



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ

**ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**

**ΠΜΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**Ο ξενοδοχειακός κλάδος πριν και μετά τον COVID-19**

Περπερίδη Νικολέττα

Επιβλέπων: Καραμάνης Κωνσταντίνος

Καθηγητής

Πρέβεζα, Ιούνιος, 2024

## **Ο ξενοδοχειακός κλάδος πριν και μετά τον COVID-19**

# **The hotel industry before and after COVID-19**

© Περπερίδη Νικολέττα, 2024

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

## **Δήλωση μη λογοκλοπής**

Δηλώνω υπεύθυνα και γνωρίζοντας τις κυρώσεις του Ν. 2121/1993 περί Πνευματικής Ιδιοκτησίας, ότι η παρούσα πτυχιακή εργασία είναι εξ ολοκλήρου αποτέλεσμα δικής μου ερευνητικής εργασίας, δεν αποτελεί προϊόν αντιγραφής ούτε προέρχεται από ανάθεση σε τρίτους. Όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν (κάθε είδους, μορφής και προέλευσης) για τη συγγραφή της περιλαμβάνονται στη βιβλιογραφία.

Περπερίδη Νικολέττα

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέπων καθηγητή μου κ. Καραμάνη Κωνσταντίνο γιατί αφιέρωσε από τον πολύτιμο χρόνο του για να με κατευθύνει στη συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας. Στη συνέχεια θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συμμετείχαν στην έρευνα της παρούσας εργασίας, η συμβολή των οποίων κρίθηκε απαραίτητη για την εξαγωγή συμπερασμάτων. Τέλος, θέλω να αφιερώσω την εργασία αυτή στη μητέρα μου, η οποία στάθηκε αρωγός σε όλα τα πανεπιστημιακά μου χρόνια, και με βλέπει στον ουρανό που είναι.

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Όταν η πανδημία COVID-19 το 2020 εξαπλώθηκε σε όλον τον κόσμο, οι κυβερνήσεις των χωρών για να την αντιμετωπίσουν αναγκάστηκαν και έλαβαν μέτρα, όπως η αναστολή της λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων και των επιχειρήσεων του ξενοδοχειακού τομέα. Τον Ιούνιο του ίδιου έτους αν και πολλά από τα ξενοδοχεία δεν άνοιξαν, τα υπόλοιπα πραγματοποίησαν επανέναρξη της λειτουργίας τους, με την προϋπόθεση της τήρησης υγειονομικών πρωτοκόλλων, που πιστοποιούσαν τη διασφάλιση μέτρων πρόληψης κατά του COVID-19. Έτσι, όλος ο ξενοδοχειακός τομέας αντιμετώπισε σοβαρές πιέσεις στις ταμειακές του ροές και οι προκλήσεις συνεχίστηκαν και τον επόμενο χρόνο. Ο σκοπός για τον οποίο πραγματοποιείται αυτή η έρευνα είναι να διερευνηθεί ο βαθμός επίδρασης της πανδημίας COVID-19 στον ξενοδοχειακό τομέα της Ελλάδας.

Από την ποσοτική έρευνα που διεξήχθη μέσω ενός ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου που μοιράστηκε σε 90 άτομα, ιδιοκτήτες ή απασχολούμενοι στον ξενοδοχειακό κλάδο, διαπιστώθηκε ότι κατά την περίοδο της πανδημίας όλα τα ξενοδοχεία του δείγματος ανέστειλαν τη λειτουργία τους ενώ κατά την χρονική περίοδο διεξαγωγής της παρούσας έρευνας έχουν επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική τους λειτουργία και κανένα δεν έκλεισε. Όσον αφορά τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο, διαπιστώθηκε ότι το 61,1% επηρεάστηκε από την πανδημία, ενώ το 47,4% των ξενοδοχείων επηρεάστηκαν λόγω των επιπρόσθετων υγειονομικών κανόνων που επιβλήθηκαν. Για να ανταπεξέλθουν τα ξενοδοχεία αύξησαν τις τιμές των δωματίων. Ωστόσο, πολλά προέβησαν σε μείωση της τιμής εξαιτίας του ανταγωνισμού και προέβηκαν σε υιοθέτηση πολιτικής προσφορών για την κάλυψη του λειτουργικού κόστους. Ως εκ τούτου, τα έσοδα των ξενοδοχείων σημείωσαν σημαντική μείωση. Αναφορικά με την απασχόληση, τα ξενοδοχεία προέβηκαν σε μείωση του προσωπικού τους πάνω από 60%. Οι μήνες με τις λιγότερες μειώσεις διανυκτερεύσεων είναι ο Ιούνιος – Ιούλιος και υπάρχει μείωση τόσο ξένων όσο και Ελλήνων τουριστών. Για την τρέχουσα τουριστική περίοδο, υπάρχει μείωση του αριθμού των επισκεπτών τόσο Ελλήνων όσο και ξένων. Για την αντιμετώπιση αυτής της δυσχερούς κατάστασης τα ξενοδοχεία προβαίνουν σε ενέργειες μάρκετινγκ. Οι τουρίστες θεωρούν ως τον πιο σημαντικό παράγοντα την πολυτέλεια και όχι την ασφάλεια που τους παρέχεται από τα ξενοδοχεία.

**Λέξεις κλειδιά:** πανδημία COVID-19, ξενοδοχεία, απασχόληση, επιπτώσεις πανδημίας



## **ABSTRACT**

When the COVID-19 pandemic in 2020 spread around the world, the governments of the countries to deal with it were forced and took measures, such as suspending the operation of many businesses, including those in the hotel sector. In June of the same year, although many of the hotels did not open, the rest resumed their operation, subject to the observance of health protocols, certifying the assurance of preventive measures against COVID-19. Thus, the entire hotel sector faced severe pressures on its cash flows and the challenges continued in the following year. The purpose for which this research is carried out is to investigate the degree of impact of the COVID-19 pandemic on the hotel sector in Greece. of the corona pandemic in the hospitality sector.

From the quantitative research conducted through an electronic questionnaire that was distributed to 90 people, owners or employees in the hotel industry, it was found that during the period of the pandemic all the hotels in the sample suspended their operations, while during the time period of the present research they have resumed fully in normal operation and none shut down. Regarding the financial impact of the pandemic on the hotel industry, it was found that 61.1% were affected by the pandemic, while 47.4% of hotels were affected due to the additional health rules imposed. To cope, hotels raised room rates. However, many have reduced the price due to competition and adopted a bidding policy to cover operating costs. As a result, hotel revenues declined significantly. In terms of employment, the hotels reduced their staff by over 60%. The months with the least reductions in overnight stays are June – July and there is a reduction in both foreign and Greek tourists. For the current tourist season, there is a decrease in the number of both Greek and foreign visitors. In order to deal with this difficult situation, hotels carry out marketing activities. Tourists consider luxury rather than the security provided by hotels as the most important factor.

**Keywords:** COVID-19 pandemic, hotels, employment, pandemic impact



## **ΠΙΝΑΚΕΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ**

|   |      |
|---|------|
| ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....   | vii  |
| ABSTRACT.....   | viii |
| ΠΙΝΑΚΕΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ.....   | ix   |
| ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....  | xi   |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....   | 1    |
| 1 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....   | 3    |
| 1.1 Επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον κλάδο φιλοξενίας.....                  | 3    |
| 1.2 Οι επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον ξενοδοχειακό κλάδο της Ελλάδας<br>6 |      |
| 1.3 Οι μακροπρόθεσμες προκλήσεις για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα.....      | 10   |
| 1.4 Έρευνες για τις επιπτώσεις του COVID-19 στον ξενοδοχειακό τομέα.....          | 15   |
| 2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....  | 23   |
| 2.1 Σκοπός της έρευνας.....   | 23   |
| 2.2 Ερευνητικά ερωτήματα.....   | 23   |
| 2.3 Το δείγμα της έρευνας.....  | 24   |
| 2.4 Το ερευνητικό εργαλείο.....   | 26   |
| 2.5 Συλλογή και ανάλυση δεδομένων.....  | 28   |
| 3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ.....  | 29   |
| 3.1 Τρέχουσα κατάσταση ξενοδοχείου.....   | 29   |
| 3.2 Οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα.....             | 30   |

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 3.3 | Εκτιμήσεις για την τρέχουσα τουριστική περίοδο..... | 35 |
| 4   | ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....                                       | 39 |
|     | ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....                                     | 43 |
|     | ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....                                   | 44 |
|     | ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....                      | 47 |

## **ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ**

|  |    |
|--|----|
| Πίνακας 1.2.1: Τζίρος ξενοδοχείων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2019-2020.....   | 7  |
| Πίνακας 2.3.1: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων στην έρευνα.....   | 24 |
| Πίνακας 2.3.2: Περιγραφικά μέτρα της εμπειρίας σε έτη στον ξενοδοχειακό κλάδο.....   | 26 |
| Πίνακας 3.1.1: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για τη<br>τρέχουσα κατάσταση των ξενοδοχείων.....                        | 29 |
| Πίνακας 3.2.1: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για οικονομικές<br>επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα..... | 30 |
| Πίνακας 3.2.2: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για οικονομικές<br>επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα..... | 32 |
| Πίνακας 3.3.1: Συχνότητες και ποσοστά των εκτιμήσεων των συμμετεχόντων για την<br>τρέχουσα τουριστική περίοδο.....                           | 35 |

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πανδημία που προέκυψε από τη νόσο COVID-19 επέφερε πρωτοφανείς και απρόβλεπτες συνέπειες σε όλους σχεδόν τους τομείς της παγκόσμιας οικονομίας (Daly, Sutin & Robinson, 2022), επηρεάζοντας την καθημερινότητα των ανθρώπων με την επιβολή των περιοριστικών μέτρων για την αντιμετώπιση της πανδημίας. Ο πρώτος συναγερμός στον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ) προήλθε από την Κίνα (επαρχία Χουμπέι) τον Δεκέμβριο του 2019 και στις αρχές του 2020. Στις 13 Μαρτίου του 2020, η επιδημία της νόσου κηρύχθηκε πανδημία από τον ΠΟΥ και η Ευρώπη έγινε το επίκεντρό της (Callaway et al., 2020). Στις 30 Ιουνίου 2020, περισσότεροι από 10 εκατομμύρια πολίτες παγκοσμίως διαγνώστηκαν θετικά με κοροναϊό και περισσότεροι από 500.000 άνθρωποι πέθαναν εξαιτίας του ιού (Roser & Ritchie, 2020). Η εκθετική αύξηση των κρουσμάτων τους πρώτους μήνες του 2020 οδήγησε σε δραματική μείωση της οικονομικής δραστηριότητας λόγω των μέτρων περιορισμού και των περιορισμών κινητικότητας που επέβαλαν οι υγειονομικές αρχές.

Στην Ευρώπη, ο ιός εξαπλώθηκε από την Ιταλία επηρεάζοντας τις γειτονικές χώρες και οδηγώντας τις κυβερνήσεις να λάβουν δραστικά μέτρα, όπως κλείσιμο των επιχειρήσεων, περιορισμό των μετακινήσεων ακόμη και κλείσιμο των εθνικών συνόρων (Branicki, Sullivan-Taylor & Brammer, 2021). Λόγω της ταχείας εξάπλωσής του, ο κίνδυνος για τη δημόσια υγεία θεωρήθηκε ήπιος έως σοβαρός (Neuburger and Egger 2020). Τον Μάρτιο, θεσπίστηκαν οι πρώτες συστάσεις για την αποφυγή μη απαραίτητων ταξιδιών στην Κίνα, το Ιράν, τη Νότια Κορέα και την Ιταλία, αλλά σύντομα επεκτάθηκαν στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες και τις ΗΠΑ λόγω του μεγάλου αριθμού μολυσμένων ατόμων (Neuburger & Egger, 2021). Επίσης, μέσα στις πρώτες προσπάθειες για την άμβλυνση των επιπτώσεων του ιού COVID-19 ήταν η χρήση μάσκας και η διατήρηση της φυσικής απόστασης, καθώς και η γρήγορη θεραπεία όσων αρρώστησαν (Prem et al., 2020).

Αν και δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η πανδημία πυροδοτεί μια άνευ προηγουμένου και σοβαρή οικονομική κρίση, ο αντίκτυπός της μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τους κλάδους, καθώς έχουν διαφορετικές δομές κόστους, δυναμική ανταγωνισμού ή ελαστικότητα τιμών και εισοδήματος (Anguera-Torrell, Aznar-Alarcón & Vives-Perez, 2020). Η τουριστική βιομηχανία θεωρείται μία από τις πιο σημαντικές οικονομικά βιομηχανίες στον κόσμο (UNWTO, 2019). Ωστόσο, από το 2020 έως το 2021, με την

εξάπλωση του COVID-19, η τουριστική βιομηχανία επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό (Torabietal., 2023), καθώς συνδέεται πάντα αμφίδρομα με πανδημίες με τρόπο αιτίου-αποτελέσματος (Adongoetal., 2021). Ως εκ τούτου, η πανδημία οδήγησε σε σημαντική πτώση όχι μόνο της εθνικής αλλά και της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας (Hoque et al., 2020). Οι άνθρωποι δεν επιθυμούσαν πλέον να ταξιδέψουν σε ταξιδιωτικούς προορισμούς, οι οποίοι επηρεάστηκαν σημαντικά (Neuburger & Egger 2021. UNWTO 2020). Ο τομέας των μεταφορών, μία από τις σημαντικότερες συνιστώσες της τουριστικής βιομηχανίας, επηρεάστηκε και αυτός σε μεγάλο βαθμό από τη μείωση των διεθνών αφίξεων των τουριστών. Οι περισσότερες αεροπορικές εταιρείες, λόγω της χαμηλότερης ζήτησης και των διεθνών περιορισμών, αναγκάστηκαν να μειώσουν ή να ακυρώσουν πτήσεις (Neuburger & Egger, 2021). Ο κλάδος της φιλοξενίας αναγκάστηκε είτε να αναστείλει τη λειτουργία των ξενοδοχείων και των δωματίων φιλοξενίας, είτε να μειώσει το προσωπικό του εξαιτίας των χαμηλών ποσοστών πληρότητας ή των μέτρων που επιβλήθηκαν από την κάθε κυβέρνηση των κρατών (Salam & Halim, 2022. Neuburger & Egger, 2021).

Για να διαπιστωθούν οι επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, η διπλωματική αυτή εργασία ερευνά την ανταπόκριση του ξενοδοχειακού κλάδου. Η διάρθρωσή της εκτείνεται σε τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο πραγματοποιείται η βιβλιογραφική ανασκόπηση, όπου διερευνώνται οι επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο παγκοσμίως, ευρωπαϊκά και στον ελλαδικό χώρο, οι μακροπρόθεσμες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα μετά την πανδημία και παρατίθενται και έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί σχετικά με τις επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο. Στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η μεθοδολογία της έρευνας, όπου παρατίθενται ο σκοπός, τα ερευνητικά ερωτήματα, το δείγμα, το ερευνητικό εργαλείο και η μέθοδος συλλογής και ανάλυσης δεδομένων. Στο τρίτο κεφάλαιο καταχωρήθηκαν η ανάλυση των αποτελεσμάτων, όπως αυτή πραγματοποιήθηκε μέσω της στατιστικής εφαρμογής spss 20.0 και στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιήθηκε συζήτηση των αποτελεσμάτων, όπου έγινε σύγκριση με τις έρευνες που είχαν αναλυθεί σε επικείμενο κεφάλαιο. Τέλος, εξάχθηκε το συμπέρασμα της διπλωματικής και εν συνεχεία καταχωρήθηκε η βιβλιογραφία και το ερωτηματολόγιο της έρευνας στο παράρτημα.





# **1 ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

## **1.1 Επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον κλάδο φιλοξενίας**

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία, ως κρίσιμος παράγοντας στην τουριστική βιομηχανία, είναι ένας από τους πιο αρνητικά επηρεασμένους οικονομικούς τομείς λόγω της δικής της φύσης και του επιχειρηματικού μοντέλου που βασίζεται στην ελεύθερη κυκλοφορία των ανθρώπων σε όλο τον κόσμο. Την 1<sup>η</sup> Απριλίου 2020, περισσότερο από το 91% του παγκόσμιου πληθυσμού ζούσε σε χώρες στις οποίες επιβλήθηκαν ταξιδιωτικοί περιορισμοί από τις δημόσιες διοικήσεις. Ομοίως, το 39% διέμενε σε χώρες που έκλεισαν εντελώς τα σύνορά τους (Connor, 2020). Επιπλέον, ο αιφνίδιος οικονομικός αποκλεισμός προκάλεσε μείωση των αποδοχών ενός σημαντικού ποσοστού οικογενειών και κατά συνέπεια, η μείωση της συνιστώσας κατανάλωσης της συνολικής ζήτησης οδήγησε σε χαμηλότερες δαπάνες για τουριστικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένης της κατανάλωσης ξενοδοχείων. Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών την περίοδο εκείνη μειώθηκαν κατά 78%, προκαλώντας απώλεια 1,2 τρισεκατομμυρίων δολαρίων σε έσοδα από εξαγωγές από τον τουρισμό και 120 εκατομμύρια άμεσες περικοπές θέσεων εργασίας στον τουρισμό - αντιπροσωπεύοντας έτσι επτά φορές τον αντίκτυπο της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου και τη μεγαλύτερη πτώση στην ιστορία (UNWTO, 2020). Η Διεθνής Ένωση Αερομεταφορών (IATA) προέβλεψε το 2020 μείωση των εσόδων από επιβάτες ολόκληρου του έτους κατά 55% σε σύγκριση με το 2019 και μείωσης των αεροπορικών μεταφορών κατά 48% (IATA, 2020).

