ιδιοκτήτου ,ώστε να γίνουν οι απαραίτητες ενέργειες για την βιωσιμότητα της επιχείρησης ,αλλά και να αποφεύγετε η δια ζώσης επαφή ,για να είμαστε όλοι ασφαλείς. 7. Τέλος , το VPN χρησιμοποιήθηκε σε μεγάλο βαθμό από τη διεύθυνση , αφού οι ενέργειες που έπρεπε να γίνουν απαιτούσαν πρόσβαση στα συστήματα της επιχείρησης και μπορούσαν να εκτελεστούν χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η υγεία.
Ξενοδοχείο Β	Το cloud και το hardware προϋπήρχαν στην επιχείρηση. Στα πληροφοριακά συστήματα που διαθέτουμε έγιναν όλες οι βελτιώσεις και συντηρήσεις που ήταν αναγκαίες για την αύξηση της απόδοσης. VPN και τηλεργασία δεν χρειάστηκαν.
Ξενοδοχείο Δ	Χρησιμοποιήθηκε το cloud για αποθήκευση και πρόσβαση από τους εργαζομένους της

	ρεσεψιόν σε σημαντικά αρχεία. Έγινε η συντήρηση του ΠΣ που διαθέτουμε.
Ξενοδοχείο Ι	Δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάτι όσο αναφορά την ενίσχυση των ΠΣ και του υλικού καθώς προϋπήρχαν. Τηλεδιάσκεψη και χρήση VPN δεν χρειάστηκε να γίνει
Ξενοδοχείο Κ	Όσο αναφορά την χρήση υπηρεσιών cloud και την αναβάθμιση του υλικού ήταν πράγματα που προϋπήρχαν στο ξενοδοχείο μας της πανδημίας. Τα εσωτερικά ΠΣ αναδιοργανώθηκαν και εμπλουτίστηκαν σε πολύ μεγάλο βαθμό για να αυξήσουν την παραγωγικότητα και την απόδοση της επιχείρησης σε αυτή την νέα κατάσταση. Η φύση της επιχείρησης απαιτεί απευθείας αλληλεπίδραση με τους πελάτες και δεν χρειάστηκε ούτε η τηλεργασία ούτε η παροχή πρόσβασης σε υπαλλήλους μέσω VPN,
Ξενοδοχείο Μ	Το Cloud χρησιμοποιήθηκε σε μικρό βαθμό ,μόνο για να κάνουμε ορισμένα αρχεία προσβάσιμα σε κομμάτι του προσωπικού. Αγορά tablet για το guest relation και μικρή ανανέωση σε laptops Σύστημα Διαβατηρίων- Γρήγορο check in Τηλεδιασκέψεις πραγματοποιήθηκαν σε μικρό βαθμό από τα διοικητικά στελέχη

Πίνακας 16. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.5

Οι υπηρεσίες Cloud φαίνεται ότι επεκτάθηκαν σε πολύ μικρό βαθμό με μέσο όρο 1,6 δηλαδή σχεδόν καθόλου. Στις μόνες επιχειρήσεις που χρησιμοποιήθηκε ήταν η Ν σε μικρό βαθμό μόνο για να γίνουν ορισμένα αρχεία προσβάσιμα σε μερίδα του προσωπικού και στο Ξενοδοχείο Δ όπου χρησιμοποιήθηκε εκτενώς για αποθήκευση και πρόσβαση στους υπαλλήλους του. Όλα τα υπόλοιπα ξενοδοχεία δεν διέδρυναν καθόλου τις υπηρεσίες Cloud.

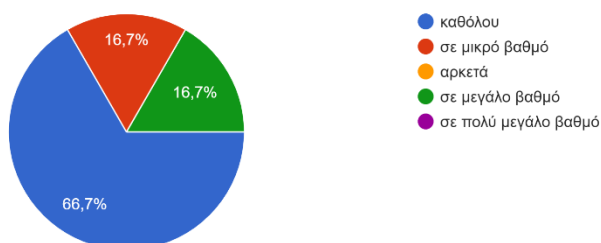
Όσο αναφορά το υλικό του οποίου η ανανέωση απαιτεί και κάποιους παραπάνω πόρους , τα ξενοδοχεία Β,Ι και Κ δεν προχώρησαν σε καμία αλλαγή και διατήρησαν το υλικό τους ως είχε . Το Ξενοδοχείο Δ ανανέωσε κάποιες βασικές συσκευές που υποστηρίζουν τα ΠΣ τους , ενώ το Ξενοδοχείο Μ έκανε αγορά κάποιων tablet και μικρή ανανέωση σε laptops. Από την άλλη το

Ξενοδοχείο Α επένδυσε πολύ στην ανανέωση του υλικού. Ανανεώθηκαν τα laptops που παρέχει η επιχείρηση στα δωμάτια των πελατών και αγοράστηκαν νέες smart τηλεοράσεις για όλους τους κοινόχρηστους χώρους του ξενοδοχείου. Αγοράστηκε νέος κεντρικός υπολογιστής για τη ρεσεψιόν και περιφερειακές συσκευές, ενώ τέλος αγοράστηκαν νέες κάμερες υψηλής τεχνολογίας και application για παρακολούθηση από όλες τις συσκευές του συστήματος ασφαλείας. Συνολικά, λοιπόν, η ενίσχυση του hardware έγινε σε μικρό βαθμό ($M.O = 2,17$) με ορισμένες εξαιρέσεις που επένδυσαν στο υλικό τους. Και σε αυτή την περίπτωση βλέπουμε ότι τις περισσότερες επενδύσεις έκαναν τα Ξενοδοχεία Α και Μ, τα οποία για το 2020 παρέμειναν κλειστά.

Η ενίσχυση των ΠΣ πραγματοποιήθηκε με $M.O.$ 3,67 δηλαδή σε αρκετά μεγάλο βαθμό. Το μοναδικό ξενοδοχείο που δεν ενίσχυσε καθόλου τα πληροφοριακά του συστήματα ήταν το Ι που διατήρησε τα όσα ήδη είχε. Τα Α και Δ περιορίστηκαν στην απλή συντήρηση των ΠΣ με μόνη επέκταση του Α στο σύστημα ασφαλείας που συνδέεται με τους υπολογιστές και τα smartphones των στελεχών. Για τα Ξενοδοχεία Β έγιναν αναβαθμίσεις των συστημάτων για τη διευκόλυνση της λειτουργίας των επιχειρήσεων, ενώ το Ξενοδοχείο Δ επένδυσε πιο άμεσα στα ΠΣ του με την αγορά συστήματος ελέγχου Διαβατηρίων και δημιουργία γρήγορου mobile check in. Επίσης δημιούργησαν application συνδεδεμένο με το κεντρικό σύστημα του ξενοδοχείου μέσω του οποίου παρέχεται πλήθος δυνατοτήτων προς τους πελάτες.

Το κομμάτι των τηλεδιασκέψεων και της τηλεσυνεργασίας εργαζομένων δεν πραγματοποιήθηκε σχεδόν καθόλου από τις επιχειρήσεις, με $M.O.$ 1,3 και μόνη εξαίρεση τα Ξενοδοχεία Α και Μ. Όσο αναφορά το Α έγιναν τηλεδιασκέψεις μεταξύ ιδιοκτήτου και διευθύντριας και στο Μ μεταξύ του διοικητικού προσωπικού. Τέλος, VPN ανέπτυξε μόνο το Ξενοδοχείο Α το οποίο χρησιμοποιήθηκε αρκετά από τη διεύθυνση για να πραγματοποιούνται εξ' αποστάσεως εργασίες χωρίς να χρειαστεί να υπάρξει άμεση επαφή κατά την περίοδο που το ξενοδοχείο ήταν κλειστό.

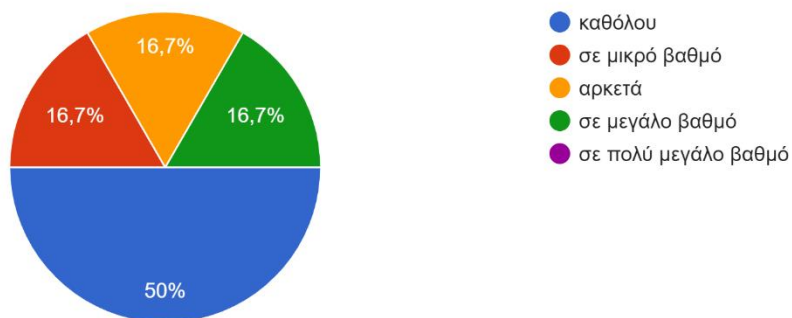
5.1 Διεύρυνση cloud
6 απαντήσεις



Εικόνα 14 : Χρήση Cloud (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

5.2 Ενίσχυση hardware

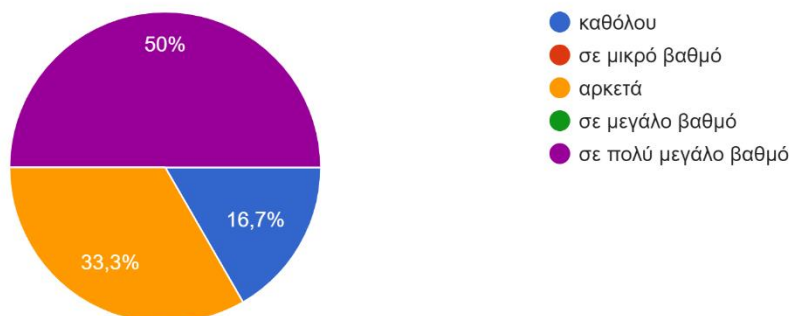
6 απαντήσεις



Εικόνα 15: Ενίσχυση hardware (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

5.3 Ενίσχυση ΠΣ

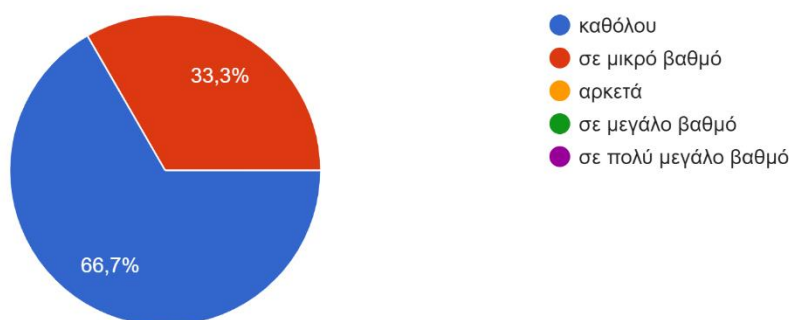
6 απαντήσεις



Εικόνα 16 : Ενίσχυση Πληροφοριακών Συστημάτων (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

5.4 Τηλεδιασκέψεις

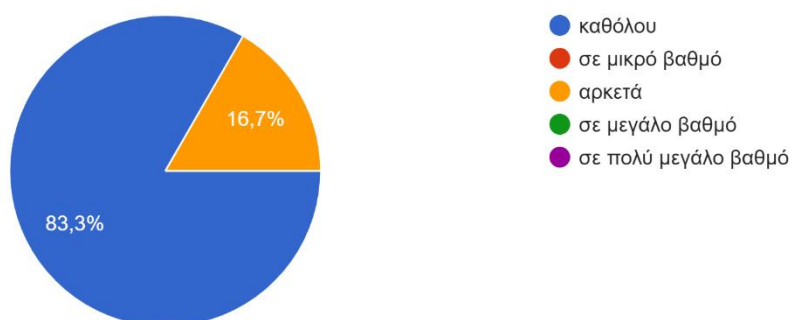
6 απαντήσεις



Εικόνα 17: Χρήση τηλεδιασκέψεων (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

5.5 Πρόσβαση μέσω VPN

6 απαντήσεις



Εικόνα 18: Πρόσβαση μέσω VPN (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Ακόλουθα , θα αναλυθούν τα αποτελέσματα και οι απαντήσεις που αφορούν τις μικρότερες επιχειρήσεις.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Διεύρυνση χρήσης των υπηρεσιών cloud	Ξενοδοχείο Γ,Ε,Ζ,Η,Θ,Λ, Ν					1
Ενίσχυση και αναβάθμιση του υλικού (hardware) της επιχείρησης	Ξενοδοχείο Η,Θ,Λ,Ν	Ξενοδοχείο Γ,Ε,Ζ				1,4
Ενίσχυση των εσωτερικών Πληροφοριακών σας Συστημάτων	Ξενοδοχείο Η,Λ	Ξενοδοχείο Ε,Ζ,Θ	Ξενοδοχείο Γ	Ξενοδοχείο Ν		2,1
Τηλεδιασκέψεις και τηλεσυνεργασία εργαζομένων (πχ. μέσω Zoom)	Ξενοδοχείο Γ,Ε,Θ,Λ	Ξενοδοχείο Ζ,Η,Ν				1,4
Παροχή πρόσβασης στα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης από εργαζομένους σας εξ' αποστάσεως μέσω δημιουργίας VPN	Ξενοδοχείο Γ,Ε,Ζ,Η,Θ,Λ, Ν					1

Πίνακας 17. Επιλογές μικρών ξενοδοχείων επ.5

Ξενοδοχείο Γ	Υπήρξαν μικρές ανανεώσεις υλικού και έγινε συντήρηση και αναβάθμιση των σε χρήση ΠΣ για
--------------	---

	τη διευκόλυνση της λειτουργικότητας του ξενοδοχείου
Ξενοδοχείο Ε	Στην περίπτωση του ξενοδοχείου μας δεν υπάρχουν στελέχη ώστε να χρειαστήκαμε τα meetings μέσω Zoom ή να φτιάξουμε κάποιο VPN . Παρόλα αυτά ανανεώσαμε τις ηλεκτρονικές συσκευές της ρεσεψιόν (εκτυπωτής, φαξ , υπολογιστής) και βελτιώσαμε την εμβέλεια του WiFi με ειδικό τεχνικό .
Ξενοδοχείο Ζ	Τα συστήματα προϋπήρχαν της πανδημίας, απλά έγινε εντατικότερη χρήση τους και μικρές αναβαθμίσεις όπου χρειαζόταν
Ξενοδοχείο Η	Όσο αναφορά το hardware και τα Πληροφοριακά Συστήματα της επιχείρησης ήταν ήδη ενισχυμένα και αναβαθμισμένα προ Covid οπότε και δεν χρειάστηκε να κάνουμε κάτι. Χρειάστηκε ορισμένες φορές η χρήση τηλεδιασκέψεων από τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης ,αφού ανήκει στην Ένωση Ξενοδόχων Σάμου και πραγματοποιούσαν ηλεκτρονικές συναντήσεις.
Ξενοδοχείο Θ	Αποκτήθηκε ένα νέο κρατικό πρόγραμμα μηχανοργάνωσης και συντήρηση του ΠΣ που χρησιμοποιούμε για την οργάνωση της ρεσεψιόν. Η τηλεργασία δεν βρίσκει έδαφος σε μια τουριστική επιχείρηση αφού είναι απαραίτητη η δια ζώσης εξυπηρέτηση του κοινού
Ξενοδοχείο Λ	Έγινε συντήρηση του ΠΣ που διαθέτουμε για τη διαχείριση της μονάδας ,αλλά ανεξαρτήτως Covid , είναι κάτι που γίνεται βάσει συμβολαίων με τις εταιρείες προμήθειας.
Ξενοδοχείο Ν	• Δεν χρειάστηκε η επέκταση των υπηρεσιών Cloud • Το hardware προϋπήρχε σε υψηλό επίπεδο • Μόνο τα διοικητικά στελέχη προέβησαν σε λίγες τηλεδιασκέψεις • Δεν χρειάστηκε η δημιουργία VPN .

