



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ**

**ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΩΝ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ  
ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΝΟΜΑΔΩΝ ΣΤΗΝ ΡΟΔΟ**

**ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:**

**ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΚΟΥΡΑ**

**A.M. 154442**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ/ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ:**

**ΤΡΙΧΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ**

**ΠΥΡΓΟΣ ΗΛΕΙΑΣ**

**ΜΑΪΟΣ 2024**

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Γεωργίας Σκούρα, που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



**«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στην Ρόδο»**

**ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΚΟΥΡΑ**

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

**ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΡΙΧΑΣ**

Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

Συν-Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

**ΑΘΗΝΑ ΠΑΠΑΓΕΩΡΓΙΟΥ**

Μέλος ΣΕΠ ΕΑΠ

**ΠΥΡΓΟΣ ΗΛΕΙΑΣ**

**ΜΑΪΟΣ 2024**

## **Ευχαριστίες**

Η παρούσα εργασία αποτελεί την διπλωματική μου εργασία, στα πλαίσια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών, της Σχολής Κοινωνικών Επιστημών, του Τμήματος Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου, με τίτλο «Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στην Ρόδο». Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας, κύριο Τριχά Νικόλαο για την πολύτιμη καθοδήγησή του, την εμπιστοσύνη και εκτίμηση που μου έδειξε, καθώς και την συνεπιβλέπουσα καθηγήτρια, κυρία Αθηνά Παπαγεωργίου για την ηθική υποστήριξη που μου προσέφερε. Τις ευχαριστίες μου εκφράζω και στον αναπληρωτή καθηγητή και Διευθυντή του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών "Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων" (ΜΠΣ ΔΤΕ), κύριο Στεργίου Δήμήτριο για την στάση του, την συμπαράσταση και την άμεση ανταπόκρισή του, σε οποιόδήποτε πρόβλημα αντιμετώπισα. Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω ιδιαίτερα, τον πατέρα μου Παναγιώτη Σκούρα, που σε αυτόν οφείλω το ζην αλλά και το ευ ζην μου. Ήταν πάντα τα φτερά μου και η ώθησή μου, σε αυτό το αέναο ταξίδι της γνώσης που κάνουμε στην διάρκεια της ζωής μας.

## **Περίληψη**

Προκειμένου να προσεγγιστεί ο σκοπός της παρούσας εργασίας να διερευνήσει το βαθμό ανάπτυξης του ψηφιακού νομαδισμού στη Ρόδο, μέσα από την ανάδειξη των ενεργειών που έχουν γίνει, τα οφέλη που αυτές απέφεραν όπως και τις προτάσεις που μπορούν να γίνουν για να βελτιωθεί η προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα αρμόδιοι του Δήμου Ρόδου, τουριστικοί επιχειρηματίες και εκπρόσωποι καταλυμάτων απάντησαν στις ερωτήσεις της ημιδομημένης συνέντευξης από όπου προέκυψαν τα πρωτογενή δεδομένα.

Από την ανάλυση των δεδομένων διαπιστώθηκε ότι η προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων εκ μέρους του Δήμου Ρόδου και των επιχειρηματιών του τουριστικού κλάδου ακολούθησε κάποιες ενδεδειγμένες πρακτικές και οι κινήσεις που έχουν γίνει ως τώρα ήταν αποδοτικές σε ικανοποιητικό βαθμό. Με τον ψηφιακό νομαδισμό αντιπαλεύτηκε το πρόβλημα της εποχικότητας και της συνακόλουθης ανασφάλειας που προκαλεί, λειτουργώντας έτσι υπέρ της βιωσιμότητας. Ωστόσο, οι συμμετέχοντες στην έρευνα δεν επαναπαύονται και θεωρούν ότι υπάρχουν και άλλοι τρόποι προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων που πρέπει να γίνουν, όπως η αύξηση των ελκτικών τους δράσεων και η πιο εντατική προβολή τους.

## **Λέξεις-κλειδιά**

Ψηφιακός νομαδισμός, παράγοντες έλξης, χώροι συνεργασίας, χώροι συμβίωσης, βιωσιμότητα.

## **Abstract**

In order to approach the purpose of this essay to investigate the degree of development of digital nomadism in Rhodes, through the highlighting of the actions that have been taken, the benefits they brought, as well as the proposals that can be made to improve the attraction of digital nomads, we used the qualitative methodological approach. The participants of the research, officials of the Municipality of Rhodes, tourist entrepreneurs and accommodation representatives answered the questions of the semi-structured interview from which we obtained the primary data.

From the analysis of the data, it was found that the attraction of digital nomads on behalf of the Municipality of Rhodes and the entrepreneurs of the tourism sector followed some appropriate practices and the moves that have been made so far have been efficient to a satisfactory degree. Digital nomadism countered the problem of seasonality and the attendant insecurity which seasonality causes, thus working in favor of sustainability. However, the research participants do not rest and consider that there are other ways to attract digital nomads that need to be done, such as increasing their actions and its promotion.

## **Keywords**

Digital nomadism, technology, pull factors, co-working, co-living, sustainability.

## Περιεχόμενα

Περίληψη.....	5
Abstract.....	6
Εισαγωγή.....	9
Κεφάλαιο 1: Εννοιολογική οριοθέτηση των ψηφιακών νομάδων.....	11
1.1.Μετακίνηση, τουρισμός και η εξέλιξή του.....	11
1.2.Ορισμός της έννοιας ψηφιακοί νομάδες. Χαρακτηριστικά και προφίλ των ψηφιακών νομάδων.....	13
Κεφάλαιο 2: COVID-19 και ψηφιακός νομαδισμός.....	19
2.1.Η συνθήκη του COVID-19 και οι επιπτώσεις της στον τουρισμό.....	19
2.2. Η πανδημία και η αντίδραση των ψηφιακών νομάδων έναντι αυτής.....	23
Κεφάλαιο 3: Πολιτικές προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στην Ελλάδα και το εξωτερικό.....	26
3.1.Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων.....	26
3.2. Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων στο εξωτερικό.....	30
3.3. Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων στην Ελλάδα.....	34
4. Η περίπτωση της νήσου Ρόδος.....	37
5. Μεθοδολογία έρευνας.....	40
5.1 Σκοπός της έρευνας.....	40
5.2 Μεθοδολογία της έρευνας.....	40
5.3 Επιλογή του δείγματος.....	42
5.4 Διαδικασία συνεντεύξεων.....	43
5.5 Δυσκολίες και περιορισμοί της έρευνας.....	44
6. Αποτελέσματα της έρευνας.....	45
7. Συμπεράσματα της έρευνας.....	61
8. Μελλοντικές προτάσεις.....	69
Βιβλιογραφία.....	70
Δικτυογραφία.....	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	76
1.ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ.....	76
2. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ.....	77

Συνέντευξη 1.....	77
Συνέντευξη 2.....	82
Συνέντευξη 3.....	87
Συνέντευξη 4.....	91
Συνέντευξη 5.....	95
Συνέντευξη 6.....	99
Συνέντευξη 7.....	103
Συνέντευξη 8.....	108
Συνέντευξη 9.....	113
Συνέντευξη 10.....	117

## **Κατάλογος Πινάκων**

Πίνακας 1. Στοιχεία πληροφορητών/δείγματος.....	43
---	----



## Εισαγωγή

Ο αντίκτυπος της πανδημίας COVID-19 στον τουρισμό ήταν τεράστιος. Οι σημαντικές απώλειες λόγω του κλεισίματος των συνόρων οδήγησαν στον προβληματισμό πώς να μετατραπεί αυτή η κρίση σε ευκαιρία για τον τουρισμό μέσα από τον επανασχεδιασμό του. Την περίοδο της πανδημίας άνθισε η τηλεργασία για τους ίδιους λόγους, της κοινωνικής αποστασιοποίησης, ως μέτρο για την μη εξάπλωση της νόσου. Απόρροια της τηλεργασίας, όσο και της ανάγκης να επανασχεδιαστεί ο τουρισμός, ήταν η έμφαση στην κατηγορία των ψηφιακών νομάδων, των επαγγελματιών που εργάζονται απομακρυσμένα από οποιοδήποτε μέρος του πλανήτη, εφόσον διαθέτουν σύνδεση στο Διαδίκτυο (Zerva, Huete, Segovia-Pérez, 2023).

Με τους ψηφιακούς νομάδες διαμορφώνεται ένας κόσμος που απελευθερώνει το σύγχρονο εργαζόμενο από την καθημερινή μετακίνηση. Του δημιουργεί μια αίσθηση προσωπικής ελευθερίας και μια τάση για απόδραση σε τοποθεσίες με ένα διαφορετικό και πιο ποιοτικό τρόπο ζωής. Οι ψηφιακοί νομάδες συμβολίζουν τη σύγχρονη ρευστότητα της κοινωνίας, την παγκοσμιοποίηση, τις καινοτομίες στην τεχνολογία, την τάση του σύγχρονου ανθρώπου για νέες εμπειρίες και νέες κοινωνικές συνδιαλλαγές με ανθρώπους από διαφορετικές κουλτούρες. Από την άλλη, με τους ψηφιακούς νομάδες ο προορισμός αναπτύσσεται πολυεπίπεδα, τόσο σε οικονομικό επίπεδο, αφού αυξάνει τα έσοδα, όσο και σε κοινωνικό και πολιτισμικό από την όσμωση των διαφορετικών ανθρώπων και νοοτροπιών (Hermann, Paris, 2020).

Ο ψηφιακός νομαδισμός ως έκφανση του επανασχεδιασμού του τουρισμού, με όρους βιωσιμότητας (Hermann, Paris, 2020), έχει καταστεί αντικείμενο ενδιαφέροντος, ακαδημαϊκού και επιχειρηματικού. Η στρατηγική μάρκετινγκ έχει επικεντρωθεί στους ψηφιακούς νομάδες, καθώς έχει διαπιστωθεί ότι μπορούν να δημιουργήσουν νέες προοπτικές για τον τόπο που ζουν (Zerva και συν., 2023).

Μεταξύ των διαφόρων προορισμών των ψηφιακών νομάδων συγκαταλέγεται και η χώρα μας και δη η Ρόδος, που εξετάζεται στην παρούσα διπλωματική εργασία. Επιλέχθηκε αυτός ο προορισμός γιατί έχει ήδη κάνει κάποια βήματα προσέλκυσης της ειδικής κατηγορίας των εργαζομένων- τουριστών *ψηφιακοί νομάδες*. Έτσι, θα αναδειχτούν τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη που έχει επιφέρει στο νησί της Ρόδου

αυτός ο ιδιαίτερος τύπος τουρισμού, όπως και ποιες τυχόν ελλείψεις και κενά παρατηρούνται, που θα μπορούσαν να διορθωθούν προκειμένου να μη παρεμποδίζουν την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων.

Τα στοιχεία αυτά θα συλλεγούν μέσω πρωτογενούς ποιοτικής έρευνας με τη μέθοδο των σε βάθος συνεντεύξεων σε πληροφορητές όπως ο Δήμος Ρόδου, οι ενώσεις ξενοδόχων και καταλυμάτων, τα επιμελητήρια, οι τουριστικοί επιχειρηματίες, θεωρώντας ότι είναι οι καθ' ύλην αρμόδιοι για τη διαφώτιση του συγκεκριμένου θέματος.

Ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να εξετάσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός μέσα από τη μελέτη περίπτωσης της Ρόδου, ένας προορισμός που τα τελευταία χρόνια έχει κάνει συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων. Από την ανάδειξη των ενεργειών που έχουν γίνει, αλλά και από την ανάδειξη των κενών και ελλείψεων, θα χαρτογραφηθούν οι καλές πρακτικές που μπορούν να εφαρμόσουν και άλλοι προορισμοί στην Ελλάδα για την ανάπτυξη αυτού του τουριστικού προϊόντος.

Η εργασία χωρίζεται στο θεωρητικό και το ερευνητικό μέρος. Στο θεωρητικό μέρος και στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην εξέλιξη της μετακίνησης και των ταξιδιών και στη συνέχεια αποσαφηνίζεται η έννοια ψηφιακοί νομάδες. Στη συνέχεια, στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύονται οι επιπτώσεις της πανδημίας στον τουρισμό και πως συμπεριφέρθηκαν κατά τη διάρκειά της οι ψηφιακοί νομάδες. Στο τελευταίο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους, αφού πρώτα παρουσιαστούν οι πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων, περιγράφεται ποιές από αυτές χρησιμοποιούν οι χώρες του εξωτερικού και ποιές η Ελλάδα.

## **Κεφάλαιο 1: Εννοιολογική οριοθέτηση των ψηφιακών νομάδων**

### **1.1.Μετακίνηση, τουρισμός και η εξέλιξη του**

Οι άνθρωποι είχαν πάντοτε την τάση να μετακινούνται. Η Αίγυπτος και η Μεσοποταμία των αρχαίων χρόνων είναι οι πρώτες χώρες για τις οποίες έχουμε στοιχεία ότι οι άνθρωποι ταξίδευαν για εμπορικούς και πολιτικούς λόγους. Αργότερα, με τους αμαξιτούς δρόμους, οι άνθρωποι ταξίδευαν και για θρησκευτικούς λόγους, αλλά και για πολιτιστικούς. Επί της ρωμαϊκής εποχής οι συνθήκες της ειρήνης και ασφάλειας, που διέκριναν τις κοινωνίες, οδήγησαν σε περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού. Οι δρόμοι βελτιώθηκαν και κατασκευάστηκαν πανδοχεία. Η ανώτερη τάξη προσέδωσε στον τουρισμό την έννοια των διακοπών. Επί της μεσαιωνικής εποχής ο τουρισμός συνδέθηκε με τα προσκυνηματικά ταξίδια, ενώ στην Αναγέννηση οι ευγενείς διαμόρφωσαν το Γκραντ Τουρ και αναπτύχθηκαν για τους σκοπούς της περιήγησης και των διακοπών ανάλογα καταλύματα. Ο τουρισμός τον 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα καθίσταται παγκόσμιο κοινωνικό και οικονομικό φαινόμενο (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999).

Η αύξηση του ελεύθερου χρόνου και η κατοχύρωση του μεταπολεμικά ήταν ένας καίριας σημασίας παράγοντας για αυτή την ανάπτυξη του τουρισμού (Παπαδημητρίου, 2004). Ο ελεύθερος χρόνος που διατίθονταν για τον τουρισμό την δεκαετία του 1980 υπολογίστηκε στο 16%. Θεωρείται καθοριστικής σημασίας μεταβλητή γιατί επιδρά στην τουριστική ζήτηση (Λαγός, 2005).

Η ανάπτυξη του τουρισμού κατά τον 19<sup>ο</sup> και 20<sup>ο</sup> αιώνα προωθήθηκε ιδιαίτερα από τη βελτίωση των δικτύων μεταφοράς (Παπαδημητρίου, 2004). Από το 1830 το σιδηροδρομικό δίκτυο, επεκτάθηκε, έγινε πιο οικονομικό και άρα πιο μαζικό. Εμφανίστηκαν τα ατμόπλοια, χάρη στα οποία τα ταξίδια διεθνοποιήθηκαν, τα αυτοκίνητα και τα αεροπλάνα. Εμφανίστηκαν οι tour operators, αυξήθηκαν τα ξενοδοχεία των θέρετρων και δημιουργήθηκαν οι πρώτοι τουριστικοί οδηγοί. Η Βιομηχανική Επανάσταση, με την αστυφιλία, τη διεύρυνση της μεσαίας τάξης και την αύξηση του εισοδήματος, κατέστησαν τον τουρισμό καταναλωτικό αγαθό (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999 · Παπαδημητρίου, 2004).

Μεταπολεμικά, μάλιστα, το ταξίδι για λόγους τουρισμού έγινε καταναλωτικό αγαθό και μόδα, ενώ η επιδεικτική κατανάλωση ήταν η νέα εδραιωμένη κουλτούρα των

κοινωνιών. Ο ελεύθερος χρόνος αυξήθηκε αναπτύσσοντας τον τουρισμό ως βιομηχανία και σημαντικό τομέα της παγκόσμιας οικονομίας. Οι πολιτικές για τον τουρισμό οργανώνονταν σε τοπικό, αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Η εδραίωση του κοινωνικού κράτους έφερε τον κοινωνικό τουρισμό, οπότε διευρύνθηκαν οι κοινωνικές ομάδες που ξόδευαν το εισόδημά τους σε τουριστικές δραστηριότητες. Τα δε επαγγελματικά ταξίδια αναπτύχθηκαν ιδιαίτερα (Ζαχαράτος & Τσάρτας, 1999).

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου είναι ένας ακόμη παράγοντας που έδωσε ώθηση στον τουρισμό, καθώς οδήγησε στην καλύτερη επικοινωνία των τουριστών με τον εργασιακό τους χώρο (Πετράκος, 2019), στο ότι ο τουρίστας αναζητά τις πολλαπλές επιλογές που του παρέχονται και διαμορφώνει το δικό του εξατομικευμένο πρόγραμμα (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκριμπά, 2011 · Πετράκος, 2019). Σε αυτό το πλαίσιο, οι ειδικές μορφές τουρισμού (περιπέτειας, πολιτισμού, οικοτουρισμός κ.α) και ο ανεξάρτητος τουρισμός κερδίζει έδαφος. Έτσι, η τεχνολογία διαμόρφωσε και θα εξακολουθεί να διαμορφώνει την τουριστική βιομηχανία (Κοκκώσης, Τσάρτας & Γκριμπά, 2011).

Οι νέες τεχνολογίες έχουν δημιουργήσει νέους τρόπους πληροφόρησης και επικοινωνίας στη ζωή των σύγχρονων ανθρώπων, οδηγώντας και σε αλλαγές τη συμπεριφορά των τουριστών, οι οποίοι ενημερώνονται για όλα τα διαθέσιμα τουριστικά προϊόντα και αναζητούν το διαφορετικό, αυτό που θα προσδώσει στις διακοπές του πρωτόγνωρες και μοναδικές εμπειρίες. Με το διαδίκτυο, μπορούν να ενημερωθούν πλήρως όλοι οι εν δυνάμει επισκέπτες/τουρίστες από κάθε γωνιά του πλανήτη. Παράλληλα, ο ηλεκτρονικός τουρισμός, ο εκσυγχρονισμός των τουριστικών επιχειρήσεων τουρισμού, παρέχει μια πληθώρα δυνατοτήτων και οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να ενημερωθούν και να συγκρίνουν κάθε υπηρεσία και λεπτομέρεια, όπως τα εισιτήρια μεταφοράς και το κόστος τους, η ενοικίαση αυτοκινήτων στον τόπο προορισμού, οι παροχές των καταλυμάτων, το κλίμα, τυχόν καθυστερήσεις δρομολογίων (Bluebirds, 2014) και πρόσφατα για ζητήματα όπως τα πρωτόκολλα υγιεινής που ακολουθεί κάθε χώρα έναντι του COVID 19 για τον κορωνοϊό.

Σύμφωνα με τον Ballina (2022) οι ΤΠΕ αυξάνουν την αλληλεπίδραση και προσθέτουν αξία στην τουριστική εμπειρία, ενώ με αυτές ο επισκέπτης έχει το δικαίωμα της κατάθεσης της εμπειρίας του και της άποψής του, ιδίως μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης, οδηγώντας σε συνεχή βελτίωση τους οργανισμούς

τουρισμού, προκειμένου να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό και στις απαιτήσεις της αγοράς.

Οι millennials (όσοι γεννήθηκαν μεταξύ 1981 -1995) και η Γενιά Z (όσοι γεννήθηκαν μεταξύ 1995 -2012) έχουν καθορίσει την τουριστική αγορά και ζήτηση. Η Γενιά Z δείχνει προτίμηση σε προορισμούς μη παραδοσιακούς, που θα τους προσφέρουν μια νέα, μοναδική εμπειρία, έχουν αυξημένη περιβαλλοντική συνείδηση και υποστηρίζουν τη βιωσιμότητα του περιβάλλοντος. Είναι υπέρ της πολυμορφίας και της αυτοέκφρασης, ανταλλάσσουν απόψεις για το ταξίδι τους στα κοινωνικά μέσα και διακρίνονται για τη συνεχή συνδεσιμότητά τους. Ταυτόχρονα, επηρεάζουν και τις διακοπές των γονιών τους, καθώς οι τελευταίοι τους συμβουλεύονται για το τι θα επιλέξουν και για τις κρατήσεις τους. Έτσι, η Γενιά Z θεωρείται παράγοντας αλλαγής και διαμορφωτής της καταναλωτικής ζήτησης στον τουρισμό (Robinson & Schänzel, 2019).