Η ανάκαμψη δεν είναι η ίδια ή ισορροπημένη για όλες τις χώρες. Οι ρυθμοί είναι διαφορετικοί. Ο εσωτερικός τουρισμός ανέκαμψε απότομα, καθώς οι κυβερνήσεις εστίασαν περισσότερο στα τοπικά και περιφερειακά ταξίδια (Hall, Scott & Gössling, 2020). Ο διεθνής τουρισμός σημείωσε κάποια μείωση με τις αφίξεις να μειώνονται κατά 82% (σε σύγκριση με τον Μάιο του 2019), μετά από πτώση κατά 86% τον Απρίλιο. (UNWTO 2021). Σύμφωνα με την IATA (2021), αν και τα αεροπορικά ταξίδια βελτιώθηκαν μετά την πανδημία, τονίστηκε ότι η ανάκαμψη θα πάρει χρόνο και θα είναι άνιση. Οι επιπτώσεις στα οικονομικά των αεροπορικών εταιρειών και στην αποκατάσταση των οικονομικών και κοινωνικών οφελών που δημιουργούνται από τις αερομεταφορές συνεχίστηκαν αρνητικές.

Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (International Monetary Fund, 2020) προέβλεψε ότι η παγκόσμια οικονομία συρρικνώθηκε κατά 3% το 2020, πολύ χειρότερα από ό,τι κατά τη διάρκεια της χρηματοπιστωτικής κρίσης του 2008-2009. Ο Ashraf (2020) επεσήμανε ότι τα κυβερνητικά μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης είχαν τόσο θετικό όσο και αρνητικό αντίκτυπο. Ήταν ευεργετικά για τη μείωση του κινδύνου μετάδοσης, αλλά ήταν αρνητικά για την οικονομία. Στην περίπτωση ξενοδοχείων ή εστιατορίων, η κοινωνική απόσταση συνεπάγεται την υποδοχή και την εξυπηρέτηση λιγότερων ατόμων, γεγονός που αναπόφευκτα αποφέρει λιγότερα έσοδα.

Όπως επισημαίνουν οι Yarova et al., (2020) η πανδημία COVID-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στη λειτουργία του χρηματοπιστωτικού τομέα. Ο Taleb (2007) εισήγαγε την έννοια της «μεταφοράς του μαύρου κύκνου», η οποία έχει χρησιμοποιηθεί ευρέως στην βιβλιογραφία σχετικά με τον χρηματοπιστωτικό τομέα. Οι Yarova et al., (2020) αναφέρουν ότι η πανδημία από τον COVID-19 θεωρήθηκε συμβάν «μαύρου κύκνου» επειδή ήταν μια κατάσταση που δεν είχε συμβεί ποτέ στο παρελθόν και προκάλεσε την αποτυχία των υφιστάμενων μοντέλων διαχείρισης κινδύνου να αξιολογήσουν επαρκώς τον κίνδυνο. Αυτή η πανδημία είχε αρκετά μοναδικά χαρακτηριστικά που τη διακρίνουν από προηγούμενες κρίσεις και τα οποία ανοίγουν μια νέα οδό για την έρευνα σχετικά με την κρίση και τη μετάδοσή της. Η εκδήλωση του μαύρου κύκνου προσελκύει την προσοχή του κοινού και των μέσων ενημέρωσης, με αποτέλεσμα μεγαλύτερη συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και μεγαλύτερη συμμετοχή από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, την τηλεόραση, τις εφημερίδες, τα περιοδικά και τις διαδικτυακές πύλες πληροφόρησης.

Επίσης, η πανδημία COVID-19 οδήγησε σε μετασχηματισμούς στις επιχειρήσεις τουρισμού και φιλοξενίας (Hall et al., 2020). Διατάραξε τις δραστηριότητές τους και απαίτησε σημαντικές προσαρμογές προκειμένου να μετριαστούν οι επιπτώσεις (OECD, 2020). Ορισμένα μέτρα που υιοθετήθηκαν ήταν υποχρεωτικά, όπως για παράδειγμα κοινωνική απόσταση, πρωτόκολλα δημόσιας υγιεινής, χρήση μάσκας (TUI Group, 2020), αλλά ήταν εθελοντικά, όπως για παράδειγμα τεχνολογία για τη μείωση της ανθρώπινης επαφής ή για τον έλεγχο της θερμοκρασίας των επισκεπτών κατά το check-in (Pflum, 2020). Αυτή η πανδημία είχε αρκετές λειτουργικές επιπτώσεις, κυρίως στη φιλοξενία λόγω της ανάγκης για κοινωνική απόσταση. Για ορισμένα ξενοδοχεία και εστιατόρια, η μείωση της σπατάλης λόγω πλεονάσματος τροφίμων ήταν ανησυχητική. Ως εκ τούτου, ορισμένοι

παρείχαν μαγειρεμένο φαγητό για να το πάρουν. Άλλες εγκαταστάσεις παρείχαν οικονομική βοήθεια ή προσωρινές θέσεις εργασίας (Filimonau, Derqui & Matute, 2020). Υιοθετήθηκαν νέα πρωτόκολλα καθαρισμού στον τομέα και καθιερώθηκε η εφαρμογή νέων διατάξεων. Ειδικότερα, η χρήση νέων τεχνολογιών και ψηφιακών εργαλείων αποτελεί μία από τις κύριες ανησυχίες του κλάδου (Filimonau, Derqui & Matute, 2020). Σε ορισμένες χώρες, τα ξενοδοχεία μετατράπηκαν σε προσωρινά νοσοκομεία ή τα δωμάτια νοικιάστηκαν από το προσωπικό υγείας (Catalan News, 2020). Άλλες ενέργειες των ξενοδοχείων ήταν η επιστροφή χρημάτων, για τις ακυρώσεις πελατών και η αύξηση των «κουπονιών διακοπών» ή των εκπτώσεων για να ενθαρρυνθούν οι πελάτες να επιστρέψουν μετά την κρίση της πανδημίας (Catalan News, 2020. Filimonau, Derqui & Matute, 2020). Όλες αυτές οι αποφάσεις και οι μετασχηματισμοί επηρέασαν βαθιά τις λειτουργίες στον τομέα της φιλοξενίας. Όπως αναφέρουν στην έρευνά τους οι Gursoy & Chi (2020), κατά την περίοδο της πανδημίας περισσότερο από το 50% των πελατών δεν ήταν πρόθυμοι να ταξιδέψουν και να μείνουν σε ένα ξενοδοχείο σύντομα. Μόνο περίπου το ένα τέταρτο των πελατών είχαν δειπνήσει σε εστιατόριο και μόνο περίπου το ένα τρίτο ήταν πρόθυμοι να ταξιδέψουν και να μείνουν σε ξενοδοχείο τους επόμενους μήνες της πανδημίας. Αυτό σημαίνει ότι τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία έπρεπε να υιοθετήσουν τις λειτουργικές τους διαδικασίες για να μεταφέρουν τη συναίνεση στους πιθανούς πελάτες και να τους καλωσορίσουν με ασφάλεια.

Σύμφωνα με τους Roman, Niedziółka & Krasnodębski (2020), η πανδημία COVID-19 παρείχε μια ευκαιρία επανεξέτασης και αναπροσανατολισμού του τουρισμού προς το μέλλον. Λόγω των αβεβαιοτήτων που δημιούργησε αυτή η πανδημική κρίση, οι εταιρείες έπρεπε να υιοθετήσουν στρατηγικές, όπως η ηλεκτρονική επικοινωνία με τους πελάτες, ο προγραμματισμός εργασίας, η ψηφιακή βελτίωση και η τηλεργασία. Σύμφωνα με τους Mao et al., (2020) όταν εμφανίστηκε η πανδημία, οι εταιρείες υποστήριξαν και βοήθησαν τους υπαλλήλους να αντιμετωπίσουν αυτή τη νέα κατάσταση. Κατά την έναρξη της πανδημίας COVID-19, εφαρμόστηκαν προγράμματα διαχείρισης καταστάσεων έκτακτης ανάγκης. Αυτά παρείχαν εργασία εξ αποστάσεως και κατάρτιση, την οποία υιοθέτησαν πολλές εταιρείες προκειμένου να διατηρήσουν τους υπαλλήλους τους στην εργασία. Ένα από τα μέτρα που εγκρίθηκαν ήταν η χρήση συστημάτων ηλεκτρονικής μάθησης για την κατάρτιση των εργαζομένων ή για τη μετάδοση νέων πληροφοριών και δεξιοτήτων σχετικά με τα προϊόντα. Το γεγονός αυτό ήταν ένας παράγοντας βελτίωσης μιας επιχείρησης. Δημιουργήθηκαν εικονικές πλατφόρμες για τη διεξαγωγή συναντήσεων, οι

οποίες ενθάρρυναν τον διάλογο μεταξύ των εργαζομένων. Αυτό διευκόλυne την ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των μελών της ίδιας ομάδας. Ο ρόλος του οργανωτικού κεφαλαίου είναι, σύμφωνα με τους Filimonau, Derqui & Matute (2020), ένα σημαντικό κλειδί κατά τη διάρκεια κρίσεων και καταστροφών. Ως εκ τούτου, η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) συνέβαλε στην ικανοποίηση του προσωπικού κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19. Μέσω αυτής της ενέργειας, οι τουριστικές επιχειρήσεις προώθησαν την οικονομική ανάπτυξη και προσέλκυσαν έναν αριθμό ενδιαφερομένων, εκτός από τη συμβολή στη διατήρηση του περιβάλλοντος, την ικανοποίηση των εργαζομένων και των πελατών και τη θετική στάση των τοπικών κοινοτήτων (Mao et al., 2020), οι οποίες είναι απαραίτητες κατά τη διάρκεια μιας κρίσης ή μιας καταστροφής.

## **1.2 Οι επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον ξενοδοχειακό κλάδο της Ελλάδας**

Στην έρευνα που πραγματοποίησε το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας μεταξύ του Νοεμβρίου και Δεκεμβρίου του 2020 και δημοσιεύτηκε από τον ΙΤΕΠ (2020) διαπιστώθηκε ότι παρά το γεγονός ότι το 84% τον Ιούνιο του 2020 σκόπευαν να ανοίξουν και να λειτουργήσουν, μόνο το 60% των ελληνικών ξενοδοχείων τελικά λειτούργησαν. Έτσι, λειτούργησαν 1 στα 5 ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας το 2020 σε σχέση με το 2019. Οι έκτακτες συνθήκες που επικράτησαν στην Ελλάδα, είχαν επίπτωση και στην περίοδο λειτουργίας των ξενοδοχείων, η οποία διαμορφώθηκε στους 7 μήνες για τα ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας και σε 3,2 μήνες για τα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας. Όπως παρατηρούμε και από τον παρακάτω πίνακα, ο τζίρος των ξενοδοχείων κατά την περίοδο της πανδημίας ήταν αρνητικός για όλους τους τύπους ξενοδοχείων και εμφανίστηκε μειωμένος κατά 78% σε σχέση με το 2019.

**Πίνακας 1.2.1: Τζίρος ξενοδοχείων στην Ελλάδα χρονικής περιόδου 2019-2020**

| <b>Κατηγορία</b> | <b>2019</b>          | <b>2020</b>          | <b>Δ%<br/>2020/2019</b> |
|------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| 5*               | 3.007.494.439        | 719.325.978          | -76,1%                  |
| 4*               | 2.830.655.326        | 637.844.486          | -77,5%                  |
| 3*               | 1.344.389.350        | 240.625.973          | -82,1%                  |
| 2*               | 1.038.334.014        | 176.388.840          | -83,0%                  |
| 1*               | 136.793.970          | 57.168.669           | -58,2%                  |
| <b>Σύνολο</b>    | <b>8.357.667.099</b> | <b>1.831.353.945</b> | <b>-78,1%</b>           |

ΠΗΓΗ: ΙΤΕΠ (2020)

Επίσης, σημείωσαν απώλεια ρευστότητας καθώς το 15,2 του τζίρου τους το 2020 ήταν ανείσπρακτο και υπήρξε μείωση των προκαταβολών κατά 83%. Έτσι, τα ξενοδοχεία άθροισαν 900 εκατ. ευρώ έλλειψη ρευστότητας, επιπλέον της λειτουργικής ζημιάς που υπέστησαν. Όμως, παρά αυτή τη δυσμενή εικόνα της ρευστότητάς τους, η απασχόληση στον ξενοδοχειακό τομέα διατηρήθηκε στα ίδια επίπεδα με εκείνα του 2019. Σε αυτό συνέβαλαν κατά πολύ τα προγράμματα στήριξης της απασχόλησης, σε όσα ξενοδοχεία λειτούργησαν. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία για τη στήριξη του ξενοδοχειακού κλάδου, κάλυψαν κατά μέσο όρο το 1/3 των συνολικών αναγκών ρευστότητας των ξενοδοχείων. Επιπλέον 900 εκατ. € έλειψαν από τα ταμεία, και συνεπώς και από την αγορά, λόγω του ανείσπρακτου τζίρου του 2020, αλλά και της συρρίκνωσης των προκαταβολών για το 2021.

Η εταιρεία δημοσκοπήσεων-ερευνών Interview πραγματοποίησε μία έρευνα με COVID CONTROL για να αποτυπώσει τις συνέπειες της πανδημίας στις ξενοδοχειακές μονάδες. Η έρευνα, που πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 305 ξενοδοχείων και είχε διάρκεια 5

ημερών, έδωσε σημαντικά αποτελέσματα για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα. Τα κύρια ευρήματα της έρευνας ήταν τα εξής(Interview, 2020):

1. Ακυρώσεις κρατήσεων: το 64% των συμμετεχόντων ξενοδοχείων ανέφερε ακυρώσεις λόγω της πανδημίας. Οι ακυρώσεις παρουσιάστηκαν κυρίως στα νησιά (67%), στην Αττική (58%) και στη Μακεδονία και Θράκη (44%).
2. Αρνητική προοπτική: το 92% των ξενοδοχείων πίστευε εξαρχής ότι η πανδημία θα επηρεάσει αρνητικά την τουριστική περίοδο. Αυτή η αρνητική προοπτική αντανακλούσε την αβεβαιότητα και την ανησυχία για τη μελλοντική ζήτηση και τις οικονομικές επιπτώσεις.
3. Πολιτικές τιμών: το 48% των ξενοδοχείων δήλωσε διατεθειμένο να μειώσει τις τιμές για να διατηρήσει ή και να αυξήσει τις κρατήσεις του. Αυτή η στρατηγική στόχευε στην προσέλκυση περισσότερων πελατών μέσω οικονομικών κινήτρων, προσπαθώντας να αντισταθμίσει τις απώλειες από τις ακυρώσεις.
4. Σταθερότητα τιμών: το 32% των ξενοδοχείων δήλωσε ότι δε θα προχωρήσει σε μειώσεις τιμών. Αυτές οι επιχειρήσεις ενδεχομένως βασίζονταν σε άλλες στρατηγικές για να διατηρήσουν την πελατεία τους, όπως η βελτίωση των υπηρεσιών ή η προσφορά άλλων μορφών προστιθέμενης αξίας.

Η έρευνα της Interview αναδεικνύει τις σοβαρές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα. Οι ακυρώσεις κρατήσεων, ιδιαίτερα στα τουριστικά νησιά, υπογραμμίζουν την άμεση οικονομική πίεση που αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις. Η αρνητική προοπτική σχεδόν όλων των ξενοδοχείων (92%) για την τουριστική περίοδο καταδεικνύει την ευρεία αναγνώριση της κρίσης και την ανάγκη για άμεσες και αποτελεσματικές στρατηγικές αντιμετώπισης. Η διάθεση των ξενοδοχείων να μειώσουν τις τιμές τους (48%) αποτελεί μια κοινή πρακτική σε περιόδους κρίσης για τη διατήρηση ή αύξηση των κρατήσεων. Ωστόσο, η επιλογή του 32% των ξενοδοχείων να μην προχωρήσει σε μειώσεις τιμών μπορεί να υποδηλώνει μια στρατηγική διατήρησης της ποιότητας και του κύρους τους ή την εξάρτησή τους από διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα. Η έρευνα της Interview παρέχει πολύτιμα δεδομένα για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, βοηθώντας τις επιχειρήσεις να κατανοήσουν τις προκλήσεις και να σχεδιάσουν στρατηγικές για την ανάκαμψή τους.

Η Deloitte πραγματοποίησε έρευνα στον κλάδο της φιλοξενίας με τίτλο «Hotel Industry Sentiment Survey – March 2021». Τα αποτελέσματα της έρευνας ανέδειξαν ότι οι επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 διαρκούν περισσότερο από το αναμενόμενο και έχουν αρνητικό οικονομικό αντίκτυπο στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Τα κύρια ευρήματα της έρευνας είναι τα εξής (Deloitte, 2021):

1. Διάρκεια των επιπτώσεων: το 71% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι ο αρνητικός οικονομικός αντίκτυπος θα διαρκέσει και μετά το 2021. Το 24% πιστεύει ότι οι επιπτώσεις θα συνεχιστούν σίγουρα μέχρι το 2023.
2. Ανάκαμψη του κλάδου: το 90% των ερωτηθέντων θεωρούν ότι πριν το 2023 δε θα μπορέσουν να επανέλθουν σε επίπεδα προ Covid-19 εποχής.
3. Οικονομική δυσχέρεια και πωλήσεις: οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι η οικονομική δυσχέρεια θα οδηγήσει πολλές ξενοδοχειακές μονάδες σε πώληση. Το φαινόμενο αυτό θα είναι πιο έντονο σε χώρες όπως Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, ενώ ακολουθούν η Ελλάδα, η Γαλλία και η Γερμανία.