Πίνακας 18. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.5

Από το σύνολο των μικρών ξενοδοχείων κανένα δεν διεύρυνε τη χρήση υπηρεσιών Cloud και κανένα δεν προέβη στην ανάπτυξη VPN δικτύου για πρόσβαση στα ΠΣ. (Μ.Ο.=1)

Όσο αναφορά την ενίσχυση του hardware εδώ υπάρχει αν και σε μικρό βαθμό μικρή διαφοροποίηση μεταξύ των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις Η, Θ, Λ και Ν δεν επένδυσαν στην αγορά υλικού και διατήρησαν τις συσκευές τους ως είχαν. Από την άλλη τα Ξενοδοχεία Γ, Ε και Ζ προέβησαν σε ενισχύσεις του υλικού. Το Ξενοδοχείο Ζ έκανε μία μικρή αντικατάσταση του υπολογιστή που διατηρεί στη ρεσεψιόν, ενώ το Γ αγόρασε λίγες συσκευές επιπλέον για χρήση των πελατών στα δωμάτια. Τέλος το Ξενοδοχείο Ε ανανέωσε όλες τις ηλεκτρονικές συσκευές της ρεσεψιόν του, καθώς απέκτησε ΠΣ και διαδικτυακή παρουσία λόγω Covid οπότε έπρεπε να επενδύσει στο hardware σχεδόν από την αρχή.

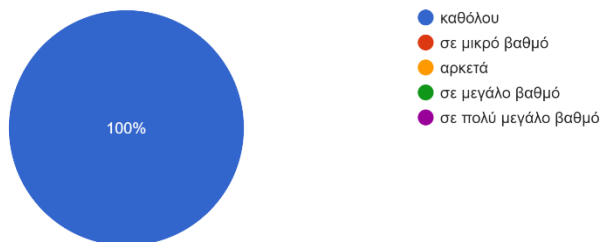
Όσο αναφορά τα ΠΣ, ο μέσος όρος των μικρών επιχειρήσεων είναι 2,1 δηλαδή πραγματοποιήθηκε κατά μέσο όρο σε μικρό βαθμό. Τα Ξενοδοχεία Η και Λ δεν προέβησαν σε κάποια ενίσχυση των ΠΣ τους παρά μόνο στη βασική συντήρησή τους από τον συνεργαζόμενο τεχνικό. Το Ξενοδοχείο Γ ανέπτυξε συνεργασία με ομάδα συντήρησης ΠΣ και αναβάθμισε αυτό που χρησιμοποιεί για τη διαχείριση των διεργασιών του ξενοδοχείου. Επιπρόσθετα, το Ξενοδοχείο Ε απέκτησε ΠΣ για τη ρεσεψιόν και συνεργασία με τεχνικό συντήρησης. Τέλος, το Ξενοδοχείο Ν αναβάθμισε τα ΠΣ που χρησιμοποιεί σε μεγάλο βαθμό συντηρώντας τα προγράμματα που χρησιμοποιούνται από τη ρεσεψιόν και δημιουργώντας νέο σύστημα διαχείρισης του application που δημιουργήθηκε για τους πελάτες.

Ένα ακόμη συμπέρασμα που εξάγεται από την ερώτηση αυτή, το οποίο σε γενικές γραμμές είναι αναμενόμενο, είναι ότι δεν έγινε σχεδόν καθόλου χρήση τηλεδιασκέψεων και τηλεσυνεργασίας (Μ.Ο. = 1,4). Στις μόνες επιχειρήσεις που πραγματοποιήθηκαν τηλεδιασκέψεις ήταν η Ν, Ζ και Η. Το Ξενοδοχείο Ζ πραγματοποίησε ορισμένες τηλεδιασκέψεις όπως και το Ν μεταξύ του διοικητικού προσωπικού, ενώ για το Ξενοδοχείο Η οι τηλεδιασκέψεις αφορούσαν συμμετοχή σε συναντήσεις της Ένωσης Ξενοδόχων Σάμου.

Από τα παραπάνω εξάγουμε το συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις κινήθηκαν συντηρητικά σε ότι αφορά την ενίσχυση της εσωστρεφούς χρήσης ICT και κατά μέσο όρο πραγματοποίησαν αναβαθμίσεις σε μικρό βαθμό. Αυτό είναι ένα λογικό συμπέρασμα αν αναλογιστεί κανείς τους πόρους και τη ρευστότητα που χρειάζονται τέτοιες επενδύσεις σε συνάρτηση με το μέγεθος των μονάδων. Περισσότερο ίσως ενίσχυσε την εσωστρεφή χρήση ICT το Ξενοδοχείο Ν, γεγονός που δικαιολογείται απ' το ότι αν και ανήκει στα μικρότερα σε μέγεθος ξενοδοχεία ο βαθμός του είναι αρκετά μεγάλος και οφείλει να παρέχει πιο εξελιγμένες υπηρεσίες.

5.1 Διεύρυνση Cloud

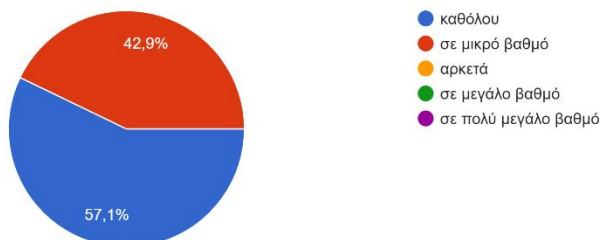
7 απαντήσεις



Εικόνα 19: Χρήση Cloud (Μικρά Ξενοδοχεία)

5.2 Ενίσχυση hardware

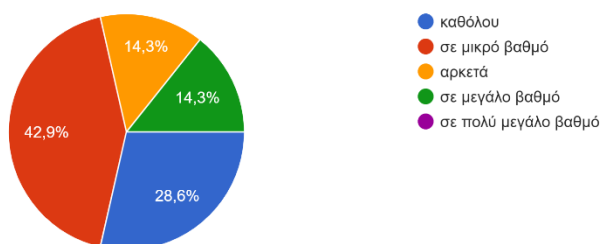
7 απαντήσεις



Εικόνα 20: Ενίσχυση hardware (Μικρά Ξενοδοχεία)

5.3 Ενίσχυση ΠΣ

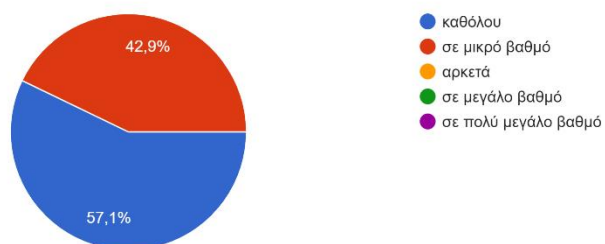
7 απαντήσεις



Εικόνα 21: Ενίσχυση Πληροφοριακών συστημάτων (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.4 Τηλεδιασκέψεις

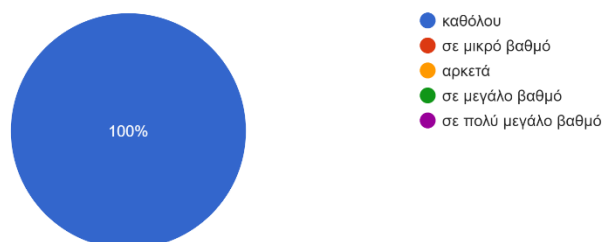
7 απαντήσεις



Εικόνα 22: Χρήση τηλεδιασκέψεων (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.5 Πρόσβαση μέσω VPN

7 απαντήσεις



Εικόνα 23: Πρόσβαση μέσω VPN (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.6 Υπηρεσίες προς τους πελάτες

Στην επόμενη ερώτηση, οι ερωτηθέντες έπρεπε να απαντήσουν σε ποιο βαθμό προσάρμοσαν ή δημιούργησαν υπηρεσίες προς τους πελάτες τους. Στον επόμενο πίνακα παρατίθενται οι επιλογές και στη συνέχεια οι απαντήσεις των μεγαλύτερων ξενοδοχείων.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Προσαρμογή των υπηρεσιών προς τους πελάτες σας στις συνθήκες της πανδημίας			Ξενοδοχείο Δ		Ξενοδοχείο Α,Β,Ι,Κ,Μ	4,67
Δημιουργία νέων υπηρεσιών προς τους πελάτες σας για τις νέες συνθήκες της πανδημίας	Ξενοδοχείο Δ		Ξενοδοχείο Α		Ξενοδοχείο Β,Ι,Κ,Μ	4
Σε ποιο βαθμό συνείσφεραν οι ψηφιακές τεχνολογίες για την επίτευξη των παραπάνω;		Ξενοδοχείο Δ,Ι	Ξενοδοχείο Α	Ξενοδοχείο Μ	Ξενοδοχείο Β,Κ	3,5

Πίνακας 19.Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων επ.6

Ξενοδοχείο Α	1. Σε όλα τα κανάλια δημιουργίας κρατήσεων υπήρχε ενημέρωση για τις τρέχουσες συνθήκες και τα ισχύοντα για τον covid μέτρα. 2. Σε φυσικό επίπεδο έγιναν αλλαγές στον τρόπο σερβιρίσματος των γευμάτων, στη χρήση χειρουργικής μάσκας σε όλους τους χώρους κλπ. 3. Δημιουργήθηκε μία σημείωση στην αρχική οθόνη κάθε υπολογιστή δωματίου, στην οποία υπήρχαν οι κανόνες
--------------	--

	πρόληψης και τα ισχύοντα μέτρα για τον covid. 4. Αλλαγή των παραδοσιακών κλειδιών με κάρτες , ώστε να αποφεύγετε η χρήση αντικειμένου (κλειδιού) από διαφορετικά άτομα . 5. Παροχή δυνατότητας συνομιλίας online με τη ρεσεψιόν για οποιοδήποτε θέμα προκύψει ,ώστε να αποφεύγεται ο συνωστισμός στον κοινόχρηστο χώρο 6. Δωρεάν προσβάσιμο Wi-Fi σε όλους τους χώρους και επέκτασή του και στους εξωτερικούς χώρους
Ξενοδοχείο Β	Όλα έγιναν σύμφωνα με τα πρωτόκολλα του Covid και δημιουργήθηκαν ψηφιακά μενού για την αποφυγή χρήσης εντύπων από πολύ κόσμο καθώς και οδηγίες πρόληψης στο website.
Ξενοδοχείο Δ	1. Σε όλα τα κανάλια δημιουργίας κρατήσεων υπήρχε ενημέρωση για τις τρέχουσες συνθήκες και τα ισχύοντα για τον covid μέτρα, καθώς επίσης και επιγραφές παντού με πλήρη ενημέρωση. 2. Σε φυσικό επίπεδο έγιναν αλλαγές στον τρόπο σερβιρίσματος των γευμάτων και στη χρήση χειρουργικής μάσκας σε όλους τους χώρους κλπ. 3. Αλλαγή του τρόπου και της συχνότητας της καθαριότητας των δωματίων. 4. Δωρεάν προσβάσιμο Wi-Fi σε όλους τους χώρους και επέκτασή του και στους εξωτερικούς χώρους
Ξενοδοχείο Ι	Οι συνθήκες άλλαξαν οπότε άλλαξαν και οι υπηρεσίες προς τους πελάτες. Αυξήθηκαν τα υγειονομικά μέτρα και υπήρχε πλήρης συμμόρφωση με τις οδηγίες για τον Covid. Οι ψηφιακές τεχνολογίες βοήθησαν όπως και τις περιόδους προ Covid
Ξενοδοχείο Κ	Ακολουθήσαμε όλα τα πρωτόκολλα σχετικά με τον Covid και δημιουργήσαμε τις υπηρεσίες που αναφέραμε στο ερ.1 για να ανταποκριθούμε στις νέες συνθήκες. Οι ψηφιακές τεχνολογίες μας

	έδωσαν τη δυνατότητα αυτή να δημιουργήσουμε νέες υπηρεσίες και να προσφέρουμε στους πελάτες μας το καλύτερο δυνατόν για τις συνθήκες στις οποίες βρισκόμαστε.
Ξενοδοχείο Μ	-Σε όλους τους χώρους έχουν τοποθετηθεί αντισηπτικά . -Αλλαγή στον τρόπο καθαρίσματος - Σημάνσεις -Διακριτικός έλεγχος από το προσωπικό υποδοχής του μπουφέ για αποστάσεις -Αποστάσεις καθισμάτων -Δυνατότητα κράτησης δραστηριοτήτων. -Ψηφιακές κορνίζες προβολής συνεργαζόμενων δραστηριοτήτων για αποφυγή flyers.