## **1.2.Ορισμός της έννοιας ψηφιακοί νομάδες. Χαρακτηριστικά και προφίλ των ψηφιακών νομάδων**

Πέρα, από τον τουρισμό, σήμερα η γενιά Z κι οι millennials αποτελούν ένα μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού στην Ευρώπη. Λόγω του ότι έχουν μεγαλώσει με την τεχνολογία είναι εξαρτημένοι από αυτή. Είναι εξοικειωμένοι και περιμένουν οι εργασιακές διαδικασίες να είναι ψηφιοποιημένες στο μεγαλύτερο βαθμό. Ακόμη, ιδίως η Γενιά Z δεν είναι τόσο προσανατολισμένη σε μια ισορροπία μεταξύ προσωπικής και επαγγελματικής ζωής, αλλά θέτουν την επαγγελματική ζωή και την καριέρα τους σε προτεραιότητα. Προτιμούν την επαγγελματική ευελιξία, να προσαρμόζεται η εργασία τους σε αυτούς (EURopean Employment Services, 2023). Το 55% όσων αποφοιτούν φέτος και ανήκουν στη Γενιά Z προτιμούν την εξ αποστάσεως ή την υβριδική εργασία. Αναζητούν την κατάλληλη υποδομή πληροφορικής στον χώρο εργασίας τους, είτε εντός γραφείου είτε όταν εργάζονται απομακρυσμένα. Όσοι από αυτούς είναι ήδη εργαζόμενοι θεωρούν ότι αισθάνονται πιο άνετα να ανήκουν στις ομάδες των εργαζομένων που εργάζονται μέσω των υπολογιστών τους εξ αποστάσεως (Kashyar, 2023).

Η εργασία από απόσταση ή τηλεργασία ή απομακρυσμένη εργασία δεν είναι κάτι που ξεκίνησε τώρα. Στην προβιομηχανική εποχή είχε ξεκινήσει ο ιδιαίτερος τύπος της οικοτεχνίας, της εργασίας των ανθρώπων στο σπίτι τους. Από έναν κόσμο

απομονωμένων εργαζομένων, που ο καθένας κατασκεύαζε τα προϊόντα του και πουλούσε τις δεξιότητές του από το σπίτι, η ιστορία της εργασίας πέρασε στο καθεστώς του να υπάρχει ένας εξωτερικός από το σπίτι χώρος εργασίας ή γραφείου. Έτσι, προέκυψαν και οι καθημερινές μετακινήσεις προς αυτούς τους χώρους. Πολύ πριν από την εποχή των τηλεδιασκέψεων, το 1973 ο Jack Nilles της NASA έθεσε τα θεμέλια της σύγχρονης τηλεεργασίας. Ένας περιορισμένος αριθμός εργαζομένων μάλιστα ξεκίνησε να εργάζεται από το σπίτι για να δοκιμαστεί η αποτελεσματικότητα της τηλεεργασίας. Το 1983 παρατηρείται ραγδαία αύξηση αυτού του είδους εργασίας. Χαρακτηριστικά στην IBM το προσωπικό του τηλεφωνικού κέντρου είχε πλέον την επιλογή να κάνει την εργασία του από το σπίτι. Στη δεκαετία του 1980 που έχει εφευρεθεί το Διαδίκτυο, οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούσαν το UNIX και το DOS για χρόνια. Το σύστημα που συνδέει δίκτυα άνοιξε έναν νέο κόσμο στη συνδεσιμότητα, και μπόρεσε να δημιουργήσει νέους εναλλακτικούς τρόπους εργασίας.<sup>1</sup>

Το 1999 δημιουργήθηκε ο ιστότοπος startups σε garage. Οι νεοφυείς επιχειρήσεις, κυρίως από φοιτητές και όσους εγκαταλείψαν τον εταιρικό κόσμο, αναζητώντας περισσότερη ελευθερία και προσωπική ολοκλήρωση πρωτοστάτησαν σε έναν νέο τρόπο εργασίας. Εργάζονταν από οπουδήποτε, μέχρι και γκαράζ έως ότου να βρουν επενδυτές να τους στηρίξουν. Πολλοί ακόμη και μετά τους επενδυτές συνέχισαν όπως ξεκίνησαν, να εργάζονται από οπουδήποτε. Η απομακρυσμένη εργασία λόγω της μείωσης των μετακινήσεων υποστηρίχτηκε από τις περιβαλλοντικές οργανώσεις. Μέχρι το 2000, ο νόμος του υπουργείου μεταφορών νομιμοποίησε τους απομακρυσμένους εργαζόμενους. Ακολούθησε ο νόμος του 2010, για τη βελτίωση της τηλεεργασίας. Το λογισμικό GetApp καταγράφει ότι από το 2010, οι εργαζόμενοι από απόσταση έχουν αυξηθεί κατά 400%. Πρόσφατα, πολλές εταιρείες και οργανισμοί προσαρμόστηκαν, λόγω της πανδημίας, στην απομακρυσμένη εργασία.<sup>2</sup>

Η άνοδος της εξ αποστάσεως εργασίας οδήγησε σε μια αύξηση των δυνατοτήτων της νέας αυτής γενιάς των εργαζομένων. Το σημερινό εργατικό δυναμικό έχει τη δυνατότητα να επιλέξει αν θα εργαστεί από το διαμέρισμα του, από την καφετέρια της γειτονιάς του, από ένα πάρκο ή ακόμη και αν θα εργαστεί σε διαφορετική/ες χώρες από αυτή που κατάγεται. Όλο και περισσότερο μάλιστα οι εργαζόμενοι από απόσταση επιθυμούν να ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς του πλανήτη και να

---

1 <https://www.crossover.com/perspective/the-history-of-remote-work>

2 <https://www.crossover.com/perspective/the-history-of-remote-work>

εργάζονται από εκεί. Έτσι, ο λεγόμενος «ψηφιακός νομαδισμός» ή ψηφιακοί νομάδες είναι μια νέα πραγματικότητα (Payne, 2024).

Παρόλο που είναι δύσκολο να εντοπιστεί ο αριθμός των ψηφιακών νομάδων κάποια στατιστικά στοιχεία από το 2018 από την MBO δείχνουν ότι μόνο οι ΗΠΑ μετρούν 4,8 εκατομμύρια ψηφιακούς νομάδες. Ο αριθμός τους αυξάνεται συνεχώς παγκοσμίως. Το Σεπτέμβριο του 2020 έφτασαν τους 5.700.000 (Hermann & Paris, 2020).

Οι ψηφιακοί νομάδες είναι οι εξ αποστάσεως εργαζόμενοι που δεν δεσμεύονται από συγκεκριμένη τοποθεσία εργασίας, παρά ταξιδεύουν σε άλλες πόλεις ή ακόμη και άλλες χώρες για να εργαστούν από εκεί. Λέγονται ψηφιακοί γιατί χωρίς την ανάλογη τεχνολογία και τα ψηφιακά εργαλεία επικοινωνίας δεν μπορούν να επιλέξουν αυτόν τον τρόπο εργασίας και ζωής (Payne, 2024).

Σύμφωνα με τους Hermann & Paris (2020) ο ψηφιακός νομαδισμός σε ένα παγκοσμιοποιημένο κόσμο, συνδεδεμένο με την τεχνολογία που θα μπορούσε να παράσχει νέες εργασιακές συνθήκες, είχε προβλεφθεί από το 1997. Οι μελετητές Makimoto και Manners δημοσίευσαν το μανιφέστο για τους ψηφιακούς νομάδες, σύμφωνα με το οποίο η εργασία από απόσταση θα καταργούσε τα όρια μεταξύ της εργασίας, του σπιτιού, της αναψυχής και των ταξιδιών/τουρισμού. Η κατάργηση αυτών των ορίων προέβλεπαν ότι θα δημιουργήσει μια νέα παγκόσμια εργασιακή αγορά, στην οποία οι εργαζόμενοι θα επιλέγουν να ενταχθούν στην ομάδα των νομάδων ή εποίκων. Σήμερα, 27 χρόνια μετά, οι προβλέψεις επαληθεύτηκαν.

Ουσιαστικά το πρότυπο του ψηφιακού νομάδα κυκλοφόρησε στα μέσα ενημέρωσης τη δεκαετία του 2010. Επρόκειτο για ένα χαρούμενο, νεαρό σε ηλικία, millennial ελεύθερο επαγγελματία, που είχε ξεφύγει από την καθημερινότητα και ταξίδευε στον κόσμο, εργαζόμενος με ένα φορητό υπολογιστή σε μακρινές παραλίες. Οι μελετητές αργότερα επικεντρώθηκαν στη σημασία της αυτονομίας και αυτοδιάθεσης, που θεωρήθηκε απόρριψη των παραδοσιακών ρουτινών. Ένα άλλο βασικό στοιχείο που θίχτηκε ήταν η χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών ως πλαίσιο εργασίας (Cook, 2023).

Οι Hermann & Paris (2020) σημειώνουν ότι, ως το 2020 παρατηρείται ότι οι εργαζόμενοι έχουν απελευθερωθεί σε μεγάλο βαθμό από τις καθημερινές

μετακινήσεις προς το γραφείο τους και ακολουθούν το μοτίβο της μετανάστευσης ως τρόπο ζωής. Εργάζονται ανεξαρτήτως τοποθεσίας σχεδόν οπουδήποτε, οποτεδήποτε, χάρη στην πανταχού παρουσία της ψηφιακής υποδομής. Η ανεξαρτητοποίηση από την τοποθεσία συνδέεται με την προσωπική ελευθερία, την περιπέτεια και την αναζήτηση νέων εμπειριών. Οι ψηφιακοί νομάδες ξεχωρίζουν από τους εργαζομένους που οι εταιρείες έστελναν σε διάφορες τοποθεσίες για να επιληφθούν των διαφόρων ζητημάτων των υποκαταστημάτων τους, καθώς βρίσκουν οι ίδιοι τις τοποθεσίες στις οποίες επιλέγουν να ταξιδέψουν και να ζήσουν εκεί για όσο διάστημα επιθυμούν. Η δε μετακίνησή τους καθοδηγείται από το ότι δεν αναζητούν ευκαιρίες απασχόλησης, αλλά από το ότι αναζητούν μια καλύτερη για τα δικά τους δεδομένα ζωή.

Σύμφωνα με τον Mancinelli (2020) ο συνδυασμός τουρισμού, αναψυχής και επαγγελματικής δραστηριότητας των ψηφιακών νομάδων, δείχνει την επίδραση της πρόθεσης της ελευθερίας και της αυτοπραγμάτωσης του σύγχρονου ανθρώπου. Οι ψηφιακοί νομάδες αποφασίζουν να μετακινηθούν, από πολιτιστικά κίνητρα, που έχουν να κάνουν περισσότερο με την αναζήτηση νοήματος παρά με οικονομικούς παράγοντες. Οι ψηφιακοί νομάδες επίσης απελευθερώνοντας τον εαυτό τους από έναν σταθερό χώρο εργασίας εξερευνούν διαφορετικούς πολιτισμούς. Για αυτούς προέχει η βαθύτερη αίσθηση του εαυτού και μπορεί να εκφράζουν ακόμη και μια αντίθεση στο κοινωνικό σύστημα των χωρών προέλευσής τους ή να εκμεταλλεύονται απλά μια ευκαιριακή προσαρμογή στις συνθήκες που δημιουργούνται από τις επιπτώσεις της νεοφιλελεύθερης ιδεολογίας της επιχειρηματικής ελευθερίας. Ένα ένα σίγουρο. Ότι οι ψηφιακοί νομάδες δημιουργούν τις δικές τους συνθήκες ζωής, ορίζοντας τη ζωή τους με ένα ατομικό σχέδιο αυτοπραγμάτωσης. Θέλουν να αναπτύξουν ένα νέο σύστημα αξιών, στο οποίο ο μινιμαλισμός και το ρίσκο αντικαθιστούν τη σταθερότητα, τη συσσώρευση υλικών αγαθών και την υπερκατανάλωση.

Σύμφωνα με τον Green (2020) είναι πλέον τάση ο τρόπος ζωής του ψηφιακού νομαδισμού. Βασικό στοιχείο για να μιλάμε για ψηφιακό νομαδισμό είναι η αξιοποίηση τη ψηφιακής τεχνολογίας και η συνδεσιμότητα με wifi, χωρίς τα οποία ο εργαζόμενος από απόσταση δεν μπορεί να συνδυάσει την εργασία του με την πρόθεσή του να ικανοποιεί τα ταξιδιωτικά του ενδιαφέροντα και την αναψυχή του.



Οι ψηφιακοί νομάδες ως προς το είδος της εργασίας τους μπορεί να εντάσσονται σε εταιρείες ή να είναι ελεύθεροι επαγγελματίες ή επιχειρηματίες, προγραμματιστές ιστού, ταξιδιωτικοί vlogger, σύμβουλοι εκκίνησης podcast, διαδικτυακοί δάσκαλοι ξένων γλωσσών, επαγγελματίες του ψηφιακού μάρκετινγκ ή να ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η ίδια τους δηλαδή η εργασία έχει άμεση σχέση με την ψηφιοποίηση και το διαδίκτυο, είναι εργασία που πηγάζει από αυτό, που έχει δημιουργηθεί από τις δυνατότητες που παρέχει η τεχνολογία (Green, 2020).

Σύμφωνα με την Payne (2024) οι ψηφιακοί νομάδες δεν είναι μια χούφτα influencers που αναζητούν ένα νέο τρόπο ζωής, αλλά άτομα υψηλής εξειδίκευσης, που επιζητούν ευελιξία στη ζωή τους, για αυτό και πολλοί αυτοαποκαλούνται μέλη της «Generation Flex». Είναι άτομα με ταλέντα, που μπορούν άνετα να ανήκουν σε ένα παγκόσμιο ανταγωνισμό ταλέντων και υψηλά ειδικευμένων επαγγελματιών σε πολλά υποσχόμενους τομείς, όπως της τεχνολογίας. Μπορεί να ασχολούνται επίσης με νεοφυείς ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τον Green (2020) είναι άτομα με υψηλή μόρφωση που κατάγονται από τις ΗΠΑ, την Αυστραλία, την Ευρώπη και διάφορα μέρη της γης και συνήθως είναι πιο νέοι ηλικιακά, ως 35 ετών και φέρουν τα στοιχεία των μιλένιους ή της Γενιάς X, μεταξύ των οποίων και το ότι εκτιμούν πάνω από όλα τα ταξίδια και να δουν τον κόσμο.

Σύμφωνα με τους Hermann & Paris (2020) οι ψηφιακοί νομάδες συμβολίζουν τη σύγχρονη ρευστή κοινωνία, όπου τα άτομα βρίσκονται συνεχώς «εν κινήσει», ζουν σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης, τεχνολογικών καινοτομιών και εκμεταλλεύονται αυτές τις συνθήκες για περισσότερη αυτονομία. Ωστόσο, πρέπει να σημειωθεί ότι οι ψηφιακοί νομάδες μετακινούνται συχνά μεταξύ διαφορετικών θέσεων εργασίας για να διατηρήσουν αυτόν τον απομακρυσμένο και επιθυμητό τρόπο ζωής τους, δηλαδή διαμορφώνουν και αναδιαμορφώνουν τόσο την προσωπική, όσο και την επαγγελματική τους ζωή για να μη χάσουν αυτή τη ζωή.

Πολλοί εργαζόμενοι παρατηρήθηκε ότι κατά την διάρκεια της πανδημίας, βίωσαν τη μοναξιά, η οποία μπορεί να επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την επαγγελματική ευημερία των εργαζομένων, που εργάζονται από απόσταση ή όσους έχουν αποφασίσει να ακολουθήσουν τον ψηφιακό νομαδισμό. Για αυτό παρατηρείται η ενθάρρυνση των

εργαζομένων από την εταιρεία τους να συνεργάζονται, να προσφέρουν εθελοντισμό και να αλληλεπιδρούν με άλλους έξω από το σπίτι (Payne, 2024). Οι εταιρείες απασχόλησης μπορεί να προσφέρουν ολοκληρωμένες ρυθμίσεις κοινότητας, όπως η συνδιαβίωση, οι κοινοί χώροι συνεργασίας, κάποιες οργανωμένες κρουαζιέρες κ.α. (Hermann & Paris, 2020). Το Collective στο Λονδίνο είναι ένας χώρος συνεργασίας και συνδιαβίωσης που ενθαρρύνει τη συνεργασία μεταξύ των ψηφιακών νομάδων που μένουν εκεί, προσφέροντας ένα είδος θετικών κοινωνικών εμπειριών τις οποίες μπορεί έχει κανείς σε ένα περιβάλλον γραφείου, αλλά στην περίπτωση αυτή είναι ένα περιβάλλον χωρίς περιορισμούς (Payne, 2024).

Οι von Zumbusch & Lalicic (2020) διερεύνησαν τους χώρους κοινής διαβίωσης, ως μια λύση διαμονής για να ξεπεραστεί η απομόνωση που επιφέρει ο ψηφιακός νομαδισμός. Μέσω 12 συνεντεύξεων με ψηφιακούς νομάδες που ζουν σε χώρους συμβίωσης αναδείχτηκε πώς δημιουργούν νέες ιδέες, πώς η συνδιαβίωση επηρεάζει τις εμπειρίες των ψηφιακών νομάδων και τέλος εξηγεί πώς η ευημερία τους συνδέεται με τη θεωρία των νεοφυλών.

Άλλες πάλι έρευνες έχουν δείξει ότι όσο ασχολούνται με την εργασία τους απομακρυσμένα, σε περιοχές που έχουν οι ίδιοι επιλέξει και υπό την προϋπόθεση ότι η εργασία τους διακρίνεται από ένα μεγάλο βαθμό ευελιξίας, έχουν αυξημένη παραγωγικότητα, τείνουν να είναι πιο ευτυχισμένοι, έχουν καλύτερη υγεία και είναι πολύ πιο αφοσιωμένοι στη δουλειά τους (Payne, 2024). Οι επιχειρήσεις μάλιστα συστήνεται να προτείνουν στους εργαζομένους τους να εργάζονται από οπουδήποτε, γιατί αυτό είναι ένας τρόπος για βελτιωμένη ευεξία των εργαζομένων, που ενεργοποιούνται και δεσμεύονται περισσότερο με την εργασία τους. Αν δημιουργήσουν μια εταιρική κουλτούρα νομαδισμού οι εργαζόμενοι θα αποδίδουν στο μέγιστο των δυνατοτήτων τους, ιδίως αν τους δίδουν προνόμια που θα εμπλουτίσουν περαιτέρω την εμπειρία των εργαζομένων (Payne, 2024). Οι νομαδικά εργαζόμενοι, πέρα από το ότι είναι πολύ πιο αφοσιωμένοι στην εργασία τους από τους παραδοσιακούς εργαζόμενους, σκοπεύουν να συνεχίσουν να εργάζονται εξ αποστάσεως. Είναι δε τόσο ευχαριστημένοι, που προτείνουν αυτόν τον τρόπο ζωής και σε άλλους.<sup>3</sup>

---

3 <https://www.crossover.com/perspective/the-history-of-remote-work>

## **Κεφάλαιο 2: COVID-19 και ψηφιακός νομαδισμός**

### **2.1.Η συνθήκη του COVID-19 και οι επιπτώσεις της στον τουρισμό**

Ο τουρισμός και όλες οι επιχειρήσεις/οργανισμοί, που ασχολούνται με αυτόν, δέχτηκαν την επίδραση ενός παράγοντα του εξωτερικού περιβάλλοντος, του ιού COVID-19, ο οποίος έκανε την εμφάνισή του στα τέλη του 2019. Ο εξωτερικός αυτός παράγοντας υπάγεται στις Απειλές (Αυδίκος, 2014) και ως τέτοια συμπαρέσυρε και μια άλλη σοβαρή απειλή, στον κοινωνικό/οικονομικό πεδίο. Ήταν μια πρωτοφανής απειλή, καθώς ποτέ πριν δεν είχε αντιμετωπιστεί ανάλογο πρόβλημα. Συνήθως οι επιχειρήσεις τουρισμού είχαν να αντιμετωπίσουν εξωτερικούς παράγοντες, όπως ο έντονος ανταγωνισμός, η πολιτική της χαμηλής τιμολόγησης των ξένων αγορών, πλατφόρμες όπως η Airbnb, που κατακερμάτιζαν την αγορά, φυσικές καταστροφές κ.α. (Bright & Cortes, 2019).

Τα περιοριστικά μέτρα που λήφθηκαν στην πρωτοφανή και δύσκολη συνθήκη της νόσου COVID-19, προκειμένου να μην εξαπλωθεί ήταν αυτά της κοινωνικής αποστασιοποίησης και του περιορισμού των μετακινήσεων. Πιο συγκεκριμένα, κατά το πρώτο κύμα της πανδημίας για διάστημα περίπου τριών μηνών απαγορεύτηκαν όλες οι πτήσεις από το εξωτερικό προκειμένου να μη μεταφέρεται ο ιός και οι παραλλαγές του από την μια χώρα στην άλλη. Το ίδιο διάστημα, αλλά και την επόμενη χρονιά, πάρθηκε το μέτρο προστασίας κλεισίματος των τουριστικών επιχειρήσεων. Άνοιξαν το 2020 για ένα πολύ μικρό διάστημα και την επόμενη χρονιά για ένα μεγαλύτερο, με τις τουριστικές επιχειρήσεις να μπαίνουν δειλά δειλά και με αργούς βηματισμούς στην κανονικότητα (ΣΕΤΕ, 2021).