Η έρευνα της Deloitte καταδεικνύει την παρατεταμένη αρνητική επίδραση της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο, με την πλειοψηφία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων να αναμένουν μακροχρόνιες οικονομικές προκλήσεις. Η προοπτική ανάκαμψης παραμένει μακρινή, με την πλήρη επαναφορά σε επίπεδα προ πανδημίας να μην αναμένεται πριν το 2023. Η εκτίμηση ότι πολλές ξενοδοχειακές μονάδες θα πωληθούν υπογραμμίζει τη σοβαρότητα της κρίσης. Οι χώρες του νότου της Ευρώπης, όπως η Ισπανία, η Ιταλία και η Πορτογαλία, που εξαρτώνται περισσότερο από τον τουρισμό, θα πληγούν περισσότερο, ενώ η Ελλάδα, η Γαλλία και η Γερμανία θα ακολουθήσουν σε αυτό το κύμα πωλήσεων. Η έρευνα της Deloitte υπογραμμίζει την ανάγκη για συνεχιζόμενη προσαρμογή και καινοτομία στον ξενοδοχειακό κλάδο, ώστε να μπορέσει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις και να επιτύχει την ανάκαμψη από τις επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19.

Η έρευνα της ICAP (2020), η οποία μελέτησε τις επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στους κλάδους και τις επιχειρήσεις της ελληνικής οικονομίας, έδωσε σημαντικά αποτελέσματα για τον τουριστικό κλάδο. Τα κύρια ευρήματα της έρευνας είναι τα εξής (ICAP, 2020):

1. Μείωση τζίρου: ο τουριστικός κλάδος παρουσίασε μείωση στον τζίρο κατά 66% το 2020, υπογραμμίζοντας τον σοβαρό αντίκτυπο της πανδημίας στις τουριστικές επιχειρήσεις.
2. Προβλέψεις για ανάκαμψη: το 44% των επιχειρήσεων τουρισμού πιστεύει ότι θα επανέλθουν σε προ Covid-19 επίπεδα το 2022. Το 37% θεωρεί ότι η ανάκαμψη θα επιτευχθεί το 2023.
3. Σοβαρότητα της ύφεσης: το 78% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η ύφεση και οι συνέπειες της πανδημίας θα είναι μεγαλύτερες σε σχέση με την περίοδο 2009-2013.

Η έρευνα της ICAP καταδεικνύει την εκτεταμένη οικονομική ζημία που υπέστη ο τουριστικός κλάδος λόγω της πανδημίας. Η δραματική μείωση του τζίρου κατά 66% το 2020 αναδεικνύει την κλίμακα της κρίσης, καθώς ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας. Παρά τις δυσκολίες, υπάρχει αισιοδοξία για την ανάκαμψη, με το 44% των επιχειρήσεων να εκτιμούν ότι θα επανέλθουν σε προ Covid-19 επίπεδα το 2022 και το 37% να βλέπει την ανάκαμψη το 2023. Αυτές οι εκτιμήσεις αντικατοπτρίζουν την ελπίδα για μια σταδιακή επαναφορά της ζήτησης και την προσαρμογή στις νέες συνθήκες. Η αντίληψη ότι η τρέχουσα ύφεση και οι συνέπειες της πανδημίας θα είναι μεγαλύτερες από εκείνες της περιόδου 2009-2013 (78%) δείχνει την ανησυχία των επιχειρήσεων για τη μακροπρόθεσμη επίδραση της πανδημίας στην οικονομία. Η προηγούμενη κρίση είχε σοβαρές και μακροχρόνιες επιπτώσεις, και η παρούσα κατάσταση φαίνεται να θεωρείται ακόμα πιο επιβαρυντική.

### **1.3 Οι μακροπρόθεσμες προκλήσεις για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα**

Η πανδημία Covid-19 προκάλεσε σημαντικές προκλήσεις για τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα. Η μείωση των εισοδημάτων των τουριστών και η μείωση των κινήτρων για ταξίδια έχουν επηρεάσει αρνητικά τη ζήτηση. Η αργή ανάκαμψη, με την επιστροφή στα επίπεδα του 2019 να αναμένεται γύρω στο 2024, υπογραμμίζει την ανάγκη για



συνεχιζόμενη προσαρμογή και εφαρμογή στρατηγικών αντιμετώπισης της κρίσης. Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να συνεχίσουν να εφαρμόζουν τα μέτρα των κυβερνήσεων, να επενδύσουν στην ψηφιακή τους παρουσία, να συνεργαστούν με κυβερνητικούς φορείς και να προωθήσουν τον εσωτερικό τουρισμό για να επιτύχουν μια βιώσιμη ανάκαμψη και να ενισχύσουν την ανθεκτικότητά τους σε μελλοντικές κρίσεις (Schneideretal., 2020).

Η πανδημία Covid-19 επέφερε δραστικές αλλαγές στην καθημερινή εργασία των ξενοδοχείων, εισάγοντας νέα πρωτόκολλα υγείας και ασφάλειας που απαιτούν εξειδικευμένη εκπαίδευση και παρακολούθηση προγραμμάτων (Euronews, 2020). Αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν διαφορετικά τις μεγάλες και μικρές ξενοδοχειακές μονάδες, με τις μεγαλύτερες να έχουν τη δυνατότητα να προσαρμοστούν ευκολότερα στους νέους κανονισμούς, ενώ οι μικρότερες μονάδες και οι ανεξάρτητοι ξενοδόχοι αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στις λειτουργικές προσαρμογές. Οι κύριες αλλαγές και επιπτώσεις είναι οι εξής (Schneider et al., 2020):

1. Νέα πρωτόκολλα υγείας και ασφάλειας: τα νέα πρωτόκολλα απαιτούν από το προσωπικό να τηρεί αυστηρούς κανόνες υγιεινής, όπως συχνή απολύμανση, χρήση μάσκας και γαντιών, και εφαρμογή κοινωνικής απόστασης. Απαιτείται εξειδικευμένη εκπαίδευση για να διασφαλιστεί ότι το προσωπικό είναι κατάλληλα προετοιμασμένο για να εφαρμόσει τα νέα μέτρα.
2. Εξειδικευμένη εκπαίδευση και παρακολούθηση: τα προγράμματα εκπαίδευσης και παρακολούθησης είναι απαραίτητα για να διασφαλιστεί ότι τα μέτρα υγείας και ασφάλειας εφαρμόζονται σωστά. Η συνεχής εκπαίδευση και παρακολούθηση μπορεί να αυξήσει το λειτουργικό κόστος, ειδικά για μικρότερες μονάδες.
3. Προσαρμογή μεγάλων και μικρών ξενοδοχείων: τα ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών μπορούν ευκολότερα να υιοθετήσουν τα νέα κανονιστικά μέτρα λόγω της οικονομικής τους ευρωστίας και των μεγαλύτερων πόρων που διαθέτουν. Οι μικρότερες αλυσίδες και οι ανεξάρτητοι ξενοδόχοι αντιμετωπίζουν μεγαλύτερες δυσκολίες στην προσαρμογή, λόγω των

περιορισμένων πόρων και των υψηλών λειτουργικών δαπανών που συνεπάγονται τα νέα μέτρα.

4. Αλλαγές στην ταξιδιωτική συμπεριφορά: οι ταξιδιώτες γίνονται πιο απαιτητικοί όσον αφορά τα μέτρα υγιεινής και ασφάλειας, με αυξημένες προσδοκίες για καθαριότητα και προστασία. Τα ξενοδοχεία πρέπει να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους για να ικανοποιήσουν αυτές τις νέες απαιτήσεις και να διασφαλίσουν την εμπιστοσύνη των πελατών.
5. Στρατηγικές αντιμετώπισης: υιοθέτηση Νέων Τεχνολογιών: επένδυση σε τεχνολογίες όπως οι ανέπαφες συναλλαγές, οι ψηφιακοί βοηθοί και οι αυτοματοποιημένες υπηρεσίες για να μειωθεί η επαφή και να αυξηθεί η ασφάλεια. Συνεργασίες και κοινοπραξίες: ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών με άλλους φορείς του κλάδου για την από κοινού αντιμετώπιση των προκλήσεων και τη βελτίωση των υπηρεσιών. Ευέλικτες πολιτικές ακύρωσης: Παροχή ευέλικτων πολιτικών ακύρωσης και επιστροφής χρημάτων για να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη των πελατών και να ενθαρρυνθούν οι κρατήσεις.

Οι αλλαγές που επέφερε η πανδημία στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι σημαντικές και απαιτούν συνεχή προσαρμογή από τις επιχειρήσεις. Η επιτυχής εφαρμογή των νέων πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας, η εξειδικευμένη εκπαίδευση του προσωπικού και η χρήση νέων τεχνολογιών είναι κρίσιμες για την αντιμετώπιση των προκλήσεων. Τα ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών βρίσκονται σε καλύτερη θέση να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις, ενώ οι μικρότερες μονάδες χρειάζονται επιπλέον υποστήριξη για να μπορέσουν να προσαρμοστούν και να επιβιώσουν στην εποχή μετά την πανδημία. Οι αλλαγές στην ταξιδιωτική συμπεριφορά και οι αυξημένες προσδοκίες των τουριστών πρέπει να ληφθούν υπόψη για την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που θα προσελκύσουν και θα διατηρήσουν πελάτες.

Η πανδημία έχει επιφέρει σημαντικές προκλήσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, με την εξάρτηση από την κυβερνητική στήριξη και τα αυξημένα ποσοστά ανεργίας να αποτελούν κρίσιμα ζητήματα. Οι επιχειρήσεις πρέπει να συνεχίσουν να προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες, να επενδύουν στην επανεκπαίδευση του προσωπικού, να προωθούν τον εσωτερικό τουρισμό και να διαφοροποιούν τις υπηρεσίες τους για να

διασφαλίσουν την επιβίωση και την ανάκαμψή τους. Η συνεργασία με την κυβέρνηση και η εφαρμογή στρατηγικών μέτρων στήριξης θα είναι καθοριστικές για την ανθεκτικότητα και την ανάπτυξη του κλάδου στο μέλλον. Τα κύρια σημεία και οι επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο της Ελλάδας είναι τα εξής (Schneider et al., 2020):

1. Εξάρτηση από την κυβερνητική υποστήριξη: οι ξενοδόχοι στην Ελλάδα βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στα κυβερνητικά μέτρα στήριξης, όπως οι επιδοτήσεις μισθών, τα προγράμματα δανείων και οι φορολογικές ελαφρύνσεις, για να διατηρήσουν τη λειτουργία τους. Η αποτελεσματικότητα και η διάρκεια αυτών των μέτρων θα είναι καθοριστικές για την επιβίωση των επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια και μετά την κρίση.
2. Αυξημένα ποσοστά ανεργίας: ο ξενοδοχειακός κλάδος στην Ελλάδα, όπως και στην υπόλοιπη Ευρώπη, αντιμετωπίζει αυξημένα ποσοστά ανεργίας λόγω της μείωσης της τουριστικής δραστηριότητας. Η ανεργία στον κλάδο προκαλεί αλυσιδωτές επιπτώσεις και σε άλλους τομείς της οικονομίας, όπως η εστίαση, οι μεταφορές και οι προμηθευτές υπηρεσιών και προϊόντων.
3. Προτεραιότητα στη διατήρηση του προσωπικού: παρά τις δυσκολίες, πολλοί ξενοδόχοι στην Ελλάδα δίνουν προτεραιότητα στη διατήρηση του προσωπικού τους, αναγνωρίζοντας τη σημασία του έμπειρου και εξειδικευμένου προσωπικού για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Τα υψηλά ποσοστά ανεργίας υποδηλώνουν μακροπρόθεσμες προκλήσεις στη διατήρηση του προσωπικού, καθώς οι εργαζόμενοι ενδέχεται να αναζητήσουν εργασία σε άλλους τομείς ή χώρες.

Οι στρατηγικές αντιμετώπισης από τις επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο είναι οι εξής (Schneider et al., 2020):

1. Συνεχής κυβερνητική στήριξη: η κυβέρνηση θα πρέπει να συνεχίσει να παρέχει στήριξη μέσω οικονομικών ενισχύσεων και προγραμμάτων για να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες και να προετοιμαστούν για την ανάκαμψη. Η ευελιξία και η προσαρμογή των μέτρων στήριξης στις μεταβαλλόμενες ανάγκες της αγοράς είναι επίσης σημαντικές.

2. Επανεκπαίδευση και επαναπροσδιορισμός του προσωπικού: επενδύσεις στην επανεκπαίδευση και την ανάπτυξη νέων δεξιοτήτων του προσωπικού μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση της αποδοτικότητας και στην προσαρμογή στις νέες απαιτήσεις της αγοράς. Η δημιουργία προγραμμάτων επαναπροσδιορισμού θέσεων εργασίας μπορεί να βοηθήσει στη μείωση της ανεργίας και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας των επιχειρήσεων.
3. Προώθηση εσωτερικού τουρισμού: η προώθηση του εσωτερικού τουρισμού μπορεί να συμβάλει στη μείωση της εξάρτησης από τους διεθνείς τουρίστες και στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας. Η δημιουργία προσφορών και πακέτων για Έλληνες τουρίστες μπορεί να βοηθήσει στη διατήρηση της ζήτησης και στη στήριξη των επιχειρήσεων.
4. Διαφοροποίηση των υπηρεσιών: η διαφοροποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, όπως η ανάπτυξη αγροτουρισμού, οι θεματικές εκδρομές και οι δραστηριότητες ευεξίας, μπορεί να προσελκύσει διαφορετικά κοινά και να ενισχύσει την οικονομική βιωσιμότητα των ξενοδοχείων.

Οι ξενοδόχοι προέβλεψαν ότι οι επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 θα επηρεάσουν τις επιχειρήσεις τους για τα επόμενα δύο έως τρία χρόνια, με κάποιους να εκφράζουν ανησυχίες ότι η ανάκαμψη μπορεί να απαιτήσει περισσότερο χρόνο. Αυτή η αβεβαιότητα καθιστά δύσκολη την πρόβλεψη των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων. Οι βασικές προβλέψεις είναι οι εξής (JLL Hotels & Hospitality, 2020):

1. Μείωση εσόδων και κερδοφορίας: οι μειώσεις εσόδων και η χαμηλότερη κερδοφορία αναμένεται να είναι οι σημαντικότερες επιπτώσεις τα επόμενα χρόνια. Οι τουριστικές επιχειρήσεις θα συνεχίσουν να αντιμετωπίζουν προκλήσεις λόγω της μειωμένης ζήτησης και των περιορισμών στα ταξίδια.
2. Δυσκολίες στην πρόβλεψη μακροπρόθεσμων επιπτώσεων: η αβεβαιότητα σχετικά με την εξέλιξη της πανδημίας και τα μελλοντικά μέτρα δημόσιας υγείας καθιστούν δύσκολη την ακριβή πρόβλεψη των μακροπρόθεσμων επιπτώσεων στον τουριστικό κλάδο. Η δυνατότητα ανάκαμψης εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως η ταχύτητα του εμβολιασμού, η εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών και η οικονομική κατάσταση των χωρών προέλευσης των τουριστών.

3. Αναπροσαρμογή τιμών και κόστους: τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα πιστεύουν ότι οι μακροπρόθεσμες επιπτώσεις θα εξαρτηθούν σε μεγάλο βαθμό από την προσαρμογή των τιμών των ξενοδοχείων στην αγορά. Η μείωση του κόστους ενέργειας και η προώθηση σχεδίων μείωσης της κατανάλωσης ενέργειας και χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της οικονομικής βιωσιμότητας των ξενοδοχείων.

Οι στρατηγικές αντιμετώπισης των μακροπρόθεσμων προκλήσεων είναι οι εξής (Schneider et al., 2020):

1. Προσαρμογή τιμών: τα ξενοδοχεία πρέπει να προσαρμόσουν τις τιμές τους στις τρέχουσες συνθήκες της αγοράς για να παραμείνουν ανταγωνιστικά και να προσελκύσουν πελάτες. Οι ευέλικτες τιμολογιακές πολιτικές μπορούν να βοηθήσουν στη διατήρηση της ζήτησης και στην αποφυγή μεγάλων απωλειών εσόδων.
2. Μείωση κόστους ενέργειας: επενδύσεις σε ενεργειακά αποδοτικές τεχνολογίες και την υιοθέτηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας μπορούν να μειώσουν το λειτουργικό κόστος των ξενοδοχείων. Η προώθηση σχεδίων μείωσης της κατανάλωσης ενέργειας θα συμβάλει στη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος.
3. Κυβερνητική υποστήριξη και χρηματοδότηση: η συνεχιζόμενη στήριξη από την κυβέρνηση και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα θα είναι κρίσιμη για την επιβίωση και την ανάκαμψη των ξενοδοχείων. Προγράμματα χρηματοδότησης και επιδοτήσεις μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να αντεπεξέλθουν στις οικονομικές προκλήσεις και να επενδύσουν σε απαραίτητες βελτιώσεις.
4. Ενίσχυση της ανθεκτικότητας: τα ξενοδοχεία πρέπει να αναπτύξουν στρατηγικές για την αύξηση της ανθεκτικότητάς τους σε μελλοντικές κρίσεις, όπως η διαφοροποίηση των πηγών εσόδων και η ανάπτυξη νέων υπηρεσιών. Η συνεργασία με τοπικές κοινότητες και η προώθηση βιώσιμου τουρισμού μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και στην επίτευξη μακροπρόθεσμης σταθερότητας.