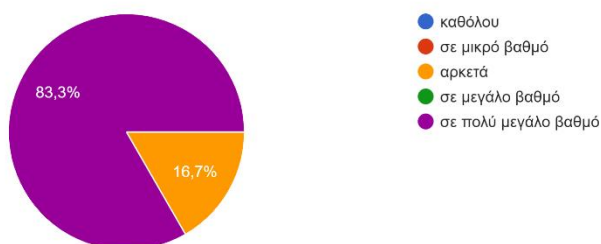
Πίνακας 20. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων επ.6

Όσο αναφορά την προσαρμογή των υπηρεσιών προς τους πελάτες εξαιτίας των συνθηκών της πανδημίας πραγματοποιήθηκε σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό με Μ.Ο. 4,67. Όλες οι επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν όσο αναφορά τις φυσικές δραστηριότητες με τη διαφορετική διανομή γευμάτων και την προσαρμογή της καθαριότητας σε μεγαλύτερο βαθμό. Επίσης τηρήθηκαν οι κανονισμοί για τη διαφύλαξη της δημόσιας υγείας και η χρήση μάσκας και αντισηπτικού. Επιπλέον όλοι οι εργαζόμενοι συμμορφώθηκαν με τις κυβερνητικές διατάξεις και τα πιστοποιητικά ώστε να διασφαλίζεται η υγεία των πελατών. Παράλληλα δημιουργήθηκαν και νέες υπηρεσίες από όλες τις επιχειρήσεις πλην του Ξενοδοχείου Δ που απλώς έκανε προσαρμογές των υπηρεσιών του. Τα Ξενοδοχεία Β και Κ δημιούργησαν ψηφιακούς οδηγούς και ψηφιακά μενού όπου μπορούσαν να πραγματοποιηθούν παραγγελίες σε φαγητό και ποτά, αλλά και να εξερευνήσουν τις προσφερόμενες παροχές χωρίς να χρειάζεται να υπάρχει συνωστισμός στη ρεσεψιόν και να μην υπάρχουν έντυπα τα οποία εναλλάσσονται μεταξύ πελατών. Με παρόμοιο τρόπο κινήθηκε και το Ξενοδοχείο Μ όπου δημιούργησε μέσω του App του υπηρεσία κράτησης σε οποιαδήποτε δραστηριότητα επιθυμεί ο πελάτης, ενώ μπορεί μέσω αυτού να ελέγχει και τη διαθεσιμότητα για τις δραστηριότητες που τον ενδιαφέρουν τη συγκεκριμένη ώρα για να αποφεύγεται η ύπαρξη πολλών ατόμων σε έναν χώρο. Παράλληλα για να αποφευχθούν τα έντυπα διαφήμισης συνεργαζόμενων εταιρειών εισήχθησαν σε κάθε δωμάτιο ψηφιακές κορνίζες με πληροφορίες για τις επιμέρους προσφερόμενες δραστηριότητες εντός και εκτός μονάδας. Το Ξενοδοχείο Ι δημιούργησε νέες υπηρεσίες μόνο σε ότι αφορά την άμεση επαφή και όχι τις ψηφιακές τεχνολογίες. Παράλληλα το Ξενοδοχείο Α δημιούργησε συντόμευση σε όλους τους υπολογιστές των δωματίων με τα ισχύοντα μέτρα και διατάξεις κατά της διασποράς του κορονοϊού. Επίσης το Wi-Fi έγινε δωρεάν σε όλους τους χώρους και αντικαταστάθηκαν τα παραδοσιακά κλειδιά με κάρτες. Τέλος δημιουργήθηκε ένα chat μέσω του οποίου οι πελάτες μπορούν να συνομιλήσουν απευθείας με τη ρεσεψιόν μέσω μηνυμάτων χωρίς να χρειαστεί να μεταβούν σε αυτή ή να τηλεφωνήσουν.

Δεδομένων των παραπάνω, καθίσταται σαφές ότι η συμβολή των ψηφιακών τεχνολογιών στην προσαρμογή και δημιουργία υπηρεσιών προς τους πελάτες ήταν αρκετά μεγάλη και καταγράφεται με Μ.Ο. 3,5. Οι περισσότερες αλλαγές σχετίζονταν με το φυσικό επίπεδο λόγω της φύσης του επαγγέλματος που απαιτεί άμεση φυσική επαφή αλλά παρόλα αυτά η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών ενίσχυσε και σε άλλες περιπτώσεις διαμόρφωσε τις αλλαγές αυτές.

6.1 Προσαρμογή υπηρεσιών

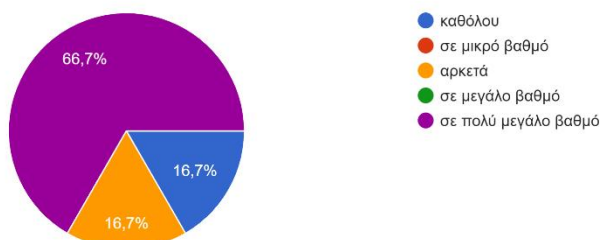
6 απαντήσεις



Εικόνα 24: Προσαρμογή υπηρεσιών (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

6.2 Δημιουργία Υπηρεσιών

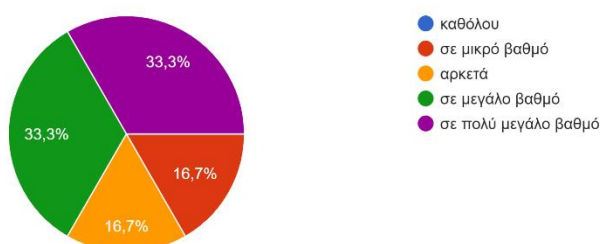
6 απαντήσεις



Εικόνα 25: Δημιουργία νέων υπηρεσιών (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

6.3 Σε ποιο βαθμό οι ΨΤ?

6 απαντήσεις



Εικόνα 26: Σε ποιο βαθμό συνεισέφεραν οι ψτ; (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Ακόλουθα, παρατίθενται οι απαντήσεις και οι επιλογές των μικρότερων επιχειρήσεων παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Προσαρμογή των υπηρεσιών προς τους πελάτες σας στις συνθήκες της πανδημίας			Ξενοδοχείο Ε	Ξενοδοχείο Ζ,Θ	Ξενοδοχείο Γ,Η,Λ,Ν	4,4
Δημιουργία νέων υπηρεσιών προς τους πελάτες σας για τις νέες συνθήκες της πανδημίας			Ξενοδοχείο Γ,Ε	Ξενοδοχείο Ζ,Θ,Λ	Ξενοδοχείο Η,Ν	4
Σε ποιο βαθμό συνείσφεραν οι ψηφιακές τεχνολογίες για την επίτευξη των παραπάνω;		Ξενοδοχείο Ε,Λ	Ξενοδοχείο Γ,Η,Θ	Ξενοδοχείο Ζ,Ν		3

Πίνακας 21.Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.6

Ξενοδοχείο Γ	Υπήρχε συνεχής ενημέρωση για τους νέους υγειονομικούς κανόνες και συνεχής προσαρμογή σε αυτούς. Προσαρμογή και επανεκπαίδευση προσωπικού. Ό,τι κάναμε σε επίπεδο ICT λειτουργήσε αρκετά καλά σε επίπεδο αύξησης της ζήτησης για την επιχείρηση.
Ξενοδοχείο Ε	Η επιχείρησή μας συμμορφώθηκε πλήρως με τις οδηγίες του κράτους. Το ξενοδοχείο εξοπλίστηκε με τα απαραίτητα για τον περιορισμό της διασποράς του κορονοϊού από τους πελάτες μας . Παρόλα αυτά

	η συμβολή των ψηφιακών τεχνολογιών δεν ήταν μεγάλη ,αφού δεδομένης της ύφεσης δεν κάναμε μεγάλα έργα τεχνολογίας ,γιατί στη δεδομένη στιγμή δεν ήταν προτεραιότητα.
Ξενοδοχείο Ζ	Υπήρξε συστηματική ενημέρωση για τις τρέχουσες συνθήκες και τα ισχύοντα μέτρα για τον covid. Σε φυσικό επίπεδο έγιναν αλλαγές στον τρόπο σερβιρίσματος του πρωινού, με χρήση ατομικών μερίδων αντί μπουφέ, χρήση χειρουργικής μάσκας σε όλους τους χώρους κλπ. Δωρεάν προσβάσιμο Wi-Fi σε όλους τους χώρους, τα δωμάτια, και επέκτασή του και στους εξωτερικούς χώρους.
Ξενοδοχείο Η	Έπρεπε να συμμορφωθούμε με όλα τα υγειονομικά πρωτόκολλα του κράτους όπως και έγινε. Άλλαξε ο τρόπος σερβιρίσματος , όλα τα σνακ ήταν σε ατομικά σακουλάκια, παροχή αντισηπτικών και масκών και αλλαγές στην εντατικότερη καθαριότητα δωματίων και κοινόχρηστων χώρο. Δεν υπήρξαν πολλές αλλαγές στα ψτ που χρησιμοποιήσαμε , παρόλα αυτά ο,τι έχουμε κάνει φέρνει έσοδα και προβολή . Επιπλέον μπορούσαμε να καταγράψουμε όλες τις παραπάνω αλλαγές και προγραμματισμό εργασιών στο σύστημα που διαθέτει το ξενοδοχείο
Ξενοδοχείο Θ	Όλες οι παρεχόμενες υπηρεσίες μας προσαρμόστηκαν στα υγειονομικά μέτρα και πρωτόκολλα. Υπήρξαν διαφοροποιήσεις στον τρόπο σερβιρίσματος των γευμάτων ,στην καθαριότητα ,στην ενημέρωση των πελατών μας για τις απαγορεύσεις και τα ισχύοντα μέτρα. Οι ψηφιακές τεχνολογίες παίζουν γενικά καθοριστικό ρόλο στην ύπαρξη ενός ξενοδοχείου ακόμα και μικρού ,αφού όλες οι καταγραφές και οι εγγραφές της επιχείρησης γίνονται πλέον στον υπολογιστή. Ακόμη και το πρόγραμμα το οποίο χρησιμοποιούμε για την οργάνωση των καθημερινών αναγκών σε

	προμήθειες ,προγραμματισμό εργασιών ,πληρωμές κλπ . ανήκει στις ψτ.
Ξενοδοχείο Λ	Ο Covid έφερε αλλαγές σε οτιδήποτε σχετίζεται με την καθαριότητα και την προστασία των πελατών. Καταργήθηκε ο μπουφές και έγιναν τα γεύματα ατομικά. Υπήρχε η δυνατότητα να κλείσει ο πελάτης ραντεβού για την ώρα που επιθυμεί να φάει ώστε να αποφύγει τον συνωστισμό στο εστιατόριο και τα πρωινά. Επίσης τηρήθηκαν όλοι οι κανόνες και η χρήση μάσκας αποστάσεων κλπ. Η επιχείρηση είναι μικρή οπότε δεν μπορούν να γίνουν ιδιαίτερα πράγματα στη χρήση ΤΠΕ χωρίς χρηματοδότηση.
Ξενοδοχείο Ν	• Όλες οι υπηρεσίες προσαρμόστηκαν στα πρωτόκολλα ασφάλειας για τον Covid • Μέσω του app δημιουργήθηκαν νέες υπηρεσίες όπου οι πελάτες μπορούσαν να κλείσουν από το δωμάτιό τους χωρίς έλευση στη ρεσεψιόν τις δραστηριότητές τους για αποφυγή συνωστισμού. • Ψηφιακά μενού και ψηφιακές ενημερώσεις για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις μέσω ψηφιακών κορνιζών στα δωμάτια. • Η συνεισφορά των ψηφιακών τεχνολογιών όπως είναι εμφανές ήταν μεγάλη

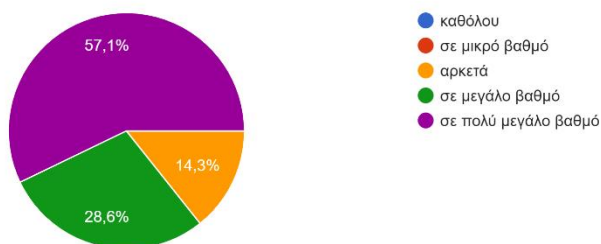
Πίνακας 22. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.6

Οι μικρότερες επιχειρήσεις προέβησαν κατά μέσο όρο σε μεγάλη προσαρμογή των υπηρεσιών τους προς τους πελάτες τους (Μ.Ο.=4.4). Η προσαρμογή αυτή σχετίζεται στο μεγαλύτερο βαθμό με τη συμμόρφωση στα υγειονομικά μέτρα . Αναπροσαρμόστηκε ο τρόπος σερβιρίσματος για όλες τις επιχειρήσεις και επεκτάθηκε η χρήση αντισηπτικού και μάσκας. Όλες οι επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν στα πρωτόκολλα σχετικά με τον Covid. Προσαρμόστηκε επίσης ο τρόπος καθαριότητας των δωματίων με ισχυρότερα καθαριστικά και συχνότερους καθαρισμούς. Η δημιουργία νέων υπηρεσιών πραγματοποιήθηκε εξίσου σε μεγάλο βαθμό με μέσο όρο 4.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα Ξενοδοχεία Η και Ν . Το μεν Ξενοδοχείο Η που ενέταξε το πρόγραμμα καθαριότητας και προμηθειών σε μάσκες και αντισηπτικά στο σύστημα διαχείρισης της ρεσεψιόν ,ενώ δημιούργησε τη δυνατότητα προς τους πελάτες να κλείνουν ραντεβού για την ώρα που επιθυμούν να πάρουν το γεύμα τους για την αποφυγή επαφών και συνωστισμού. Σχετικά με το Ν οι νέες υπηρεσίες σχετίζονται με το application που δημιουργήθηκε και δόθηκε στους πελάτες η δυνατότητα να πραγματοποιούν κρατήσεις δραστηριοτήτων , να αντλούν πληροφορίες σχετικά με τις παροχές και να έχουν απεριόριστη πρόσβαση σε δίκτυο σε όλους τους εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους του Ξενοδοχείου. Επίσης δημιουργήθηκαν ψηφιακά μενού μέσω των οποίων μπορούσαν να επιλέξουν όσα ήθελαν να παραγγείλουν και να αποσταλούν απευθείας στο δωμάτιο χωρίς να χρειαστεί η άμεση επαφή με άλλους πελάτες ή με έντυπα που μπορεί να έχουν χρησιμοποιηθεί από άλλους.