Δεδομένου ότι αυτή η κατάσταση ήταν διεθνής και τα περιοριστικά μέτρα παρεμφερή σε όλα τα κράτη, τα στοιχεία που παράσχει ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού δίνουν μια συνολική εικόνα των πολύ σοβαρών επιπτώσεων που είχε η πανδημία στον τουρισμό και συνακόλουθα στην οικονομία όλων των κρατών. Υπήρξε μια πτώση του τουρισμού κατά 74%. Το 2019 έφερε πολλές τουριστικές επιχειρήσεις στο σημείο να κλείσουν οριστικά (Poma Loza, Magueño & Ayala, 2021).

Η σχεδόν ανύπαρκτη τουριστική ροή έφερε τις επιχειρήσεις τουρισμού της Βολιβίας σε ιδιαίτερα δυσχερή θέση. Μέχρι το τέλος του 2020 το 50% των μικρών τουριστικών επιχειρήσεων θα χρεοκοπούσε και θα αναγκαζόταν να κλείσει οριστικά

(Poma Loza, Magueño & Ayala, 2021). Στο Βιετνάμ πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν ένα τμήμα των δραστηριοτήτάς τους, μείωσαν το προσωπικό και άλλες έκλεισαν οριστικά (Huynh et al., 2021).

Η Ελλάδα είχε όπως ήταν φυσικό, όπως και οι υπόλοιπες χώρες, σημαντικές οικονομικές απώλειες (ΣΕΤΕ, 2021), παρότι είχε μια πολύ καλή θέση στην παγκόσμια αγορά πριν την πανδημία. Προτιμάται από τουρίστες όλων των χωρών και περισσότερο από τους ευρωπαίους τουρίστες, αν και έχει σημαντικό άνοιγμα και προς την Κίνα, τη Ρωσία κ.α. Το μικρότερο ποσοστό του τουρισμού, καλύπτουν οι ντόπιοι (περίπου 5%) (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).

Ωστόσο οι έλληνες τουρίστες στήριζαν τον τουρισμό στη δύσκολη συνθήκη της πανδημίας, ιδίως την πρώτη χρονιά, καθώς για λόγους ασφαλείας υπήρχε προσανατολισμός στην εγχώρια αγορά. Για να ενδυναμωθεί αυτή η στροφή στο ελληνικό τουριστικό κοινό, η Πολιτεία εξήγγειλε το πρόγραμμα "Τουρισμός Για Όλους", επενδύοντας ένα σημαντικό ποσό από τον προϋπολογισμό του κράτους (περίπου 100 εκατ. ευρώ) για να στηριχτεί η βαριά βιομηχανία της χώρας. Στο πρόγραμμα συμπεριλαμβάνονταν όλα τα ξενοδοχεία, ασχέτως της κατηγορίας που ανήκαν, και οι τιμές ήταν δελεαστικές. Ο Τουρισμός για όλους διατηρήθηκε και την επόμενη χρονιά.<sup>4</sup>

Η στροφή στο ελληνικό τουριστικό κοινό ήταν μια σημαντική κίνηση, δεδομένων των τεράστιων απωλειών. Το καλοκαίρι του 2020 η έλευση των τουριστών σημείωσε πτώση της τάξης του 77%. Οι εισπράξεις που το 2019 είχαν φτάσει στα 18,17 δις. το 2020 έπεσαν στις 4,27 δις.<sup>5</sup> Όσες επιχειρήσεις τουρισμού κατάφεραν να έχουν μια όσο το δυνατόν καλύτερη προσέλευση τουριστών ήταν αυτές που τηρούσαν όλα τα μέτρα υγειονομικής ασφάλειας και τα επιβεβλημένα πρωτόκολλα υγείας (Huynh et al., 2021)

Το 2021 ο αντιπρόεδρος της Επιτροπής της ΕΕ συνεργάστηκε με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, για τη διαμόρφωση αυτών των πρωτοκόλλων υγείας. Μια άλλη λύση που προτάθηκε ήταν η ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού, στον

---

4 <https://www.tourism4all.gov.gr/>

5 <https://m.naftemporiki.gr/story/1695970>

οποίο οφείλεται και ο σχεδιασμός του Digital Green Pass, για τους τουρίστες εκτός ΕΕ.<sup>6</sup>

Αν κατηγοριοποιήσαμε το πώς αντέδρασε η Ελλάδα και οι ξένες χώρες έναντι της πανδημίας, θα διαπιστώναμε τα εξής. Οι διεθνείς τουριστικές επιχειρήσεις αντέδρασαν έναντι της πανδημίας με νέες επιχειρηματικές ιδέες, εκτός από τις επιδοτήσεις των κρατών τους. Στη βαθιά πληγείσα από την πανδημία Βολιβία ενδιαφέρον προκαλεί το ότι η επαρχία Καλαβάγια ασχολήθηκε με τα ενδημικά βότανα, που έχουν υψηλές θεραπευτικές ιδιότητες. Πολλές επιχειρήσεις πρόβαλλαν αυτά τα προϊόντα διαδικτυακά. Η οξοποίηση τη τεχνολογίας και των ψηφιακών μέσων στην τουριστική δραστηριότητα και η ενσωμάτωση του διαδικτυακού τουρισμού ήταν γεγονός σε αυτή τη χώρα. Δόθηκε επίσης έμφαση στον κοινοτικό τουρισμό με πλούσια φυσικά αξιοθέατα και υπαίθριες δραστηριότητες που αποτελούν από τις τελευταίες τάσεις του τουρισμού, τα οποία επίσης προβλήθηκαν διαδικτυακά ως προϊόντα και ως υπηρεσίες (Poma Loza, Magueño & Ayala, 2021).

Το Βιετνάμ και πολλές τουριστικές του περιοχές και επιχειρήσεις γνώρισαν κατακόρυφη πτώση με την πανδημία. Οι επιχειρήσεις προσπάθησαν να αυτό-στηριχτούν ιδίως μετά το πρώτο κύμα της υγειονομικής κρίσης με μέτρα όπως αναδιαμόρφωση των τουριστικών προϊόντων και στροφή στο εγχώριο κοινό. Έλαβαν σημαντικά μέτρα διασφάλισης της δημόσιας υγείας με τα ανάλογα πρωτόκολλα, μείωσαν τις τιμές τους και έκαναν χρήση των δυνατοτήτων της τεχνολογίας (Huynh et al., 2021).

Η Νορβηγία με πολλές πληγείσες από τον κορωνοϊό μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις έλαβαν κρατικές επιδοτήσεις, αλλά και δικά τους μέτρα, όπως η μείωση τιμημάτων των επιχειρήσεών τους, η στροφή στον ντόπιο τουρισμό, οι νέες επικοινωνιακές δυνατότητες που παρέχει η τεχνολογία και η διαμόρφωση νέων προϊόντων (Seeler, Høegh-Guldberg & Eide, 2021).

Στην Αφρική ένας μεγάλος ταξιδιωτικός πράκτορας έδωσε κίνητρα στους ομογενείς του εξωτερικού, στράφηκε στον ντόπιο τουρισμό, διαμόρφωσε νέους χώρους, όπως αγροκτήματα στον Ζαμβέζη, πρόβαλε στις ιστοσελίδες τον τουρισμό χωρίς αυτοκίνητο και πρότεινε νέες περιηγητικές ιδέες (Macfarlane, 2021).

---

6 <https://www.unwto.org/news/unwto-welcomes-eu-support-and-urges-europe-to-lead-the-way-in-tourism-s-restart>

Αναφορικά με την Ελλάδα, εκτός των κρατικών επιδοτήσεων, οι τουριστικές επιχειρήσεις διακρίθηκαν στο ότι ακολούθησαν κατά γράμμα τα πρωτόκολλα υγιεινής και έτσι δημιούργησαν μια εικόνα ασφάλειας που λειτούργησε υπέρ τους.<sup>7</sup> Ακόμη, οι μονάδες των ξενοδοχείων αναβάθμισαν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και δόθηκε έμφαση στην δημιουργία πολυτελών ξενοδοχείων.<sup>8</sup> Δεδομένης της τάσης των ξένων τουριστών να προστατεύουν το περιβάλλον με ένα χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, πολλές επιχειρήσεις εγκατάστησαν σταθμό φόρτισης για οχήματα με ηλεκτροκίνηση, ενώ το κρατικό πρόγραμμα *Κινούμαι Ηλεκτρικά* επιδοτεί τέτοιες ενέργειες, συνεισφέροντας σε αυτή την αλλαγή.<sup>9</sup>

Στη χώρα μας στη διάρκεια της πανδημίας ενισχύθηκε ο τουρισμός κρουαζιέρας, στον οποίο τηρούνταν απαρέγκλιτα όλα τα πρωτόκολλα υγείας, γινόταν τεστ πριν την επιβίβαση σε τουρίστες και προσωπικό και συχνή θερμομέτρηση κατά τη διάρκεια του ταξιδιού (Καραμαγκάλης, 2021). Ακόμη, δόθηκε έμφαση στην ανάπτυξη προϊόντων που σχετίζονται με την ύπαιθρο, οι οποίες απομακρύνουν τον κίνδυνο από τον κοινωνικό συγχρωτισμό και υπακούουν στην τάση των τουριστών για αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού. Και στη χώρα μας υπήρξε στροφή στον εγχώριο τουρισμό, αλλά και επέκταση στις βαλκανικές χώρες, ενώ ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον συνεδριακό τουρισμό ως virtual λύση (Δρέττα, 2021).

Έτσι, όπως και στα κράτη του εξωτερικού, ο ελληνικός τουρισμός έδωσε έμφαση στην ψηφιοποίηση και την διαδικτυακή προώθηση των προϊόντων του.<sup>10</sup> Οι επιχειρήσεις τουρισμού έγιναν *έξυπνες*, απέκτησαν ψηφιακό βοηθό, εξελιγμένα συστήματα Management και έκαναν χρήση του Ψηφιακού Μάρκετινγκ (ΙΝΣΕΤΕ, 2021).

Από την ως τώρα ανάλυση είναι προφανές ότι στην Ελλάδα και το εξωτερικό η Απειλή της πανδημίας, που είχε τραγικές συνέπειες στον τουρισμό, αντιμετωπίστηκε

---

<sup>7</sup><https://sete.gr/el/kentro-typou/omilies-diloseis/2021/paremvaseis-proedrou-sete-se-suzitisi-me-thema-ton-tourismo-sto-plaisio-tou-kyklou-diadiktuakon-suzitiseon-h-elliniki-oikonomia-stin-meta-covid-epohi/>

<sup>8</sup><https://www.nbg.gr/el/the-group/press-office/e-spot/reports/smes-tourism-2020>

<sup>9</sup> <https://www.grhotels.gr/innovation-bites/#1615324293255-5847ed18-9bb2ecde-d0540de4-6404140d-2610>

<sup>10</sup> <https://sete.gr/el/kentro-typou/omilies-diloseis/2021/paremvaseis-proedrou-sete-se-suzitisi-me-thema-ton-tourismo-sto-plaisio-tou-kyklou-diadiktuakon-suzitiseon-h-elliniki-oikonomia-stin-meta-covid-epohi/>

με την τεχνολογία, που λογίζεται ως Ευκαιρία. Πιο κάτω συνδέεται ο άμεσα εξαρτώμενος από την τεχνολογία ψηφιακός νομαδισμός με την πανδημία COVID-19.

## **2.2. Η πανδημία και η αντίδραση των ψηφιακών νομάδων έναντι αυτής**

Η συζήτηση για την απομακρυσμένη εργασία και τους ψηφιακούς νομάδες αυξήθηκε από τη στιγμή που αυξήθηκε ως τάση με την έλευση της πανδημίας. Η MBO (2022) στην έκθεση της παραθέτει στοιχεία που δείχνουν ότι η συνθήκη της πανδημίας αναδιαμόρφωσε τον ψηφιακό νομαδισμό. Οι νομάδες το 2020 διπλασιάστηκαν και το 2021 σημείωσαν αύξηση 42%. Υπολογίζει ότι σήμερα υπάρχουν περίπου 11 εκατομμύρια ψηφιακοί νομάδες στις ΗΠΑ, που εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα ως μισθωτοί κάποιας επιχείρησης. Σύμφωνα με τον Richards (2023) και μια έρευνα της New Horizons το 2017 εκτιμούνταν ότι υπάρχουν συνολικά 1,8 εκατομμύρια νέοι ψηφιακοί νομάδες παγκοσμίως. Έκτοτε, υπήρξε μια σταθερή ανάπτυξη στη συνολική αγορά που αυξήθηκε ιδιαίτερα επί πανδημίας, με αποτέλεσμα το 2022 ο αριθμός τους να φτάνει στα 35 εκατομμύρια.

Το 2019 μόνο το 12% των εργαζομένων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής εργάζονταν απομακρυσμένα και στην Βρετανία μόνο το 6%. Τα ποσοστά αυτά σχεδόν διπλασιάστηκαν κατά τη συνθήκη της πανδημίας. Άλλωστε, λόγω των μέτρων της κοινωνικής αποστασιοποίησης οι υποχρεώσεις των εργαζομένων, όπως το να έχουν φυσική παρουσία στο χώρο εργασίας τους ή να έχουν πρόσωπο με πρόσωπο συναντήσεις δεν μπορούσαν να συνεχιστούν. Έτσι, απροσδόκητα η απομακρυσμένη εργασία έγινε mainstream και πολλοί ήταν αυτοί που πειραματίστηκαν με το να μετακομίσουν σε μια άλλη πόλη ή και χώρα, αν μη τι άλλο για να περάσουν εκεί το lockdown. Η εργασία, οπότε, πολλών ανθρώπων έγινε «διασυννοριακή» (Cook, 2023). Κατά τους Parreño-Castellano και συν. (2022) η ζήτηση για στέγαση των ψηφιακών νομάδων στην Ισπανία αυξήθηκε κατά 291% τον Αύγουστο του 2021. Ομοίως, στις Καναρίους Νήσους, όπου μάλιστα υπολογίζεται ότι 87.000 νέοι ψηφιακών νομάδες την επισκέφτηκαν το 2022, δηλαδή ένας αριθμός διπλάσιος από αυτόν του προηγούμενου έτους.

Οι περιορισμοί που επιβλήθηκαν από την πανδημία Covid-19, ως μέτρα κοινωνικής αποστασιοποίησης, σήμαινε για την ήδη διαμορφωμένη κοινότητα των ψηφιακών νομάδων ότι έπρεπε να μείνουν σε ένα τόπο για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα από ότι είχαν προγραμματίσει. Για άλλους πάλι όχι. Δεν υπήρχε κάποια κοινή γραμμή

στην παγκόσμια κοινότητα των ψηφιακών νομάδων για το πώς θα αντιδράσουν έναντι του κινδύνου της πανδημίας. Οι ψηφιακοί νομάδες θα μπορούσαν να έχουν προσεγγίσει τη μετακίνηση μεταξύ χωρών ως πολύ επικίνδυνη δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Ενώ κάποιοι το έκαναν, οι περισσότεροι ακολούθησαν την αντίθετη κατεύθυνση του υψηλού κινδύνου. Ο λόγος ήταν ότι η κατάσταση που δημιουργήθηκε προσέκρουε στην ανεξαρτησία και την αίσθηση ελευθερίας που διακρίνει τους ψηφιακούς νομάδες. Έτσι, το υψηλότερο κίνητρο για όσους επέλεξαν την μετακίνηση εν μέσω πανδημίας ήταν η ιδέα του εξιδανικευμένου μέλλοντος που συνδέεται με θετικές σκέψεις για αυτό το μέλλον και οδηγεί σε ενισχυμένα επίπεδα αυτορρύθμισης, ανθεκτικότητα και αυτόαποτελεσματικότητα. Για να αποφύγουν την ακαμψία της σταθερής, καθιερωμένης ρουτίνας και να παραμείνουν ενεργοποιημένοι και ενθουσιασμένοι επέλεξαν αυτή τη «δυναμική» επιλογή. Με κίνητρο την αυτοπραγμάτωσή τους η κοινότητα των ψηφιακών νομάδων προσαρμόστηκε γρήγορα στα lockdowns και δεν εξέφρασε φόβο ή άγχος, για αυτό δεν άλλαξαν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια. Έτσι, οι αξίες της κοινότητας όχι μόνο δεν επηρεάστηκαν από τη δραματική αλλαγή του πλαισίου, αλλά ενισχύθηκαν (Ehn και συν., 2022).

Ανάλογα, κατά τους Holleran & Notting (2023) πολλοί ψηφιακοί νομάδες επέλεξαν να μείνουν σε άλλες χώρες από την χώρα προέλευσής τους, κατά τη διάρκεια της πανδημίας, είναι γιατί οδηγήθηκαν κυρίως από την επιθυμία τους να διατηρήσουν την ελευθερία τους. Για αυτούς το να μεταφερθούν σε ένα άλλο τόπο ή χώρα ήταν μια ατομική στρατηγική διαχείρισης του κινδύνου. Οι νομάδες σε περιοχές όπου ο τουρισμός είναι η κύρια πτυχή της οικονομίας, άλλοτε ένιωθαν αμηχανία λόγω των οικονομικών τους προνομίων και της ικανότητάς τους να μετακινηθούν σε σχέση με τους ανθρώπους που ζούσαν στα μέρη που επισκέπτονταν. Κάποιοι ένιωθαν ακόμη και ενοχή όταν έρχονταν αντιμέτωποι με τη φτώχεια και ένιωθαν πόσο «τυχεροί» είναι. Άλλοι πάλι εξορθολόγιζαν το προνόμιο αυτό λέγοντας ότι επιλέγουν να ταξιδεύουν χωρίς περιουσιακά στοιχεία (Holleran & Notting, 2023).

Ωστόσο, παραμένει το γεγονός ότι η νόσος COVID-19 οδήγησε σε εκτεταμένο κλείσιμο των συνόρων, δημιουργώντας πρόβλημα στους ψηφιακούς νομάδες να μετακινούνται ελεύθερα μεταξύ των χωρών. Οι απαιτήσεις της καραντίνας με την άφιξη τους στον τόπο προορισμού, οι επιπλοκές στην έκδοση της βίζας και οι κανονισμοί εισόδου που συνεχώς άλλαζαν, πρόσθεσαν νέα επίπεδα πολυπλοκότητας



στα ταξιδιωτικά σχέδια των ψηφιακών νομάδων. Πολλοί επίσης ανησυχούσαν για την υγεία και την ασφάλειά τους, οπότε έπρεπε να αξιολογήσουν προσεκτικά τους κινδύνους της πιθανής έκθεσης στον ιό, αλλά και της πρόσβασης στην υγειονομική περίθαλψη και της διαθεσιμότητας αυτών στις χώρες που θα έμεναν. Για αυτό και ένα σεβαστό ποσοστό των ψηφιακών νομάδων επέλεξε να μην ταξιδέψει εκείνη της περίοδο ή ήταν πολύ πιο προσεκτικοί στο σχεδιασμό του ταξιδιού τους. Αρκετοί ήταν αυτοί που θεώρησαν πιο ακίνδυνες τις αγροτικές περιοχές και τις μικρότερες πόλεις ή χώρες, που είχαν επιπλέον επιδείξει επιτυχημένες στρατηγικές διαχείρισης της πανδημίας.<sup>11</sup>

Σύμφωνα με τους Parreño-Castellano και συν. (2022), ενώ η παρουσία των ψηφιακών νομάδων είχε μια ανοδική τάση από τα μέσα της προηγούμενης δεκαετίας στην Ισπανία, αυτή η εξέλιξη επιβραδύνθηκε το 2020, ως αποτέλεσμα της πανδημίας. Το lockdown της περιόδου Μάρτιος έως Μάιος του 2020 προκάλεσε απότομη πτώση των αφίξεων. Μόλις τελείωσε αυτή η περίοδος και υπήρξε μια σταδιακή αποκλιμάκωση των περιορισμών για την είσοδο τουριστών στην Ισπανία, η άφιξη των ψηφιακών νομάδων συνεχίστηκε.

Σύμφωνα με τον Richards (2023) και έγκριτες εκτιμήσεις της αγοράς, παρά την αναστάτωση που επέφερε η πανδημία, ιδίως στο πρώτο κύμα με τον κάθετο περιορισμό των πτήσεων και μετακινήσεων, εκτιμήθηκε ότι ο παγκόσμιος αριθμός των ψηφιακών νομάδων θα ξεπεράσει τα 40 εκατομμύρια το 2023. Η αγορά των ψηφιακών νομάδων είναι τόσο αναπτυσσόμενη, που υπολογίζεται ότι ως το 2030 θα φτάσει περίπου τα 60 εκατομμύρια, ενώ κάποιοι μιλούν για 1 δισεκατομμύριο ψηφιακούς νομάδες μέχρι το 2035.