#### **1.4 Έρευνες για τις επιπτώσεις του COVID-19 στον ξενοδοχειακό τομέα**

Η έρευνα των Almeida, Mesquita & Carvalho (2022) είχε ως σκοπό να διερευνηθεί ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στον τουριστικό τομέα της Πορτογαλίας, με έμφαση στον κλάδο της φιλοξενίας και πώς αυτές οι αλλαγές θα επηρεάσουν τον τομέα και την ανταπόκριση των επιχειρήσεων. Για τη συλλογή δεδομένων, διεξήχθη μια ομάδα εστίασης με έξι εμπειρογνώμονες στον τομέα. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι κατά την περίοδο της πανδημίας υπήρξαν μαζικές ομαδικές απολύσεις σε μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες, υπήρξε πιθανή απώλεια 50 εκατομμυρίων θέσεων εργασίας στον τουριστικό τομέα και αρνητικός αντίκτυπος σε ολόκληρη την αλυσίδα αζίας. Επίσης, το χαμηλό ποσοστό πληρότητας είχε αρνητικό οικονομικό αντίκτυπο, καθώς τα συνολικά έσοδα στον τομέα μειώθηκαν κατά περισσότερο από 70% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Αυτή η πανδημία απαίτησε σημαντικές προσαρμογές από τις λειτουργίες για να διασφαλιστεί η ασφαλής λειτουργία. Οι συμμετέχοντες όχι μόνο τόνισαν τη σημασία της παροχής κινήτρων και της συγκέντρωσης των ομάδων, αλλά περιέγραψαν επίσης στρατηγικές για την αύξηση της δέσμευσης των εργαζομένων.

Η έρευνα των Syaputri, Eltivia & Riawajanti (2021) αποσκοπούσε να διερευνηθεί πώς η επίδραση του Covid-19 είχε επίπτωση στα ποσοστά πληρότητας των πεντάστερων ξενοδοχείων στα νησιά της Ιάβας και του Μπαλί της Ινδονησίας. Το ερευνητικό δείγμα ελήφθη από την Κεντρική Στατιστική Υπηρεσία (BPS), η οποία είναι μια μη υπουργική κυβερνητική υπηρεσία υπεύθυνη για την αναθεώρηση, την κατάρτιση και τη διαμόρφωση πολιτικών στον τομέα της στατιστικής, η οποία είναι ανοικτή μέσω της ιστοσελίδας της με τη μορφή δεδομένων σχετικά με το ποσοστό πληρότητας των ξενοδοχείων αστέρων της Ιάβας-Μπαλί. Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ Ιανουαρίου 2019 και Δεκεμβρίου 2021. Η τεχνική ανάλυσης σε αυτή τη μελέτη χρησιμοποιεί ανάλυση παλινδρόμησης. Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώθηκε ότι υπάρχουν σημαντικές αλλαγές στα ποσοστά πληρότητας των ξενοδοχείων πριν και κατά τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19, δείχνοντας ότι η πανδημία έχει επιπτώσεις στην ξενοδοχειακή οικονομία και επισημαίνεται ότι εάν η πιθανότητα μιας τέτοιας κατάστασης συνεχίζονταν για μεγάλο

χρονικό διάστημα, ο ξενοδοχειακός τομέας θα μπορούσε να υποστεί πολύ σοβαρή απώλεια.

Η έρευνα των Bello&Bello(2021) διερεύνησε τις συνέπειες της πανδημίας COVID-19 στη βιομηχανία φιλοξενίας της Νιγηρίας. Η διερευνητική μελέτη εξέτασε διάφορες εκθέσεις και τη βιβλιογραφία για να καταλήξει σε συμπεράσματα. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι σε αντίθεση με άλλες κρίσεις, οι οποίες επιτρέπουν στους φορείς εκμετάλλευσης επιχειρήσεων φιλοξενίας στη Νιγηρία να διαφοροποιήσουν τις αγορές, αυτή η πανδημία προκάλεσε απότομες και ξαφνικές διακοπές σε όλες τις οικονομικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένης της βιομηχανίας φιλοξενίας. Έτσι, οι συνέπειες της πανδημίας COVID-19 στη βιομηχανία φιλοξενίας της Νιγηρίας περιλαμβάνουν πίεση στις λειτουργίες και τη δημιουργία εσόδων του κλάδου, απότομη πτώση των ποσοστών πληρότητας των ξενοδοχείων και χαμηλό κύκλο εργασιών των πελατών σε άλλες εγκαταστάσεις φιλοξενίας, ανεξέλεγκτες απώλειες θέσεων εργασίας και μαζικές πωλήσεις εγκαταστάσεων επιχειρήσεων φιλοξενίας.

Η έρευνα των Salamea&Ceballos (2021) είχε ως σκοπό να προσδιοριστούν τα επίπεδα και οι αιτίες των οικονομικών επιπτώσεων στον ξενοδοχειακό τομέα της πόλης Κουένκα του Ισημερινού, που προκλήθηκαν από την πανδημία COVID-19, ως βάση για τη βελτίωση της διαχείρισής του ενόψει σεναρίων κρίσης, υποστηριζόμενων από τη χρήση μεθόδων που συνδέονται με μελέτες κινδύνου. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε ήταν περιγραφικού αναλυτικού τύπου, μέσω της χρήσης ποιοτικών και ποσοτικών μεθόδων. Για την ανάλυση, διεξήχθη ερωτηματολόγιο επικεντρωμένο στους διευθυντές και τους ιδιοκτήτες ξενοδοχείων. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν σημαντική επιδείνωση των οικονομικών δεικτών των ξενοδοχείων, προκαλώντας αύξηση του ποσοστού ανεργίας και ανεπαρκής διαχείριση και πρόβλεψη των κινδύνων που κινητοποιούνται επειδή το προσωπικό δεν εκπαιδεύεται σε αυτόν τον τομέα. Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο αντίκτυπος λόγω της έλλειψης στρατηγικών πρόληψης κινδύνων είναι υψηλός, μια κατάσταση που προκαλεί σημαντικές απώλειες για τον ξενοδοχειακό τομέα και για την πόλη γενικότερα.

Η έρευνα των Milovanovic, Paunovic&Avramovski (2021) αποσκοπούσε να αναλύσει εάν και σε ποιο βαθμό τα ξενοδοχεία στη Δημοκρατία της Σερβίας αντιμετώπισαν δυσκολίες στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (SCM) λόγω της πανδημίας του ιού COVID-19, με ιδιαίτερη αναφορά στις δυσκολίες εισαγωγής τεχνολογιών πληροφοριών

και επικοινωνιών (ΤΠΕ) για το SCM. Η επειρική έρευνα διεξήχθη τον Μάιο του 2021 με τη συμμετοχή διευθυντών από 40 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που κατηγοριοποιούνται ως 4 και 5 αστέρων. Τα αποτελέσματα της μελέτης αποκαλύπτουν ότι η πλειοψηφία των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων αντιμετώπισαν δυσκολίες στο SCM και την εφαρμογή ICTs για SCM λόγω της πανδημίας, ενώ η ένταση των δυσκολιών δεν βρέθηκε να συσχετίζεται με το μέγεθος, την κατηγορία και τη σχέση του ξενοδοχείου.

Η έρευνα της Γαρυφάλλου (2021) είχε ως σκοπό την ανάλυση της επίδρασης των πανδημιών στις οικονομίες και πιο συγκεκριμένα στον τουρισμό και στον ξενοδοχειακό κλάδο της Ελλάδας. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 266 επιχειρήσεις του ξενοδοχειακού κλάδου ενώ το ερευνητικό εργαλείο ήταν το ερωτηματολόγιο. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό αρνητικά από την πανδημία του COVID-19. Οι επιχειρήσεις εκείνες που δραστηριοποιούνται στον χώρο περισσότερα χρόνια είναι πιο πιθανό να αντέξουν τις δυσκολίες που προκύπτουν από τις συνθήκες που κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν, ενώ ο φόβος και η οικονομική ανέχεια αποτελούν παράγοντες επηρεασμού όλων των μορφών τουρισμού. Η ερευνήτρια κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ίσως αρνητικές επιπτώσεις της πανδημίας του COVID-19 καταστούν μακροχρόνιες για τον ξενοδοχειακό κλάδο, γεγονός που σημαίνει πως η ελληνική κυβέρνηση και οι επαγγελματίες του κλάδου θα κληθούν από κοινού να βρουν λύσεις για την ανάκαμψη του κλάδου.

Η έρευνα της Κόντη (2021) αποσκοπούσε να διερευνήσει αν και σε τι βαθμό επηρεάστηκε το ξενοδοχειακό δυναμικό της Λακωνίας, κατά την τουριστική περίοδο του 2020 από την πανδημία COVID-19. Η πρωτογενής έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας, στηρίχθηκε σε δεδομένα που συλλέχθηκαν, μέσω ερωτηματολογίου, από ξενοδοχεία της Λακωνίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι υπήρχε επίπτωση από την πανδημία η οποία οδήγησε σε μείωση κρατήσεων, πληρότητας και σε κάποιες περιπτώσεις ακόμα και προσωπικού. Ωστόσο για το έτος 2021, οι συμμετέχοντες εμφανίστηκαν αισιόδοξοι και αρκετά ευχαριστημένοι με τη μέχρι τότε εικόνα που εμφάνισε η επισκεψιμότητα των τουριστών.

Η έρευνα του Μυοκί(2021) αποσκοπούσε στην αξιολόγηση των επιπτώσεων της νόσου COVID-19 στον κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας και στη δημιουργία επιλογών πολιτικής που θα πρέπει να υιοθετήσουν τα κράτη εταίροι της ΑΗΚ για την προστασία των παραγόντων του τομέα από διαταραχές της νόσου COVID-19 και μελλοντικές πανδημίες. Η έρευνα ανέπτυξε μια



προσέγγιση μικτών μεθόδων συλλογής δεδομένων, μια ποιοτική μέθοδο μέσω συζητήσεων με βασικούς πληροφοριοδότες της βιομηχανίας που προέρχονται από τη Γραμματεία της Κοινότητας Ανατολικής Αφρικής (EAC) και κορυφαίους τουριστικούς οργανισμούς, συμπεριλαμβανομένης της Πλατφόρμας Τουρισμού της Ανατολικής Αφρικής (EATP), της Ομοσπονδίας Τουρισμού της Κένυας (KTF), του Εθνικού Γραφείου Συνεδρίων της Κένυας (KNCB), του Τουριστικού Επιμελητηρίου της Ρουάντα (RCoT), της Ένωσης Τουρισμού της Ουγκάντα (UTA), της Συνομοσπονδίας Τουρισμού της Τανζανίας (TCT), της Ένωσης Γυναίκων στον Τουρισμό της Κένυας (KAWT), και Tour Operators Society of Kenya (TOSK), και μια ποσοτική μέθοδος με την οποία ένα δομημένο διαδικτυακό εργαλείο έρευνας χορηγήθηκε σε όλους τους βασικούς υποτομείς της βιομηχανίας τουρισμού και φιλοξενίας στην Κοινότητα της Ανατολικής Αφρικής. Συγκεντρώθηκαν περίπου 50 απαντήσεις. Τα διαδικτυακά ερωτηματολόγια αποσκοπούσαν στον προσδιορισμό του τρόπου με τον οποίο επηρεάστηκε ο τομέας σε μικροεπίπεδο. Η μελέτη εξέτασε βασικούς δείκτες προσφοράς και ζήτησης στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας, όπως: Αφίξεις τουριστών, τουριστικές εισπράξεις, συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ της ΑΗΚ και θέσεις εργασίας στον τουρισμό. Η μελέτη επικεντρώθηκε επίσης στην αποσαφήνιση του βαθμού στον οποίο οι μη δασμολογικοί φραγμοί που επιβλήθηκαν λόγω του COVID-19, ιδίως εκείνοι που σχετίζονται με μέτρα καταπολέμησης της εξάπλωσης του κορονοϊού, όπως τα τεστ COVID-19, ο περιορισμός των μετακινήσεων (lockdown), ο περιορισμός των ωρών λειτουργίας (απαγόρευση κυκλοφορίας) και η κοινωνική αποστασιοποίηση, μεταξύ άλλων, επηρέασαν τον τομέα. Επιπλέον, η μελέτη εξέτασε τα κίνητρα που παρείχαν οι διάφορες κυβερνήσεις με σκοπό να διαπιστωθεί πόσο κατάλληλα και επαρκή ήταν σε σχέση με τις αρνητικές επιπτώσεις της πανδημίας. Η έρευνα διεξήχθη μεταξύ Μαρτίου 2020 και Μαρτίου 2021.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το 48% των επιχειρήσεων έχασε το 75% των προβλεπόμενων εσόδων τους και το 38% μείωσε το προσωπικό κατά περισσότερο από 50%. Λόγω του γεγονότος ότι ο τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που παρέχουν τις περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης στις γυναίκες και τους νέους, οι επιπτώσεις της απώλειας θέσεων εργασίας στον τομέα του τουρισμού ήταν εκτεταμένες. Οι επιχειρήσεις στράφηκαν στον δανεισμό για να χρηματοδοτήσουν τις τρέχουσες δαπάνες τους, όπως το ενοίκιο και οι υπηρεσίες κοινής ωφέλειας, λόγω του μειωμένου λειτουργικού κεφαλαίου. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα, αν και εκτιμούν τα πακέτα κινήτρων που έθεσαν σε εφαρμογή οι κυβερνήσεις, συνιστούν συνεχή στήριξη του τομέα μέχρι να επιτευχθεί ανάκαμψη. Επισημαίνουν επίσης την ανάγκη για μια εναρμονισμένη προσέγγιση στην αντιμετώπιση της πανδημίας και στις προσπάθειες ανάκαμψης του τουρισμού. Επίσης διαπιστώθηκε ότι η πανδημία προκάλεσε μια σημαντική αλλαγή στα μοντέλα των τουριστικών επιχειρήσεων. Με περίπου το 26,5% να κλείνει τις επιχειρήσεις του, οι υπόλοιποι προσαρμόστηκαν στην κατάσταση με διάφορα μέσα, όπως η εργασία από το σπίτι, η εργασία των εργαζομένων σε βάρδιες και η υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών. Η αυξημένη χρήση καναλιών

συνομιλίας και τηλεδιάσκεψης, μεταξύ άλλων ψηφιακών τεχνολογιών, έχει καταστήσει τη φυσική παρουσία στο γραφείο λιγότερο απαραίτητη, με την πανδημία να ωθεί τις επιχειρήσεις να λειτουργούν από το σπίτι. Έτσι έγινε σαφές ότι οι διοικητικές και κανονιστικές απαιτήσεις δεν έχουν αναθεωρηθεί ώστε να αντικατοπτρίζουν τη νέα πραγματικότητα, επιδεινώνοντας περαιτέρω τις επιβαρύνσεις για τις τουριστικές επιχειρήσεις.

Η έρευνα του Maximilian (2021) είχε ως σκοπό της να προσδιορίσει πώς η πανδημία COVID-19 επηρέασε τα βιεννέζικα πολυτελή ξενοδοχεία, ποιες ήταν οι βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες στρατηγικές ανάκαμψης για την υπέρβαση της κρίσης και ποια διδάγματα αντλήθηκαν από αυτή την κατάσταση, τα οποία μπορεί να είναι επωφελή για το μέλλον. Οι λύσεις της έρευνας αποσκοπούν κυρίως στην υποστήριξη των γενικών διευθυντών πολυτελών ξενοδοχείων για τη διαχείριση των επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια μιας κρίσης. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας προέρχονται από πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές πληροφοριών. Για την πρωτογενή έρευνα, επιλέχθηκε μια ποιοτική προσέγγιση και πραγματοποιήθηκαν πέντε συνεντεύξεις με γενικούς διευθυντές βιεννέζικων πολυτελών ξενοδοχείων για τη λήψη λεπτομερών πληροφοριών σχετικά με τον αντίκτυπο της πανδημίας στον κλάδο. Προκειμένου να αποκτηθεί μια γενική εικόνα του θέματος και να αποκτηθούν κάποιες βασικές πληροφορίες, χρησιμοποιήθηκε βιβλιογραφία για δευτερογενή έρευνα. Από τα αποτελέσματα της έρευνας διαπιστώθηκε ότι τα ξενοδοχεία επηρεάστηκαν έντονα από την πανδημία. Λόγω των ταξιδιωτικών περιορισμών και των κλειστών συνόρων, ο κλάδος υπέφερε. Προκειμένου να ξεπεραστεί η κρίση, το κόστος επανεκτιμήθηκε και τέθηκε στο απολύτως ελάχιστο. Ωστόσο, κάθε κρίση είναι επίσης μια ευκαιρία, και τα ξενοδοχεία έπρεπε να προσαρμόσουν τις αγορές-στόχους τους με βάση τις χώρες, όπου οι άνθρωποι επιτρέπεται να ταξιδεύουν. Καθώς ο τουρισμός είναι πραγματικά ευαίσθητος σε θέματα που αφορούν την υγεία και την ασφάλεια, εφαρμόστηκαν πολυάριθμα μέτρα για την πρόληψη τυχόν λοιμώξεων από τον ιό. Αν και οι εμπειρίες στη διαχείριση κρίσεων μπορεί να είναι πολύτιμες για τη διαχείριση μελλοντικών κλυδωνισμών, κάθε κρίση είναι διαφορετική και, ως εκ τούτου, η προετοιμασία για κρίσεις είναι απλώς δυνατή σε κάποιο βαθμό.

Η έρευνα του Haddar (2021) είχε ως σκοπό να διερευνήσει τον αντίκτυπο της πανδημίας COVID-19 στον κλάδο της φιλοξενίας στο Μαρόκο και πώς οι διευθυντές και οι υπεύθυνοι λήψης αποφάσεων ήταν πρόθυμοι να την αντιμετωπίσουν. Ο πρωταρχικός στόχος αυτής της μελέτης είναι να κατανοήσει τις επιπτώσεις αυτής της κρίσης και να παράσχει συστάσεις σχετικά με βιώσιμες στρατηγικές λύσεις που πρέπει να εφαρμοστούν

στο Μαρόκο, δεδομένου ότι η κύρια πηγή εισοδήματος στο Μαρόκο είναι ο κλάδος της φιλοξενίας. Αυτή η μελέτη διεξήχθη στο Μαρόκο με ερωτηθέντες τους ιδιοκτήτες-διαχειριστές και τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων των ξενοδοχείων στο Μαρόκο. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι οι σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος της φιλοξενίας λόγω του COVID-19 είναι: ανησυχίες για την υγεία και την ασφάλεια, προκλήσεις στην προσέλκυση πελατών και ταξιδιωτικοί περιορισμοί. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, η ανώτατη διοίκηση των ξενοδοχείων προετοιμάζεται για μια περίοδο λειτουργίας μετά την πανδημία, παρέχοντας καινοτόμα νέα προϊόντα στους πελάτες, δίνοντας έμφαση στην ψηφιοποίηση και προσφέροντας μειωμένες τιμές για την προσέλκυση περισσότερων πελατών.