Σε γενικές γραμμές οι ψηφιακές τεχνολογίες συνέβαλαν αρκετά στην προσαρμογή και την δημιουργία νέων υπηρεσιών προς τους πελάτες. Στα ξενοδοχεία Ε και Λ σε μικρότερο βαθμό , αφού οι περισσότερες αλλαγές είχαν να κάνουν με παροχές σε φυσικό επίπεδο ,ενώ για τα Γ, Η και Θ σε λίγο περισσότερο βαθμό από την άποψη ότι όλα τα έργα που έκαναν σε σχέση με ψηφιακές τεχνολογίες απέφεραν τα έσοδα που ήθελαν. Παράλληλα, στο Ξενοδοχείο Ζ αποτέλεσε βασικό κομμάτι των εσόδων του η δημιουργία δωρεάν πρόσβασης και ανάπτυξη της εμβέλειας του δικτύου τους αποφέροντας μεγαλύτερα έσοδα. Τέλος , για το Ξενοδοχείο Ν το οποίο προέβη και στις περισσότερες αλλαγές και επενδύσεις στις ψηφιακές τεχνολογίες όλα αυτά λειτούργησαν καθοριστικά για την αναβάθμιση και επέκταση των υπηρεσιών τους.

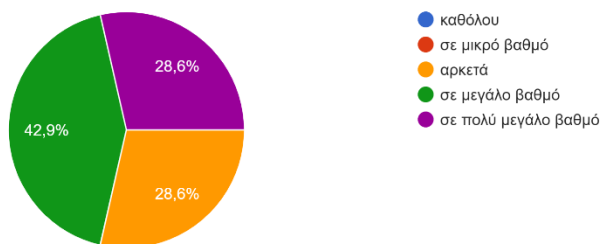
6.1 . Προσαρμογή υπηρεσιών
7 απαντήσεις



Εικόνα 27: Προσαρμογή υπηρεσιών (Μικρά Ξενοδοχεία)

6.2 Δημιουργία νέων υπηρεσιών

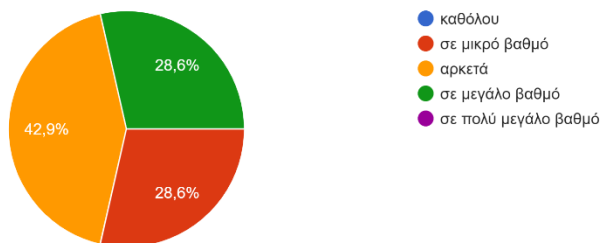
7 απαντήσεις



Εικόνα 28: Δημιουργία νέων υπηρεσιών (Μικρά Ξενοδοχεία)

6.3 . Σε ποιο βαθμό βοήθησαν οι ψτ;

7 απαντήσεις



Εικόνα 29: Σε ποιο βαθμό συνεισέφεραν οι ψτ; (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.7 Περιορισμός έργων ψηφιακής τεχνολογίας

Η επόμενη ερώτηση στην οποία κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτηθέντες σχετιζόταν με την αναβολή ή ακύρωση ψηφιακών έργων λόγω κορονοϊού. Η ερώτηση καθώς και οι απαντήσεις ακολουθούν παρακάτω ,παρουσιάζοντας πρώτα τις επιλογές και απαντήσεις των μεγαλύτερων σε μέγεθος ξενοδοχείων.

- Σε ποιο βαθμό -λόγω των μειώσεων εσόδων κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 και των αυξημένων εξόδων για την προσπάθεια αντιμετώπισής της- αναβάλατε ή ματαιώσατε κάποια έργα ή δράσεις σχετικές με τις ψηφιακές τεχνολογίες που είχατε προγραμματίσει να γίνουν για την περίοδο αυτή στην επιχείρησή σας ;

καθόλου	σε μικρό βαθμό	αρκετά	σε μεγάλο βαθμό	σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Ξενοδοχείο B,I,K	Ξενοδοχείο M		Ξενοδοχείο Δ	Ξενοδοχείο A	2,3

Πίνακας 23. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.7

Ξενοδοχείο A	Εν μέσω covid πολλά έργα ακυρώθηκαν ή αναβλήθηκαν επ' αόριστο . Στο προγραμματισμένο ICT Plan της επιχείρησης ήταν να αναπτυχθεί πλήρως το website της επιχείρησης . Να γίνουν νέες φωτογραφίες , παροχή της δυνατότητας για check-in και ολοκλήρωση κράτησης από τον προσωπικό μας ιστότοπο χωρίς μεσάζοντες και προμήθειες. Επιπλέον ήταν προγραμματισμένη η αγορά ηλεκτρικών συσκευών και ηλεκτρονικών κλειδαριών . Ο προγραμματισμός ήταν να υπάρχουν σε όλα τα δωμάτια smart συσκευών και να γενικά να γίνει ολοκληρωτική αναβάθμιση των συστημάτων . (Σε κάποιο βαθμό έγιναν ,αλλά όχι όπως το είχαμε προγραμματίσει) . Τέλος , όσο αφορά τις διαφημίσεις μέσω ίντερνετ , υπήρξαν μεν αλλά με σημαντική μείωση συγκριτικά με όσα είχαν
--------------	--

	προγραμματιστεί να γίνουν και έχουν αναβληθεί για την επόμενη σεζόν (2023) που τα πράγματα δείχνουν ότι θα είναι ευνοϊκά για επενδύσεις.
Ξενοδοχείο Β	Χ
Ξενοδοχείο Δ	Στα πλάνα της επιχείρησης υπήρχε η ανακαίνιση ενός ακόμα ξενοδοχείου με την χρήση όλων των επιμέρους ψηφιακών τεχνολογιών και υλικού, το οποίο αναγκάστηκε μπήκε σε παύση διότι δεν ήταν δυνατό με την τότε κατάσταση να βρεθούν οι πόροι για να προχωρήσει αυτή η επένδυση
Ξενοδοχείο Ι	Όλα τα έργα σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες είχαν πραγματοποιηθεί και προϋπήρχαν.
Ξενοδοχείο Κ	Δεν χρειάστηκε να ματαιωθεί κανένα έργο , αφού τα περισσότερα είχαν συμβεί προ Covid , ενώ όσα έργα χρειάστηκαν έγιναν κανονικά.
Ξενοδοχείο Μ	Δεν υπάρχει κάποιο από ψηφιακό έργο που δεν υλοποιήθηκε , παρόλα αυτά σίγουρα το κλείσιμο της επιχείρησης επηρέασε τον κύκλο εργασιών και ίσως να είχαν γίνει και άλλες επενδύσεις σε ICT.

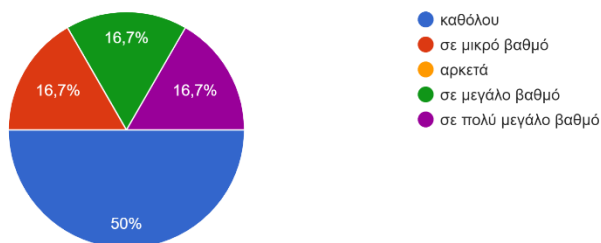
Πίνακας 24. Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.7

Για τα Ξενοδοχεία Β,Ι και Κ φαίνεται πως δεν αναβλήθηκε ούτε ματαιώθηκε κάποιο έργο σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι είχαν κάνει τις απαραίτητες για εκείνους επενδύσεις προ Covid και δεν σκόπευαν να υλοποιήσουν κάτι παραπάνω που να μπήκε σε αναστολή ή ματαίωση λόγω της επικρατούσας κατάστασης. Στην ίδια βάση και το Ξενοδοχείο Μ δεν προέβη σε κάποια αναβολή ή ματαίωση έργου , παρόλα αυτά αν δεν είχε ανασταλεί η λειτουργία της επιχείρησης για το 2020 θεωρούν πως είναι πιθανό να είχαν οργανώσει περισσότερα ICT έργα. Από την άλλη μεριά το Ξενοδοχείο Δ σκόπευε να δημιουργήσει μία καινούργια μονάδα ,πράγμα που συνδέεται έμμεσα με τα έργα ICT , αφού μία εξ' ολοκλήρου νέα μονάδα απαιτεί από την αρχή όλες τις εγκαταστάσεις , συνεργασίες και υλικό που σχετίζονται με τις ψηφιακές τεχνολογίες. Τέλος , τα περισσότερα σχέδια που αναβλήθηκαν εντοπίζονται στο Ξενοδοχείο Α. Υπήρχε προγραμματισμός για πλήρη αναβάθμιση και αναδιαμόρφωση της προσωπικής ιστοσελίδας της επιχείρησης και περισσότερες συνεργασίες για προβολή διαφημίσεων διαδικτυακά και μέσω

κοινωνικών δικτύων . Παράλληλα είχαν προγραμματιστεί εκτενείς αγορές συσκευών και ηλεκτρονικών κλειδαριών , οι οποίες λόγω αυξημένου κόστους δεν έγιναν για διατήρηση πόρων που μπορούσαν να είναι απαραίτητοι για την ανταπόκριση στις υποχρεώσεις της επιχείρησης.

Συνεπώς , γίνεται αντιληπτό ότι όσο αναφορά τις μεγάλες επιχειρήσεις οι αναβολές και ματαιώσεις έργων έγιναν σε μικρό βαθμό με μέσο όρο 2,3. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ήταν έτοιμες όσο αναφορά τις ψηφιακές τεχνολογίες για την αυξημένη ανάγκη ψηφιοποίησης ,ενώ υπήρξαν και εξαιρέσεις που αν και διαθέτουν αρκετά ανεπτυγμένα συστήματα είχαν προγραμματίσει πολλά έργα βελτίωσης και αναβάθμισής τους.

7.Αναβλήθηκαν εργα;
6 απαντήσεις



Εικόνα 30: Αναβολή έργων (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Στη συνέχεια παρουσιάζονται οι απαντήσεις των μικρότερων σε μέγεθος ξενοδοχειακών μονάδων στην ίδια ακριβώς ερώτηση.

καθόλου	σε μικρό βαθμό	αρκετά	σε μεγάλο βαθμό	σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
Ξενοδοχείο Ζ,Η,Θ,Ν			Ξενοδοχείο Ε,Λ	Ξενοδοχείο Γ	2,4

Πίνακας 25Επιλογές μικρών ξενοδοχείων ερ.7

Ξενοδοχείο Γ	Θέλαμε να κάνουμε αρκετά πράγματα όπως η αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρονται στο site μας , η αγορά ορισμένων συσκευών και άλλα έργα τα οποία ακυρώθηκαν εντελώς λόγω Covid και επανεξετάζονται για την ερχόμενη τουριστική περίοδο (2023).
--------------	---

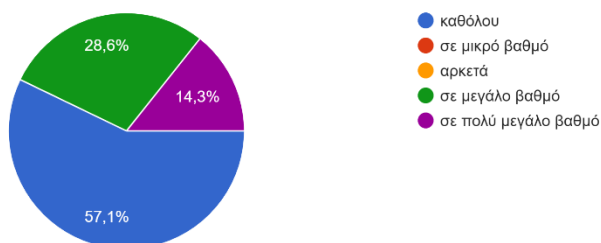
Ξενοδοχείο Ε	Πριν την πανδημία και λόγω της αλλαγής εποχής είχαμε οργανώσει στο πλάνο της επιχείρησής μας να δημιουργήσουμε ολοκληρωμένους λογαριασμούς στα Social Media τα οποία χρησιμοποιούνται από εκατομμύρια κόσμου και θα μας βοηθούσαν να διαφημιστούμε. Επίσης είχαμε υπολογίσει στα έξοδά μας το κόστος για διαφήμιση μέσω τρίτων στα social media και σε τουριστικές πλατφόρμες, όμως μετά έπρεπε να ακυρωθούν όλα αυτά για να μειώσουμε τα έξοδα. Επίσης αν και φτιάξαμε το website , ο στόχος μας ήταν να περιέχει και άλλες δυνατότητες και φωτογραφικό υλικό , το οποίο πάλι αναβλήθηκε για να περιοριστούν τα κόστη λειτουργίας .
Ξενοδοχείο Ζ	Χ
Ξενοδοχείο Η	Είχαμε υλοποιήσει τα έργα μας σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες προ κορονοϊού.
Ξενοδοχείο Θ	Όλα τα έργα που θέλαμε να υλοποιήσουμε , είχαν γίνει προ κορονοϊού οπότε και δεν χρειάστηκε να αναβληθεί κάτι ή να ματαιωθεί .
Ξενοδοχείο Λ	Αναβάλαμε την ολοκληρωτική αναβάθμιση του website μας που οργανώθηκε για το 2023 . Είχαμε μιλήσει για συνεργασία με νέες πλατφόρμες κρατήσεων και για διαφήμιση σε κοινωνικά δίκτυα , όμως δεν προχώρησαν λόγω Covid και επανεξετάζονται για το μέλλον.
Ξενοδοχείο Ν	Δεν ήταν ανασταλτικός παράγοντας ο Covid για τα έργα που είχαν προγραμματιστεί , έγιναν κανονικά σε επίπεδο ψηφιακής τεχνολογίας .

Πίνακας 26. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ. 7

Στην περίπτωση των μικρότερων ξενοδοχειακών μονάδων οι αναβολές και ματαιώσεις ψηφιακών έργων πραγματοποιήθηκαν εξίσου σε μικρό βαθμό με μέσο όρο 2,3. Όσο αναφορά τις επιχειρήσεις Ζ, Η, Θ και Ν δεν πραγματοποιήθηκαν καθόλου αναβολές ή ματαιώσεις. Όλα αυτά τα ξενοδοχεία είχαν ήδη την επιθυμητή χρήση ψηφιακών τεχνολογιών στις μονάδες τους και δεν είχαν προγραμματίσει περεταίρω επενδύσεις τις οποίες να επηρέασε ο Covid. Από την άλλη πλευρά σε μεγάλο βαθμό επηρεάστηκαν τα Ξενοδοχεία Ε και Λ. Το μεν Ε ακύρωσε κυρίως έργα που σχετίζονταν με τη διαφήμιση, αφού ήθελε να επενδύσει στα κοινωνικά δίκτυα και τις συνεργασίες για διαφήμιση. Επιπλέον, ήταν προγραμματισμένη επιπλέον αναβάθμιση της ιστοσελίδας της επιχείρησης με επιπρόσθετες υπηρεσίες. Τα έργα αυτά ακυρώθηκαν λόγω έλλειψης οικονομικών πόρων από την πλευρά της επιχείρησης. Επιπρόσθετα, σε μεγάλο βαθμό ανέβαλε τα σχέδια του το Ξενοδοχείο Λ. Υπήρχε η πρόθεση αναβάθμισης της ιστοσελίδας, η οποία μετατέθηκε για το 2023 δεδομένων των ευνοϊκότερων συνθηκών. Παράλληλα είχαν οργανωθεί συνεργασίες για διαφήμιση και επέκταση των καναλιών κρατήσεων που εξίσου ακυρώθηκαν λόγω έλλειψης πόρων. Τέλος, σε πολύ μεγάλο βαθμό φαίνεται να επηρεάστηκαν τα προγραμματισμένα έργα του Ξενοδοχείου Γ. Υπήρχαν προγραμματισμένες ενέργειες για αναβάθμιση του website και κυρίως για ανανέωση υλικού, ενέργειες που ματαιώθηκαν λόγω κόστους.