Δεδομένης αυτής της μεγάλης και συνεχώς αναπτυσσόμενης αγοράς, έχει ενδιαφέρον να αναδειχτεί κατά πόσο ο τουρισμός έκανε και κάνει κινήσεις για να προσελκύσει αυτή την αναπτυσσόμενη κατηγορία τουριστών, όπως παρουσιάζεται στη συνέχεια.

---

11 <https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

## **Κεφάλαιο 3: Πολιτικές προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στην Ελλάδα και το εξωτερικό**

### **3.1.Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων**

Οι Millennials και η Γενιά Z αντιπροσωπεύουν περίπου το 70% των ψηφιακών νομάδων (Richards, 2023). Αυτή η κατηγορία διακρίνεται για τη συνεχή της συνδεσιμότητα στο διαδίκτυο, πέραν των αναγκών της εργασίας. Οι ψηφιακοί νομάδες ξοδεύουν πολύ ελεύθερο χρόνο στην πλοήγηση στο διαδίκτυο, σε διαδικτυακές αγορές και στα κοινωνικά μέσα (Robinson & Schänzel, 2019). Οπότε βασικό στοιχείο που προσελκύει τους ψηφιακούς νομάδες είναι η καλή σύνδεση με γρήγορη ταχύτητα. Έτσι, η προβολή της σύγχρονης τεχνολογίας που διαθέτει ο τόπος προορισμού είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων (Zhou και συν., 2023 ·Payne, 2024).

Οι ψηφιακοί νομάδες προσελκύονται επίσης όταν προβάλλονται οι φυσικές ομορφιές του τόπου, ένα δελεαστικό μέρος, που μπορεί να έχει φυσικά τοπία, χώρους με πολιτιστική αξία, κάποια πόλη παλαιάς εποχής ή ακόμη και έντονη νυχτερινή ζωή (Payne, 2024).

Επίσης παράγοντες έλξης είναι ο πολιτισμός και η ιστορία του τόπου, η αρχιτεκτονική, τα μουσεία, η ιστορική ατμόσφαιρα, οι πολιτιστικές εκδηλώσεις οι τοπικές σπεσιαλιτέ, τα κρασιά και η γαστρονομία, καθώς οι ψηφιακοί νομάδες αναζητούν ποιότητα ζωής εντός ενός προορισμού. Σε αυτό το πλαίσιο, η προσιτότητα των καθημερινών προϊόντων, είναι ελκυστικός παράγοντας, ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενους προορισμούς. Σημαντική είναι και η προβολή μιας ποικιλίας επιλογών αθλητισμού και ευεξίας, όπως και του ήπιου κλίματος που τυχόν διαθέτει ο προορισμός και το μειωμένο κόστος ζωής (Zhou και συν., 2023). Σημαντικός ελκυστικός παράγοντας είναι επίσης η ευκολία πρόσβασης από τα μέσα μαζικής μεταφοράς, τα συχνά και άνετα δρομολόγια, όπως και η πολιτική σταθερότητα και ασφάλεια (Zhou και συν., 2023).

Στο ίδιο πλαίσιο, είναι σημαντική η προβολή ιδίως από τον τομέα της φιλοξενίας το ότι προσαρμόζει τα προϊόντα του στις ανάγκες του ψηφιακού νομάδα. Πολλά

ξενοδοχεία προσφέρουν για παράδειγμα πακέτα «εργασίας από το ξενοδοχείο» και αυτό πρέπει να προβάλλεται κατάλληλα (Zhou και συν., 2023).

Κατά τον Richards (2023) το να παρέχουν οι φορείς φιλοξενίας καταλύματα για μακροπρόθεσμη χρήση είναι ένας παράγοντας έλκυσης των ψηφιακών νομάδων, την ώρα που διαπιστώνεται ότι υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση εκ μέρους των ψηφιακών νομάδων για καταλύματα σε ξενώνες. Κατά τους Zhou και συν. (2023) οι παροχές εξυπηρέτησης στα καταλύματα και οι εγκαταστάσεις αναψυχής και ψυχαγωγίας είναι βασικός παράγοντας για την επιλογή του τόπου από τους ψηφιακούς νομάδες. Αξίζει να σημειωθεί το πρωτοποριακό LiveZoku το οποίο είναι ξενοδοχείο, κατοικία, χώρος εργασίας, χώρος κοινωνικοποίησης. Βασικό του χαρακτηριστικό είναι ότι είναι ευπροσάρμοστο και μπορεί εύκολα να αλλάξει ανάλογα με τις προτιμήσεις και προθέσεις του επισκέπτη. Έχει τη δυνατότητα να κοσμήσει το χώρο με έργα τέχνης που επιθυμεί, να αλλάξει τη διαρρύθμιση και τη χρήση, όπως για παράδειγμα το χώρο του τραπεζιού της κουζίνας σε χώρο υποδοχής των φίλων του κ.α.<sup>12</sup>

Οι ψηφιακοί νομάδες διαχειρίζονται την ανεξαρτησία τους κάνοντας εκτενή χρήση της Airbnb (Richards, 2023), που είναι εύκολη στη χρήση και προσφέρει πληθώρα καταλυμάτων απανταχού της γης. Βέβαια υπάρχουν και άλλες εταιρείες που την ανταγωνίζονται προσθέτοντας ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, όπως να οργανώνουν κατά τη διαμονή, όσων εργάζονται εξ αποστάσεως ξεναγήσεις.<sup>13</sup> Ωστόσο, σε ορισμένους προορισμούς υπάρχουν έντονες κριτικές για τις αφίξεις των ψηφιακών νομάδων, γιατί αυξάνουν τις τιμές των κατοικιών/καταλυμάτων (Richards, 2023 · Van den Broek και συν., 2023).

Σύμφωνα με τον Richards (2023) και τους Zhou και συν. (2023) ένα βασικό ζητούμενο που απασχολεί τους ψηφιακούς νομάδες είναι η βίζα παραμονής. Από το 2020 οι χώρες άρχισαν να εκδίδουν βίζες για να ενθαρρύνουν τους ανθρώπους να περνούν το lockdown δουλεύοντας στην επικράτειά τους (Cook, 2023). Έτσι, χώρες που προσφέρουν πιο εύκολα ψηφιακές νομαδικές βίζες είχαν μεγαλύτερη προσέλκυση ψηφιακών νομάδων. Σήμερα υπάρχουν περίπου 50 χώρες που προσφέρουν στοχευμένες βίζες για τους ψηφιακούς νομάδες. Κατά συντριπτική πλειονότητα η βίζα που προσφέρεται είναι για ένα έτος ή και λιγότερο, οπότε χώρες

---

<sup>12</sup> <https://livezoku.com/amsterdam/>

<sup>13</sup> <https://www.kathimerini.gr/tag/digital-nomads/>

που θα καταφέρουν να αυξήσουν αυτό το διάστημα, θα είναι πρώτες στις προτιμήσεις των ψηφιακών νομάδων. Για παράδειγμα η Ταϊλάνδη προσφέρει βίζα με μέγιστη διάρκεια 10 ετών, αν και θέτει άλλα κριτήρια για να την αποκτήσει κανείς, όπως να έχει εισόδημα 80.000 δολάρια τα προηγούμενα δύο χρόνια ή καταθέσεις του 1 εκατομμύριου στην τράπεζα, οπότε αυτόματα αποκλείει αυτούς που είναι νέοι στην εργασία είτε νέοι ψηφιακοί νομάδες (Richards, 2023).

Η ίδια η τιμή για την έκδοση της βίζας παραμονής είναι επίσης ελκυστικός παράγοντας, καθώς κυμαίνονται από 0 έως 2.000 \$. Το να είναι ο ψηφιακός νομάδας κάτοχος βίζας συνήθως σημαίνει ότι απαλλάσσεται από την καταβολή τοπικού φόρου εισοδήματος. Το ίδιο ισχύει και για τους εργοδότες τους. Συστήνονται, οπότε, τέτοιες τακτικές, δεδομένου και του ότι οι τόποι φιλοξενίας των ψηφιακών νομάδων και γενικότερα οι χώρες επωφελούνται από την τόνωση της οικονομίας, αφού οι νομάδες ξοδεύουν χρήματα και στις «αργές περιόδους» τουρισμού (Payne, 2024).

Μια άλλη διοικητική παράμετρος που λειτουργεί ελκυστικά σύμφωνα με τους Van den Broek και συν. (2023) είναι η κοινωνική ασφάλιση, καθώς αν υπάρχει σύγχυση νόμων μπορεί ο ψηφιακός νομάς να πληρώνει σε δύο ή περισσότερες χώρες ή να μην έχει πρόσβαση στην κοινωνική ασφάλιση. Οι εργοδότες αντιμετωπίζουν το ίδιο πρόβλημα αναφορικά με τους φόρους και την κοινωνική ασφάλιση, την ώρα που πρέπει να συμμορφώνονται στους τοπικούς νόμους, διαφορετικά το κόστος μη συμμόρφωσης είναι υψηλό. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, για παράδειγμα, ενώ έχει δώσει ιδιαίτερη έμφαση στην υπέρβαση τέτοιων εμποδίων και συντονίζει ορισμένους από αυτούς τους τομείς σε ικανοποιητικό βαθμό, εξακολουθούν να υπάρχουν κενά και αναντιστοιχίες.

Οι τοπικοί φορείς και οι αυτοδιοικήσεις επιθυμούν να προσελκύσουν ψηφιακούς νομάδες γιατί έχουν πρόσθετες ροές εσόδων, αύξηση κατανάλωσης (ΦΠΑ), αύξηση στους φόρους εισοδήματος και στα τέλη κοινωνικής ασφάλισης. Έτσι, τους βλέπουν ως ευκαιρία για την τόνωση της τοπικής οικονομίας, αλλά και ως ευκαιρία για να εμπλουτίσουν την κοινότητά τους με εργαζόμενους έντασης γνώσης. Ευελπιστούν ότι η ύπαρξή τους μπορεί να προσελκύσει καινοτόμες εταιρείες, όπως νεοσύστατες επιχειρήσεις ή επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας, για αυτό και η επενδυτική τους πολιτική πρέπει να είναι ελκυστική (Van den Broek και συν., 2023).

Συχνά οι τοπικές αρχές ευελπιστούν ότι οι ψηφιακοί νομάδες θα γίνουν μακροχρόνιοι κάτοικοι και θα ενταχθούν στην τοπική κοινωνία. Ωστόσο, πολλές φορές παρατηρείται ότι, ενώ οι ψηφιακοί νομάδες έχουν την πρόθεση να γνωρίσουν και να εξοικειωθούν με τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κοινότητας, εντέλει να μην ενσωματώνονται στον τρόπο ζωής τους, για διάφορους λόγους. Από την άλλη, έχουν την ανάγκη να νιώθουν ότι ανήκουν κάπου. Για αυτό και οι εγκαταστάσεις συνεργασίας θεωρούνται καίριας σημασίας από τους ψηφιακούς νομάδες. Αν δεν ενσωματωθούν στην τοπική κοινότητα, δένονται με την κοινότητα των υπολοίπων ψηφιακών νομάδων, τους οποίους συναντούν σε διάφορους χώρους για χαλάρωση και αναψυχή, αλλά και σε χώρους συνεργασίας (Van den Broek και συν., 2023 · Thompson, 2019).

Οι ψηφιακοί νομάδες, έτσι, έλκονται από το να υπάρχουν εγκαταστάσεις συνεργασίας (Richards, 2023 · Zhou και συν., 2023). Κατά τους van den Broek και συν. (2023) είχαν πολύ καλά αποτελέσματα προγράμματα που διευκολύνουν το εργασιακό περιβάλλον ψηφιακών νομάδων, όπως το να δημιουργηθούν χώροι συνεργασίας σε καταλύματα και ξενοδοχεία, τα οποία αλλιώς θα παρέμεναν άδεια. Βέβαια, θίγουν ότι είναι σημαντικό να γίνονται κινήσεις σύνδεσης με την τοπική κοινωνία. Με αυτό συμφωνεί και ο Richards (2023) που θεωρεί ότι οι τοπικές κοινότητες πρέπει να μεριμνούν στο να υπάρξει προσαρμογή των νομάδων στην κοινότητα, με το να δημιουργήσουν προγράμματα και εκδηλώσεις αφιερωμένες στη σύνδεση των δύο πλευρών. Η φιλικότητα των κατοίκων της περιοχής, η ανεκτικότητα τους και η συμπερίληψη είναι μια σημαντική πτυχή για την επιλογή του τόπου από τους ψηφιακούς νομάδες. Μάλιστα, κάποιες περιοχές στοχεύουν σε εξειδικευμένες αγορές, όπως LGBTQ ψηφιακούς νομάδες (Zhou και συν., 2023). Ακόμη, το να υπάρχουν προγράμματα που ελκύουν τους ψηφιακούς νομάδες, όπως προγράμματα καθοδήγησης/συμβουλευτικής μέσω ειδικών, που θα παράσχουν βοήθεια σε δύσκολες στιγμές.<sup>14</sup>

Βάσει αυτών, η αίσθηση του ανήκειν είναι πρωταρχικής σημασίας, παρά το ελεύθερο και ανεξάρτητο πνεύμα των ψηφιακών νομάδων. Δεν είναι τυχαίο ότι επί πανδημίας, λόγω των μέτρων κοινωνικής αποστασιοποίησης, σχημάτισαν αμέσως εικονικές, διαδικτυακές δομές συνεργασίας για να διατηρήσουν την αίσθηση της σύνδεσης με

---

<sup>14</sup><https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

άτομα που μοιάζουν με αυτούς.<sup>15</sup> Επίσης, δημιούργησαν Virtual Nomad Communities σε διαδικτυακές πλατφόρμες, εικονικές /διαδικτυακές δηλαδή κοινότητες για να μοιραστούν τους εμπειρίες τους, να συζητήσουν ή να ζητήσουν συμβουλές.<sup>16</sup>

Από τις κοινότητες αξίζει να αναφερθεί το Wifi Tribe, όπου δίνεται η ευκαιρία οι απομακρυσμένοι εργαζόμενοι να ζήσουν και να εργαστούν μαζί σε μια νέα πόλη για τέσσερις έως έξι εβδομάδες, επιλέγοντας το πρόγραμμα που τους ταιριάζει. Έτσι συνεργάζονται, ο ένας μαθαίνει από τον άλλο, γίνονται πιο εφευρετικοί και δημιουργικοί, ανευρίσκουν νέες ιδέες και νέους τρόπους επίλυσης προβλημάτων και ταυτόχρονα διαμορφώνουν κοινές εμπειρίες εκτός εργασίας (<https://wifitribe.co/>).

### **3.2. Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων στο εξωτερικό**

Η Πορτογαλία κατατάσσεται στους 4 πιο δημοφιλείς προορισμούς για ψηφιακούς νομάδες. Το τελευταίο εξάμηνο έχει εκδώσει πάνω από 200 Ψηφιακές Βίζες Νομάδων, ενώ ειδικότερα για τους «μακρινούς» εργαζόμενους, όπως από την Αμερική έχει ορίσει ότι μπορούν να παραμείνουν στη χώρα χωρίς να είναι αναγκαία καμία διατύπωση για διάστημα τριών μηνών. Προβάλλει τα πλεονεκτήματα της χώρας σε επίπεδο υπηρεσιών, φυσικού τοπίου και αναψυχής. Από τους τέσσερις πιο δημοφιλείς προορισμούς της χώρας, για παράδειγμα, προβάλλει καταρχάς το Πόρτο ως τη δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Πορτογαλίας. Πρόκειται για ένα θαλάσσιο λιμάνι, στις όχθες του ποταμού Douro, που κατοικείται από τη δεύτερη χιλιετηρίδα π.Χ. Έχει πλούσιο πολιτισμικό πλούτο. Ανήκει στον Κατάλογο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO για τα μπαρόκ και μεσαιωνικά μνημεία του. Έχει μεγάλη παράδοση στην οινοποίηση, πολλά internet cafe και κέντρα συνεργασίας (coworking), ενώ η επιχειρηματική της δραστηριότητα είναι έντονη και με πολλές προοπτικές. Ανάλογα, η χώρα προβάλλει την πόλη Κασκάις, με λιγότερους κατοίκους, περίπου 200.000 για όσους ψηφιακούς νομάδες επιθυμούν μια πιο ήρεμη ζωή, με χαλαρούς ρυθμούς. Διαθέτει αμώδεις παραλίες, ένα υπέροχο ιστορικό κέντρο με παραδοσιακά ιβηρικά σπίτια και πολλά παραδοσιακά προϊόντα και φαγητά.<sup>17</sup>

---

15<https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

16<https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

17 <https://medium.com/@investingtravels/the-current-top-4-digital-nomad-destinations-in-portugal-665bede6c5a4>

Η Ισπανία, προορισμός παγκόσμιας σημασίας για την υποδοχή των ψηφιακών νομάδων, που υπερβαίνουν τους 423000, προβάλλει το φυσικό και πολιτιστικό πλούτο των Κανάριων Νήσων και άλλων περιοχών της, όπως Βαρκελώνη, Βαλένθια, Μάλαγα, Μπιλμπάο, Σαν Σεμπαστιάν, Μαδρίτη, Σεβίλλη, Κόρδοβα κ.α. Παράλληλα, τονίζει την καλή τεχνολογική υποδομή της χώρας, την ανοικτή συνδεσιμότητα σε δημόσιους χώρους, την καλή προσβασιμότητα που παρέχουν τα μέσα μεταφοράς, τη δυνατότητα υπαίθριων αθλητικών δραστηριοτήτων, την ασφάλεια, το χαμηλό κόστος ζωής και την ποιότητα ζωής. Προωθεί επίσης, τη συνδιαβίωση/χώρους συνεργασίας, αλλά και τη διασκέδαση και τη νυχτερινή ζωή (Parreño-Castellano και συν., 2022).

Αξίζει να αναφερθούν κάποιες δράσεις για την προώθηση της διαμονής των Digital Nomads στα Κανάρια Νησιά, όπως η δράση «Το γραφείο με το καλύτερο κλίμα στον κόσμο», που ήταν μια επένδυση μισού εκατομμυρίου ευρώ μέσω των μέσων τουριστικής προβολής, των MME και εξειδικευμένων διαδικτυακών χώρων όπως το WIFI Tribe ή η δράση «Γραφείο ο Παράδεισος» του δήμου της La Oliva για την οποία εκτός από την προβολή μέσω των μέσων ενημέρωσης και των διαδικτυακών χώρων, δημιουργήθηκαν και ειδικές εικονικές/διαδικτυακές κοινότητες, με περισσότερα από 600 μέλη ή η δράση Live and Work Anywhere μέσω της οποίας η Airbnb προβάλλει τις ενοικιάσεις μακράς διαμονής. Ορισμένες τοπικές διοικήσεις έχουν δικό τους ψηφιακό δίκτυο για την ενημέρωση και προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, όπως το Tenerife Remote Workers και το Digital Nomads Meetup. Σε κρατικό επίπεδο, έχουν γίνει κινήσεις προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων, όπως μέσω μιας ελκυστικής φορολογίας και της εύκολης έγκρισης της ψηφιακής βίζας. Οι πολίτες εκτός ΕΕ μπορούν να μείνουν στη χώρα με τουριστική βίζα, έως και τρεις μήνες. Ακόμη έχουν θεσπιστεί ειδικές βίζες διαμονής όταν πρόκειται για την απόκτηση ακινήτων ή για μη κερδοσκοπική διαμονή (Parreño-Castellano και συν., 2022).

Η Εσθονία προτιμάται επίσης από τους ψηφιακούς νομάδες γιατί προβάλλει το χαμηλό κόστος ζωής της χώρας, σε συνδυασμό με το internet υψηλής ταχύτητας, τη γοητεία της παλιάς εποχής, λόγω των πολλών ιστορικών της πόλεων, τη νυχτερινή ζωή, τη βίζα ενός έτους, αλλά και το δικαίωμα παραμονής για 180 ημέρες χωρίς βίζα. Σε περίπτωση υπέρβασης αυτού το ορίου ο διαμένων υποβάλλεται στην τοπική φορολογία εισοδήματος (Payne, 2024). Είναι χαρακτηριστικό ότι η Εσθονία, πριν από

την πανδημία, υιοθέτησε το e-Residency, που παρείχε την δυνατότητα ίδρυσης μιας εταιρείας εντός μιας ημέρας, με τον όρο οι ιδιοκτήτες να τη διαχειρίζονται διαδικτυακά, να υπογράφουν ψηφιακά έγγραφα και να δηλώνουν τους φόρους τους διαδικτυακά. Μετά την πανδημία, προχώρησε παραπέρα, εισάγοντας την βίζα για τους ψηφιακούς νομάδες από το 2020 (Parreño-Castellano και συν., 2022).