Η έρευνα της Ρεντζή (2021) διερεύνησε τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στην ξενοδοχειακή αγορά της Σαντορίνης και συγκεκριμένα τις αντιλήψεις των εργαζομένων ή/και επιχειρηματιών του ξενοδοχειακού τομέα, σχετικά με τις επιπτώσεις που ήδη παρουσιάστηκαν στα έσοδα, στον βαθμό απασχόλησης, στην εποχικότητα της ζήτησης, καταγράφηκαν οι εκτιμήσεις και προσδοκίες για το έτος 2021 σχετικά με τα έσοδα, τις κρατήσεις αλλά και τις απαιτήσεις/ανάγκες/επιθυμίες των τουριστών και τον προσδιορισμό των πλέον κατάλληλων πολιτικών και δράσεων από την πλευρά των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων του προορισμού για τη βελτίωση της υπάρχουσας κατάστασης. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η πανδημία επηρέασε σε μεγάλο βαθμό την οικονομική κατάσταση των ξενοδοχείων και λειτούργησε αρνητικά και στην οικονομία της τοπικής κοινωνίας. Επίσης, από την έρευνα προκύπτουν ενδείξεις για μια αλλαγή στις ανάγκες των τουριστών και μια συγκρατημένη αύξηση των κρατήσεων σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2020), το οποίο επίσης καθορίστηκε σημαντικά από την πανδημία.

Η έρευνα του Polemi (2020) διερεύνησε τον αντίκτυπο του εθνικού lockdown που υιοθέτησε η ιταλική κυβέρνηση στην απόδοση των ξενοδοχείων εξαιτίας της πανδημίας COVID-19. Για το σκοπό αυτό, χρησιμοποιείται μια μεθοδολογία διαφοράς στις διαφορές (DID) για τη σύγκριση των επιδόσεων του ξενοδοχειακού κλάδου στην Ιταλία και την Τουρκία κατά την περίοδο μετά την πανδημία. Τα εμπειρικά ευρήματα που βασίζονται σε ένα καθημερινό μη ισορροπημένο σύνολο δεδομένων δείχνουν ότι το εθνικό lockdown που υιοθέτησε η ιταλική κυβέρνηση για την αναχαίτιση της εξάπλωσης του COVID-19 μετρίασε το επίπεδο απόδοσης των ξενοδοχείων κατά 68% κατά μέσο όρο.

Η έρευνα των Soehardi & Tyas (2020) είχε ως στόχο να προσδιοριστεί η επίδραση της πανδημίας COVID-19 στα ποσοστά πληρότητας των ξενοδοχείων, στα έσοδα από φόρους ξενοδοχείων και στους υπαλλήλους ξενοδοχείων στην Τζακάρτα της Ινδονησίας. Το δείγμα της έρευνας αποτελούνταν από 98 ξενοδοχοϋπαλλήλους, που ταξίδευαν και περιηγούνταν στην Τζακάρτα της Ινδονησίας. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η πανδημία επηρέασε σημαντικά τη μείωση των ξενοδοχοϋπαλλήλων μεταξύ 30% και 40%, τη μείωση των ξένων τουριστών στην Τζακάρτα το 2020 κατά 63,51% σε σύγκριση με το 2019, τη μείωση των τοπικών τουριστών στην Τζακάρτα το 2020 κατά 49,99% σε σύγκριση με το 2019 και το ποσοστό πληρότητας δωματίων των ξενοδοχείων κατηγορίας αστέρων στην Τζακάρτα το 2020 μειώθηκε κατά 54,68% σε σύγκριση με το 2019. Επίσης διαπιστώθηκε ότι επηρεάστηκε σημαντικά η μείωση των εσόδων από φόρους ξενοδοχείων στην Τζακάρτα το 2020 κατά 78,35% σε σύγκριση με το 2019 ενώ η μείωση των ποσοστών πληρότητας των ξενοδοχείων το 2020 έχει επίδραση μεταξύ 30% και 40% στη μείωση του αριθμού των εργαζομένων που εργάζονται σε ξενοδοχεία με αστέρια στην Τζακάρτα.

## **2 ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

### **2.1 Σκοπός της έρευνας**

Όταν η πανδημία COVID-19 το 2020 εξαπλώθηκε σε όλον τον κόσμο, οι κυβερνήσεις των χωρών για να την αντιμετωπίσουν αναγκάστηκαν και έλαβαν μέτρα, όπως η αναστολή της λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων και των επιχειρήσεων του ξενοδοχειακού τομέα. Τον Ιούνιο του ίδιου έτους αν και πολλά από τα ξενοδοχεία δεν άνοιξαν, τα υπόλοιπα πραγματοποίησαν επανέναρξη της λειτουργίας τους, με την προϋπόθεση της τήρησης υγειονομικών πρωτοκόλλων, που πιστοποιούσαν τη διασφάλιση μέτρων πρόληψης κατά του COVID-19. Έτσι, όλος ο ξενοδοχειακός τομέας αντιμετώπισε σοβαρές πιέσεις στις ταμειακές του ροές και οι προκλήσεις συνεχίστηκαν και τον επόμενο χρόνο. Ο σκοπός για τον οποίο πραγματοποιείται αυτή η έρευνα είναι να διερευνηθεί ο βαθμός επίδρασης της πανδημίας COVID-19 στον ξενοδοχειακό τομέα της Ελλάδας.

### **2.2 Ερευνητικά ερωτήματα**

Από τον παραπάνω σκοπό της διπλωματικής εργασίας προκύπτουν τα εξής ερευνητικά ερωτήματα:

1. Ποιες ήταν οι οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ελληνικό ξενοδοχειακό κλάδο;
2. Ποιες είναι οι απόψεις των απασχολουμένων στον ξενοδοχειακό τομέα σχετικά με την τουριστική περίοδο 2022-2023 σε σχέση με την τουριστική περίοδο της πανδημίας COVID-19;
3. Πώς συσχετίζονται οι δημογραφικοί παράγοντες με τις επιπτώσεις της πανδημίας και την τουριστική περίοδο 2022-2023;

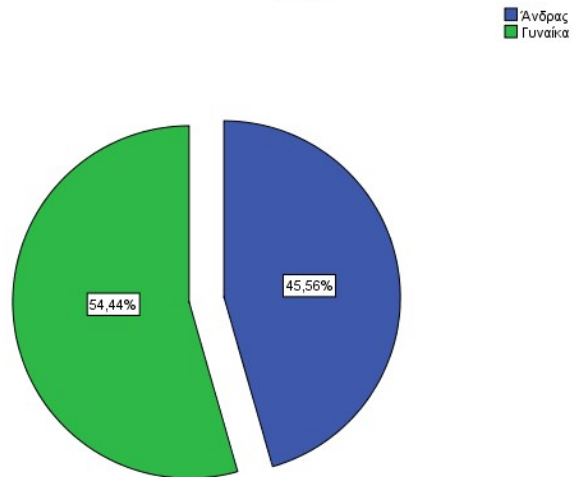
### 2.3 Το δείγμα της έρευνας

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 90 άτομα, τα οποία είτε είναι ιδιοκτήτες είτε απασχολούνται στον ξενοδοχειακό τομέα (Πίνακας 2). Από το δείγμα, οι 49 (54,4%) ήταν γυναίκες και οι 41 (45,6%) ήταν άνδρες. Αναφορικά με την ηλικία, η πλειοψηφία των ατόμων ανήκει στις ηλικιακές ομάδες 26-34 ετών (36,7%) και 35-50 ετών (33,3%), με τις ηλικιακές ομάδες 18-25 ετών (15,6%) και 51 ετών και άνω (14,4%) να αποτελούν μικρότερο μέρος του δείγματος. Τέλος, όσον αφορά τη θέση εργασίας, το 50 % των συμμετεχόντων ήταν ιδιοκτήτες και το 50% ήταν υπάλληλοι.

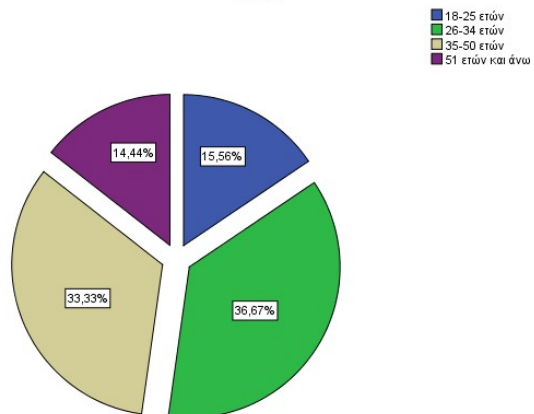
**Πίνακας 2.3.2: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων στην έρευνα**

|                                       |                 | <i>Συχνότητες<br/>(N=90)</i> | <i>Ποσοστά<br/>(%)</i> |
|---------------------------------------|-----------------|------------------------------|------------------------|
| <b>Φύλο</b>                           | Άνδρας          | 41                           | 45,6%                  |
|                                       | Γυναίκα         | 49                           | 54,4%                  |
| <b>Ηλικία</b>                         | 18-25 ετών      | 14                           | 15,6%                  |
|                                       | 26-34 ετών      | 33                           | 36,7%                  |
|                                       | 35-50 ετών      | 30                           | 33,3%                  |
|                                       | 51 ετών και άνω | 13                           | 14,4%                  |
| <b>Ποια είναι η θέση εργασίας σας</b> | Ιδιοκτήτης      | 45                           | 50,0%                  |
|                                       | Υπάλληλος       | 45                           | 50,0%                  |

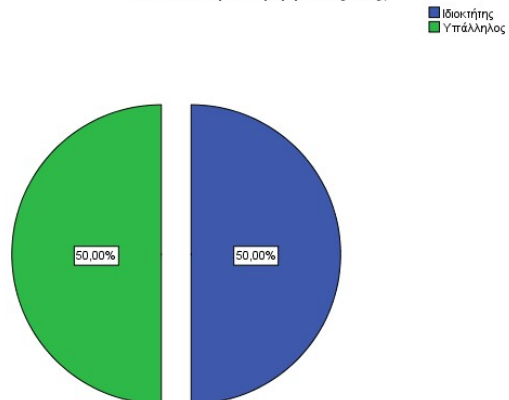
### Φύλο



### Ηλικία

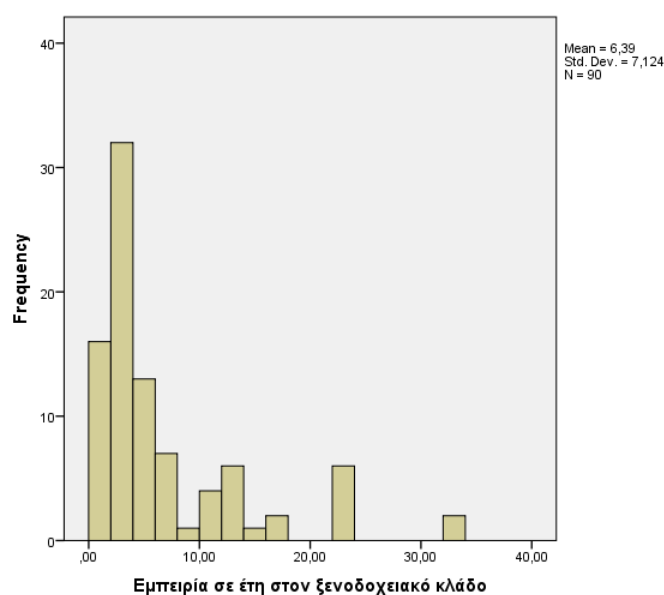


### Ποια είναι η θέση εργασίας σας;



**Πίνακας 2.3.3: Περιγραφικά μέτρα της εμπειρίας σε έτη στον ξενοδοχειακό κλάδο**

|   | N     | Ελάχ. | Μέγ.  | M.O  | T.A  |
|---|-------|-------|-------|------|------|
| Εμπειρία σε έτη στον ξενοδοχειακό κλάδο | 90,00 | 1,00  | 33,00 | 6,39 | 7,12 |



Αναφορικά με τα έτη εμπειρία στον ξενοδοχειακό κλάδο, η μέση τιμή της εμπειρίας είναι 6,39 έτη με τυπική απόκλιση 7,12 έτη. Ο ελάχιστος χρόνος εμπειρίας είναι 1 έτος, ενώ το μέγιστο φτάνει τα 33 έτη, δείχνοντας την ποικιλομορφία σε επίπεδο εμπειρίας των συμμετεχόντων.

## **2.4 Το ερευνητικό εργαλείο**

Το ερευνητικό εργαλείο είναι το ερωτηματολόγιο, το οποίο συντάχθηκε για τις ανάγκες της παρούσας διπλωματικής εργασίας και παρατίθεται στο Παράρτημα. Βασίστηκε στο ερωτηματολόγιο της διπλωματικής εργασίας της Νέλλα Αθηνάς (2021).



Αποτελείται από είκοσι τρεις (23) ερωτήσεις κλειστού τύπου και είναι διαρθρωμένο σε τέσσερις (4), οι οποίες διερευνούν τα τιθέμενα ερευνητικά ερωτήματα. Στο πρώτο μέρος (ερωτήσεις 1 έως και 4) διερευνώνται τα δημογραφικά στοιχεία των συμμετεχόντων στην έρευνα και συγκεκριμένα το φύλο, η ηλικία, η θέση εργασίας τους και τα έτη εμπειρίας που έχουν στον ξενοδοχειακό κλάδο. Στο δεύτερο μέρος (ερωτήσεις 5 έως και 10) διερευνούν την τρέχουσα κατάσταση του ξενοδοχείου των συμμετεχόντων στην έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, διερευνώνται η κατηγορία του ξενοδοχείου, εάν η λειτουργία του είναι συνεχής ή εποχική, η τοποθεσία στην οποία λειτουργεί, τα άτομα που απασχολεί, εάν λειτούργησε ή ανέστειλε τη λειτουργία του κατά την περίοδο της πανδημίας και τέλος εάν κατά την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας έχει επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική λειτουργία του ή εάν λειτουργεί περιορισμένα.

Στο τρίτο μέρος (ερωτήσεις 11 έως και 21) διερευνώνται οι απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με το ποιες είναι οι οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα. Πιο συγκεκριμένα, διερευνάται εάν μέχρι την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας η πανδημία έχει επηρεάσει σημαντικά τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου, εάν υπήρξε αύξηση της τιμής των υπηρεσιών εξαιτίας της πανδημίας και ποιοι παράγοντες συνέβαλαν σε αυτή την αύξηση ή μείωση της τιμής των υπηρεσιών, ποια είναι η εκτίμησή τους για τη μείωση των συνολικών εσόδων του ξενοδοχείου κατά το 2020 σε σχέση με το 2019, εάν η πανδημία επηρέασε και κατά πόσο τον αριθμό των απασχολούμενων στο ξενοδοχείο, εάν υπήρξε μείωση διανυκτερεύσεων το 2020 και ποιόν μήνα περισσότερο, ποιος ο βαθμός μείωσης των Ελλήνων και ξένων επισκεπτών και σε τι βαθμό προσαρμόστηκαν οι ενέργειες μάρκετινγκ στα δεδομένα της πανδημίας.

Στο τέταρτο μέρος (ερωτήσεις 22 και 23) διερευνώνται οι εκτιμήσεις που έχουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα για την τρέχουσα τουριστική περίοδο. Πιο συγκεκριμένα, διερευνάται ποιες είναι οι τρέχουσες κρατήσεις του ξενοδοχείου σε σχέση με την χρονική περίοδο 2020-2021 και ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που εκτιμάνε οι συμμετέχοντες στην έρευνα ότι πλέον οι τουρίστες αποδίδουν, όπως η ασφάλεια, η καθαριότητα, η σχέση ποιότητας και τιμής, η πολυτέλεια, η ευελιξία ως προς τις κρατήσεις, οι εκπτώσεις και η άνεση που παρέχονται από το ξενοδοχείο.

## **2.5 Συλλογή και ανάλυση δεδομένων**

Οι πληροφορίες συγκεντρώθηκαν με τη χρήση του ερωτηματολογίου, το οποίο μοιράστηκε μέσω της εφαρμογής Googleforms, από τις 22 Απριλίου έως τις 31 Μαΐου του 2024. Για τους σκοπούς της συλλογής δεδομένων χρησιμοποιήθηκε δειγματοληψία ευκολίας. Όσον αφορά τους κανονισμούς προστασίας προσωπικών δεδομένων, τηρήθηκαν πλήρως. Επειδή δεν περιλάμβανε προσωπικές ερωτήσεις, το ερωτηματολόγιο διατήρησε το απόρρητο της ταυτότητας των συμμετεχόντων. Δεν υπάρχουν προσωπικές πληροφορίες που μπορεί να χρησιμοποιηθούν για την ταυτοποίησή των όσων συμμετείχαν στην έρευνα. Εκτός από αυτό, δεν είναι δυνατή η καταγραφή των διευθύνσεων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όταν πρόκειται για τη συμπλήρωση ερωτηματολογίων.

Για την συλλογή των δεδομένων έγινε χρήση του στατιστικού πακέτου spss 20.0 ενώ για την ανάλυση των αποτελεσμάτων έγινε περιγραφική ανάλυση συχνοτήτων και μέτρων κεντρικής θέσης/διασποράς.