Διαπιστώνεται, λοιπόν, ότι υπάρχουν δύο πλευρές σχετικά με τα προγραμματισμένα από τα ξενοδοχεία έργα. Από τη μία πλευρά εντοπίζονται οι επιχειρήσεις που ήταν έτοιμες για τις επιπτώσεις της πανδημίας στο βαθμό που επιθυμούν, ενώ υπήρχαν και αυτές που σκόπευαν να επενδύσουν αρκετά σε αυτό το κομμάτι και δεν το κατάφεραν λόγω έλλειψης των απαραίτητων οικονομικών πόρων.

7. Ακυρώθηκαν ή αναβλήθηκαν έργα λόγω Covid
7 απαντήσεις



Εικόνα 31: Αναβολή έργων (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.8 Βελτιώσεις και Εξορθολογισμοί

Σε ποιο βαθμό η πανδημία Covid-19 - δεδομένων των αυξημένων αναγκών ψηφιοποίησης που δημιουργεί - οδήγησε σε βελτιώσεις και εξορθολογισμούς των ακόλουθων διαδικασιών και πρακτικών όσον αφορά την χρήση πληροφορικής στην επιχείρησή σας;

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών υλοποίησης / διοίκησης ICT projects (εσωτερικής ή εξωτερικής υλοποίησης)	Ξενοδοχείο I	Ξενοδοχείο Δ	Ξενοδοχείο A	Ξενοδοχείο B,K	Ξενοδοχείο M	3,17
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών Υποστήριξης χρηστών των Πληροφοριακών συστημάτων (ICT users support)	Ξενοδοχείο I	Ξενοδοχείο A,Δ			Ξενοδοχείο B,K,M	3,3
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών λειτουργίας και υποστήριξης πληροφοριακών συστημάτων (ICT operations)	Ξενοδοχείο I	Ξενοδοχείο A	Ξενοδοχείο Δ	Ξενοδοχείο B,K	Ξενοδοχείο M	3,17

ενίσχυση και βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών κατάρτισης του ICT Plan	Ξενοδοχείο I	Ξενοδοχείο Δ	Ξενοδοχείο Α,Β,Κ	Ξενοδοχείο Μ		2,67
Ευθυγράμμιση του ICT Plan με τους επιδιωκόμενους στρατηγικούς στόχους σας.	Ξενοδοχείο I	Ξενοδοχείο Δ	Ξενοδοχείο Α	Ξενοδοχείο Μ	Ξενοδοχείο Β,Κ	3,3

Πίνακας 27. Επιλογές μεγάλων ξενοδοχείων ερ.8

Ξενοδοχείο Α	Γενικά έγιναν βελτιώσεις δεδομένης της ανάγκης επέκτασης των ψηφιακών υπηρεσιών προς τους πελάτες μας για να αποφεύγονται όσο το δυνατόν περισσότερο οι συναναστροφές. Το ICT Plan που θέσαμε σε ισχύ εξασφάλιζε τους στόχους μας τους στρατηγικούς αλλά ήταν πολύ πιο περιορισμένο συγκριτικά με όσα θέλαμε να έχουμε υλοποιήσει και δεν βελτιώθηκαν λόγω covid
Ξενοδοχείο Β	X
Ξενοδοχείο Δ	Έγιναν γενικότερες βελτιώσεις δεδομένης της ανάγκης επέκτασης των ψηφιακών υπηρεσιών προς τους πελάτες για να αποφεύγονται οι συναναστροφές όσο το δυνατόν περισσότερο , όμως οι βελτιώσεις αυτές είχαν να κάνουν σε μικρό βαθμό με τη χρήση ψτ.
Ξενοδοχείο I	Όλα τα έργα πληροφορικής είχαν γίνει πριν την πανδημία οπότε και δεν χρειάστηκαν βελτιώσεις και ενισχύσεις.
Ξενοδοχείο Κ	Το ICT plan μας προσαρμόστηκε αρκετά στις νέες συνθήκες και ενισχύσαμε τα ΠΣ μας όσο αναφορά τη λειτουργικότητα και την υποστήριξη χρηστών.

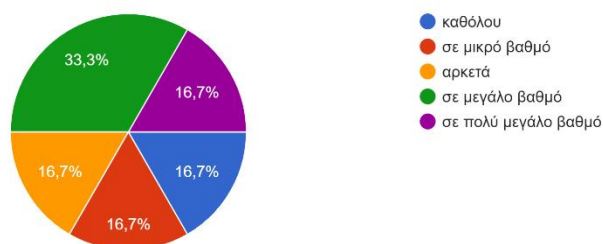
	Το ICT Plan μας είναι σε πλήρη ευθυγράμμιση με τους στρατηγικούς μας στόχους
Ξενοδοχείο M	Βελτιώσαμε όλες μας τις υπηρεσίες σε πολύ μεγάλο βαθμό . Το ICT Plan μας αν και εξυπηρετεί πολλούς στρατηγικούς μας στόχους ,ως διαρκώς εξελισσόμενη επιχείρηση πάντα θα τίθενται νέοι στόχοι στρατηγικής και θα υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.

Πίνακας 28.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.8

Στις μεγάλες επιχειρήσεις σε γενικές γραμμές πραγματοποιήθηκαν αρκετές βελτιώσεις. Φαίνεται ότι ο κύριος στόχος ήταν η προσαρμογή στη νέα πραγματικότητα και η εξασφάλιση της συνέχειας της λειτουργίας των επιχειρήσεων με όσο περισσότερη ασφάλεια και απουσία σφαλμάτων. Τα ICT Plans σε όλες τις περιπτώσεις πλην του Ξενοδοχείου I αναθεωρήθηκαν και αναπροσαρμόστηκαν στις νέες συνθήκες. Παράλληλα , το ICT Plan ευθυγραμμίστηκε σε αρκετά μεγάλο βαθμό με τους στρατηγικούς στόχους των επιχειρήσεων. Ακόμη και οι επιχειρήσεις που κινήθηκαν συντηρητικά ως προς τις επενδύσεις ΤΠΕ ήταν σε παραλληλισμό με τους στρατηγικούς στόχους τους. Πολύ μεγάλες βελτιώσεις σε όλα τα επίπεδα πραγματοποίησαν τα Ξενοδοχεία B,K και M για να προσαρμόσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους στους πελάτες τους. Πιο συντηρητικά κινήθηκαν το Δ και Α . Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το μεν Δ είχε κάνει τις βελτιώσεις του προ Covid , ενώ το Α είχε προγραμματίσει πολλά έργα που αναβλήθηκαν λόγω κορονοϊού και έτσι οι βελτιώσεις που ήθελαν να κάνουν δεν έφτασαν το στόχο που αρχικά είχαν θέσει. Συνεπώς , κατά μέσο όρο πραγματοποιήθηκαν βελτιώσεις και εξορθολογισμοί σε όλα τα επίπεδα σχετικά με τη χρήση ICT στα μεγάλα ξενοδοχεία χωρίς όμως ακραίες επενδύσεις .

8.1 Βελτίωση ICT Projects

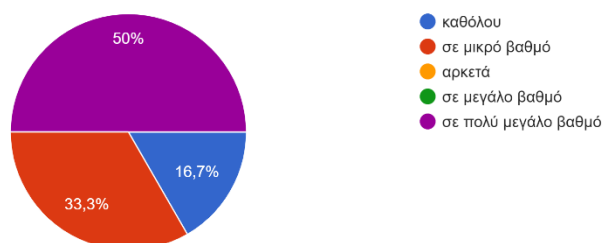
6 απαντήσεις



Εικόνα 32: Εξορθολογισμοί ICT Projects (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

8.2 Βελτίωση ICT user support

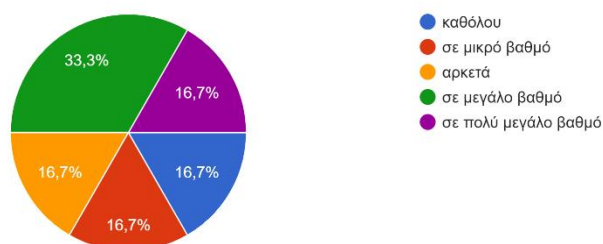
6 απαντήσεις



Εικόνα 33: Εξορθολογισμοί ICT user support (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

8.3. Βελτίωση ICT operation

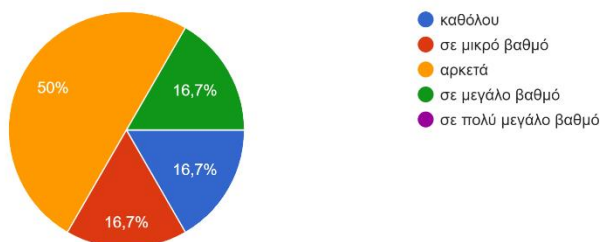
6 απαντήσεις



Εικόνα 34: Βελτίωση ICT operation (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

8.4. Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan

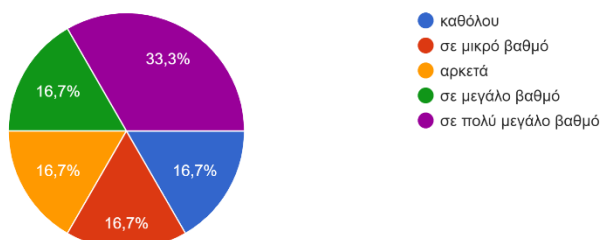
6 απαντήσεις



Εικόνα 35: Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

8.5. Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους

6 απαντήσεις



Εικόνα 36: Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Αντίστοιχα ακολουθούν οι απαντήσεις για τις μικρότερες επιχειρήσεις στην ίδια ερώτηση.

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό	Μ.Ο.
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών υλοποίησης / διοίκησης ICT projects (εσωτερικής ή εξωτερικής υλοποίησης)	Ξενοδοχείο Ζ,Η,Θ		Ξενοδοχείο Ε,Γ	Ξενοδοχείο Ν		1,86

βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών Υποστήριξης χρηστών των Πληροφοριακών συστημάτων (ICT users support)	Ξενοδοχείο Ζ,Η,Θ,Λ	Ξενοδοχείο Ε	Ξενοδοχείο Γ	Ξενοδοχείο Ν		1,86
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών λειτουργίας και υποστήριξης πληροφοριακών συστημάτων (ICT operations)	Ξενοδοχείο Ε,Ζ,Η,Θ,Λ	Ξενοδοχείο Γ		Ξενοδοχείο Ν		1,57
ενίσχυση και βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών κατάρτισης του ICT Plan	Ξενοδοχείο Ζ,Η,Θ,Λ		Ξενοδοχείο Ε,Γ	Ξενοδοχείο Ν		2
Ευθυγράμμιση του ICT Plan με τους επιδιωκόμενους στρατηγικούς στόχους σας.	Ξενοδοχείο Ζ		Ξενοδοχείο Θ,Λ,Γ	Ξενοδοχείο Ε,Ν	Ξενοδοχείο Η	3,28

Πίνακας 29. Επιλογές μικρών ξενοδοχείων επ.8

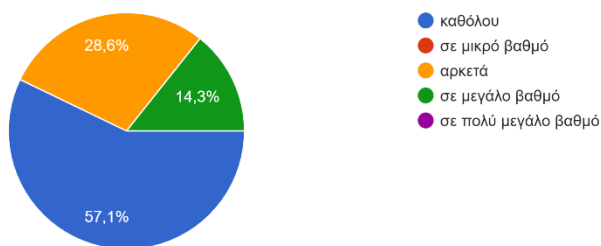
Ξενοδοχείο Γ	Η χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών κρίνεται πλέον απαραίτητη και αναγκαία , συνεπώς αναγκάστηκε η μονάδα να βελτιώσει τις διαδικασίες χρήσης τέτοιων συστημάτων , με βάση πάντα τους στρατηγικούς στόχους και τους πόρους που υπήρχαν προς διάθεση.
Ξενοδοχείο Ε	Προσαρμόσαμε τα σχεδιασμένα έργα που είχαμε προγραμματίσει στη νέα πραγματικότητα και στα οικονομικά αποθέματα που είχαμε . Το Πλάνο μας σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες πιστεύουμε ότι ήταν αρκετά στο ίδιο μήκος κύματος , αφού κρατήσαμε συντηρητική στάση σαν επιχείρηση και αυτό αποτυπώθηκε και στο ICT Plan μας. Κάναμε ορισμένα πράγματα, αλλά χωρίς υπερβολές αφού το μέγεθος της επιχείρησής μας δεν μας το επιτρέπει.
Ξενοδοχείο Ζ	Σε γενικές γραμμές διατηρήθηκε το σύστημα που προϋπήρχε με μικρές βελτιώσεις και αναβαθμίσεις σε hardware.
Ξενοδοχείο Η	Όλες οι ανανεώσεις και αναβαθμίσεις πραγματοποιούνται βάσει συμβολαίων με την αρμόδια εταιρεία ICT και δεν συσχετίστηκαν με τον Covid. Προσπαθούμε πάντα τα έργα που σχετίζονται με ψηφιακές τεχνολογίες να εναρμονίζονται απόλυτα με τους στρατηγικούς στόχους που σαν επιχείρηση έχουμε θέσει.
Ξενοδοχείο Θ	Η επιχείρηση δεν διαθέτει ICT Plan με την έννοια του εγγράφου και της μελέτης για τα ψηφιακά έργα. Παρόλα αυτά όμως , όλες οι δράσεις μας γύρω από τις ψηφιακές τεχνολογίες όπως το website, η συνεργασία με booking κλπ , οι διαφημίσεις, συνάδουν σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό με τους στρατηγικούς στόχους που έχουμε θέσει.
Ξενοδοχείο Λ	Μία μικρή μονάδα δεν μπορεί να επενδύσει σε μεγάλη ψηφιοποίηση των υπηρεσιών χωρίς

	αντίστοιχη χρηματοδότηση . Δεν διατίθεται στην επιχείρηση ICT Plan με την έννοια του να έχει διαμορφωθεί ένα δομημένο έγγραφο από αρμόδιους. Υπάρχουν ιδέες και Projects που κατά καιρούς προγραμματίζουμε. Παρόλα αυτά και στη χρήση των ICT όπως και γενικά κρατήσαμε συντηρητική προσέγγιση για να εξασφαλίσουμε την ανταπόκριση στις υποχρεώσεις μας.
Ξενοδοχείο N	Σε ό,τι έχει να κάνει με ψηφιακές τεχνολογίες έγιναν οι προσαρμογές και οι βελτιώσεις που ήταν απαραίτητες και σε μεγάλο βαθμό ευθυγραμμισμένες με τους στόχους της επιχείρησης.