Η Νορβηγία ως χώρα που δεν είχε ιδιαίτερη απήχηση τους ψηφιακούς νομάδες για το κλίμα της, προέβη φέτος σε μια καμπάνια στο ψηφιακό της μάρκετινγκ όπου τόνισε με ένα υπέροχο και δελεαστικό τρόπο τις πολιτικές αρκούδες, το βόρειο σέλας (Zhou και συν., 2023) και τα χειμερινά αθλήματα και το εντυπωσιακό της τοπίο. Παράλληλα, προέβαλε ότι η πλειονότητα των κατοίκων μιλά αγγλικά, έχει διάθεση φιλοξενίας και συνδιαλλαγή με ξένους, όπως και ότι έχει αναπτυγμένη τεχνολογία και γρήγορο δίκτυο και ότι από το 2023 προσφέρει είτε βίζα Σένγκεν είτε βίζα ETIAS για όλους τους ενδιαφερόμενους απανταχού της γης. Μάλιστα, προβάλλει ότι η νέα βίζα της Νορβηγίας ως διαδικασία αίτησης είναι πιο απλή από πολλές άλλες χώρες και το κυριότερο ότι μπορεί να εκδοθεί για έως και δύο χρόνια, με δυνατότητα ανανέωσης για άλλα δυο χρόνια, την ώρα που τα περισσότερα κράτη έχουν διάρκεια ισχύος ένα έτος.<sup>18</sup> Κατά τον Payne (2024) δημοφιλείς τοποθεσίες για τους ψηφιακούς νομάδες όπως η Πορτογαλία, η Εσθονία, η Κροατία παρέχουν μόνο ένα έτος διάρκεια στη βίζα τους. Μόνο το Μεξικό έχει μεν διάρκεια βίζας ενός έτους, αλλά με δυνατότητα ανανέωσης έως τέσσερα. Σε αυτόν τον τομέα υπερτερεί η Ταϊλάνδη που ναι μεν θέτει αυστηρά οικονομικά κριτήρια, αλλά μπορεί να προσφέρει βίζα διάρκειας 10 ετών (Richards, 2023).

Άλλες χώρες ή οι πόλεις τους προβάλλουν ότι οι ψηφιακοί νομάδες μπορούν να ζήσουν σε αυτές με ένα χαμηλό κόστος ζωής. Οι πιο οικονομικοί προορισμοί βρίσκονται στον Καναδά και τις ΗΠΑ, με την Κολομβία να ανακηρύσσεται το φθηνότερο μέρος για να ζήσει κανείς το 2023 και ταυτόχρονα με την καλύτερη ποιότητα ζωής. Ακόμη, σε επίπεδο ασφάλειας η Κεντρική Αμερική που έχει ξεπεράσει τα προβλήματα του παρελθόντος είναι προσανατολισμένη στο να προβάλλει πόσο ασφαλής είναι για τους ψηφιακούς νομάδες και τους τουρίστες γενικότερα (Zhou και συν., 2023).

---

18 <https://www.etias.org/blog/norway-digital-nomad-visa>



Το χαμηλό κόστος ζωής προβάλλει επίσης το Μεξικό, που διακρίνεται και για μία ακόμη ιδιαιτερότητα. Προβάλλει τον εθελοντισμό ως ένα καλό τρόπο για να εξερευνήσουν οι ψηφιακοί νομάδες τη χώρα στον ελεύθερο χρόνο τους, αλλά και για να αποκτήσουν μοναδικές πολιτιστικές εμπειρίες. Συστήνει ανεπιφύλακτα τις εθελοντικές δράσεις στους νεοεισερχόμενους ψηφιακούς νομάδες, που συνήθως ανησυχούν περισσότερο μήπως ξοδέψουν άμεσα τις αποταμιεύσεις τους. Παράλληλα αυτή η ομάδα έχει περισσότερο την ανάγκη ένταξης και κοινωνικοποίησης. Για αυτό το σκοπό, έχει δημιουργηθεί μια πλατφόρμα εθελοντισμού, η Worldpackers, όπου οι ψηφιακοί νομάδες επιλέγουν ένα φορέα, οργανισμό ή ατομική εταιρεία στην οποία θα παράσχουν βοήθεια, με αντάλλαγμα τη διαμονή τους και το φαγητό τους. Υπάρχει μεγάλη ποικιλία των ευκαιριών εθελοντισμού από την παροχή βοήθειας σε ένα κατάλυμα, μέχρι την παροχή βοήθειας σε οικολογικά χωριά, σε ΜΚΟ και τη βοήθεια σε κοινωφελή έργα τοπικών κοινοτήτων, όπως η Ταπατσούλα, μια πανέμορφη πόλη κοντά στα σύνορα με τη Γουατεμάλα.<sup>19</sup>

Έχουν πλέον δημιουργηθεί ισχυρές συνεργασίες ιδιωτών και δημοσίου, όπως της Airbnb που συνεργάστηκε με τον Οργανισμό Τουρισμού της Καραϊβικής για την προώθηση της περιοχής ως κατάλληλη για να διαμείνουν σε αυτή οι ψηφιακοί νομάδες. Την ίδια τακτική ακολούθησαν και οι Παρθένοι Νήσοι. Άλλες συνεργασίες είναι αυτή της πλατφόρμας Nomad X, η οποία συνεργάστηκε με την Ένωση Φίλων της Μαδέρας που προέβαλε ένα νομαδικό χωριό, κατάλληλο για την επαφή των ψηφιακών νομάδων με τις τοπικές εμπειρίες. Η Νορβηγία, η Ουγγαρία, η Γεωργία και ο Μαυρίκιος, προβάλλουν ότι οι προσωρινοί ψηφιακοί νομάδες, οι οποίοι αποφασίζουν να διαμείνουν περισσότερο από 180 ημέρες δεν θα έχουν κυρώσεις, απλά θα φορολογούνται όπως οι γηγενείς κάτοικοι (Zhou και συν., 2023).

Αξιόλογη είναι και η κίνηση της Κόστα Ρίκα, της Γουατεμάλας, της Νικαράγουας και του Παναμά, που ενώθηκαν κάτω από τον διαδικτυακό τόπο Selina,<sup>20</sup> ο οποίος από την πανδημία και μετά παρέχει προτάσεις για μεγαλύτερη διαμονή και προωθεί τις εγκαταστάσεις συνεργασίας (Richards, 2023).

---

19 <https://www.worldpackers.com/articles/digital-nomad-mexico>

20 <https://www.selina.com/blog/digital-nomads/#>

### 3.3. Πρακτικές προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων στην Ελλάδα

Η Ελλάδα προβάλλεται στην παγκόσμια κοινότητα των ψηφιακών νομάδων για την εύκολη πρόσβαση και μετακίνηση χάρη στα συχνά και άνετα δρομολόγια. Ακόμη, για το ότι προσφέρει πρόγραμμα μείωσης φόρου της τάξεως του 50% για όσους αποφασίσουν να μείνουν στη χώρα για τουλάχιστον δυο χρόνια. Η Ελλάδα, όπως και άλλες χώρες, έχει επενδύσει στην διαδικτυακή επικοινωνία, την τεχνολογία και τις συνεργασίες με μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες για τη βελτίωση της συνδεσιμότητας. Στο σύστημα καινοτομίας της συμμετείχαν και χρηματοοικονομικές εταιρείες παγκοσμίου εμβέλειας, όπως η πιστωτική κάρτα Visa για τη διευκόλυνση των συναλλαγών κάθε είδους (Zhou και συν., 2023).

Αυτή η συνεργασία έχει ως αποτέλεσμα να προβάλλεται και από αντίστοιχους ιστότοπους όπως τον GOLDEN VISA Greece.com. Έτσι, ο ιστότοπος παρέχει άρτια πληροφόρηση για κάθε εργαζόμενο που θέλει να εργαστεί απομακρυσμένα. Πληροφορεί για τα εκπληκτικά φυσικά τοπία, την μακραίωνη ιστορία της χώρας, τα πολιτιστικά της μνημεία, τη ζωντανή της κουλτούρα. Εστιάζει σε αγαπημένους προορισμούς των ψηφιακών νομάδων, όπως η Αθήνα, που συνδυάζει τις σύγχρονες ανέσεις με τα αρχαία θαύματα και τον πολιτισμό, την υψηλή τεχνολογική υποστήριξη, τους χώρους συνεργασίας, το διαρκώς αναπτυσσόμενο startup, ή τη Θεσσαλονίκη ως ένα πολυσύχναστο κόμβο πολιτισμού, με νεανική ατμόσφαιρα, νυχτερινή ζωή, πολλές καλλιτεχνικές σκηνές και μια σειρά χώρων συνεργασίας. Στέκεται και σε άλλους περιφερειακούς προορισμούς, όπως την Κέρκυρα με τα καταπράσινα τοπία της, τις μαγευτικές της παραλίες, τα γραφικά χωριά, τα καφέ δίπλα στους ελαιώνες και τις περιπατητικές διαδρομές. Ως στολίδι χαρακτηρίζει τα Χανιά της Κρήτης που συνδυάζει τις ανέσεις μιας σύγχρονης πόλης με τη γοητεία του παλαιού, όπως και την καλή διαδικτυακή υποδομή και τις μαγευτικές παραλίες. Τέλος, κάνει αναφορά στη Ρόδο, τη μελέτη περίπτωσης της παρούσας εργασίας, με τη μεσαιωνική της αρχιτεκτονική, την τοπική κουλτούρα, τις μαγευτικές παραλίες, τα φιλόξενα καφέ με θέα τη θάλασσα και τον αρχαιολογικό της πλούτο.<sup>21</sup>

Σύμφωνα με το Greek Travel Pages (2022) οι αρχές της χώρας έχουν ξεκινήσει να λαμβάνουν μέτρα με τα οποία θα διευκολυνθεί η μετακίνηση των ψηφιακών

---

21 <https://www.goldenvisa-greece.com/best-places-in-greece-for-digital-nomads-embrace-the-greek-lifestyle-while-working-remotely/>

νομάδων, όπως αναδείχτηκε στο 1o Work from Greece Summit, στο οποίο συμμετείχαν στελέχη επιχειρήσεις, ψηφιακοί νομάδες και εκπρόσωποι της κυβέρνησης. Εκτός από τη δημιουργία ειδικής βίζας για τους ψηφιακούς νομάδες η χώρα έχει προχωρήσει στην απλοποίηση των διαδικασιών, που θα κάνουν επιτρεπτό το γρήγορο άνοιγμα μιας ατομικής επιχείρησης μέσω του Gov.gr, οι υπηρεσίες του οποίου έχουν για αυτό το σκοπό μεταφραστεί και στην αγγλική γλώσσα. Παρότι τη χώρα διέκρινε η αργή ταχύτητα διαδικτύου και η κακή συνδεσιμότητα έχουν γίνει πολύ θετικές κινήσεις βελτίωσης των δικτύων της.<sup>22</sup>

Ως προς αυτό το επίπεδο έχουν συμβάλει και ατομικά οι τοπικές επιχειρήσεις τουρισμού και φιλοξενίας, ακόμη και μικρά καφέ και εστιατόρια, τα οποία προχώρησαν σε μια αναβάθμιση των τεχνολογικών τους εγκαταστάσεων και έτσι αυξήθηκε η ταχύτητα του Ιντερνέτ για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των ψηφιακών νομάδων. Πολλοί μάλιστα από τους χώρους αυτούς έχουν γίνει σταθμοί συνεργασίας (Zhou και συν., 2023).

Σύμφωνα με τον Grant (2022) οι βελτιώσεις αυτές και η μείωση του φόρου παρέχουν πλέον ισχυρά κίνητρα στους ψηφιακούς νομάδες να επισκεφτούν την Ελλάδα και ήδη αυτό άρχισε να φαίνεται από την αύξηση των Βρετανών. Θεωρεί ως σημαντική κίνηση ότι ο Δήμος Αθηναίων σε συνεργασία με τον Οργανισμό Ανάπτυξης και Διαχείρισης Προορισμών την εκστρατεία #BetterInAthens, την οποία προβάλλει παντού για να ενισχύσει την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων.<sup>23</sup>

Ήδη έχουν δημιουργηθεί ιστότοποι και μπλόγκ που παρέχουν στους ψηφιακούς νομάδες πληροφόρηση για κάθε είδους απορία τους, όπως για γραφειοκρατικά θέματα, για την πρόσβαση σε ένα τόπο, για το αν υπάρχουν χώροι συνεργασίας, για τις φυσικές ομορφιές κτλ.<sup>24</sup> Σημαντικό βήμα είναι ότι στην όλη κίνηση προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων συνέβαλλε και ο τομέας ακινήτων. Η AirBnB διαμόρφωσε εξατομικευμένα ακίνητα, τα οποία προσφέρει με μακροχρόνια μίσθωση σε ψηφιακούς νομάδες (Zhou και συν., 2023).

Αναφορικά με τη μελέτη περίπτωσης της Ρόδου, που επιλέχθηκε στην παρούσα έρευνα, σύμφωνα με το Παρατηρητήριο Ψηφιακών Νομάδων (2022) πρώτο το νησί

22 <https://news.gtp.gr/2022/11/24/greece-takes-actions-to-attract-digital-nomads/>

23 <https://www.euronews.com/travel/2021/05/25/greece-is-gold-for-digital-nomads>

24 <https://workfromgreece.gr/setting-up-in-greece/your-greek-digital-nomad-faq-corner/>

της Ρόδου ήταν αυτό που ανακοίνωσε ότι θα αναλάβει μια σειρά από ενέργειες που θα αποσκοπούσαν στην προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων. Έτσι το θέμα ξεκίνησε να παίρνει δημοσιότητα και να διενεργούνται συζητήσεις από το Παρατηρητήριο Ψηφιακών Νομάδων με τον Υπουργό Τουρισμού, τον Υφυπουργό Εξωτερικών, το βουλευτή Δωδ/σου κ.α., οπότε η Κυβέρνηση προχώρησε σε κινήσεις όπως η έκδοση ειδικής βίζας για τους ψηφιακούς νομάδες.

Ο πρωτοπόρος στην προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων Δήμος της Ρόδου είχε εκπονήσει μελέτη την οποία παρουσίασε το 2021 στο συνέδριο “1ο Digital Mobilities Conference: Nomads & Remote Workers”. Βασικά σημεία της ήταν η τεχνολογική προσαρμογή, η προσβασιμότητα, η ίδρυση “co-working spaces” και “co-living spaces” (χώρων συνεργασίας και συνδιαβίωσης), η δημιουργία ενημερωτικού portal, η δημιουργία ψηφιακού κέντρου εξυπηρέτησης, η ανάπτυξη μιας κοινότητας ψηφιακών νομάδων που θα λειτουργούν ως πρεσβευτές του τόπου, η διαμόρφωση μιας «κουλτούρας» τεχνολογίας και καινοτομίας σε όλους τους κατοίκους.<sup>25</sup>

Βασικό σύνθημα της καμπάνιας προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων ήταν το “All roads lead to Rhodes”. Η ανταπόκριση δεν άργησε να έρθει. Οι πρώτοι ψηφιακοί νομάδες έφτασαν στη Ρόδο το Μάρτιο του 2023. Πρόκειται για 17 υψηλόβαθμους εργαζομένους της πολυεθνικής εταιρείας Cisco που ασχολείται με την κατασκευή και εμπορία τηλεπικοινωνιακών δικτύων, συσκευών δικτύωσης υπολογιστών, ηλεκτρονικών προϊόντων κ.α. Η εταιρία έχει συνάψει σύμβαση συνεργασίας με την Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Έχουν διαμορφωθεί ειδικοί χώροι-γραφεία για τους ψηφιακούς νομάδες σε κτήρια που ήδη λειτουργούσαν υπηρεσίες της Περιφέρειας. Κατά τη διάρκεια της παραμονής των ψηφιακών νομάδων θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στο να ενταχτούν στην τοπική κοινωνία, να συνδεθούν με τον τόπο, να αποκτήσουν την εμπειρία της νησιωτικής Ελλάδας και να τη γνωστοποιήσουν στο εξωτερικό.<sup>26</sup>

---

25 <https://www.rhodes.gr/1o-digital-mobilities-conference-o-dimos-rodou-protoporos-stin-proselkysiton-psifiakon-nomadon/>

26 <https://www.rodiki.gr/article/491517/sth-rodou-briskontai-oi-prwtoi-psifiakoi-nomades>

#### 4. Η περίπτωση της νήσου Ρόδος

Η Ρόδος βρίσκεται στο ΝΑ Αιγαίο και ανήκει στα Δωδεκάνησα. Είναι το τρίτο πιο πολυπληθές νησί, με μόνιμους κατοίκους 125.113. στην ανατολική-βόρεια πλευρά του βρίσκεται, η χώρα, η πρωτεύουσα Ρόδος, ο πληθυσμός της οποίας ξεπερνά τις 56 χιλιάδες. Η πρωτεύουσα είναι ο πιο μεγάλος οικισμός του νησιού και διαθέτει το πιο καλά διατηρημένο μεσαιωνικό κάστρο και την πόλη που εκτείνεται γύρω από αυτό (Παλαιά Πόλη), η οποία έχει ενταχθεί στον Κατάλογο Μνημείων Πολιτιστικής Κληρονομιάς της UNESCO από το 1988 (Περιφερειακή Ένωση Δήμων Νοτίου Αιγαίου, 2024).

Η οχυρωμένη παλιά μεσαιωνική πόλη σχηματίζει ένα ημικύκλιο γύρω από το κεντρικό λιμάνι. Ιδιαίτερα γραφική είναι η Οδός των Ιπποτών, πλήρως αποκατεστημένη, κατά μήκος της οποίας ήταν οι οικίες του Τάγματος των Ιπποτών του Αγίου Ιωάννη. Ιδιαίτερη δεσπόζουσα θέση έχει το Παλάτι του Μεγάλου Μαγίστρου, το οποίο χρονολογείται το δέκατο τέταρτο αιώνα. Είναι το πρώτο από τα κτίσματα που οικοδόμησαν οι ιππότες. Άξιος αναφοράς είναι επίσης ο μεταγενέστερος πύργος του ρολογιού τον οποίο οικοδόμησε στα μέσα του 19<sup>ου</sup> αιώνα ο Φεχτί Πασάς, όπως και σημερινό βυζαντινό κι αρχαιολογικό μουσείο, τα οποία έχουν στεγαστεί στα κτίρια του Νοσοκομείου των Ιπποτών και της Παναγίας Νίκης. Η Ρόδος και ειδικότερα η πρωτεύουσα έχει χαρακτηριστεί ως πόλη των αντιθέσεων, καθώς έξω από το μεσαιωνικό κράτος εκτείνεται η σύγχρονη νέα πόλη, με επίσης αρκετά κτίρια-ορόσημα, εμβληματικά άλλων ιστορικών περιόδων, όπως η Νομαρχία και το Ταχυδρομείο που οικοδομήθηκαν κατά την ιταλική κατοχή, η Εκκλησία του Ευαγγελισμού και το Εθνικό Θέατρο. Στο μικρό λιμάνι, με την ονομασία Μανδράκι δεσπόζουν τα αγάλματα των ελαφιών και λίγο πιο εκεί οι Ανεμόμυλοι και ο Φάρος. Χαρακτηριστικό είναι και το Ενυδρείο που μοιάζει με υπόγεια υδάτινη σπηλιά. Στην άλλη πλευρά της πόλης είναι χαρακτηριστικό το πάρκο με τα παγώνια (τοποθεσία Ροδίνι), όπου λειτουργούσε και η Ρητορική Σχολή της Ρόδου της ελληνιστικής εποχής. Στο λόφο, στην ακρόπολη της αρχαίας Ρόδου, ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει ένα ωδείο, ένα αρχαίο στάδιο και το ναό του Απόλλωνα. Στα αρχαία χρόνια η Ρόδος γνώρισε μεγάλη ακμή όταν από τον τέταρτο

προ χριστού αιώνα υψώθηκε ο Κολοσσός, έργο του Χάρη, μαθητή του φημισμένου γλύπτη Λυσίππου.<sup>27</sup>