### 3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

#### 3.1 Τρέχουσα κατάσταση ξενοδοχείου

**Πίνακας 3.1.4: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για τη τρέχουσα κατάσταση των ξενοδοχείων**

|  |  | Συχνότητα | Ποσοστά |
|--|--|-----------|---------|
| Κατηγορία ξενοδοχείου  | 1 αστέρων  | 0         | 0,0%    |
|  | 2 αστέρων  | 31        | 34,4%   |
|  | 3 αστέρων  | 22        | 24,4%   |
|  | 4 αστέρων  | 31        | 34,4%   |
|  | 5 αστέρων  | 6         | 6,7%    |
| Λειτουργία ξενοδοχείου   | Συνεχής  | 45        | 50,0%   |
|  | Εποχική  | 45        | 50,0%   |
| Πού βρίσκεται η ξενοδοχειακή μονάδα όπου εργάζεστε ή είστε ιδιοκτήτης;                   | Νησί του Ιονίου                                      | 13        | 14,4%   |
|  | Στην Ήπειρο  | 23        | 25,6%   |
|  | Σε νησί του Αιγαίου                                  | 17        | 18,9%   |
|  | Στην Κρήτη   | 7         | 7,8%    |
|  | Στο νομό Αττικής                                     | 12        | 13,3%   |
|  | Στη βόρεια Ελλάδα                                    | 9         | 10,0%   |
|  | Σε άλλο μέρος της Ελλάδας                            | 9         | 10,0%   |
| Πόσα άτομα απασχολεί η ξενοδοχειακή μονάδα σήμερα;                                       | 1-5 άτομα  | 16        | 17,8%   |
|  | 6-10 άτομα   | 31        | 34,4%   |
|  | 11-20 άτομα  | 30        | 33,3%   |
|  | 21-50 άτομα  | 6         | 6,7%    |
|  | 51-100 άτομα   | 5         | 5,6%    |
|  | 101-250 άτομα  | 2         | 2,2%    |
|  | 251 άτομα και πάνω                                   | 0         | 0,0%    |
| Το ξενοδοχείο λειτούργησε κατά την διάρκεια της πανδημίας ή ανέστειλε τη λειτουργία του; | Το ξενοδοχείο λειτούργησε                            | 0         | 0,0%    |
|  | Το ξενοδοχείο ανέστειλε τη λειτουργία του            | 90        | 100,0%  |
| Ποια είναι η τρέχουσα κατάσταση του ξενοδοχείου;   | Έχει επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική λειτουργία του | 90        | 100,0%  |

|   |      |
|---|------|
| Λειτουργεί περιορισμένα 0<br>(π.χ. με μειωμένο αριθμό<br>υπαλλήλων) | 0,0% |
|---|------|

Με βάση τον πίνακα 3.1.1., τα δεδομένα αφορούν την κατάσταση των ξενοδοχείων σε διάφορες κατηγορίες και τοποθεσίες στην Ελλάδα. Τα ξενοδοχεία 2 και 4 αστέρων αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό, με 34,4% το καθένα, ενώ τα ξενοδοχεία 5 αστέρων είναι μόλις 6,7%. Όσον αφορά τη λειτουργία, υπάρχει ισοκατανομή μεταξύ συνεχούς και εποχικής λειτουργίας, με 50% το καθένα. Οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες βρίσκονται στην Ήπειρο (25,6%), ενώ άλλες σημαντικές τοποθεσίες περιλαμβάνουν τα νησιά του Ιονίου (14,4%) και το Αιγαίο (18,9%). Οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες απασχολούν 6-10 άτομα (34,4%) και 11-20 άτομα (33,3%), ενώ μεγαλύτερες μονάδες με πάνω από 51 άτομα προσωπικό είναι σπάνιες. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όλα τα ξενοδοχεία ανέστειλαν τη λειτουργία τους, αλλά έχουν επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική τους λειτουργία.

### **3.2 Οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα**

**Πίνακας 3.2.5: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα**

|   |           | Συχνότητες | Ποσοστά |
|---|-----------|------------|---------|
| Μέχρι και σήμερα η πανδημία COVID-19 έχει επηρεάσει σημαντικά τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου όπου εργάζομαι; | Καθόλου   | 35         | 38,9%   |
|   | Λίγο      | 17         | 18,9%   |
|   | Αρκετά    | 12         | 13,3%   |
|   | Πολύ      | 13         | 14,4%   |
|   | Πάρα πολύ | 13         | 14,4%   |
| Υπήρξε αύξηση της τιμής των δωματίων εξαιτίας της πανδημίας;  | Καθόλου   | 35         | 38,9%   |
|   | Λίγο      | 14         | 15,6%   |
|   | Αρκετά    | 11         | 12,2%   |
|   | Πολύ      | 17         | 18,9%   |

|  |   |           |       |       |
|--|---|-----------|-------|-------|
| Σε ποιο βαθμό επέδρασαν οι παρακάτω παράγοντες για την αύξηση της τιμής των δωματίων | Εφαρμογή επιπρόσθετων γειονομικών πρωτοκόλλων | Πάρα πολύ | 13    | 14,4% |
|  |   | Καθόλου   | 10    | 26,3% |
|  |   | Λίγο      | 5     | 13,2% |
|  |   | Αρκετά    | 5     | 13,2% |
|  |   | Πολύ      | 8     | 21,1% |
|  | Εφαρμογή επιπρόσθετων γειονομικών πρωτοκόλλων | Πάρα πολύ | 10    | 26,3% |
|  | Καθόλου                                       | 10        | 26,3% |       |
|  | Λίγο  | 5         | 13,2% |       |
|  | Αρκετά  | 5         | 13,2% |       |
|  | Πολύ  | 8         | 21,1% |       |
| Μικρότερος αριθμός τουριστών   | Πάρα πολύ                                     | 10        | 26,3% |       |
|  | Καθόλου                                       | 21        | 58,3% |       |
|  | Λίγο  | 3         | 8,3%  |       |
|  | Αρκετά  | 2         | 5,6%  |       |
|  | Πολύ  | 5         | 13,9% |       |
| Αύξηση ανταγωνισμού  | Πάρα πολύ                                     | 5         | 13,9% |       |
|  | Καθόλου                                       | 7         | 20,0% |       |
|  | Λίγο  | 3         | 8,6%  |       |
|  | Αρκετά  | 8         | 22,9% |       |
|  | Πολύ  | 8         | 22,9% |       |
| Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης προμηθευτών (touroperator)                          | Πάρα πολύ                                     | 9         | 25,7% |       |
|  | Καθόλου                                       | 11        | 31,4% |       |
|  | Λίγο  | 1         | 2,9%  |       |
|  | Αρκετά  | 7         | 20,0% |       |
|  | Πολύ  | 9         | 25,7% |       |
| Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης πελατών   | Πάρα πολύ                                     | 7         | 20,0% |       |
|  | Καθόλου                                       | 12        | 34,3% |       |
|  | Λίγο  | 6         | 17,1% |       |
|  | Αρκετά  | 5         | 14,3% |       |
|  | Πολύ  | 7         | 20,0% |       |

|  |           |    |       |
|--|-----------|----|-------|
|  | Πάρα πολύ | 5  | 14,3% |
| Υιοθέτηση πολιτικής προσφορών για την αύξηση εσόδων και κάλυψη κόστους λειτουργίας | Καθόλου   | 13 | 37,1% |
|  | Λίγο      | 6  | 17,1% |
|  | Αρκετά    | 5  | 14,3% |
|  | Πολύ      | 7  | 20,0% |
|  | Πάρα πολύ | 4  | 11,4% |

Με βάση τον πίνακα 3.2.1., παρατηρείται ότι η πανδημία COVID-19 επηρέασε σημαντικά τη διάρκεια λειτουργίας των ξενοδοχείων, με το 38,9% να δηλώνει ότι δεν επηρεάστηκε καθόλου, ενώ το υπόλοιπο 61,1% παραδέχτηκε ότι υπήρξε κάποιος βαθμός επιρροής, από λίγο έως πάρα πολύ. Σχετικά με την αύξηση των τιμών των δωματίων λόγω της πανδημίας, το 38,9% ανέφερε ότι δεν υπήρξε καμία αύξηση, ενώ το υπόλοιπο 61,1% ανέφερε διάφορους βαθμούς αύξησης. Οι επιπρόσθετοι υγειονομικοί κανόνες επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την αύξηση των τιμών για το 47,4% των ξενοδοχείων, ενώ το 26,4% ανέφερε ότι δεν επηρέασαν καθόλου. Ο μειωμένος αριθμός τουριστών δεν επηρέασε καθόλου τις τιμές για το 58,3%, ενώ το 41,7% παρατήρησε κάποια επίδραση. Η αύξηση του ανταγωνισμού ήταν σημαντικός παράγοντας για τη μείωση των τιμών για το 71,4% των ξενοδοχείων. Η αύξηση της διαπραγματευτικής δύναμης των προμηθευτών και των πελατών επηρέασε τις τιμές για το 68,6% και το 65,7% αντίστοιχα. Η υιοθέτηση πολιτικής προσφορών για την κάλυψη του λειτουργικού κόστους ήταν ένας παράγοντας για το 62,9% των ξενοδοχείων.

**Πίνακας 3.2.6: Συχνότητες και ποσοστά των απόψεων των συμμετεχόντων για οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα**

|   |                          | Συχνότητες | Ποσοστά |
|---|--------------------------|------------|---------|
| Σε ποιο βαθμό εκτιμάτε ότι η πανδημία μείωσε τα συνολικά έσοδα του ξενοδοχείου κατά το 2020, σε σχέση με το 2019; | Δεν υπήρξε μεταβολή      | 35         | 38,9%   |
|   | Μείωση μικρότερη από 20% | 14         | 15,6%   |
|   | Μείωση κατά 20%-40%      | 12         | 13,3%   |
|   | Μείωση κατά 40%-60%      | 17         | 18,9%   |

|   |   |                     |       |
|---|---|---------------------|-------|
|   | Μείωση μεγαλύτερη από 60%   | 12                  | 13,3% |
| Η πανδημία επηρέασε τον αριθμό των απασχολουμένων στο ξενοδοχείο το 2020 σε σχέση με το 2019; | Ναι, απασχολήθηκαν πολύ λιγότερα άτομα  | 37                  | 41,1% |
|   | Ναι, αλλά έγιναν οι ελάχιστες δυνατές μειώσεις στον αριθμό απασχολουμένων   | 18                  | 20,0% |
|   | Όχι, δεν υπήρξε μεταβολή στον αριθμό απασχολουμένων   | 23                  | 25,6% |
|   | αλλά έγινε μεταβολή στους όρους απασχόλησης   |                     |       |
|   | Όχι, δεν υπήρξε μεταβολή στον αριθμό απασχολουμένων ούτε έγινε μεταβολή στους όρους απασχόλησης   | 12                  | 13,3% |
|   | Σε περίπτωση που πραγματοποιήθηκε μείωση στον αριθμό των εργαζομένων στο ξενοδοχείο κατά το 2020 σε σχέση με το 2019, το εκτιμώμενο ποσοστό μείωσης ήταν: | Δεν υπήρξε μεταβολή | 28    |
|   | Μείωση μικρότερη από 20%  | 8                   | 8,9%  |
|   | Μείωση κατά 20%-40%   | 18                  | 20,0% |
|   | Μείωση κατά 40%-60%   | 6                   | 6,7%  |
|   | Μείωση μεγαλύτερη από 60%   | 20                  | 22,2% |
|   | Δεν υπήρξε μείωση   | 10                  | 11,1% |
|   | Καθόλου   | 35                  | 38,9% |
| Ιανουάριος - Μάρτιος  |   |                     |       |
| Πόσο παρουσιάστηκε μείωση διαυκτερέυσεων  | Λίγο  | 13                  | 14,4% |
|   | Αρκετά  | 11                  | 12,2% |
|   | Πολύ  | 18                  | 20,0% |

κατά το 2020 σε κάθε μια από τις κατωτέρω περιόδους λειτουργίας του ξενοδοχείου

|  |           |    |       |
|--|-----------|----|-------|
|  | Πάρα πολύ | 13 | 14,4% |
| Απρίλιος - Μάιος   | Καθόλου   | 32 | 35,6% |
|  | Λίγο      | 10 | 11,1% |
|  | Αρκετά    | 13 | 14,4% |
|  | Πολύ      | 20 | 22,2% |
|  | Πάρα πολύ | 15 | 16,7% |
| Ιούνιος - Ιούλιος  | Καθόλου   | 34 | 37,8% |
|  | Λίγο      | 8  | 8,9%  |
|  | Αρκετά    | 14 | 15,6% |
|  | Πολύ      | 20 | 22,2% |
|  | Πάρα πολύ | 14 | 15,6% |
| Αύγουστος  | Καθόλου   | 31 | 34,4% |
|  | Λίγο      | 8  | 8,9%  |
|  | Αρκετά    | 14 | 15,6% |
|  | Πολύ      | 23 | 25,6% |
|  | Πάρα πολύ | 14 | 15,6% |
| Σεπτέμβριος - Οκτώβριος  | Καθόλου   | 40 | 44,4% |
|  | Λίγο      | 15 | 16,7% |
|  | Αρκετά    | 14 | 15,6% |
|  | Πολύ      | 12 | 13,3% |
|  | Πάρα πολύ | 9  | 10,0% |
| Νοέμβριος - Δεκέμβριος   | Καθόλου   | 33 | 36,7% |
|  | Λίγο      | 14 | 15,6% |
|  | Αρκετά    | 11 | 12,2% |
|  | Πολύ      | 17 | 18,9% |
|  | Πάρα πολύ | 15 | 16,7% |
| Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των Ελλήνων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας; | Καθόλου   | 33 | 36,7% |
|  | Λίγο      | 12 | 13,3% |
|  | Αρκετά    | 11 | 12,2% |
|  | Πολύ      | 19 | 21,1% |



|  |           |    |       |
|--|-----------|----|-------|
|  | Πάρα πολύ | 15 | 16,7% |
| Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των ξένων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας; | Καθόλου   | 33 | 36,7% |
|  | Λίγο      | 11 | 12,2% |
|  | Αρκετά    | 12 | 13,3% |
|  | Πολύ      | 19 | 21,1% |
|  | Πάρα πολύ | 15 | 16,7% |
| Σε τι βαθμό προσαρμόστηκαν οι ενέργειες μάρκετινγκ στα δεδομένα της πανδημίας;                 | Καθόλου   | 31 | 34,4% |
|  | Λίγο      | 11 | 12,2% |
|  | Αρκετά    | 12 | 13,3% |
|  | Πολύ      | 21 | 23,3% |
|  | Πάρα πολύ | 15 | 16,7% |

Με βάση τον πίνακα 3.2.2., διαπιστώνεται ότι η πανδημία COVID-19 επηρέασε σημαντικά τα έσοδα των ξενοδοχείων το 2020 σε σύγκριση με το 2019, με το 38,9% να μην παρατηρεί μεταβολή, ενώ το υπόλοιπο 61,1% ανέφερε διάφορες μειώσεις, με τις πιο σημαντικές να είναι μειώσεις άνω του 40% (32,2%). Σχετικά με την απασχόληση, το 41,1% των ξενοδοχείων απασχόλησε πολύ λιγότερο προσωπικό, ενώ το 25,6% ανέφερε μεταβολές στους όρους απασχόλησης χωρίς να αλλάξει ο αριθμός των απασχολουμένων. Όσον αφορά την ποσοστιαία μείωση του προσωπικού, το 31,1% των ξενοδοχείων δεν υπήρξε καμία αλλαγή, ενώ το 22,2% ανέφερε μείωση μεγαλύτερη από 60%.

Οι διανυκτερεύσεις μειώθηκαν κυρίως τους μήνες Απρίλιο-Μάιο (57,8% σημείωσε κάποια μείωση) και Ιούνιο-Ιούλιο (62,2% σημείωσε κάποια μείωση), ενώ τον Σεπτέμβριο-Οκτώβριο το 44,4% των ξενοδοχείων δεν παρατήρησε μείωση. Η μείωση των Ελλήνων επισκεπτών επηρέασε αρκετά το 37,8% των ξενοδοχείων, ενώ η μείωση των ξένων επισκεπτών ήταν σημαντική για το 37,8%. Τέλος, οι ενέργειες μάρκετινγκ προσαρμόστηκαν πολύ ή πάρα πολύ στα δεδομένα της πανδημίας για το 40% των ξενοδοχείων.