Πίνακας 30. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων ερ.8

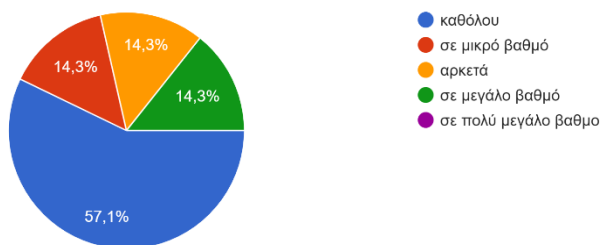
Στις μικρότερες επιχειρήσεις οι βελτιώσεις και οι εξορθολογισμοί πραγματοποιήθηκαν κατά μέσο όρο σε πολύ μικρότερο βαθμό. Λόγω της κατάστασης που δημιούργησε ο Covid, η συντήρηση των διαθέσιμων πόρων για τις μικρές επιχειρήσεις ήταν ζωτικής σημασίας για την επιβίωσή τους. Παρόλα αυτά έχει γίνει αυτονόητο για όλες τις επιχειρήσεις η αναγκαιότητα ύπαρξης στελεχωμένου πλάνου σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες και τη μελλοντική χρήση τους. Ο κύριος στόχος ήταν η διασφάλιση της λειτουργίας των επιχειρήσεων χωρίς σφάλματα και η απόδοση στους πελάτες του μέγιστου δυνατού. Βέβαια, και σε αυτή την περίπτωση των μικρότερων επιχειρήσεων προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα ICT Plans των επιχειρήσεων είναι αρκετά ευθυγραμμισμένα με τους στόχους στρατηγικής. Εξάιρεση από τις μικρότερες επιχειρήσεις αποτελεί το Ξενοδοχείο N το οποίο προχώρησε σε βελτιώσεις σε μεγάλο βαθμό σε όλα τα επίπεδα. Το Ξενοδοχείο N έχει την ιδιαιτερότητα ότι είναι κατάλυμα υψηλού βαθμού αν και μικρότερο σε μέγεθος, επομένως οι πελάτες του είναι περισσότερο απαιτητικοί και χρειάζονται περισσότερες παροχές από τα υπόλοιπα.

8.1 Βελτίωση ICT Projects 7 απαντήσεις



Εικόνα 37: Βελτίωση ICT Projects (Μικρά Ξενοδοχεία)

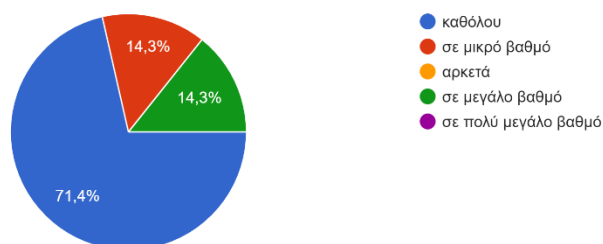
8.2 Βελτίωση ICT user support 7 απαντήσεις



Εικόνα 38: Βελτίωση ICT user support (Μικρά Ξενοδοχεία)

8.3. Βελτίωση ICT operation

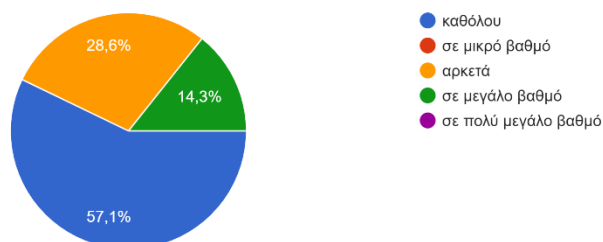
7 απαντήσεις



Εικόνα 39: Βελτίωση ICT operation (Μικρά Ξενοδοχεία)

8.4. Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan

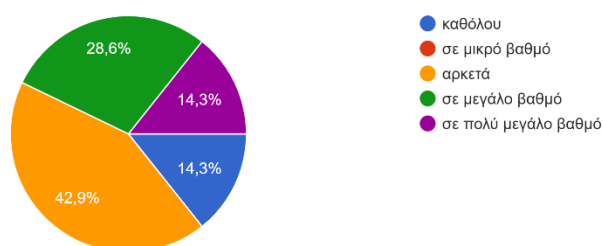
7 απαντήσεις



Εικόνα 40: Βελτίωση διαδικασιών κατάρτισης ICT Plan (Μικρά Ξενοδοχεία)

8.5 . Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους

7 απαντήσεις



Εικόνα 41: Ευθυγράμμιση ICT Plan με στρατηγικούς στόχους (Μικρά Ξενοδοχεία)

4.9 Χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών μετά το πέρας της πανδημίας.

Στο τέλος του ερωτηματολογίου τέθηκε η ερώτηση για το κατά πόσο οι ξενοδοχειακές μονάδες σκοπεύουν να διατηρήσουν ή και να εμπλουτίσουν τις ψηφιακές τεχνολογίες που απέκτησαν για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του Covid.

Ακολουθούν οι απαντήσεις των μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων :

Έχοντας την συνολική εμπειρία των δύο προηγούμενων ετών (2020 και 2021) ποιες είναι οι δράσεις σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες που σκοπεύετε να διατηρήσετε ή να εμπλουτίσετε στην επιχείρησή σας για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 την επόμενη τουριστική περίοδο και γενικότερα μετά το τέλος της ;

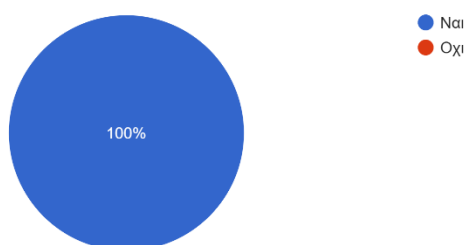
Ξενοδοχείο Α	Από την εμπειρία της πανδημίας , η οποία ακόμα και τώρα επηρεάζει πλήρως τον τουρισμό , διαπιστώσαμε ότι η ηλεκτρονική παρουσία της επιχείρησης είναι επιβεβλημένη στις μέρες μας και οι ψηφιακές τεχνολογίες παίζουν κυρίαρχο ρόλο στα έσοδα της επιχείρησης. Σκοπός είναι να διατηρήσουμε τα ΠΣ και το VPN που δημιουργήθηκαν για την ομαλή λειτουργία και τη διευκόλυνση της διεύθυνσης. Θα διατηρήσουμε τον τρόπο άμεσης επικοινωνίας μέσω chat με τους πελάτες από τον υπολογιστή του δωματίου τους. Θα διατηρήσουμε το back-up της τηλεργασίας για τα ανώτερα στελέχη σε περίπτωση που αυτό ξαναγίνει επιβεβλημένο . Επιπλέον ο σκοπός είναι να γίνουν τα plans που αναβλήθηκαν ή ματαιώθηκαν λόγω του covid και προανέφερα. Κυριότερο όλων και βασικός στόχος είναι η ολοκλήρωση του website ώστε να μπορούν να γίνουν οι κρατήσεις από την αρχή έως το τέλος στον ίδιο ιστότοπο .
Ξενοδοχείο Β	Όλα τα έργα που έχουν κατά καιρούς υλοποιηθεί θα διατηρηθούν και θα ενισχυθούν αφού πέρα από τη πανδημία COVID-19 οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι το μέλλον και πρέπει να εξελισσόμαστε.
Ξενοδοχείο Δ	Από την εμπειρία της πανδημίας , η οποία ακόμη και τώρα επηρεάζει άμεσα τον τουρισμό , διαπιστώσαμε ότι η ηλεκτρονική παρουσία της επιχείρησής μας είναι επιβεβλημένη τη σήμερον ημέρα και πως οι ψτ διαδραματίζουν κυρίαρχο ρόλο στα έσοδα της επιχείρησης. Είναι κάτι το οποίο δυστυχώς το έφερε η πανδημία στις ζωές μας ενώ θα έπρεπε να είχε γίνει χρόνια πριν στις επιχειρήσεις του τόπου μας. Νιώθουμε τυχεροί που κάναμε αυτήν την

	επένδυση πριν την πανδημία και δεν χρειάστηκε να μπούμε σε καινούργια έξοδα κατά την διάρκεια της
Ξενοδοχείο I	Όλα όσα η επιχείρησή μας παρέχει σε επίπεδο ICT θα συνεχίσουν να υπάρχουν (website, παρουσία σε πλατφόρμες για κρατήσεις κλπ) και θεωρούμε ότι είμαστε ήδη στο υψηλότερο επίπεδο όσο αναφορά τις ICT.
Ξενοδοχείο K	Θα διατηρήσουμε όλα όσα ήδη έχουμε δημιουργήσει σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες στην επιχείρησή μας και αναλόγως τις προκλήσεις θα προσαρμοζόμαστε ,καθώς πέρα από τη πανδημία COVID19 οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι το μέλλον και πρέπει να εξελισσόμαστε
Ξενοδοχείο M	Φυσικά θα διατηρηθούν και θα ενισχυθούν στο μέλλον .

Πίνακας 31.Απαντήσεις μεγάλων ξενοδοχείων ερ.9

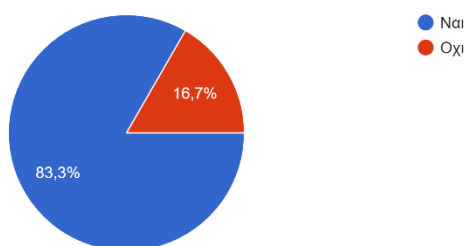
Όλες οι επιχειρήσεις αντιλήφθηκαν σε βάθος την αναγκαιότητα ύπαρξης ψηφιακών τεχνολογιών για την ενίσχυση της απόδοσης τους. Από τη συνολική εμπειρία που αποκόμισαν υπάρχει η πρόθεση να διατηρηθούν όλα όσα έχουν δημιουργήσει και να τα επεκτείνουν και ενισχύσουν ανάλογα με τις διαθέσιμες δυνατότητες και ανάγκες. Υπάρχει μικρή διαφοροποίηση ως προς το Ξενοδοχείο I, το οποίο ναι μεν σκοπεύει να διατηρήσει τα ICT έργα αλλά δεν προτίθεται να τα ενισχύσει στο άμεσο μέλλον αφού έχει ικανοποιήσει τους στόχους του σε αυτό το κομμάτι. Επίσης το Ξενοδοχείο Α έχει θέσει ξεκάθαρο στόχο την πραγματοποίηση των έργων που ακυρώθηκαν λόγω κορονοϊού και την ετοιμότητα σε περίπτωση ύπαρξης ανάλογης κρίσης.

Θα διατηρήσετε τις ICT?
6 απαντήσεις



Εικόνα 42: Πρόθεση διατήρησης ψτ (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Θα τις ενισχύσετε;
6 απαντήσεις



Εικόνα 43: Πρόθεση ενίσχυσης ψτ (Μεγάλα Ξενοδοχεία)

Στην ίδια ερώτηση οι απαντήσεις που λήφθηκαν από τις μικρότερες επιχειρήσεις αντίστοιχα ήταν οι παρακάτω:

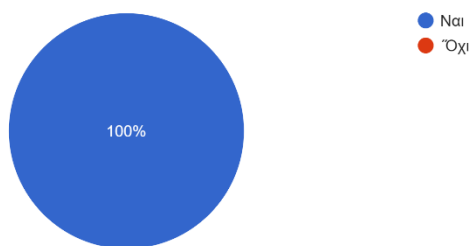
Ξενοδοχείο Γ	Δημιουργήσαμε συνεργασία με μελετητικό γραφείο και είμαστε εν αναμονή του πλάνου που θα μας προτείνουν για να βελτιώσουμε και να ενισχύσουμε την χρήση ψηφιακών τεχνολογιών στην επιχείρησή μας. Το πλάνο αυτό σε συνδυασμό με τη γνώση των αναγκών της τουριστικής μας μονάδας θα αποτελέσει τη βάση για νέες τακτικές και ενισχύσεις την επόμενη χρονιά.
Ξενοδοχείο Ε	Αρχικά όσα φτιάξαμε στο website θα τα διατηρήσουμε και θα τα εμπλουτίσουμε ,ώστε να μπορεί ένας πελάτης να ξεκινήσει και να ολοκληρώσει την κράτησή του χωρίς να χρειάζεται να φύγει από την ιστοσελίδα μας . Επίσης θα θέλαμε να ενισχύσουμε ακόμη περισσότερο στο υλικό , ευελπιστώντας ότι αυτό θα είναι εφικτό και σκοπεύουμε να ενισχύσουμε τα Πληροφοριακά Συστήματα που χρησιμοποιούμε (σύστημα κρατήσεων & διαχείρισης) για να είναι πιο εύκολη η αλληλεπίδραση με τους πελάτες μας . Τέλος σκοπεύουμε να επενδύσουμε στις ηλεκτρονικές διαφημίσεις κυρίως μέσω των social.
Ξενοδοχείο Ζ	Διατηρούμε ,το σύστημα μας ως έχει βελτιώνοντας συνεχώς και αναβαθμίζοντας ταχύτητες και προσβασιμότητα καθώς διαπιστώσαμε ότι οι πελάτες μας όπως και οι προμηθευτές μας στρέφονται όλο και περισσότερο στις ψηφιακές υπηρεσίες και τεχνολογίες
Ξενοδοχείο Η	Ό,τι έχουμε δημιουργήσει σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες θα το διατηρήσουμε φυσικά ,αφού οι ψηφιακές τεχνολογίες αποτελούν το μέλλον των σύγχρονων επιχειρήσεων. Σκοπεύουμε να αναβαθμίσουμε τον τρόπο προβολής της