Η βόρεια πλευρά του νησιού έχει έναν διατηρητέο παραδοσιακό οικισμό, την Κοσκινού, με παραδοσιακά σπίτια διακοσμημένα, γεμάτα χρώμα και κεραμικές κοσμήσεις. Ένα θολωτό κτίριο σε αυτή την περιοχή φιλοξενεί λουτρικές εγκαταστάσεις με ιαματικά νερά, γνωστά από την αρχαιότητα για τις θεραπευτικές ιδιότητές τους. Η περιοχή Ιαλυσός είναι από τα κοσμοπολίτικα θέρετρα με νυχτερινή ζωή. Στην κορυφή της περιοχής αυτής δεσπόζει η ακρόπολη. Η περιοχή ήταν μία από τις ισχυρές πόλεις κατά την αρχαιότητα (μαζί με την Κάμειρο και Λίνδο). Στο λόφο της αρχαίας πόλης υπάρχουν σημαντικής αξίας μνημεία όπως ο ναός της Αθηνάς, η δωρική κρήνη και η μεσαιωνική μονή της Παναγίας. Η κεντρική οδός της Ιαλυσού κοσμεύεται με νεοκλασικούς πύργους, ενώ λόγω των μελεμιών έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα σπορ όπως το windsurfing και kitesurfing. Ένας άλλος οικισμός είναι η Άφαντος, δείγμα της νησιώτικης Δωδεκανήσιας αρχιτεκτονικής και ένας άλλος ο Θεολόγος, σημαντικής αξίας βιότοπος γνωστός ως η κοιλάδα των Πεταλούδων. Η κωμόπολη Αρχάγγελος είναι μια ήσυχη, μη αναπτυγμένη τουριστικά, παραδοσιακή συνοικία με πολύχρωμα σπίτια. Άξιο λόγου είναι το κάστρο των Ιωαννιτών Ιπποτών το 1320, η Μονή Τσαμπίκας, ο ναός του Αρχάγγελου Μιχαήλ. Κοντά στο χωριό Μάλωνα με τους πορτοκαλεώνες βρίσκεται μιας μοναδικής ομορφιάς περιοχή, οι Επτά Πηγές. Η Κάμειρος, επίσης ισχυρή πόλη κατά την αρχαιότητα, είναι άξια λόγου για τον κατάφυτο αρχαιολογικό χώρο και τα πολλά αρχιτεκτονικά υπολείμματα. Γύρω της βρίσκονται πολλά καταπράσινα παραδοσιακά χωριά. Πιο ψηλό βουνό είναι ο Αττάβυρος, με φανταστική πανοραμική θέα. Μια του πλευρά είναι κατάσπαρτη με αμπέλια, στο χωριό Έμπωνας, που παράγει ένα εξαιρετικό τοπικό κρασί. Στην περιοχή υπάρχουν και άλλα κάστρα όπως το Μονόλιθο και το κάστρο της Κρητηνίας. Η Λίνδος επίσης ισχυρή αρχαία πόλη φέρει επιβλητική ακρόπολη, με πανοραμική θέα, παραδοσιακά λευκά σπίτια και αρχοντικά και λιθόστρωτα σοκάκια.<sup>28</sup>

Η Νότια Ρόδος χαρακτηρίζεται για τις απέραντες ακρογιαλιές με πολλές παραλίες να είναι κατάλληλες για windsurfing και kitesurfing. Η ζωή είναι πιο ήσυχη και χαμηλών ρυθμών. Η φυσική ομορφιά συμπληρώνεται από δάση και κοιλάδες, που διακόπτονται από διάσπαρτα πανάρχαια αγροτικά χωριά με το δικό τους χρώμα και

---

27 <https://www.visitgreece.gr/el/islands/dodecanese/rhodes/>

28 Στο ίδιο

ντοπιολαλιά. Έτσι, το νησί της Ρόδου είναι ένα μωσαϊκό παραδόσεων και ιστορίας, με πληθώρα αρχαίων, μεσαιωνικών, μεταγενέστερων μνημείων, με έντονο το πράσινο στοιχείο των βουνών και των κοιλάδων, με παραδοσιακούς διατηρητέους οικισμούς, με κοσμοπολίτικα θέρετρα, με δαντελένιες παραλίες.<sup>29</sup>

Η Ρόδος έχει συχνές ακτοπλοϊκές γραμμές από τα μεγάλα λιμάνια της χώρας. Διαθέτει ένα σύγχρονο κρατικό αερολιμένα, στα βορειοδυτικά της πρωτεύουσας, από όπου εισέρχεται ο κύριος όγκος των τουριστών, ενώ είναι ιδιαίτερα οργανωμένος ο τουρισμός κρουαζιέρας, με δεκάδες χιλιάδες επισκέπτες να καταφθάνουν στο νησί με αυτό το μέσο (Περιφερειακή Ένωση Δήμων Νοτίου Αιγαίου, 2024). Έχει καλές τοπικές συγκοινωνίες και πολλούς επιχειρηματίες που ασχολούνται με την οργάνωση διάφορων ημερήσιων εκδρομών σε παραλίες του νησιού, αλλά και σε κοντινά νησιά, όπως της Τήλου, της Σύμης, του Καστελλόριζου, της Χάλκης.<sup>30</sup>

---

29 Στο ίδιο

30 Στο ίδιο

## **5. Μεθοδολογία έρευνας**

### **5.1 Σκοπός της έρευνας**

Ο σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να εξετάσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός μέσα από τη μελέτη περίπτωσης της Ρόδου, έναν προορισμό που τα τελευταία χρόνια έχει κάνει συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων, μέσα από τη σε βάθος διερεύνηση των απόψεων αρμοδίων για τον τουρισμό που απασχολούνται στο Δήμο Ρόδου, όπως και μέσω των απόψεων εκπροσώπων ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων και των απόψεων ατόμων που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά με τον τουρισμό.

Η διερεύνηση των απόψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα κινείται αρχικά στον άξονα της ανάδειξης των κινήσεων που έχουν γίνει μέχρι τώρα για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στο νησί της Ρόδου, όπως και στην ανάδειξη του οφέλους που έχει για τον τόπο τους και την τουριστική ανάπτυξη του νησιού ο νομαδικός τουρισμός. Τέλος, χαρτογραφούνται και οι κινήσεις στις οποίες σκοπεύουν να προβούν μελλοντικά για την διατήρηση κα αύξηση αυτής της ιδιαίτερης μορφής εναλλακτικού τουρισμού.

Από την ανάδειξη των ενεργειών που έχουν γίνει, των ωφελειών που παρέχει ο ψηφιακός νομαδισμός στο νησί της Ρόδου, θα χαρτογραφηθούν οι καλές πρακτικές που μπορούν να εφαρμόσουν και άλλοι προορισμοί στην Ελλάδα για την ανάπτυξη αυτού του τουριστικού προϊόντος.

### **5.2 Μεθοδολογία της έρευνας**

Η παρούσα έρευνα προσέγγισε το θέμα του εναλλακτικού τουρισμού Ψηφιακοί Νομάδες μέσα από την βιβλιογραφική επισκόπηση, που εκτείνεται στα προηγούμενα κεφάλαια, άρα μέσω της δευτερογενούς έρευνας σχετικών με το θέμα πηγών, εγχειριδίων, έγκριτων σάιτ και εμπειρικών μελετών, την οποία συνδυάζει με την πρωτογενή έρευνα.

Προκειμένου να συλλεχθούν τα πρωτογενή δεδομένα της παρούσας έρευνας κρίθηκε ως καταλληλότερη η ποιοτική μεθοδολογική προσέγγιση, με την οποία μπορούν να διερευνηθούν σε βάθος οι απόψεις και αντιλήψεις των συμμετεχόντων για το υπό διερεύνηση θέμα του ψηφιακού νομαδισμού (Bryman, 2017).



Η ποιοτική μέθοδος ανήκει στην ερμηνευτική προσέγγιση και έτσι θα αναδειξεί τι πιστεύουν για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων και πώς βιώνουν οι αρμόδιοι τουρισμού του Δήμου Ρόδου, οι εκπρόσωποι των ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων και τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά με τον τουρισμό για τον ψηφιακό νομαδισμό και τα οφέλη της ανάπτυξης του. Θα αναδείξει επιπλέον πώς συνδέουν αυτό το είδος του εναλλακτικού τουρισμού με τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεών τους και του νησιού εν γένει. Θετικό στοιχείο της ποιοτικής μεθοδολογικής προσέγγισης είναι ότι διακρίνεται για την ευελιξία της και την ένταξη τυχόν νέων στοιχείων και προτάσεων από τους πλέον αρμόδιους να απαντήσουν για αυτό (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

Η ποιοτική έρευνα διεξήχθη με το συμβατό για αυτή τη μέθοδο εργαλείο της συνέντευξης σε βάθος. Η συνέντευξη ως ερευνητικό εργαλείο συλλογής δεδομένων επικεντρώνεται στην ερμηνεία και στην ανάδειξη των βαθιών νοημάτων, εμπειριών και βιωμάτων των υποκειμένων της έρευνας (Ισαρη & Πουρκός, 2015).

Βασικό εργαλείο της συνέντευξης είναι ο διάλογος και η χωρίς καμία πίεση ελεύθερη έκφραση των συμμετεχόντων στην έρευνα, όπως και η μη καθοδήγηση τους εκ μέρους του ερευνητή. Το εργαλείο της συνέντευξης είναι διαφόρων τύπων, όπως δομημένη συνέντευξη πλήρως καθορισμένη, μη δομημένη, καθόλου προκαθορισμένη, *ελεύθερη*, και ημιδομημένη η οποία βασίζεται σε μια προκαθορισμένη δόμηση, αλλά αυτή δεν είναι αυστηρή, μπορεί να αλλάξει. Υπάρχουν δηλαδή συγκεκριμένες ερωτήσεις προς απάντηση, αλλά μπορεί να αλλάξει η σειρά τους ή να αφαιρεθεί κάποια αν απαντήθηκε από τα προηγούμενα ή να προστεθεί κάποια ή κάποιες διευκρινιστικές ερωτήσεις αν ο ερευνητής /ερευνήτρια κρίνει ότι χρειάζεται κάποια αποσαφήνιση ή ότι ανακύπτει ένα νέο ουσιαστικό στοιχείο, στο οποίο θέλει να εμβαθύνει περισσότερο. Οι από πριν καθορισμένες ερωτήσεις συνιστούν τον Οδηγό Συνέντευξης. Πρόκειται για ερωτήσεις οι οποίες είναι ανοικτού τύπου, δηλαδή δεν μπορούν να απαντηθούν μέσα από ένα ναι ή όχι. Αντίθετα, προάγουν τη σε βάθος σκέψη του ερωτώμενου και είναι προσανατολισμένες στο πώς και στο γιατί (Ισαρη & Πουρκός, 2015: 97).

Η παρούσα έρευνα συνέταξε ένα Οδηγό Συνέντευξης με ανοικτού τύπου ερωτήσεις, ο οποίος αποτελείται από έντεκα ερωτήματα, διατυπωμένα με σαφήνεια. Τα ερωτήματα είναι σχετικά με την ανάδειξη των κινήσεων που έχουν γίνει μέχρι τώρα για την

προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στο νησί της Ρόδου, με την ανάδειξη του οφέλους που έχει για την τουριστική ανάπτυξη ο νομαδικός τουρισμός και με τις μελλοντικές κινήσεις που κρίνουν απαραίτητες τα υποκείμενα της έρευνας για την διατήρηση κα αύξηση αυτής της μορφής εναλλακτικού τουρισμού. Είναι, δηλαδή, σχετικά με τον τιθέμενο ερευνητικό σκοπό και θα καταγράψουν απόψεις αποκλειστικά συνδεδεμένες με αυτό το σκοπό.

### **5.3 Επιλογή του δείγματος**

Η ποιοτική μεθοδολογία χαρακτηρίζεται για το ότι δεν είναι αναγκαίο το δείγμα που θα επιλεγεί από τον πληθυσμό να είναι πολυπληθές γιατί χάνεται η εστίαση στο ειδικό και υποκειμενικό και γιατί αυτό που ενδιαφέρει είναι τα λίγα άτομα που θα επιλεγούν (συστήνονται 8 ως 12) να είναι καλοί γνώστες της κατάστασης ή του φαινομένου που διερευνάται και να μπορούν λόγω της ιδιότητάς και τους επαγγέλματος τους να παράσχουν στον ερευνητή /ερευνήτρια ένα πλούτο πληροφοριών, να παράσχουν δηλαδή μια πλήρη πληροφόρηση για το θέμα του ψηφιακού νομαδισμού στη Ρόδο (Bryman, 2017 · Ίσαρη & Πουρκός, 2015).

Στην παρούσα έρευνα οι αρμόδιοι για τον τουρισμό που απασχολούνται στο Δήμο Ρόδου, οι εκπρόσωποι ξενοδοχειακών μονάδων και καταλυμάτων και τα άτομα που δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά με τον τουρισμό, έχουν τη γνώση και την εμπειρία για το ζήτημα των ψηφιακών νομάδων στο νησί τους και μπορούν να παράσχουν επαρκή πληροφόρηση για αυτό.

Επιλέχθηκαν μέσω υποκειμενικών κριτηρίων και σκοπίμως από την ερευνήτρια δέκα (10) άτομα ως δείγμα για την παρούσα έρευνα, με το κριτήριο της επάρκειας και καταλληλότητας. Καταρχάς, οι αρμόδιοι τουρισμού του Δήμου, ο οποίος μάλιστα έχει πρωτοπορήσει στην προσέλκυση ψηφιακών νομάδων με μια ολοκληρωμένη στρατηγική και έπειτα ιδιοκτήτες καταλυμάτων που τα διαθέτουν σε ψηφιακούς νομάδες και τέλος επιχειρηματίες της εστίασης και ενός εμπορικού καταστήματος με τοπικά προϊόντα που συναλλάσσονται με ψηφιακούς νομάδες. Συγκεντρωτικά, το δείγμα παρουσιάζεται στον κάτωθι πίνακα.

### Πίνακας 1. Στοιχεία πληροφορητών /δείγματος

Κωδικός	Ιδιότητα Συμμετέχοντα
Συν.1	Ιδιοκτήτης Καταλύματος /Βίλας στην Παλιά Πόλη
Συν.2	Εργαζόμενος ξενοδοχείου στο κέντρο της πόλης
Συν.3	Υπεύθυνη κρατήσεων καταλύματος στο Θεολόγο
Συν. 4	Εργαζόμενος σε χώρο εργασίας
Συν.5	Ιδιοκτήτης εμπορικής επιχείρησης τοπικών προϊόντων
Συν.6	Ιδιοκτήτης χώρου εστίασης
Συν.7	Ιδιοκτήτης καφέ με χώρο εργασίας
Συν. 8	Σύμβουλος Δήμου Ρόδου στο τμήμα Τουρισμού
Συν.9	Υπάλληλος του Δήμου στο Τμήμα Τουρισμού
Συν. 10	Τμηματάρχης του Δήμου Ρόδου στο τμήμα τουρισμού /επικοινωνίας

#### 5.4 Διαδικασία συνεντεύξεων

Ακολουθήθηκε η εξής διαδικασία για τη λήψη των συνεντεύξεων από τους ως άνω αναφερθέντες συμμετέχοντες στην έρευνα. Η ερευνήτρια επικοινωνήσε τηλεφωνικά με τους συμμετέχοντες και τους ενημέρωσε για το σκοπό της παρούσας έρευνας που διεξάγεται στο πλαίσιο του μεταπτυχιακού της προγράμματος Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων. Τους πληροφόρησε για τους λόγους που τους επέλεξε να συμμετάσχουν στην έρευνα, λόγω της γνώσης, της εμπειρίας και της ιδιότητάς τους. Ταυτόχρονα απέστειλε ενημερωτικό έντυπο μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο οποίο αναγράφεται ο σκοπός της έρευνας, πόσο σημαντική είναι η συμμετοχή τους για την ολοκλήρωση της έρευνας, ότι τα αποτελέσματα που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ερευνητικούς σκοπούς και ότι οι απαντήσεις και οι πληροφορίες που θα τις παράσχουν είναι εμπιστευτικές (βλ. πρώτη παράγραφο παρόντος Οδηγού Συνέντευξης στο Παράρτημα). Δεν ασκήθηκε κανενός είδους

πίεση στους συμμετέχοντες οι οποίοι αποφάσισαν ελεύθερα να συμμετάσχουν στην έρευνα.

Σε μια δεύτερη επικοινωνία καθορίστηκε ο χρόνος της συνέντευξης σε μέρα και ώρα που ήταν βολική για τους συμμετέχοντες, όπως και ο τόπος της συνέντευξης, ο οποίος ήταν ο ψηφιακός. Όλες δηλαδή οι συνεντεύξεις που λήφθηκαν διεξήχθησαν μέσω τηλεδιάσκεψης. Η διάρκεια των συνεντεύξεων δεν υπερέβη τα 45 λεπτά της ώρας. Κάθε συνέντευξη μαγνητοφωνήθηκε και στη συνέχεια απομαγνητοφωνήθηκε και εγγράφηκε σε αρχείο Word για να είναι διευκολυνθεί η επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων. Όλες οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν κατά το διάστημα Απρίλιος ως μέσα Μαΐου του 2024.

### **5.5 Δυσκολίες και περιορισμοί της έρευνας**

Υπολογίζονταν αρχικά ότι θα δοθούν περισσότερες συνεντεύξεις, περίπου δέκα τρεις με δέκα τέσσερις, αλλά λόγω του ξεκινήματος της τουριστικής σεζόν και άρα λόγω φόρτου εργασίας των ερωτηθέντων, κυρίως αυτών με τα καταλύματα όσο και των αρμόδιων του Δήμου Ρόδου που απασχολούνται στη Διεύθυνση Τουρισμού, τελικά απάντησαν στον Οδηγό Συνέντευξης δέκα άτομα.

## 6. Αποτελέσματα της έρευνας

Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις του Οδηγού συνέντευξης καταγράφονται στη συνέχεια, ακολουθώντας την σειρά με την οποία τέθηκαν οι ερωτήσεις στους συμμετέχοντες στην έρευνα.

### 1<sup>η</sup> ερώτηση: Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα (Συν. 1- Συν. 10) στις απαντήσεις τους για το πώς αντιλαμβάνονται την έννοια ψηφιακοί νομάδες απαντούν ότι πρόκειται για άτομα που έχουν ένα πιο ευέλικτο εργασιακό καθεστώς, καθώς δεν είναι απαραίτητο να έχουν φυσική παρουσία στο γραφείο της εταιρείας/επιχείρησης που εργάζονται. Αντίθετα, μπορούν να διεκπεραιώσουν τα εργασιακά τους καθήκοντα μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Πρόκειται για τους απομακρυσμένα εργαζόμενους ή εξ αποστάσεως εργαζόμενους σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Αυτή η ευελιξία που παράσχει σε αυτή την κατηγορία απασχολούμενων η εργασία τους, κάνει επιτρεπτή τη μετακίνησή τους σε άλλα μέρη εκτός του τόπου διαμονής τους, σε άλλες χώρες, σε ένα χειμερινό προορισμό ή σε κάποιο νησιωτικό περιβάλλον, όπως η περίπτωση της Ρόδου.

Ενδεικτικά, όπως αναφέρει ο Συν. 10 για το πώς κατανοεί την έννοια ψηφιακοί νομάδες, σημειώνει τα εξής: *«Ναι ...είναι όσοι έχουν την ευελιξία να ασκούν το επάγγελμα τους εκτός γραφείου, απομακρυσμένα, μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή... αυτό τους επιτρέπει να εργάζονται από οπουδήποτε.. έτσι τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί η τουριστική τάση αυτοί οι εργαζόμενοι να εγκαθίστανται για κάποιους μήνες σε τουριστικούς προορισμούς».*

Όπως είναι εμφανές από την απάντηση του Συν. 10, αλλά και από τις απαντήσεις των Συν. 4, Συν. 5, Συν. 6, Συν. 8, Συν. 9, αυτό που χαρακτηρίζει τη μετακίνηση και διαμονή των ψηφιακών νομάδων σε ένα τουριστικό προορισμό είναι ότι δεν πρόκειται για μια βραχυπρόθεσμη διαμονή, αλλά για ένα αρκετά μεγάλο διάστημα, άνω των τριών μηνών.

Ένα άλλο ενδιαφέρον στοιχείο που τονίζεται από τον Συν.2 και τον Συν. 7 είναι ότι από την κατηγορία των απασχολούμενων που εργάζονται με αυτή την ευέλικτη

κατάσταση, απομακρυσμένα, δεν επιλέγουν όλοι να εργαστούν από ένα άλλο τελείως διαφορετικό μέρος από τον τόπο διαμονής τους. Προφανώς από το σύνολο των απασχολούμενων με αυτό το καθεστώς, ένα τμήμα από αυτούς επιλέγει να κάνει αυτό το συνδυασμό της εργασίας και των διακοπών σε μια νέα χώρα, πόλη και αυτό λόγω της ιδιαίτερης ψυχοσύνθεσης και προσωπικότητάς του. Όπως λέει χαρακτηριστικά ο Συν. 2 «είναι άτομα με πιο ελεύθερο πνεύμα».