### **3.3 Εκτιμήσεις για την τρέχουσα τουριστική περίοδο**

**Πίνακας 3.3.7: Συχνότητες και ποσοστά των εκτιμήσεων των συμμετεχόντων για την τρέχουσα τουριστική περίοδο**

|  |                                 | Συχνότητες | Ποσοστά |
|--|---------------------------------|------------|---------|
| Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των Ελλήνων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας; | Καθόλου                         | 33         | 36,7%   |
|  | Λίγο                            | 12         | 13,3%   |
|  | Αρκετά                          | 11         | 12,2%   |
|  | Πολύ                            | 19         | 21,1%   |
| Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των ξένων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας;   | Καθόλου                         | 33         | 36,7%   |
|  | Λίγο                            | 11         | 12,2%   |
|  | Αρκετά                          | 12         | 13,3%   |
|  | Πολύ                            | 19         | 21,1%   |
| Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των ξένων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας;   | Καθόλου                         | 33         | 36,7%   |
|  | Λίγο                            | 11         | 12,2%   |
|  | Αρκετά                          | 12         | 13,3%   |
|  | Πολύ                            | 19         | 21,1%   |
| Σε τι βαθμό προσαρμόστηκαν οι ενέργειες μάρκετινγκ στα δεδομένα της πανδημίας;                   | Καθόλου                         | 31         | 34,4%   |
|  | Λίγο                            | 11         | 12,2%   |
|  | Αρκετά                          | 12         | 13,3%   |
|  | Πολύ                            | 21         | 23,3%   |
| Σε σχέση με την χρονική περίοδο 2020-2021, οι κρατήσεις του ξενοδοχείου σας το 2022 ήταν:        | Καθόλου                         | 37         | 41,1%   |
|  | Στο ίδιο επίπεδο                |            |         |
|  | Σε οριακά χαμηλότερο επίπεδο    | 16         | 17,8%   |
|  | Σε οριακά υψηλότερο επίπεδο     | 13         | 14,4%   |
|  | Σε σημαντικά χαμηλότερο επίπεδο | 13         | 14,4%   |
|  | Σε σημαντικά υψηλότερο επίπεδο  | 11         | 12,2%   |
| Ασφάλεια   | Καθόλου                         | 38         | 42,2%   |
|  | Λίγο                            | 17         | 18,9%   |
|  | Αρκετά                          | 9          | 10,0%   |

|  |                         |                                |           |       |       |
|--|-------------------------|--------------------------------|-----------|-------|-------|
|  |                         | Πολύ                           | 15        | 16,7% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 11        | 12,2% |       |
|  | Καθαριότητα             | Καθόλου                        | 32        | 35,6% |       |
|  |                         | Λίγο                           | 8         | 8,9%  |       |
|  |                         | Αρκετά                         | 13        | 14,4% |       |
|  |                         | Πολύ                           | 21        | 23,3% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 16        | 17,8% |       |
|  | Σχέση ποιότητας - τιμής | Καθόλου                        | 32        | 35,6% |       |
|  |                         | Λίγο                           | 8         | 8,9%  |       |
|  |                         | Αρκετά                         | 13        | 14,4% |       |
|  |                         | Πολύ                           | 21        | 23,3% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 16        | 17,8% |       |
| Σημασία που εκτιμάται ότι αποδίδουν τουρίστες παράγοντες | Πολυτέλεια              | Καθόλου                        | 28        | 31,1% |       |
|  |                         | Λίγο                           | 8         | 8,9%  |       |
|  |                         | Αρκετά                         | 13        | 14,4% |       |
|  |                         | Πολύ                           | 25        | 27,8% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 16        | 17,8% |       |
|  |                         | Ευελιξία ως προς τις κρατήσεις | Καθόλου   | 36    | 40,0% |
|  |                         |                                | Λίγο      | 15    | 16,7% |
|  |                         |                                | Αρκετά    | 15    | 16,7% |
|  |                         |                                | Πολύ      | 13    | 14,4% |
|  |                         |                                | Πάρα πολύ | 11    | 12,2% |
|  | Εκπτώσεις               | Καθόλου                        | 33        | 36,7% |       |
|  |                         | Λίγο                           | 14        | 15,6% |       |
|  |                         | Αρκετά                         | 11        | 12,2% |       |
|  |                         | Πολύ                           | 17        | 18,9% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 15        | 16,7% |       |
|  | Άνεση                   | Καθόλου                        | 33        | 36,7% |       |
|  |                         | Λίγο                           | 12        | 13,3% |       |
|  |                         | Αρκετά                         | 11        | 12,2% |       |
|  |                         | Πολύ                           | 19        | 21,1% |       |
|  |                         | Πάρα πολύ                      | 15        | 16,7% |       |

Με βάση τον πίνακα 3.3.1., διαπιστώνεται ότι η πανδημία COVID-19 είχε σημαντική επίδραση στη μείωση του αριθμού των επισκεπτών στα ξενοδοχεία, τόσο από Έλληνες όσο και από ξένους επισκέπτες. Συγκεκριμένα, το 36,7% των ξενοδοχείων δεν παρατήρησε μείωση στους Έλληνες επισκέπτες, ενώ το υπόλοιπο 63,3% ανέφερε μείωση σε διάφορους βαθμούς. Παρόμοια εικόνα παρουσιάζεται και για τους ξένους επισκέπτες,

με το 36,7% να μην παρατηρεί μείωση και το 63,3% να αναφέρει μείωση σε διάφορους βαθμούς.

Οι ενέργειες μάρκετινγκ προσαρμόστηκαν στα δεδομένα της πανδημίας, με το 34,4% να μην κάνει καθόλου προσαρμογές, ενώ το 65,6% προχώρησε σε κάποιες αλλαγές. Όσον αφορά τις κρατήσεις το 2022 σε σχέση με την περίοδο 2020-2021, το 41,1% των ξενοδοχείων ανέφερε ότι οι κρατήσεις ήταν στο ίδιο επίπεδο, ενώ το υπόλοιπο 58,9% παρατήρησε είτε αύξηση είτε μείωση.

Οι τουρίστες φαίνεται να αποδίδουν πλέον μεγαλύτερη σημασία σε διάφορους παράγοντες, με την ασφάλεια να μην είναι σημαντική για το 42,2% των τουριστών, ενώ το 57,8% την θεωρεί σημαντική σε κάποιο βαθμό. Η καθαριότητα και η σχέση ποιότητας-τιμής είναι σημαντικές για το 64,4% των τουριστών. Η πολυτέλεια, η ευελιξία ως προς τις κρατήσεις και οι εκπτώσεις θεωρούνται σημαντικές από το 68,9%, το 60%, και το 63,3% αντίστοιχα. Τέλος, η άνεση είναι σημαντική για το 63,3% των τουριστών.

## 4 ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Η πανδημία έχει επιφέρει σημαντικές προκλήσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα, με την εξάρτηση από την κυβερνητική στήριξη και τα αυξημένα ποσοστά ανεργίας να αποτελούν κρίσιμα ζητήματα και με την αναμενόμενη μείωση εσόδων και κερδοφορίας να επηρεάζει τις επιχειρήσεις για τα επόμενα δύο έως τρία χρόνια. Οι επιχειρήσεις πρέπει να συνεχίσουν να προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες, να επενδύουν στην επανεκπαίδευση του προσωπικού, να προωθούν τον εσωτερικό τουρισμό και να διαφοροποιούν τις υπηρεσίες τους για να διασφαλίσουν την επιβίωση και την ανάκαμψή τους. Για το λόγο αυτό η προσαρμογή των τιμών, η μείωση του κόστους ενέργειας και η συνεχιζόμενη κυβερνητική υποστήριξη είναι καθοριστικές για την ανθεκτικότητα και την ανάπτυξη του κλάδου στο μέλλον. Ως εκ τούτου, οι ξενοδόχοι πρέπει να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, να επενδύσουν σε βιώσιμες πρακτικές και να αναπτύξουν στρατηγικές ανθεκτικότητας για να διασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους.

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε ανάμεσα σε ενενήντα ιδιοκτήτες και υπαλλήλους στον ξενοδοχειακό τομέα, το μεγαλύτερο δείγμα (68,8%) αποτελούνταν από ξενοδοχεία 2 και 4 αστέρων, ενώ υπάρχει ισοκατανομή μεταξύ συνεχούς και εποχικής λειτουργίας (50%). Το μεγαλύτερο ποσοστό (25,6%) δραστηριοποιείται στην περιοχή της Ηπείρου, ενώ το 34,4% απασχολεί προσωπικό από 6 έως 10 άτομα. Κατά την περίοδο της πανδημίας όλα τα ξενοδοχεία του δείγματος ανέστειλαν τη λειτουργία τους ενώ κατά την χρονική περίοδο διεξαγωγής της παρούσας έρευνας έχουν επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική τους λειτουργία και κανένα δεν έκλεισε. Αυτό το πόρισμα έρχεται σε αντίθεση η έρευνα του Muoki (2021), όπου διαπιστώθηκε ότι η πανδημία προκάλεσε μια σημαντική αλλαγή στα μοντέλα των τουριστικών επιχειρήσεων, πολλές εκ των οποίων έκλεισαν ενώ οι υπόλοιπες προσαρμόστηκαν στα νέα δεδομένα με διάφορα μέσα, όπως η υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών, που κατέστησαν τη φυσική παρουσία στο γραφείο λιγότερο πλέον απαραίτητη.

Όσον αφορά τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό κλάδο, από την παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι το 61,1% επηρεάστηκε από λίγο έως πάρα πολύ. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η έρευνα της Γαρυφάλλου (2021) και Νέλλη

(2021), όπου διαπιστώθηκε ότι ο ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό αρνητικά από την πανδημία του COVID-19.

Από την παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι οι επιπρόσθετοι υγειονομικοί κανόνες που επιβλήθηκαν στα ξενοδοχεία επηρέασαν το 47,4% του δείγματος αρνητικά. Στο ίδιο αποτέλεσμα κατέληξε και η έρευνα των Almeida, Mesquita&Carvalho (2022), όπου η πανδημία απαίτησε πρόσθετες υγειονομικές προσαρμογές για την διασφάλιση της ασφαλούς λειτουργίας τους για το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος.

Για να ανταπεξέλθουν στις οικονομικές επιπτώσεις τα ξενοδοχεία της παρούσας έρευνας, σε ποσοστό 61,1% ανέφερε διάφορους βαθμούς αύξησης των τιμών των δωματίων που παρείχαν. Ωστόσο, διαπιστώθηκε ότι η μείωση αριθμού τουριστών δεν επέδρασε στις τιμές, για το 58,3% του δείγματος. Αυτός που ήταν ένας από τους σημαντικούς παράγοντες μείωσης της τιμής είναι ο ανταγωνισμός για το 71,4% του δείγματος. Επίσης, άλλοι σημαντικοί παράγοντες επηρεασμού της τιμής διαπιστώθηκε ότι ήταν η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών (για το 68,6% του δείγματος) και η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών (για το 65,7% του δείγματος). Για την αντιμετώπιση των δυσχερειών από τις συνέπειες της πανδημίας η υιοθέτηση πολιτικής προσφορών για την κάλυψη του λειτουργικού κόστους ήταν ένας σημαντικός παράγοντας (για το 62,9% του δείγματος).

Αναφορικά με τα έσοδα των ξενοδοχείων, από την παρούσα έρευνα διαπιστώθηκε ότι υπήρξε μείωση για το 61,1% του δείγματος ενώ μειώθηκαν σε ποσοστό άνω του 40% για το 32,2% του δείγματος. Σε ίδιο συμπέρασμα κατέληξαν οι έρευνες των Almeida, Mesquita&Carvalho (2022) και του Polemi (2020), όπου διαπιστώθηκε μείωση των εσόδων πάνω από 70% και 68% αντίστοιχα, του Muoki (2021), των Bello&Bello (2021), των Salamea&Ceballos (2021), της Νέλλη (2021) και της Ρεντζή (2021), όπου διαπιστώθηκε χαμηλός κύκλος εργασιών των ξενοδοχείων.

Αναφορικά με την απασχόληση, διαπιστώθηκε από την παρούσα μελέτη ότι το 41,1% του δείγματος απασχόλησε πολύ λιγότερο προσωπικό με το 22,2% του δείγματος να απολύει πάνω από το 60% του προσωπικού του. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η έρευνα των Almeida, Mesquita&Carvalho (2022), όπου υπήρξε απώλεια θέσεων εργασίας 50.000 στον τουριστικό τομέα, συμπεριλαμβανομένου και του τουριστικού κλάδου. Με αυτό το πόρισμα συμφωνούν και οι έρευνες των Bello&Bello (2021), της Κόντη

(2021), όπου διαπιστώθηκε ότι η πανδημία επέδρασε σε ανεξέλεγκτες απώλειες θέσεων εργασίας, των Salamea&Ceballos (2021) όπου διαπιστώθηκε ότι η πανδημία προκάλεσε αύξηση του ποσοστού ανεργίας, του Muoki (2021), όπου διαπιστώθηκε μείωση του προσωπικού περισσότερο από 50% και των Soehardi & Tyas(2020), όπου διαπιστώθηκε μείωση του προσωπικού μεταξύ 30% και 40%.

Οι μήνες όπου σημειώθηκαν οι περισσότερες μειώσεις στις διανυκτερεύσεις διαπιστώθηκε ότι ήταν ο Ιούνιος – Ιούλιος (62,2% του δείγματος) ενώ ίδιο ποσοστό των ξενοδοχείων (37,8%) ανέφερε μείωση τόσο των Ελλήνων όσο και των ξένων επισκεπτών. Στο ίδιο αποτέλεσμα κατέληξε και η έρευνα των Soehardi & Tyas(2020), όπου διαπιστώθηκε μείωση των ξένων τουριστών κατά 63,51% και μείωση των ντόπιων τουριστών κατά 49,99%.

Αναφορικά με τις εκτιμήσεις για την τρέχουσα τουριστική περίοδο, διαπιστώθηκε από την παρούσα μελέτη ότι η πανδημία COVID-19 επέδρασε σημαντικά ως προς τη μείωση του αριθμού των επισκεπτών στα ξενοδοχεία. Έτσι, το 63,3% του δείγματος ανέφερε μείωση των Ελλήνων επισκεπτών τους ενώ το 63,3% του δείγματος ανέφερε μείωση των ξένων επισκεπτών τους. Για να αντιμετωπίσουν αυτή τη δυσχερή κατάσταση, το 65,6% προσέφυγε σε ενέργειες μάρκετινγκ. Αναφορικά με τις κρατήσεις των ξενοδοχείων για τη χρονική περίοδο 2020-2021, το 58,9% παρατήρησε ότι είτε υπήρξε αύξηση είτε μείωσή τους, ενώ το 41,1% ανέφερε ότι οι κρατήσεις ήταν στο ίδιο επίπεδο. Στο ίδιο αποτέλεσμα κατέληξε και οι έρευνες των Syaputri, Eltivia&Riwajanti (2021), των Bello&Bello (2021), της Κόντη (2021), της Κόντη (2021), όπου διαπιστώθηκε ότι η πανδημία επέδρασε σημαντικά στα ποσοστά πληρότητας των ξενοδοχείων και οδήγησε σε μείωση κρατήσεων και με την έρευνα των Soehardi & Tyas(2020), όπου διαπιστώθηκε μείωση του ποσοστού πληρότητας κατά 54,68%. Σε αντίθετο αποτέλεσμα κατέληξε η έρευνα της Ρεντζή (2021), όπου διαπιστώθηκε ότι το 2020 υπήρξε συγκρατημένη αύξηση των κρατήσεων σε σχέση με το 2020.

Πλέον, για την τρέχουσα τουριστική περίοδο, οι τουρίστες θεωρούν ως τους πιο σημαντικούς παράγοντες που τους παρέχουν τα ξενοδοχεία την πολυτέλεια (68,9% του δείγματος), την ασφάλεια (64,4%), η καθαριότητα και η σχέση ποιότητας-τιμής (64,4%), τις εκπτώσεις (63,3%), την άνεση (63,3%), η ευελιξία ως προς τις κρατήσεις (60%) και τέλος η ασφάλεια (57,8%). Άρα, διαπιστώνεται ότι η ασφάλεια δεν είναι από τους πρωταρχικούς πλέον παράγοντες που επηρεάζουν τους τουρίστες ως προς την επιλογή

ξενοδοχείου για τις διακοπές τους. Τα πορίσματα αυτά έρχονται σε αντίθεση με τα αποτελέσματα της έρευνας του Haddar (2021), όπου διαπιστώθηκε ότι η διοίκηση των ξενοδοχείων προετοιμάζεται για μια περίοδο λειτουργίας μετά την πανδημία, παρέχοντας καινοτόμα νέα προϊόντα στους πελάτες, δίνοντας έμφαση στην ψηφιοποίηση και προσφέροντας μειωμένες τιμές για την προσέλκυση περισσότερων πελατών.



## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ**

Η πανδημία Covid-19 είχε σημαντικές και πολυεπίπεδες επιπτώσεις στα ξενοδοχεία της Ελλάδας. Ο τουριστικός κλάδος, ο οποίος αποτελεί κρίσιμο μέρος της ελληνικής οικονομίας, υπέστη σοβαρό πλήγμα. Τα περιοριστικά μέτρα και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί οδήγησαν σε απότομη μείωση της τουριστικής κίνησης. Τα διεθνή ταξίδια περιορίστηκαν δραματικά, με αποτέλεσμα τη μείωση των κρατήσεων και την ακύρωση πολλών ταξιδιών. Σύμφωνα με έρευνα της ICAP, ο τζίρος στον τουριστικό κλάδο το 2020 μειώθηκε κατά 66%. Έτσι, πολλά ξενοδοχεία αναγκάστηκαν να κλείσουν προσωρινά ή να λειτουργήσουν με περιορισμένη χωρητικότητα, οδηγώντας σε σημαντική απώλεια εσόδων. Επιπρόσθετα η αύξηση της ανεργίας στον ξενοδοχειακό κλάδο, λόγω απολύσεων και μειώσεων προσωπικού, είχε αρνητικό κοινωνικό και οικονομικό αντίκτυπο. Οι ξενοδόχοι είχαν ως προτεραιότητα τη διατήρηση του προσωπικού, αλλά πολλοί εργαζόμενοι έχασαν τη δουλειά τους ή είδαν τις ώρες εργασίας τους να μειώνονται δραστικά. Τα ξενοδοχεία υιοθέτησαν νέα πρωτόκολλα υγείας και ασφάλειας, απαιτώντας επενδύσεις σε εξοπλισμό και εκπαίδευση του προσωπικού. Οι υψηλού επιπέδου μονάδες κατάφεραν να υιοθετήσουν τα νέα μέτρα ευκολότερα, ενώ οι μικρότερες μονάδες δυσκολεύτηκαν περισσότερο.