	επιχείρησής μας στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης . Να γίνει αναβάθμιση στο σύστημα κρατήσεων του website και επιδιώκουμε την αναβάθμιση της ταχύτητας του δικτύου Wi-Fi που έχουμε τόσο σε εσωτερικούς όσο και εξωτερικούς χώρους. (Είναι λίγο δύσκολο λόγω τοποθεσίας)
Ξενοδοχείο Θ	Είναι πια στην εποχή μας επιβεβλημένο να υπάρχουν ψηφιακές τεχνολογίες στις τουριστικές επιχειρήσεις και να εξελίσσονται. Παρόλα αυτά όσο μικρότερη είναι μία επιχείρηση υπάρχουν περιορισμοί πόρων . Στους στόχους μας για την επόμενη τουριστική περίοδο είναι να αναβαθμίσουμε το website μας για να παρέχει στους χρήστες περισσότερες πληροφορίες και δυνατότητα (ίσως κάποιο rating να εισαχθεί) . Παράλληλα σκεφτόμαστε την επέκταση και σε άλλους OTA πέραν της booking.com πράγμα που θα εξαρτηθεί από τη ζήτηση. Τέλος , σκοπεύουμε να πραγματοποιήσουμε μία αναβάθμιση και αλλαγή όσο αναφορά το hardware ,μέσω ενός προγράμματος που έχουμε ενταχθεί.
Ξενοδοχείο Λ	Η χρήση ψτ είναι κάτι που πρέπει να γίνει γιατί το απαιτεί η εποχή , οπότε πρέπει έστω σε κάποιο βαθμό να συμβαδίζεις με την εποχή. Σκοπεύουμε να τελειοποιήσουμε το website και να αναπτύξουμε σελίδες στα social media και να διαφημιστούμε .
Ξενοδοχείο Ν	Όλες οι ψηφιακές τεχνολογίες που χρησιμοποιούμε θα διατηρηθούν και θα ενισχυθούν για να προσφέρουμε στους πελάτες την καλύτερη δυνατή εμπειρία.

Πίνακας 32. Απαντήσεις μικρών ξενοδοχείων επ.9

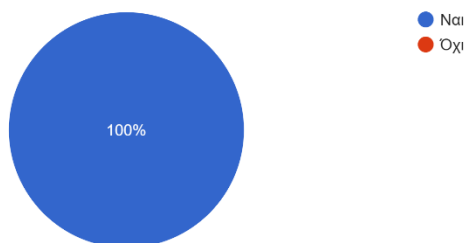
Και σε αυτή την περίπτωση των μικρότερων σε μέγεθος επιχειρήσεων έχει γίνει μετά την πανδημία ακόμη πιο ορατή η ανάγκη χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών. Όλα τα ξενοδοχεία προτίθενται να διατηρήσουν όλα τα έργα που δημιουργήθηκαν για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων του Covid. Ως κύριος στόχος είναι η αναβάθμιση της ιστοσελίδας τους και γενικότερα οι βελτιώσεις των συστημάτων τους. Από τις μικρότερες επιχειρήσεις φαίνεται η πρόθεση σε μεγαλύτερο βαθμό για την ενίσχυση των ψηφιακών τεχνολογιών που χρησιμοποιούν στο μέλλον .

9.1 . Θα Διατηρηθούν τα έργα στο μέλλον;
7 απαντήσεις



Εικόνα 44: Πρόθεση διατήρησης ψτ (Μικρά Ξενοδοχεία)

9.2 . Θα ενισχυθούν;
7 απαντήσεις



Εικόνα 45: Πρόθεση ενίσχυσης ψτ (Μικρά Ξενοδοχεία)

5 *Συμπεράσματα & Περιορισμοί*

Στην τελευταία ενότητα παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από την έρευνα και την ανάλυση των αποτελεσμάτων. Στη συνέχεια παρουσιάζονται και οι σχετικοί περιορισμοί που συναντήθηκαν κατά τη διεξαγωγή της έρευνας και στην εκπόνηση της εργασίας.

5.1 *Συμπεράσματα*

Η παρούσα Διπλωματική Εργασία είχε ως πεδίο μελέτης της την επίδραση της πανδημίας Covid-19 στον Ψηφιακό Μετασχηματισμό των ξενοδοχειακών μονάδων της Σάμου. Μέσα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε διαπιστώθηκε πως πέραν όλων των αρνητικών επιπτώσεων που είχε ο Covid στις σύγχρονες επιχειρήσεις και γενικότερα στην καθημερινή ζωή, λειτούργησε και ως επιταχυντής του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.

Η πανδημία ήταν ένα αναπάντεχο γεγονός στο οποίο πολίτες και επιχειρήσεις κλήθηκαν να αντιδράσουν και να προσαρμοστούν ταχύτατα. Ο κλάδος των ξενοδοχείων ήταν ένας από αυτούς που επλήγησαν στο μεγαλύτερο βαθμό. Αυτό ήταν αποτέλεσμα του πλήθους ταξιδιωτικών απαγορεύσεων, των τοπικών lockdowns και της ανάγκης τήρησης κοινωνικών αποστάσεων. Η φύση μίας τέτοιας επιχείρησης ανάγεται στην άμεση επαφή των πελατών με το προσωπικό και τις παρεχόμενες υπηρεσίες, οπότε για να παραχθεί αξία είναι αναγκαία η δια ζώσης επαφή. Βέβαια, είναι εμφανές μετά την έλευση της πανδημίας ότι οι ξενοδοχειακές μονάδες οφείλουν να δημιουργούν καλά οργανωμένα πλάνα κινδύνων για να μπορούν να ανταποκριθούν όσο το δυνατόν καλύτερα σε συνθήκες κρίσης.

Στην περίπτωση των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα όλες πραγματοποίησαν έστω μικρά έργα για την αναβάθμιση των ψηφιακών τεχνολογιών που χρησιμοποιούν και την ενίσχυση της διαδικτυακής τους παρουσίας. Τα έσοδα των επιχειρήσεων μειώθηκαν πάρα πολύ, όπως αντίστοιχα και οι κρατήσεις. Όλες οι βασικές συνιστώσες των επιχειρήσεων επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό και διαταράχθηκε η λειτουργία τους. Για το 2020 το 33.3% των μεγάλων ξενοδοχείων που συμμετείχαν στην έρευνα ανέστειλαν τη λειτουργία τους, ενώ αντίστοιχα για τις μικρότερες το 28.6%. Οι θέσεις εργασίας επηρεάστηκαν σε μέτριο βαθμό για τις μεγάλες επιχειρήσεις και πολύ για τις μικρότερες. Υπήρξαν επιχειρήσεις οι οποίες λειτούργησαν μόνο με τους ιδιοκτήτες τους και χωρίς να προχωρήσουν σε καμία πρόσληψη, ώστε να μπορέσουν να επιβιώσουν στην περίοδο της κρίσης αυτής. Βέβαια, οι μεγαλύτερες μονάδες δεν προέβησαν σε τόσο ακραία μέτρα, αφού επηρεάστηκαν μεν οι θέσεις εργασίας αλλά όχι στον ίδιο βαθμό με τις μικρότερες. Συνολικά, για όλες τις ξενοδοχειακές μονάδες οι κρατήσεις είχαν κατακόρυφη μείωση

,γεγονός που σε συνδυασμό με την επίδραση του κορονοϊού στις θέσεις εργασίας επηρέασε πάρα πολύ την λειτουργία των επιχειρήσεων.

Παράλληλα , προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους διαχωρίζονται από μόνες τους σε δύο κατηγορίες. Υπήρχαν εκείνες που ήταν περισσότερο έτοιμες όσο αναφορά τη χρήση ψηφιακών τεχνολογιών για τις επιπτώσεις του Covid και εκείνες που δεν είχαν προλάβει να επενδύσουν σε ψηφιακά έργα προ κορονοϊού. Πολλές επιχειρήσεις , κυρίως οι μεγαλύτερες είχαν επενδύσει ήδη πριν την έλευση της πανδημίας στην αναβάθμιση των ψηφιακών τεχνολογιών που χρησιμοποιούν και στην εδραίωση της διαδικτυακής τους παρουσίας. Όλες οι επιχειρήσεις στην περίοδο του Covid είχαν διαδικτυακή παρουσία και κατά κύριο λόγο επένδυσαν στην αναβάθμιση και ανανέωση της ιστοσελίδας τους και στη διαφήμιση μέσω κοινωνικών δικτύων και γενικώς μέσω του διαδικτύου. Εκείνες που δεν είχαν επενδύσει είτε αποφάσισαν να προβούν σε κάποια έργα για να αυξήσουν το κέρδος τους στην περίοδο της κρίσης του κορονοϊού ,είτε έκαναν διατήρηση πόρων για να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους.

Επιπλέον , υπάρχει και ένας άλλος διαχωρισμός μεταξύ επιχειρήσεων που έμειναν συντηρητικά στάσιμες και εκείνων που επένδυσαν ωφέλιμα αλλά όχι ακραία , για να αναβαθμίσουν την εικόνα τους. Ορισμένες επιχειρήσεις έκαναν συντήρηση των πόρων τους για να μπορέσουν να επιβιώσουν μέσα στην κατάσταση αυτή και να την αντιμετωπίσουν με όσο μικρότερες οικονομικές ζημιές. Οι μεγαλύτερες κυρίως επιχειρήσεις που κατείχαν τα βασικά συστήματα στα οποία επένδυσαν οι περισσότερες μικρότερες ,επέκτειναν τις υπηρεσίες τους με δημιουργία εφαρμογών , γρήγορου check-in και check-out ,με ψηφιακά μενού και υπηρεσίες που διευκόλυναν την διαμονή των πελατών στην περίοδο του Covid.

Από την έρευνα προέκυψε ότι σε γενικές γραμμές οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις ήταν ανθεκτικότερες στις αλλαγές αφού δεν χρειάστηκε να προσχωρήσουν σε ακραία μέτρα όπως οι εξαιρετικές μειώσεις προσωπικού που διαπιστώθηκαν σε μικρότερες μονάδες. Οι πιο ωφελημένοι φαίνεται να είναι οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων εκείνων που επένδυσαν για πρώτη φορά σε ψηφιακές τεχνολογίες και αναβάθμισαν τις υποδομές και τις παροχές τους. Σε γενικές γραμμές δεν υπήρξαν μεγάλες βελτιώσεις και εξορθολογισμοί ,παρά μόνο όσο αναφορά τα Πληροφοριακά Συστήματα των ξενοδοχείων τα οποία αναβαθμίστηκαν είτε με βάση συμβόλαια που υπήρχαν με τις αντίστοιχες συνεργαζόμενες εταιρείες, είτε από τα μεγάλα ξενοδοχεία για τη δημιουργία νέων υπηρεσιών προς τους πελάτες τους ,οι οποίες περιορίζουν την φυσική επαφή και δίνουν στους πελάτες περισσότερη ασφάλεια σε σχέση με τους υγειονομικούς περιορισμούς. Επομένως , συμπεραίνεται ότι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετούν την τεχνολογία που εξυπηρετεί και

ευθυγραμμίζεται με τους στρατηγικούς τους στόχους ,χωρίς να προβαίνουν σε υπερβολικές επενδύσεις.

Καταληκτικά , όσο μεγαλύτερους στρατηγικούς στόχους και εύρος δραστηριοτήτων έχει ένα ξενοδοχείο τόσο μεγαλύτερη οφείλει να είναι και η υιοθέτηση ΤΠΕ. Ο εκσυγχρονισμός των ΠΣ και των συσκευών που χρησιμοποιούνται στα ξενοδοχεία είναι επιβεβλημένος, ενώ κυρίαρχο ρόλο κατέχει η προβολή και διαφήμιση μέσω διαδικτύου και κοινωνικών δικτύων. Έτσι, λοιπόν, αν και η πανδημία ήταν μία πρόκληση για την επιβίωση των ξενοδοχείων της Σάμου ,αποκάλυψε και τις αδυναμίες τους σχετικά με την χρήση ΤΠΕ και συνάμα την αναγκαιότητα για επέκτασή τους .

5.2 Περιορισμοί

Ο μοναδικός περιορισμός που υπήρξε κατά την εκπόνηση της παρούσας Διπλωματικής Εργασίας ήταν η έλλειψη χρόνου από τους επιχειρηματίες. Δεδομένης της χρονικής στιγμής της εκπόνησης που πραγματοποιήθηκε στη διάρκεια ενεργής τουριστικής περιόδου ,όλοι οι αρμόδιοι για να απαντήσουν στην έρευνα ήταν πολύ απασχολημένοι και αδυνατούσαν να ανταποκριθούν άμεσα. Επίσης δεν μπορούσε με όλους να υπάρξει προσωπική συνάντηση για περεταίρω επεξηγήσεις των απαντήσεών τους και την απόκτηση σφαιρικότερης εικόνας και κατανόησης. Ωστόσο, με υπομονή ,επιμονή και την πρόθεσή τους να βοηθήσουν το έργο αυτό που είχα αναλάβει ,τα εμπόδια ξεπεράστηκαν και προχώρησα ομαλά από εκεί και έπειτα τη συγγραφή της εργασίας αυτής.