**2<sup>η</sup> ερώτηση: Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Υπάρχει μια σύμπτωση στις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα Συν.3, Συν. 4, Συν. 6, Συν. 7, Συν. 8 και Συν. 9 ως προς το ότι οι απαντήσεις τους επικεντρώνονται καθαρά στα οφέλη για τον κλάδο του τουρισμού και στην αύξηση των εσόδων. Δηλαδή αυτή η ομάδα των συμμετεχόντων επικεντρώνεται περισσότερο στο ότι η μακρά διαμονή των ψηφιακών νομάδων στο νησί, σημαίνει ότι δεν διακόπτεται η ροή των εσόδων, ότι η τουριστική περίοδος επιμηκώνεται και βγαίνουν από το αδιέξοδο της εποχικότητας και της ανασφάλειας που τη συνοδεύει. Επομένως, έχουν καλύτερη ροή εσόδων και δεν αυξάνεται το ποσοστό της ανεργίας, κάτι σύνθηρες στους τουριστικούς προορισμούς, όπου οι εργαζόμενοι αναγκάζονται λόγω της μη λειτουργίας ή της υπό-λειτουργίας των τουριστικών επιχειρήσεων να βγαίνουν σε ταμείο ανεργίας κατά τους χειμερινούς μήνες. Οι συγκεκριμένοι συμμετέχοντες συνδέουν αυτή την καλύτερη κατάσταση από την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με τη βιωσιμότητα, την οποία ο Συν. 9 αναφέρει και ως βασικό στόχο της Διεύθυνσης Τουρισμού του Δήμου.

Συγκεκριμένα, όπως εύστοχα αναφέρει ο Συν. 10 *«Καταρχάς το ότι επειδή μένουν στον τουριστικό προορισμό για μήνες..μπορεί και πάνω από ένα έτος ...άρα ότι ο προορισμός έχει μια μη διακοπτόμενη ροή, με συνέπεια ο κλάδος να ξεπερνά το ζήτημα της εποχικότητας πράγμα που σημαίνει ότι τα καταλύματα δεν κλείνουν το χειμώνα ούτε άλλες παρεμφερείς με τον τουρισμό επιχειρήσεις, οπότε επιβιώνουν...οι εργαζόμενοι στον τουρισμό επίσης δεν αναγκάζονται να μουν σε καθεστώς προσωρινής ανεργίας και γενικότερα ο εμπορικός κλάδος σημειώνει αυξητική πορεία».*

Σε ένα μη καθαρά οικονομικό όφελος αναφέρεται ο Συν. 8, που προσθέτει ότι εκτός της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου και των ωφελειών που προκύπτουν από

αυτή, θεωρεί πολύ θετικό χαρακτηριστικό των ψηφιακών νομάδων ότι είναι άριστοι γνώστες της τεχνολογίας και ότι μπορούν να μεταφέρουν αυτή τη γνώση στον τόπο προορισμού (*«Η ένταση γνώσης θα έλεγα και η υψηλή τους εξειδίκευση που είναι σημείο κλειδί για την μεταφορά κουλτούρας τεχνολογίας και καινοτομίας»*).

Μη οικονομικό στοιχείο, αλλά ψυχολογικό και κοινωνικό θα λέγαμε, είναι ότι όπως αναφέρει ο Συν. 3 η διαμονή των ψηφιακών νομάδων και τους χειμερινούς μήνες τους βγάζει από την ανία, δίνουν όπως λέει χαρακτηριστικά μια «ζωντάνια στον τόπο». Οι δε Συν. 5 και Συν. 7 προσθέτουν το ότι επειδή μένουν για μακρό διάστημα τους κάνει να τους αισθάνονται ως φίλους και όχι ως περιστασιακούς επισκέπτες.

Οι Συν. 1, Συν. 2 και Συν.5 επικεντρώνονται πιο πολύ σε τέτοιου είδους χαρακτηριστικά. Ο Συν. 1 θεωρεί θετικό το ότι θέλουν «να ζουν νέα πράγματα ...να θαυμάζουν τη φύση στον ελεύθερο χρόνο τους, να κάνουν σπορ, να διασκεδάζουν, να γνωρίζουν άλλους πολιτισμούς και νοοτροπίες» και ο Συν. 2 ότι θεωρεί θετικό ότι «τους αρέσει να γνωρίζουν άλλους τόπους και άλλους ανθρώπους και εμάς τους ντόπιους, τις συνήθειες και τις κουλτούρες μας», δίνουν δηλαδή έμφαση και στην κοινωνική συνδιαλλαγή.

### **3<sup>η</sup> ερώτηση: Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, εκτός του Συν. 5, Συν. 7 και Συν. 8 πιστεύουν ότι ένας σημαντικός παράγοντας που έλκει τους ψηφιακούς νομάδες να επιλέξουν τη Ρόδο ως προορισμό διαμονής τους είναι το ιδιαίτερο περιβάλλον του ελληνικού νησιού. Δηλαδή το ότι είναι λάτρεις της θάλασσας και του ήλιου. Είναι επίσης σημαντικό για τους ψηφιακούς νομάδες να ζουν σε ευχάριστες κλιματικές συνθήκες, στοιχείο που επίσης διαθέτει το νησί τους. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 2 «...οι κλιματικές συνθήκες να είναι καλές... ως γνωστόν ανέκαθεν οι τουρίστες προτιμούσαν την Ελλάδα για τις καλές κλιματικές της συνθήκες το φώς, το πέλαγος...».

Δεν αρκεί μόνο ο θαυμασμός του φυσικού τοπίου από τους ψηφιακούς νομάδες. Είναι πιο ενεργητικοί τουρίστες κατά τους Συν. 1, Συν.2, Συν. 3, Συν.5, Συν. 7, Συν. 8. Επιθυμούν να πηγαίνουν εκδρομές «σε απάτητες παραλίες με πλοίο ή στη Σύμη» (Συν. 7) και να δραστηριοποιούνται αθλητικά με το στοιχείο της θάλασσας, όπως με το να

κάνουν διάφορα σπορ όπως καγιάκ, καταδύσεις και windsurfing, σπορ που είναι οργανωμένα στο νησί τους και υπάρχουν οι κατάλληλες παραλίες για αυτά («...να έχουν δυνατότητα για σπορ όπως το σερφινγκ για το οποίο προτιμάται ιδιαίτερα το κατάλυμα μας που είναι στο Θεολόγο κατάλληλο για τέτοιες δραστηριότητες», Συν. 3).

Η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα, δηλαδή οι Συν.1, Συν. 2, Συν. 3, Συν. 4, Συν. 7, Συν. 8, Συν. 9, θεωρούν επίσης ότι οι ψηφιακοί νομάδες ενδιαφέρονται ο τόπος που πηγαίνουν να έχει ενδιαφέρον από άποψη ιστορίας και πολιτισμού. Να υπάρχουν μνημεία και ευρήματα σημαντικής πολιτιστικής και ιστορικής αξίας, κάτι που επίσης διαθέτει το νησί της Ρόδου. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 1 *«ενδιαφέρονται για τόπους διαμονής που έχουν κάτι να δώσουν, έχουν πολιτισμό και μακραίωνη ιστορία..μια σπάνια αρχιτεκτονική, όπως της Ρόδου με το μεσαιωνικό κάστρο»*. Άλλοι αναφέρουν μνημεία όπως η Λίνδος, ο Κολοσσός, ο ναός του Απόλλωνα κτλ. Βέβαια θαυμάζουν και τη νεότερη παράδοση και αρχιτεκτονική ακόμη και τα ιδιαίτερα στοιχεία διακόσμησης, τύπου βίντατζ, όπως αναφέρει ο Συν. 6.

Όπως φαίνεται από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, οι ψηφιακοί νομάδες χαρακτηρίζονται για το ότι επιζητούν να έχουν μια επαφή με τους υπόλοιπους ψηφιακούς νομάδες, την κοινότητά τους, αλλά και επαφή με τους ντόπιους, με τους οποίους θέλουν ουσιαστική συνδιαλλαγή και γνωριμία.

Στην περίπτωση της επαφής με τους ντόπιους αναφέρονται οι Συν.1, Συν. 2, Συν. 3, Συν.6, Συν. 7 και Συν.10. Ο Συν. 6 αναφέρει χαρακτηριστικά *«θέλουν και αυτοί να μας γνωρίσουν καλύτερα ...να δουν πως συμπεριφερόμαστε πως διασκεδάζουμε τι χορούς έχουμε και τι έθιμα... τους αρέσουν τα πειράγματα και το χιούμορ ή που θα αρχίσει να τραγουδά μια παρεούλα και να στήνεται γλέντι...αυτό το έξω καρδιά του έλληνα»*. Επιζητούν να παρακολουθούν και συμμετάσχουν σε μουσικές βραδιές ή σε παραδοσιακές πολιτιστικές εκδηλώσεις (Συν. 1 και Συν. 10), αλλά και σε άλλες δραστηριότητες κοινωνικής συνδιαλλαγής, όπως γευστικές δοκιμές ή γευσιγνωσία κρασιού, για αυτό έχει σημασία κατά τον Συν. 10 η προβολή τέτοιων εκδηλώσεων.

Όσον αφορά την άλλη ανάγκη των ψηφιακών νομάδων, της επαφής με τη δική τους κοινότητα, φαίνεται ότι αυτή αναγνωρίζεται ως σημαντικός παράγοντας έλξης από τους μισούς συμμετέχοντες στην έρευνα (Συν. 2, Συν. 7, Συν. 8, Συν. 9, Συν. 10).



Όπως αναφέρει ο Συν. 7 «να σημειώσω ότι δεν θέλουν μόνο επαφή με εμάς αλλά και με τη δική τους κοινότητα...μαζεύονται ας πούμε εδώ μιλάνε, ανταλλάσσουν ιδέες για την εργασία τους, έχουν ένα σημείο αναφοράς... για αυτό και τους διαμόρφωσα το χώρο τους κάπως καλύτερα ... τον μόνωσα, έχω βάλει και εκτυπωτές, σκάνερ, τέτοια».

Στο πρακτικό αλλά σημαντικό κομμάτι της καλής σύνδεσης στο διαδίκτυο, χωρίς διακοπές και με γρήγορη ταχύτητα, αναφέρονται οι Συν. 3, Συν. 4, Συν. 7, Συν. 8, Συν. 9, Συν. 10. Θεωρούν ότι χωρίς μια καλή σύνδεση οι ψηφιακοί νομάδες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν όπως πρέπει στη δουλειά τους και αυτό αποτελεί σημαντικό πρόβλημα, καθώς δεν βρίσκονται στον τόπο μόνο για να κάνουν διακοπές. Εργάζονται ταυτόχρονα και τυχόν τεχνικά προβλήματα, τους δημιουργούν προβλήματα.

Έχει ενδιαφέρον ένα άλλο πρακτικό ζήτημα στο οποίο κάνει αναφορά ο Συν. 2 ότι υπάρχουν καταλύματα που περιορίζουν χρονικά τη διαμονή των ψηφιακών νομάδων, καθώς μπορεί να είναι διαθέσιμα μόνο για τους χειμερινούς μήνες, εκτός υψηλής τουριστικής περιόδου, και αυτό σίγουρα μπορεί να επιδράσει αρνητικά στην επιλογή των ψηφιακών νομάδων να επιλέξουν ως τόπο διαμονής τη Ρόδο. Όπως θα δούμε σε επόμενη ερώτηση (ερώτηση 8) είναι ένα ζήτημα που θίγεται και από τους αρμόδιους τουρισμού του Δήμου Συν. 8 και Συν. 10.

**4<sup>η</sup> Ερώτηση: Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Σχεδόν όλοι όσοι συμμετείχαν στην έρευνα, εκτός του Συν.4, είναι γνώστες της σημαντικής ενέργειας στην οποία είχε προβεί ο Δήμος Ρόδου, την φιλοξενία για διάστημα τριών μηνών ατόμων που εργάζονται στην εταιρεία Cisco στην περιοχή της Ευρώπης.

Η ενέργεια αυτή παρουσιάζεται αναλυτικά από τον Συν. 8, αρμόδιο του Δήμου, ως προς τη συνεργασία με το Παρατηρητήριο των νομάδων, τη συμμετοχή στο συνέδριο Digital Mobilities Conference και εντέλει τη φιλοξενία 17 ατόμων εργαζόμενων της Cisco, οι οποίοι μάλιστα μετέφεραν και την εξειδικευμένη τεχνολογική τους γνώση στον τόπο. Συγκεκριμένα αναφέρει:

«Από την πλευρά του Δήμου .....είχε εκπονηθεί στρατηγική προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων, από τις πρώτες στην Ελλάδα ίσως και η μοναδική ακόμη και σήμερα. Υπήρξε συνεργασία με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό *Digital Nomads Observatory*, ο οποίος έχει την έδρα του στη Ρόδο και δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη πολιτικών και μέσων που θα διαμορφώσουν ένα φιλόξενο περιβάλλον για να προσελκυστούν οι ψηφιακοί νομάδες. Έτσι, από το 2021 έγινε επίσημη παρουσίαση της στρατηγικής ενώπιον στελεχών της κυβέρνησης, της Περιφέρειας, της ΚΕΔΕ κ.α. στο πρώτο συνέδριο που διοργανώθηκε για τους ψηφιακούς νομάδες, το *Digital Mobilities Conference*. Βασικός στόχος ήταν να βελτιστοποιηθούν όλες οι τεχνολογικές υποδομές, να υλοποιηθούν οι ενέργειες της διαμόρφωσης χώρων *co-working spaces* και “*co-living spaces*” και ένας ψηφιακός χώρος υποδοχής και εξυπηρέτησης. Σημαντικός σταθμός υπήρξε δυο χρόνια μετά το κάλεσμα 17 ατόμων που απασχολούνται στη Cisco, εταιρεία υψηλής τεχνολογίας, οι οποίοι εργάστηκαν σε τέσσερις χώρους συνεργασίας τον Οργανισμό Ανάπτυξης, το Εμπορικό Επιμελητήριο Δωδεκανήσου, την έδρα Περιφέρειας Ν. Αιγαίου, το Μουσείο Νεοελληνικής Τέχνης. Οι εργαζόμενοι έδωσαν τα φώτα τους για ζητήματα όπως η ασφάλεια στο διαδίκτυο, οι νέες δυνατότητες του μάρκετινγκ, η ενσωμάτωση της εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας».

Ο Συν.4 που δεν κάνει αναφορά στην ενέργεια του Δήμου για τη φιλοξενία ατόμων που εργάζονται στην Cisco, αναφέρει μόνο το ότι ο Δήμος έχει δημιουργήσει τις τεχνικές προϋποθέσεις για μια καλή σύνδεση στο ιντερνέτ, υπάρχει παντού wifi γρήγορης ταχύτητας (το ίδιο τονίζουν και οι Συν. 5 και Συν. 6) και επιπλέον ο Δήμος έχει προωθήσει στους τοπικούς επιχειρηματίες την ιδέα και τις δυνατότητες και ευκαιρίες του ψηφιακού νομαδισμού και έχει προβάλλει κατάλληλα αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού στο εξωτερικό. Ο Συν.5 θεωρεί, επίσης, πολύ σημαντική την αναβάθμιση του δικτύου, καταθέτοντας μάλιστα και μια προσωπική εμπειρία ενός πελάτη του, ψηφιακού νομάδα «δεν έχουμε προβλήματα με το ιντερνέτ ...αυτό νομίζω είναι πολύ σημαντικό γιατί όπως μου έλεγε ένας επισκέπτης είχε πάει να μείνει στην Αφρική που τον κατενθουσίασε αλλά είχε προβλήματα με τη δουλειά του γιατί ήταν αργή η σύνδεση και με διακοπές». Και αυτός ο συνεντευξιαζόμενος συμφωνεί ότι είναι πολύ θετική η προώθηση και προβολή του νησιού εκ μέρους του Δήμου για να προσελκύσει ψηφιακούς νομάδες.

Αναφορικά με τις ενέργειες που έχουν γίνει από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, οι Συν.2, Συν. 3, Συν.4 , Συν.7, Συν.8, Συν. 9, Συν.10 θεωρούν καίριας σημασίας ενέργεια ότι προσφέρουν οικονομικά πακέτα για τους ψηφιακούς νομάδες. Κάποιοι από αυτούς τα προβάλλουν και σε ιστότοπους και κόμβους των ψηφιακών νομάδων (Συν.1, Συν. 3, Συν. 7, Συν. 9). Οι Συν. 2 και Συν. 3 έχουν ενσωματώσει χώρους συνεργασίας και ο Συν. 4 έχει δημιουργήσει επιχείρηση που είναι αποκλειστικά χώρος συνεργασίας, ο Συν.2 οργανώνει επιπλέον ημερήσιες εκδρομές και βραδιές μουσικής και κουίζ στο κατάλυμά του, ενώ ο Συν. 5 έχει ξεκινήσει τη δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος για να ψωνίζουν οι ψηφιακοί νομάδες διαδικτυακά τα τοπικά του προϊόντα ώστε να μη χάνουν χρόνο από την εργασία τους και να τα μπορούν να τα παραγγείλουν και όταν φύγουν από τη Ρόδο, από το νέο μέρος που θα εγκατασταθούν. Ο Συν. 6 διατηρεί στο χώρο εστίασής του μια καλή ποιότητα στα παραδοσιακά του πιάτα και επιπλέον οργανώνει σταθερά μουσικές βραδιές.

**5<sup>η</sup> ερώτηση: Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Κατά γενική ομολογία οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι οι ενέργειες που έχουν γίνει είναι αποδοτικές, γιατί δεν αναγκάζονται να κλείσουν ή να υπολειμθούν τις επιχειρήσεις τους κατά τους χειμερινούς μήνες, έχουν επιπλέον έσοδα και αυτό λειτουργεί θετικά στην βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους. όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 5: *«Πολύ γιατί τους καλοκαιρινούς μήνες που έχουμε τουρισμό δεν υπάρχει πρόβλημα... αλλά το χειμώνα μειώνονται κατά πολύ τα έσοδα του μαγαζιού ... αφού οι ξένοι μένουν εδώ και το χειμώνα κέρδος είναι για εμάς».*

Ο Συν. 8 προσθέτει ότι αυτό είναι πολύ σημαντικό και για όσους εργαζόμενους απασχολούνται στις τουριστικές επιχειρήσεις, γιατί δεν αναγκάζονται να μουν σε ταμείο ανεργίας, δεν χάνονται οι θέσεις εργασίας. Ο Συν. 6 προσθέτει και ως θετικό στοιχείο ότι η παραμονή των ψηφιακών νομάδων το χειμώνα είναι ωραία για τη *«ζωντάνια που δίνουν στον τόπο».*

**6<sup>η</sup> Ερώτηση: Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, με μικρές διαφοροποιήσεις, συμφωνούν ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Αναφορικά με την ηλικία θέτουν ως ανώτατο όριο τα 39 με 40, εκτός του Συν. 2 που το οριοθετεί στα 35 έτη. Το μικρότερο όριο ηλικίας είναι γύρω στα 27 με τριάντα (εκτός του Συν. 2) που το τοποθετεί στα 25 έτη. Αυτό το ηλικιακό εύρος φαίνεται πως το συνδέουν με τις οικογενειακές υποχρεώσεις, κυρίως την ύπαρξη παιδιών, καθώς αυτό θα σήμαινε πιο σταθερή βάση λόγω σχολικών υποχρεώσεων. Όπως αναφέρει ο Συν. 5 *«σπάνια νομίζω θα δεις να έχουν και παιδιά ...λογικό αφού μετακινούνται συνέχεια οπότε τα παιδιά θα είχαν θέμα με τα σχολεία τους και τέτοια...»*. Αν κάποιες φορές οι ψηφιακοί νομάδες έχουν έρθει στο νησί με παιδιά, αυτά είναι κάτω της ηλικίας των 5 ετών (Συν. 7).

Όσον αφορά το φύλο οι απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα συγκλίνουν στο ότι οι πιο πολλοί ψηφιακοί νομάδες είναι άνδρες. Όσον αφορά την εθνικότητά τους υπάρχει επίσης σύγκλιση απόψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα στο ότι οι ψηφιακοί νομάδες κατάγονται κυρίως από την Ευρώπη, με τον Συν. 8 να το συγκεκριμενοποιεί περισσότερο στην κεντρική και τη βόρεια Ευρώπη. Βέβαια, πιο σπάνια έχουν έρθει και νομάδες οι οποίοι κατάγονται από την Αμερική, κατά τους Συν. 1, Συν. 3, Συν. 5, Συν. 6. Πολύ πιο σπάνια θα δουν άτομα από την Ασία (Συν. 1 και Συν. 6).

Όσον αφορά το επάγγελμα που ασκούν οι ψηφιακοί νομάδες υπάρχει σύγκλιση των απόψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα ότι είναι η ενασχόληση με την τεχνολογία, με κάποιους να γνωρίζουν πιο πολλές λεπτομέρειες όπως το ότι ασχολούνται με το ψηφιακό εμπόριο και μάρκετινγκ (Συν. 4), με την έρευνα (Συν. 1 και Συν. 6), με startup επιχειρήσεις (Συν. 7), την τεχνητή νοημοσύνη (Συν. 10), τα ψηφιακά δίκτυα (Συν. 1 και Συν. 7).