Οι ξενοδόχοι βασίστηκαν σε μεγάλο βαθμό σε κυβερνητικά μέτρα στήριξης, όπως επιδοτήσεις, προγράμματα δανείων και φορολογικές ελαφρύνσεις, για να διατηρήσουν τη λειτουργία τους. Η αποτελεσματική εφαρμογή και η συνέχιση αυτών των μέτρων κρίθηκαν κρίσιμες για την ανάκαμψη του κλάδου. Μια στρατηγική που ακολουθήθηκε ήταν η προώθηση του εσωτερικού τουρισμού για την ενίσχυση της ζήτησης και τη στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων. Επίσης, τα ξενοδοχεία επένδυσαν σε ενεργειακά αποδοτικές τεχνολογίες και υιοθέτησαν ανανεώσιμες πηγές ενέργειας για να μειώσουν το λειτουργικό κόστος και να ενισχύσουν τη βιωσιμότητά τους. Η ανάπτυξη ψηφιακών λύσεων, όπως οι online κρατήσεις και η ψηφιακή εξυπηρέτηση πελατών, βελτίωσε την εμπειρία των πελατών και διευκόλυνε την προσαρμογή στα νέα δεδομένα. Οι τουριστικές επιχειρήσεις προσαρμόστηκαν στις νέες συνθήκες, αναπτύσσοντας ευέλικτα επιχειρησιακά μοντέλα και προσφέροντας νέες υπηρεσίες. Η διαφοροποίηση των πηγών εσόδων αποτέλεσε βασικό μέτρο για την αντιμετώπιση των οικονομικών προκλήσεων.

## **BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Adongo, C. A., Amenumey, E. K., Kumi-Kyereme, A., & Dubé, E. (2021). Beyond fragmentary: A proposed measure for travel vaccination concerns. *Tourism Management*, 83, 104180. doi:10.1016/j.tourman.2020.10418
- Anguera-Torrell, O., Aznar-Alarcón, J. P., & Vives-Perez, J. (2020). COVID-19: hotel industry response to the pandemic evolution and to the public sector economic measures. *Tourism Recreation Research*, 46(2), 148–157. doi:10.1080/02508281.2020.1826225
- Ashraf, B.N. (2020). Economic impact of government interventions during the COVID-19 pandemic: International evidence from financial markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 27(10037).
- Branicki, L., Sullivan-Taylor, B., & Brammer, S. (2021). Towards crisis protection(ism)? COVID-19 and selective de-globalization. *Critical Perspectives on International Business*, 17(2), 230-251. <https://doi.org/10.1108/cpoib-05-2020-0046>
- Callaway, E., Cyranoski, D., Mallapaty, S., Stoye, E., & Tollefson, J. (2020). The coronavirus pandemic in five powerful charts. *Nature*, 579(7800), 482–483. <https://doi.org/10.1038/d41586-020-00758-2>
- Catalan News, (2020). *A Look inside hotel Hesperia, converted into emergency hospital in four days*. Available at <https://www.catalannews.com/society-science/item/a-look-inside-hotel-hesperia-converted-into-emergency-hospital-in-four-days>
- Connor, P. (2020). *More than nine-in-ten people worldwide live in countries with travel restrictions amid COVID-19*. Pew Research Center. Available at <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/04/01/more-than-nine-in-ten-people-worldwide-live-in-countries-with-travel-restrictions-amid-covid-19/>
- Daly, M., Sutin, A. R., & Robinson, E. (2022). Longitudinal changes in mental health and the COVID-19 pandemic: evidence from the UK Household Longitudinal Study. *Psychological Medicine*, 52(13), 2549–2558. doi:10.1017/S0033291720004432
- Deloitte (2020). *Hotel sentiment survey*. Available at <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consumerbusiness/deloitte-uk-hotel-sentiment-survey-march-2021.pdf>
- Flimonau, V., Derqui, B., & Matute, J. (2020). The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102659. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659>
- Gursoy, D., & Chi, C.G. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.178823>
- Hall, C.M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

- Hoque, A., Shikha, F.A., Hasanat, M.W., Arif, I., & Hamid A.B.A. (2020). The effect of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(1), 52-58.
- IATA (2021). *Economic performance of the airline industry*. Available at <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/airline-industry-economic-performance---october-2021---report>
- IATA, (2020). *Remarks of Alexandre de Juniac at the IATA Media Briefing on COVID-19*. Available at <https://www.iata.org/en/pressroom/speeches/2020-04-14-01/>
- ICAP (2020). *Statistics*. Available at <https://www.icap.gr/%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%80%CF%84%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%BA%CE%BF%CF%81%CF%89%CE%BD%CE%BF%CF%8A%CE%BF%CF%8D-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87/>
- International Monetary Fund, (2020). *World economic outlook, April 2020 – The great lockdown*. Available at <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2020/04/14/weo-april-2020>
- Interview (2020). *Έρευνα: Τεράστιο το κόστος του Covid-19 για τα ξενοδοχεία*. Διαθέσιμο στο <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1574862/ereuna-terastio-to-kostos-tou-covid-19-gia-ta-ksenodoxeia>
- ΙΤΕΠ (2020). *Επιπτώσεις της πανδημίας COVID-19 στον ξενοδοχειακό κλάδο*. Διαθέσιμο στο <https://www.hhf.gr/wp-content/uploads/2021/06/itep-annual-survey-2020-presentation-short-2.pdf>
- Mao, Y., He, J., Morrison, A.M., & Coca-Stefaniak, J.A. (2021). Effects of tourism CSR on employee psychological capital in the COVID-19 crisis: from the perspective of conservation of resources theory. *Current Issues in Tourism*, 24(19), 2716–2734. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1770706>
- Νέλλη, Α. (2021). *Διερεύνηση των οικονομικών επιπτώσεων της πανδημίας στην ξενοδοχειακή αγορά της Σαντορίνης*. Διπλωματική. Πάτρα, ΕΑΠ.
- Neuburger, L., & Egger, R. (2021). Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region. *Current Issues in Tourism, Taylor & Francis Journals*, 24(7), 1003-1016. Doi:10.1080/13683500.2020.1803807
- OECD, (2020). *Tourism policy responses to Coronavirus (COVID-19)*. Available at [https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124\\_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19\\_Tourism\\_Policy\\_Responses](https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses)
- Pflum, M. (2020). *So long, minibar: how the coronavirus will change hotel stays*. Available at <https://www.nbcnews.com/business/consumer/so-long-minibar-how-coronavirus-changing-your-hotel-stay-n1180226?fbclid=IwAR2mSpi6nS4O0Ip0IQNkBh8mgry4ORQoRnC6j3a0CAwAo7nBSbbz0j3Cyeo>
- Prem, K., Liu, Y., Russell, T. W., Kucharski, A. J., Eggo, R. M., Davies, N., ... Hellewell, J. (2020). The effect of control strategies to reduce social mixing on outcomes of the COVID-19 epidemic in Wuhan, China: a modelling study. *The Lancet Public Health*, 5(5), e261–e270. doi:10.1016/s2468-2667(20)30073-6

- Roman, M., Niedziółka, A., & Krasnodębski, A. (2020). Respondents' involvement in tourist activities at the time of the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 12(2), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su12229610>
- Roser, M., & Ritchie, H. (2020). Coronavirus pandemic (COVID-19) - The data. Our World in Data. Available at <https://ourworldindata.org/coronavirus-data>.
- Salam, A., & Halim, A. (2022). Post pandemic challenges of the travel agency business in Bangladesh. *International Journal of Science and Business*, 12(1), 70-80. Doi: 10.5281/zenodo.6685142
- Schneider, M., Weir, J., Barckhausen, A., Charalambous, ., Kastanias, P., Constandinou, A., Papanicolaou, M., Ikkos, A., Kyriakides, M., & Mylonas, S. (2020). *Ευκαιρίες για μια πράσινη επανεκκίνηση της ξενοδοχειακής βιομηχανίας που προκύπτουν από την πανδημία της νόσου του κορωνοϊού (COVID-19)*. Διαθέσιμο στο [https://www.oeb.org.cy/wp-content/uploads/2021/01/A-I.5.4-REPORT-Green-restart-from-COVID-19\\_Final\\_EL.pdf](https://www.oeb.org.cy/wp-content/uploads/2021/01/A-I.5.4-REPORT-Green-restart-from-COVID-19_Final_EL.pdf)
- Taleb, N.N. (2007). Black swans and the domains of statistics. *The American Statistician*, 61(3), 198-200. <https://doi.org/10.1198/000313007X219996>
- Torabi, Z.-A., Rezvani, M.R., Hall, M., & Allam, Z. (2023). On the post-pandemic travel boom: How capacity building and smart tourism technologies in rural areas can help - evidence from Iran. *Technological Forecasting & Social Change*, 193, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122633>
- TUI Group, (2020). *TUI presents ten-point plan for hotel operations in times of Coronavirus*. Available at <https://www.greenkey.global/stories-news-1/2020/6/2/tui-presents-ten-point-plan-for-hotel-operations-in-times-of-coronavirus>
- United Nations World Tourism Organization - UNWTO (2020). *UNWTO World Tourism Barometer*, 18(7). Available at <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng>
- United Nations World Tourism Organization - UNWTO (2019). *International tourism highlights*. Available at <https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- Yarovaya, L., Brzeszczyński, J., Goodell, J. W., Lucey, B., & Lau, C. K. M. (2022). Rethinking financial contagion: Information transmission mechanism during the COVID-19 pandemic. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 79, 101589. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2022.101589>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### **Α' μέρος: Δημογραφικά στοιχεία συμμετεχόντων στην έρευνα**

1. Φύλο

Αντρας   
Γυναίκα

2. Ηλικία

18-25 ετών   
26-34 ετών   
35-50 ετών   
51 ετών και άνω

3. Ποια είναι η θέση εργασίας σας;

Ιδιοκτήτης   
Υπάλληλος

4. Εμπειρία σε έτη στον ξενοδοχειακό κλάδο

### **Β' μέρος: Τρέχουσα κατάσταση ξενοδοχείου**

5. Κατηγορία ξενοδοχείου

1 αστέρος   
2 αστέρων   
3 αστέρων   
4 αστέρων   
5 αστέρων

6. Λειτουργία ξενοδοχείου

Συνεχής   
Εποχική

7. Πού βρίσκεται η ξενοδοχειακή μονάδα όπου εργάζεστε ή είστε ιδιοκτήτης;

|                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| Σε νησί του Ιονίου        | <input type="checkbox"/> |
| Στην Ήπειρο               | <input type="checkbox"/> |
| Σε νησί του Αιγαίου       | <input type="checkbox"/> |
| Στην Κρήτη                | <input type="checkbox"/> |
| Στο νομό Αττικής          | <input type="checkbox"/> |
| Στη Βόρεια Ελλάδα         | <input type="checkbox"/> |
| Σε άλλο μέρος της Ελλάδας | <input type="checkbox"/> |

8. Πόσα άτομα απασχολεί η ξενοδοχειακή μονάδα σήμερα;

|                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| 1-5 άτομα         | <input type="checkbox"/> |
| 6-10 άτομα        | <input type="checkbox"/> |
| 11-20 άτομα       | <input type="checkbox"/> |
| 21 έως 50 άτομα   | <input type="checkbox"/> |
| 51-100 άτομα      | <input type="checkbox"/> |
| 101-250 άτομα     | <input type="checkbox"/> |
| 251 άτομα και άνω | <input type="checkbox"/> |

9. Το ξενοδοχείο λειτούργησε κατά την διάρκεια της πανδημίας ή ανέστειλε τη λειτουργία του;

|   |                          |
|---|--------------------------|
| Το ξενοδοχείο λειτούργησε                 | <input type="checkbox"/> |
| Το ξενοδοχείο ανέστειλε τη λειτουργία του | <input type="checkbox"/> |

10. Ποια είναι η τρέχουσα κατάσταση του ξενοδοχείου;

|   |                          |
|---|--------------------------|
| Έχει επανέλθει πλήρως στη φυσιολογική λειτουργία του        | <input type="checkbox"/> |
| Λειτουργεί περιορισμένα (π.χ. με μειωμένο αριθμό υπαλλήλων) | <input type="checkbox"/> |

### Γ' μέρος: Οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας στον ξενοδοχειακό τομέα

11. Μέχρι και σήμερα η πανδημία COVID-19 έχει επηρεάσει σημαντικά τη διάρκεια λειτουργίας του ξενοδοχείου όπου εργάζομαι;

|         |      |        |      |           |
|---------|------|--------|------|-----------|
| Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|         |      |        |      |           |

12. Υπήρξε αύξηση της τιμής των δωματίων εξαιτίας της πανδημίας;

|         |      |        |      |           |
|---------|------|--------|------|-----------|
| Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|         |      |        |      |           |

13. (εάν στην παραπάνω ερώτηση απαντήσατε από αρκετά έως πάρα πολύ). Σε ποιο βαθμό επέδρασαν οι παρακάτω παράγοντες για την αύξηση της τιμής των δωματίων;

|  |         |      |        |      |           |
|--|---------|------|--------|------|-----------|
|  | Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
| Αύξηση φορολογίας                              |         |      |        |      |           |
| Εφαρμογή επιπρόσθετων υγειονομικών πρωτοκόλλων |         |      |        |      |           |
| Μικρότερος αριθμός τουριστών                   |         |      |        |      |           |

14. (εάν στην ερώτηση 11 απαντήσατε καθόλου). Σε ποιο βαθμό επέδρασαν οι παρακάτω παράγοντες στη μείωση της τιμής των δωματίων;

|  |         |      |        |      |           |
|--|---------|------|--------|------|-----------|
|  | Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
| Αύξηση ανταγωνισμού  |         |      |        |      |           |
| Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης προμηθευτών (tour operator)                       |         |      |        |      |           |
| Αύξηση διαπραγματευτικής δύναμης πελατών   |         |      |        |      |           |
| Υιοθέτηση πολιτικής προσφορών για την αύξηση εσόδων και κάλυψη κόστους λειτουργίας |         |      |        |      |           |

15. Σε ποιο βαθμό εκτιμάτε ότι η πανδημία μείωσε τα συνολικά έσοδα του ξενοδοχείου κατά το 2020, σε σχέση με το 2019;

|                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| Δεν υπήρξε μεταβολή       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση μικρότερη από 20%  | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση κατά 20%-40%       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση κατά 40%-60%       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση μεγαλύτερη από 60% | <input type="checkbox"/> |

16. Η πανδημία επηρέασε τον αριθμό των απασχολουμένων στο ξενοδοχείο το 2020 σε σχέση με το 2019;

|   |                          |
|---|--------------------------|
| Ναι, απασχολήθηκαν πολύ λιγότερα άτομα  | <input type="checkbox"/> |
| Ναι, αλλά έγιναν οι ελάχιστες δυνατές μειώσεις στον αριθμό απασχολουμένων                       | <input type="checkbox"/> |
| Όχι, δεν υπήρξε μεταβολή στον αριθμό απασχολουμένων αλλά έγινε μεταβολή στους όρους απασχόλησης | <input type="checkbox"/> |
| Όχι, δεν υπήρξε μεταβολή στον αριθμό απασχολουμένων ούτε έγινε μεταβολή στους όρους απασχόλησης | <input type="checkbox"/> |

17. Σε περίπτωση που πραγματοποιήθηκε μείωση στον αριθμό των εργαζομένων στο ξενοδοχείο κατά το 2020 σε σχέση με το 2019, το εκτιμώμενο ποσοστό μείωσης ήταν:

|                           |                          |
|---------------------------|--------------------------|
| Δεν υπήρξε μεταβολή       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση μικρότερη από 20%  | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση κατά 20%-40%       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση κατά 40%-60%       | <input type="checkbox"/> |
| Μείωση μεγαλύτερη από 60% | <input type="checkbox"/> |
| Δεν υπήρξε μείωση         | <input type="checkbox"/> |

18. Αξιολογήστε το κατά πόσο παρουσιάστηκε μείωση διανυκτερεύσεων κατά το 2020 σε κάθε μια από τις κατωτέρω περιόδους λειτουργίας του ξενοδοχείου:

|                      | Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|----------------------|---------|------|--------|------|-----------|
| Ιανουάριος - Μάρτιος |         |      |        |      |           |
| Απρίλιος - Μάιος     |         |      |        |      |           |
| Ιούνιος - Ιούλιος    |         |      |        |      |           |
| Αύγουστος            |         |      |        |      |           |



Σεπτέμβριος - Οκτώβριος  
Νοέμβριος - Δεκέμβριος

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

19. Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των Ελλήνων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας;

| Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|---------|------|--------|------|-----------|
|         |      |        |      |           |

20. Σε τι βαθμό μειώθηκε ο αριθμός των ξένων επισκεπτών στο ξενοδοχείο σας εξαιτίας της πανδημίας;

| Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|---------|------|--------|------|-----------|
|         |      |        |      |           |

21. Σε τι βαθμό προσαρμόστηκαν οι ενέργειες μάρκετινγκ στα δεδομένα της πανδημίας;

| Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|---------|------|--------|------|-----------|
|         |      |        |      |           |

#### Δ' μέρος: Εκτιμήσεις για την τρέχουσα τουριστική περίοδο

22. Σε σχέση με την χρονική περίοδο 2020-2021, οι κρατήσεις του ξενοδοχείου σας το 2022 ήταν:

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| Στο ίδιο επίπεδο                |  |
| Σε οριακά χαμηλότερο επίπεδο    |  |
| Σε οριακά υψηλότερο επίπεδο     |  |
| Σε σημαντικά χαμηλότερο επίπεδο |  |
| Σε σημαντικά υψηλότερο επίπεδο  |  |

23. Σημειώστε τη σημασία που εκτιμάτε ότι πλέον αποδίδουν οι τουρίστες στους παρακάτω παράγοντες:

|                                | Καθόλου | Λίγο | Αρκετά | Πολύ | Πάρα πολύ |
|--------------------------------|---------|------|--------|------|-----------|
| Ασφάλεια                       |         |      |        |      |           |
| Καθαριότητα                    |         |      |        |      |           |
| Σχέση ποιότητας - τιμής        |         |      |        |      |           |
| Πολυτέλεια                     |         |      |        |      |           |
| Ευελιξία ως προς τις κρατήσεις |         |      |        |      |           |
| Εκπτώσεις                      |         |      |        |      |           |
| Άνεση                          |         |      |        |      |           |