Βιβλιογραφία

Ελληνόγλωσση

1. Wikipedia, 2022. Κορονοϊός. *Wikipedia*. Available at: <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%BF%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CF%8A%CF%8C%CF%82> [Accessed September 030, 2022].
2. Αναστάσιος Τσίγκρος (2021) Διπλωματική Εργασία: *ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών συστημάτων .
3. Ματίδου Βασιλική(2021).Διπλωματική Εργασία: *COVID-19 και Ψηφιακός Μετασχηματισμός της Τοπικής Αυτοδιοίκησης*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών Συστημάτων
4. Μεράντζας Παναγιώτης (2021) Διπλωματική Εργασία : *ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19 ΣΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΨΗΦΙΑΚΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΣΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ*, Πανεπιστήμιο Αιγαίου, Τμήμα Μηχανικών Πληροφοριακών και Επικοινωνιακών συστημάτων .
5. Τι ισχύει για τις ευπαθείς ομάδες εργαζομένων.(n.d) *ΚΕ.Π.Ε.Α./Γ.Σ.Ε.Ε.* Available at: <https://www.kepea.gr/article.php?id=1948> [Accessed September 03, 2022].
6. Ποτούρης Π(2017).Διπλωματική Εργασία : Ψηφιακός Μετασχηματισμός Επιχειρηματικών Κλάδων: Έρευνα Μελετών Περίπτωσης[σελ.11,95] ,Πανεπιστήμιο Μακεδονίας
7. Γιακούλας, Δ. (2020). Ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός της Ελληνικής Οικονομίας: Προκλήσεις και Επιπτώσεις της Πανδημίας του Κορονοϊού
8. Αρχική. *Hellenic Chamber of Hotels – The Hellenic Chamber of Hotels*. Available at: <https://www.grhotels.gr/> [Accessed September 10, 2022].
9. Meaning.com, n.d.. Έννοια των ΤΠΕ (Τεχνολογίες Πληροφορίας και επικοινωνίας) (Τι είναι, Έννοια και ορισμός) - about-meaning.com. *About*. Available at: <https://el.about-meaning.com/11035798-meaning-of-ict-information-and-communication-technologies> [Accessed September 23, 2022].
10. . Ετήσια Έκθεση της ΕΚΤ 2020. *European Central Bank*. Available at: <https://www.ecb.europa.eu/pub/annual/html/ar2020~4960fb81ae.el.html> [Accessed September 10, 2022].
11. Λιανός,Θ. Παπαβασιλείου, Α. & Χατζηανδρέου, Α., *Αρχές Οικονομικής Θεωρίας*, Ελλάδα: ο Ινστιτούτο Τεχνολογίας Υπολογιστών & Εκδόσεων "Διόφαντος". (14.09.22 Για ΑΕΠ)

Ξενογόλωση

12. Coronavirus disease (covid-19)(n.d). *World Health Organization*. Available at: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19> [Accessed September 19, 2022].
13. www.gavi.org. (n.d.). What kind of tests are there for COVID-19? [online] Available at: https://www.gavi.org/vaccineswork/what-kind-tests-are-there-covid-19?gclid=CjwKCAjwvNaYBhA3EiwACgndglSFPk_q4_iaKeXN4EiPNME4lMNa0mI6LzskGroVgBt13BqHW8aMpxoCY4MQAvD_BwE [Accessed 04 Sep. 2022]
14. Korber, B. et al., 2020. Tracking changes in SARS-COV-2 spike: Evidence that D614g increases infectivity of the COVID-19 virus. *Cell*, 182(4).
15. CDC(2020), SARS-COV-2 variant classifications and definitions. *Centers for Disease Control and Prevention*. Available at: https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/variants/variant-classifications.html#anchor_1632158885160 [Accessed September 05, 2022]
16. Yang, S. et al., 2020. The use of ICT during COVID-19. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57(1).
17. Rahiem, M.D., 2020. Technological barriers and challenges in the use of ICT during the COVID-19 emergency remote learning. *Universal Journal of Educational Research*, 8(11B), pp.6124–6133.
18. Buhalis, D. & Deimezi, O., 2004. E-tourism developments in Greece: Information Communication Technologies adoption for the strategic management of the Greek tourism industry. *Tourism and Hospitality Research*, 5(2), pp.103–130.
19. Anon, 2022. Digital σαην in the hotel industry. *Hotel Tech Report*. Available at: <https://hoteltechreport.com/news/digital-transformation> [Accessed September 13, 2022].
20. WHO, World Health Organization (WHO). *World Health Organization*. Available at: <https://www.who.int/> [Accessed September 18, 2022].
21. Corporate Finance Institute, 2022. Black Monday. *Corporate Finance Institute*. Available at: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/trading-investing/black-monday/> [Accessed September 08, 2022].
22. Matt, C., Hess, T. & Benlian, A., 2015. Digital Transformation Strategies. *Business & Information Systems Engineering*, 57(5), pp.339–343.
23. History.com Editors, 2010. Stock market crash of 1929. *History.com*. Available at: <https://www.history.com/topics/great-depression/1929-stock-market-crash> [Accessed September 09, 2022].
24. Segal, T., 2022. What caused Black Monday: The stock market crash of 1987? *Investopedia*. Available at: <https://www.investopedia.com/ask/answers/042115/what-caused-black-monday-stock-market-crash-1987.asp> [Accessed September 12, 2022].
25. Dogan Gursoy & Christina G. Chi (2020) Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29:5, 527-529, DOI: [10.1080/19368623.2020.1788231](https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231)
26. Wagdi, Osama & Essawy, Nevine. (2021). BUSINESS STRATEGY UNDER COVID-19 PANDEMIC: INTERNATIONAL EVIDENCE. *Tianjin Daxue Xuebao (Ziran Kexue yu*

- Gongcheng Jishu Ban)/Journal of Tianjin University Science and Technology. 54. 10.17605/OSF.IO/BQX38.
27. Papadopoulos, T., Baltas, K.N. & Balta, M.E., 2020. The use of digital technologies by small and medium enterprises during COVID-19: Implications for theory and Practice. *International Journal of Information Management*, 55, p.102192.
 28. Papagiannidis, S., Harris, J. & Morton, D., 2020. Who led the Digital Transformation of your company? A reflection of it related challenges during the pandemic. *International Journal of Information Management*, 55, p.102166.
 29. Loukis, E., Arvanitis, S. & Myrtidis, D., 2020. ICT-related behavior of Greek banks in the economic crisis. *Information Systems Management*, 38(1), pp.79–91.
 30. Bednarska, Marlena. (2004). Risk control methods in a hotel operation. Poznan University of Economics Review.
 31. Chaturvedi, R. & Karri, A., 2021. Entrepreneurship in the times of pandemic: Barriers and strategies. *FIIB Business Review*, 11(1), pp.52–66.
 32. Kordoni, G., 2020. Impact of Covid-19 on Greek Tourism: Industry Experts opinion. *HVS Athens*.
 33. ITEP(2020),The impact of covid-19 pandemic on the hotel sector in 2020 - itep.gr. Available at: <https://www.itep.gr/wp-content/uploads/2021/01/itep-annual-survey-2020-presentation-short-en.pdf> [Accessed September 17, 2022].
 34. Contributor, T.T., 2018. What is Property Management System (PMS)? - definition from whatis.com. *WhatIs.com*. Available at: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/property-management-system-PMS> [Accessed September 09, 2022].
 35. www.guesttouch.com. (n.d.). What Is Online Reputation Management For Hotels. [online] Available at: <https://www.guesttouch.com/blog/what-is-online-reputation-management-for-hotels> [Accessed 13 Sep. 2022].
 36. Oracle (2021). What is ERP? [online] [www.oracle.com](https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/). Available at: <https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/>. [Accessed September 08,2022]
 37. Russell, J., 2013. The importance of an effective hotel website. *Hospitality & Catering News*. Available at: <https://www.hospitalityandcateringnews.com/2010/07/the-importance-of-an-effective-hotel-website/> [Accessed September 06, 2022].
 38. Whitrow, J.(n.d), Why is wi-fi for hotels so important?: Commsplus. RSS. Available at: <https://www.commsplus.co.uk/blog/why-is-wi-fi-for-hotels-so-important> [Accessed September 08, 2022].
 39. Schomaker, L., 2021. Erp for the hospitality industry: How it can help your business succeed. *Intelligent Technologies, Inc*. Available at: <https://www.inteltech.com/erp-for-the-hospitality-industry-how-it-can-help-your-business-succeed/> [Accessed September 05, 2022].
 40. TabbernorJ, 2022. What is a risk management plan? [steps & examples]. *ERM Software*. Available at: <https://www.logicmanager.com/resources/erm/what-is-a-risk-management-plan/> [Accessed September 07, 2022].
 41. Alotaibi, E. & Khan, A., 2022. Impact of covid-19 on the hospitality industry and responding to future pandemic through Technological Innovation. *Procedia Computer Science*, 204, pp.844–853.
 42. Masaki, E.A., John, M.W. & Abel, M.C., 2021. Impact of ICT tools and apps on Tourism Destination Marketing. A case of RDB and Marriot Hotels, Kigali, Rwanda . *International Journal of Social Science and Economic Research*, 6(4), pp.1232–1249.

43. Sahadev, S. & Islam, N., 2005. Why hotels adopt icts: A study on the ICT adoption propensity of hotels in Thailand. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(5), pp.391–401.
44. Eugenia Ruiz-Molina, M., Gil-Saura, I. & Šerić, M., 2013. The use of ICT in established and emerging tourist destinations: A comparative analysis in hotels. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(2), pp.96–118.

Παράρτημα I Ερωτηματολόγιο

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ COVID-19
ΣΤΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΤΗΣ ΣΑΜΟΥ

Όνομα επιχείρησης:

Αριθμός εργαζομένων:

Αριθμός δωματίων :

1. Τι επιπτώσεις είχε η πανδημία COVID -19 στα έσοδα της επιχείρησή σας;

Μεγάλη μείωση	Μικρή μείωση	Αμελητέες επιπτώσεις	Μικρή αύξηση	Μεγάλη* αύξηση

Είχατε λόγω του COVID -19 διακοπές λειτουργίας κάποιων μονάδων σας;

Τι ποσοστό των εργαζομένων σας εντάχθηκε στην αναστολή εργασίας ή σε εργασία εξ' αποστάσεως;

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

2. Πώς χρησιμοποιήσατε τις ψηφιακές τεχνολογίες (ICT) για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων στην επιχείρησή σας;

--

3. Σε ποιο βαθμό επηρεάστηκαν οι παρακάτω συνιστώσες όσο αναφορά την επιχείρησή σας;

	Πάρα πολύ	πολύ	αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Κρατήσεις					
Θέσεις εργασίας					
Λειτουργία της επιχείρησης					

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

--

4. Σε ποιο βαθμό για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας COVID -19 πραγματοποιήσατε στην επιχείρησή σας τα παρακάτω (αφορούν εξωστρεφή χρήση ICT);

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών καναλιών για κρατήσεις πχ. Στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου, ή σε άλλες σελίδες για κρατήσεις μέσω Ίντερνετ κλπ)					
ανάπτυξη της ηλεκτρονικής προβολής, διαφήμισης και προώθησης του ξενοδοχείου σας μέσω ηλεκτρονικών καναλιών, π.χ. Internet, social media, κινητή τηλεφωνία					
Ανάπτυξη ηλεκτρονικών συναλλαγών (πχ. με σημαντικούς προμηθευτές, πληρωμές, τιμολόγια κλπ)					

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

5.Επιπλέον κάνατε χρήση κάποιου από τα ακόλουθα και αν ναι σε ποιο βαθμό; (εσωστρεφή χρήση ICT)

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό
Διεύρυνση χρήσης των υπηρεσιών cloud					
Ενίσχυση και αναβάθμιση του υλικού (hardware) της επιχείρησης					
Ενίσχυση των εσωτερικών Πληροφοριακών Συστημάτων					
Τηλεδιασκέψεις και τηλε-συνεργασία εργαζομένων (πχ. μέσω Zoom)					
Παροχή πρόσβασης στα πληροφοριακά συστήματα της επιχείρησης από εργαζομένους σας εξ' αποστάσεως μέσω δημιουργίας VPN					

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

6.Όμοια

για τα ακόλουθα :

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό
Προσαρμογή των υπηρεσιών προς τους πελάτες σας στις συνθήκες της πανδημίας					
Δημιουργία νέων υπηρεσιών προς τους πελάτες σας για τις νέες συνθήκες της πανδημίας					
Σε ποιο βαθμό συνείσφεραν οι ψηφιακές τεχνολογίες για την επίτευξη των παραπάνω;					

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

7. Σε ποιο βαθμό -λόγω των μειώσεων εσόδων κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 και των αυξημένων εξόδων για την προσπάθεια αντιμετώπισής της- αναβάλατε ή ματαιώσατε κάποια έργα ή

δράσεις σχετικές με τις ψηφιακές τεχνολογίες που είχατε προγραμματίσει να γίνουν για την περίοδο αυτή στην επιχείρησή σας ;

καθόλου	σε μικρό βαθμό	αρκετά	σε μεγάλο βαθμό	σε πολύ μεγάλο βαθμό

Εξηγήστε αναλυτικότερα:

8. Σε ποιο βαθμό η πανδημία Covid-19 - δεδομένων των αυξημένων αναγκών ψηφιοποίησης που δημιουργεί - οδήγησε σε βελτιώσεις και εξορθολογισμούς των ακόλουθων διαδικασιών και πρακτικών όσον αφορά την χρήση πληροφορικής στην επιχείρησή σας;

	καθόλου	Σε μικρό βαθμό	Αρκετά	Σε μεγάλο βαθμό	Σε πολύ μεγάλο βαθμό
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών υλοποίησης / διοίκησης ICT projects (εσωτερικής ή εξωτερικής υλοποίησης)					
βελτίωση των διαδικασιών					

και πρακτικών Υποστήριξης χρηστών των Πληροφοριακών συστημάτων (ICT users support)					
βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών λειτουργίας και υποστήριξης πληροφοριακών συστημάτων (ICT operations)					
ενίσχυση και βελτίωση των διαδικασιών και πρακτικών κατάρτισης του ICT Plan					
Ευθυγράμμιση του ICT Plan με τους επιδιωκόμενους στρατηγικούς στόχους σας.					

Εξηγήστε αναλυτικότερα :

9. Έχοντας την συνολική εμπειρία των δύο προηγούμενων ετών (2020 και 2021) ποιες είναι οι δράσεις σχετικά με τις ψηφιακές τεχνολογίες που σκοπεύετε να διατηρήσετε ή να εμπλουτίσετε στην επιχείρησή σας για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19 την επόμενη τουριστική περίοδο και γενικότερα μετά το τέλος της ;