Όσον αφορά το εισόδημά τους οι απόψεις των συμμετεχόντων στην έρευνα συγκλίνουν στο ότι είναι καλό, ως πολύ καλό. Μάλιστα, λόγω της διαφοράς που έχει το εισόδημά τους με αυτό του έλληνα, δεν θεωρούν το νησί της Ρόδου ακριβό (Συν. 1) ίσως και λόγω της εμπειρίας τους από άλλους πιο ακριβούς τουριστικούς

προορισμούς (Συν. 1, Συν.6, Συν.7). όπως χαρακτηριστικά δηλώνει ο Συν. 1: *«παρότι το νησί μας ως κοσμοπολίτικο θεωρείται ακριβό για τους έλληνες, μάλλον αυτό δεν ισχύει για τους ξένους..φαίνεται σε παγκόσμιο επίπεδο θεωρούμαστε οικονομικός προορισμός».*

**7<sup>η</sup> ερώτηση: Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφωνούν κυρίως ως προς το ανώτερο χρονικό διάστημα που διαμένουν στη Ρόδο οι ψηφιακοί νομάδες, που είναι ένα έτος και λίγο παραπάνω πιο σπάνια. Το πιο μικρό χρονικό διάστημα που διαμένουν οι ψηφιακοί νομάδες στη Ρόδο είναι γύρω στους πέντε με έξι μήνες. Όπως αναφέρει ενδεικτικά ο Συν. 1 που συνδέει τη διαμονή με πιθανά ζητήματα όπως η βίζα για τους εκτός ευρωπαϊκής ένωσης: *«Σίγουρα θα μείνουν πέντε-έξι μήνες τουλάχιστον, μάλλον αυτό έχει να κάνει και με τη βίζα τους για όσους δεν κατάγονται από την Ευρώπη ή με τη νοοτροπία τους δεν ξέρω σίγουρα...οι της Ευρώπης νομίζω ότι μένουν και παραπάνω».*

Αναφορικά με το τι καταναλώνουν οι ψηφιακοί νομάδες στη Ρόδο φαίνεται πως υπάρχει σύμπτωση της κατανάλωσης με όσα έχουν δηλώσει στην ερώτηση 3, για το τι τους αρέσει να κάνουν. Έτσι, κατά γενική ομολογία οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι ξοδεύουν πρώτα από όλα στην εστίαση, αλλά και στη βραδινή ψυχαγωγία (εκτός του Συν. 5 που δεν την αναφέρει). Ένας άλλος τομέας κατανάλωσης είναι κατά πλειονότητα (εκτός του Συν. 3 και του Συν. 4) είναι τα σπορ στη θάλασσα και οι θαλάσσιες εκδρομές. Οι Συν. 3, Συν. 4, Συν. 5, Συν. 7 θεωρούν ότι υπάρχει κατανάλωση εκ μέρους των ψηφιακών νομάδων και στα τοπικά προϊόντα του νησιού. Οι Συν. 3, Συν. 4, Συν. 6, Συν. 8, Συν. 9, Συν. 10 προσθέτουν την κατανάλωση διαφόρων εμπορικών ειδών, όπως ρούχα ένδυση κ.α. ενώ οι Συν. 4, Συν. 8 και Συν. 10 προσθέτουν και τα χρήματα που αφήνουν σε αρχαιολογικούς χώρους και τα μουσεία. Ενδεικτικά ο Συν. 4 αναφέρει: *«κάνουν κατανάλωση στα εμπορικά είδη, στα τοπικά προϊόντα, στην εστίαση, σε χώρους πολιτισμού, σε χώρους αθλητισμού».* Ο Συν. 8 αναφέρει *«σχεδόν σε ότι θα έκανε ένας μόνιμα διαμένων στο νησί».*

**8<sup>η</sup> ερώτηση: Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα στο σύνολό τους θεωρούν ότι η Ρόδος έχει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως τις υπέροχες, ειδυλλιακές γαλαζοπράσινες παραλίες και γενικότερα το όμορφο φυσικό τοπίο, με πολύ πράσινο για ελληνικό νησί και τα πολλά σπορ σχετικά με τη θάλασσα ή το trekking και την ορειβασία ακόμη στο βουνό Ατάβυρος. Όλα αυτά ικανοποιούν τους ψηφιακούς νομάδες που αρέσκονται σε τέτοιου είδους δραστηριότητες. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 6: *«Έχουμε τα πάντα, [...] την κοιλάδα των πεταλούδων [...] τα σπορ στη θάλασσα, περιπάτους σε μοναστήρια στο βουνό, τον Ατάβυρο που είναι ψηλό βουνό για ορειβασία, τη Λίνδο»*. Σημαντικό πλεονέκτημα είναι και το πολύ καλό κλίμα που είναι μεν ζεστό, αλλά όχι υγρό για να προκαλεί δυσφορία («σημαντικό πλεονέκτημα είναι το κλίμα μας, ζεστό μεν αλλά όχι με πολύ υγρασία», Συν.1), οι καλές θερμοκρασίες και η ηλιοφάνεια σχεδόν όλο το χρόνο, για 300 μέρες όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 10.

Εκτός από την ομορφιά την φύσης και τις δραστηριότητες σε αυτή το νησί της Ρόδου έχει το πλεονέκτημα ότι έχει βαθιές ιστορικές ρίζες και αυτό σημαίνει πως υπάρχει μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά και μνημεία από την αρχαιότητα, την ελληνιστική περίοδο, αλλά και πιο πρόσφατες εποχές όπως αυτή του Μεσαίωνα στην οποία ανήκει το κάστρο των Ιπποτών που σε μεταφέρει σε μια άλλη εποχή. Το νησί προσφέρει ένα μοναδικό συνδυασμό του παλιού και του νέου, όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 4 (*«Έχουμε ένα πανέμορφο νησί η αλήθεια που συνδυάζει το σύγχρονο με το παλιό λόγω του κάστρου το οποίο έχει πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα»*). Και αυτό γιατί έχει μεγάλη ανάπτυξη και αγορά ικανή να καλύψει όλα τα γούστα και τις απαιτήσεις.

Στοιχεία της νεότερης εποχής που έλκουν τους τουρίστες στη Ρόδο είναι επίσης η ιδιαίτερη αρχιτεκτονική, τα σοκάκια, η παραδοσιακότητα των σπιτιών και του περιβάλλοντος, και όχι μόνο, καθώς υπάρχουν πολλές πολιτιστικές παραδόσεις που τις αναβιώνουν οι ντόπιοι με διάφορες εκδηλώσεις, με χαρακτηριστικό για παράδειγμα το πανηγύρι. Όπως αναφέρει ο Συν. 6: *«έχουμε πολύ ωραία πανηγύρια με παραδοσιακές στολές και έθιμα από το Πάσχα ακόμη...»*. Ακόμη έχει καλή νυχτερινή ζωή για όσους επιζητούν αυτόν τον τρόπο διασκέδασης

Σημαντικό πλεονέκτημα του νησιού είναι επίσης οι τοπικές συνταγές και τα τοπικά προϊόντα. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 5: « (η Ρόδος) έχει μια ευλογημένη γη, με υγιεινά προϊόντα, δικά μας κρασιά και συνταγές».

Οι Συν.2, Συν.3, Συν.4, Συν. 5 τονίζουν το στοιχείο ότι η Ρόδος έχει εύκολη πρόσβαση τόσο ακτοπλοϊκώς, όσο και από αέρος και αυτό είναι σημαντικό πλεονέκτημα. Ακόμη σε τοπικό επίπεδο, τα μέσα μεταφοράς και οι συγκοινωνίες είναι καλά οργανωμένες και συχνές, κατά τους Συν.3, Συν. 4, Συν. 5.

Σημαντικό στοιχείο κατά τους Συν.2, Συν.3 και Συν.4 είναι ότι η Ρόδος είναι ένα νησί με μεγάλη εμπειρία στον τουρισμό και αυτό σημαίνει καλύτερη εξυπηρέτηση. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει ο Συν. 2 «έχει μακρά ιστορία στον τουρισμό και έτσι μπορεί να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες». Η γνώση αυτή συμπληρώνεται από το ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει και η ακαδημαϊκή γνώση για τον τουρισμό. Έτσι, έχουν υπαλλήλους επαρκώς καταρτισμένους. Όπως αναφέρει ο Συν. 3 «καταρτισμένους υπαλλήλους... έχουμε άλλωστε και σχολή τουριστικών επαγγελματιών». Ένα άλλο θετικό στοιχείο του νησιού ως τουριστικού προορισμού το οποίο έλκει τους επισκέπτες είναι κατά την άποψη του Συν. 4 ότι διατηρούν καλές τιμές και έτσι δεν χάνουν την επισκεψιμότητά τους.

Πλεονεκτήματα του νησιού, περισσότερο εστιασμένα στις ανάγκες των ψηφιακών νομάδων είναι οι καλές τεχνολογικές υποδομές και ο ψηφιακός μετασχηματισμός, που παράσχουν καλή σύνδεση τους νομάδες και γενικότερα καλή εξυπηρέτηση, κατά τους Συν. 8 και Συν. 9. Θετικό στοιχείο κατά τον Συν. 9 είναι και ότι υπάρχουν πλέον αρκετοί χώροι συνεργασίας, αν και υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης («οι χώροι συνεργασίας που είναι μεν λίγοι αλλά είμαι σίγουρη ότι θα υπάρξει βελτίωση»).

Κατά τους Συν.8 και Συν. 10 είναι ότι η διαθεσιμότητα των καταλυμάτων δεν καλύπτει όλους τους μήνες, με το πρόβλημα να εστιάζεται περισσότερο στην ανεύρεση χώρου διαμονής κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Ένα άλλο μειονέκτημα κατά τους Συν. 4 και Συν. 6, απόρροια του ότι η Ρόδος είναι ένα αναπτυγμένο νησί, είναι το πρόβλημα ανεύρεσης παρκινγκ και η κυκλοφοριακή συμφόρηση, αν και η τελευταία κατά τον Συν. 6 αντιμετωπίζεται με τα θετικά βήματα της βελτίωσης των τοπικών συγκοινωνιών, όπως και των δωρεάν ποδηλάτων («Μειονέκτημα είναι

νομίζω το πρόβλημα με το παρκινγκ, αλλά ευτυχώς όλο και βελτιώνονται οι αστικές συγκοινωνίες.. υπάρχουν και τα ποδήλατα του Δήμου, κάπως παλεύεται...»).

**9<sup>η</sup> ερώτηση: Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Οι ενέργειες που προτείνονται από τους συμμετέχοντες στην έρευνα αφορούν σε διάφορα επίπεδα. Έτσι, οι Συν. 1, Συν. 3, Συν. 5 και Συν. 7 θεωρούν ότι πρέπει να φτιάξουν ειδικούς χώρους συνεργασίας για τους ψηφιακούς νομάδες, με τον Συν. 7 να προτείνει επίσης τη δημιουργία χώρων συμβίωσης. Ενδεικτικά, ο Συν. 1 αναφέρει: *«Θα ήταν καλό νομίζω να τους φτιάξουμε περισσότερους χώρους ειδικούς που εργάζονται πιο οργανωμένους και εξοπλισμένους...προς το παρόν είναι λίγοι και έχουν γίνει κυρίως σε ιδιωτικό επίπεδο».*

Μια άλλη πρόταση που καταθέτουν οι Συν. 2, Συν. 4, Συν. 8, Συν. 9, Συν.10 είναι να συνεχιστεί και εντατικοποιηθεί η προβολή του νησιού ως τόπος υποδοχής ψηφιακών νομάδων. Ο χώρος της προβολής που προτείνεται είναι κυρίως ο ψηφιακός με τους Συν. 2 και Συν. 8 να κάνουν πιο συγκεκριμένο αυτό το χώρο στους ιστότοπους, τα φόρουμ και τα μπλογκ των ίδιων των ψηφιακών νομάδων. Ενδεικτικά, ο Συν. 8 αναφέρει: *«φυσικά χρειάζεται συνεχής προβολή και μεγαλύτερη εισχώρηση στις παγκόσμιες κοινότητες των νομάδων για να πληροφορούνται για το νησί μας και τις παροχές του».* Βέβαια υπάρχουν και πιο παραδοσιακοί τρόποι προβολής, όπως αυτός που προτείνει ο Συν. 6, που είναι η φιλοξενία παγκόσμιων πρακτόρων (*«Τι θα μπορούσε να γίνει;... ε ίσως να φιλοξενήσουμε πράκτορες παγκόσμιους για να τους δείξουμε τι προσφέρουμε στους ψηφιακούς νομάδες»*). Κάτι ανάλογο προτείνει και ο Συν. 3. Να φιλοξενούν άτομα που εργάζονται σε εταιρείες για ένα διάστημα, ώστε να γνωρίζουν τον τόπο και να τον διαφημίζουν.

Μια άλλη ενέργεια που προτείνεται από τους Συν. 1 και Συν. 3 είναι τα ίδια τα καταλύματα να οργανωθούν καλύτερα και να έχουν επιπλέον παροχές, τις οποίες θα προβάλλουν, όπως δωρεάν μεταφορά για ημερήσιες εκδρομές, μαθήματα γιόγκα, μαθήματα παραδοσιακών χορών (Συν. 3) ή οργάνωση αγώνων θαλάσσης που θα προβάλλονται στο εξωτερικό (*«Στο σημείο που είμαστε εμείς, κατάλληλο για σερφινγκ, θα μπορούσε να οργανωθεί καλύτερα με αγώνες και προβολή στο εξωτερικό...αλλά και για άλλα θαλάσσια σπορ...»*, Συν. 1). Ανάλογα οι Συν. 6 και 9 θεωρούν ότι καλό να



οργανώνονται δραστηριότητες γνωριμίας ψηφιακών νομάδων και ντόπιων, όπως για παράδειγμα βραδιές παρασκευής φαγητού.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι Συν. 3 και Συν. 5 πιστεύουν ότι μεταξύ τους οι επιχειρηματίες πρέπει να έχουν καλύτερη συνεργασία σε οργάνωση δράσεων προβολής για το τι παρέχουν και την τοπική τους κουλτούρα. Ο Συν. 5 αναλύει καλύτερα αυτή τη σκέψη, μιλώντας ακόμη και για ένα site των τοπικών επιχειρήσεων, όπου θα αναρτώνται όλες οι δράσεις. Συγκεκριμένα, αναφέρει:

*«Αυτό που υπήρχε παλιά και ίσως και τώρα ακόμη είναι ότι δεν υπήρχε συνεννόηση μεταξύ όλων όσων ασχολούνται με τον τουρισμό..πράκτορες, ξενοδοχεία. Όσους οργανώνουν θαλάσσιες εκδρομές, πολιτιστικούς συλλόγους και έτσι ότι έκανε ο ένας δεν το ήξερε ο άλλος.. αυτό επειδή τα παιδιά ασχολούνται πολύ με το ιντερνέτ τα μαθαίνουν όλα από εκεί... έχει τύχει ας πούμε να με ρωτήσουν ένα χωριό με αμπελώνες που βγάζει το κρασί που τους αρέσει και μπαίνοντας στο ιντερνέτ βρίσκουν εκεί εκδρομές για γευσιγνωσία κρασιών.... Αν εμείς όλοι του τουρισμού κάναμε ένα σαιτ που να περιέχει τα πάντα από ότι κάνει κάθε επαγγελματία θα ήταν πιστεύω πολύ καλύτερο».*

Μια άλλη πρόταση είναι η ανάληψη περισσότερων πράσινων πρωτοβουλιών κατά τον Συν. 8, άποψη που βρίσκει σύμφωνο τον Συν. 2 που μιλά για ανάδειξη ζητημάτων όπως το ροδίτικο ελάφι («να δώσουμε μεγαλύτερη έμφαση σε περιβαλλοντικά ζητήματα και σπάνια είδη του νησιού όπως το ελάφι μας που τείνει να αφανιστεί να δημιουργηθούν οικολογικά πάρκα, να υπάρξει εστίαση στον πράσινο τουρισμό...θεωρώ ότι είναι μέσα στα ενδιαφέροντα των ψηφιακών νομάδων που αντιμετωπίζουν το περιβάλλον με πολύ μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση..»). Η ενίσχυση του εθελοντισμού, όπως συμπληρώνει ο Συν. 8 είναι μια καλή λύση και δημιουργεί και δεσμούς με την κοινότητα των ντόπιων.

Οι συνεντευξιαζόμενοι Συν. 8 και Συν. 9 θεωρούν όπως πρέπει να δοθεί λύση στο πρόβλημα της ανεύρεσης καταλύματος κατά τους καλοκαιρινούς μήνες και σε αυτό μπορεί να επέμβει και ο Δήμος, κατά τον Συν. 8, για να βοηθήσει στη σύναψη συμμαχιών με καταλύματα αποκλειστικά για ψηφιακούς νομάδες («ο Δήμος θα μπορούσε να στηρίξει την εξεύρεση καταλύματος το καλοκαίρι, να συναφθούν

*συμμαχίες με ξενοδοχεία και καταλύματα που θα λειτουργούν μόνο για ψηφιακούς νομάδες»).*

Ο Συν. 9 συμπληρώνει ότι ίσως υπάρχουν και άλλα παράπονα και ατέλειες που έχουν οι ψηφιακοί νομάδες και δεν τους είναι γνωστά, για αυτό προτείνει να υπάρξει κάποια μορφή ανοικτού διαλόγου των νομάδων με το Δήμο, έστω διαδικτυακή. Αναφέρει συγκεκριμένα: *«να αφεθεί η υπάρχουσα κοινότητα να καταθέτει προτάσεις ανάπτυξης του ψηφιακού νομαδισμού βάσει των προβλημάτων που αυτοί αντιμετωπίζουν κατά τη διαμονή τους.. κάποια εφαρμογή ίσως ανοικτού διαλόγου με το Δήμο».*

**10<sup>η</sup> ερώτηση: Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Στην αρχή της πανδημίας υπήρχε ένα μούδιασμα σε όσους εργαζόμενους είχαν αποφασίσει αυτό τον τρόπο ζωής, του ψηφιακού νομαδισμού και οι κινήσεις τους ποίκιλλαν, άλλοι εγκλωβίστηκαν στον τόπο που βρίσκονταν (Συν. 2), άλλοι φοβήθηκαν και υπήρξε μια μείωση των μετακινήσεων (Συν. 2, Συν. 7, Συν. 10) όμως η τήρηση των πρωτοκόλλων υγείας από τα πρώτα ανοίγματα τους έκανε να αισθάνονται ασφάλεια και συνεχίστηκε η ροή. Εκτός αυτού, η κίνηση του Δήμου με τη φιλοξενία των εργαζομένων της Cisco λειτούργησε επίσης υπέρ, όπως αναφέρει ο Συν. 1 *«..αλλά από τα πρώτα ανοίγματα και εφόσον όλο το νησί ήταν ευαισθητοποιημένο στους κανόνες υγιεινής άρχισε πάλι...νομίζω για αυτό και ο Δήμος μας έκανε αυτή την κίνηση του προγράμματος με τη Cisco για να εδραιώσει αυτήν την εικόνα και για να ελκύσει περισσότερο αυτή την ομάδα τουριστών».*

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα καταλήγουν στο ότι η συγκυρία της πανδημίας του κορωνοϊού είχε τελικά θετική επίπτωση γιατί δημιούργησε μια κουλτούρα εργασίας εξ αποστάσεως, στοιχείο το οποίο επιτρέπει σε μια σεβαστή κατηγορία πληθυσμού να συνδυάζει την εξ αποστάσεως εργασία του με τις διακοπές σε ένα ξένο μέρος, στο οποίο βέβαια διαμένει για μεγάλο χρονικό διάστημα. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται από τον Συν. 2:

*«πάντως σίγουρα η αναγκαστική εξ αποστάσεως εργασία σε πολλές χώρες λόγω της πανδημίας διαμόρφωσε και σε άλλους εργαζόμενους που δεν το είχαν σκεφτεί πιο πριν κουλτούρα εξ αποστάσεως εργασίας μέσω υπολογιστή...για αυτό και πρέπει να αξιοποιηθεί περισσότερο αυτό το τμήμα πληθυσμού».*

Η κουλτούρα αυτή της παραμονής για μεγάλο διάστημα σε ένα τόπο όμορφο, ήσυχο, δίπλα στη φύση προτιμήθηκε από αυτή την ομάδα τουριστών, γιατί κατά τον Συν. 6 «*ζουν πιο ξέγνοιαστα και πιο υγιεινά*».

**11<sup>η</sup> ερώτηση:** Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα επιχειρηματίες του τουρισμού, κάτοχοι καταλυμάτων και οι αρμόδιοι τουρισμού του Δήμου κρίνουν ότι ο ψηφιακός νομαδισμός δεν είναι μια πρόσκαιρη μόδα. Στηρίζουν αυτή τους την άποψη στο ότι η εξ αποστάσεως εργασία όλο και αυξάνεται και στο ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει κουραστεί από τους έντονους ρυθμούς των πόλεων, τη συμφόρηση των μετακινήσεων του, τη ρύπανση και προτιμά να μένει σε μέρη που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής του και την υγεία του. Όπως αναφέρει ο Συν. 2 «*η ψυχολογία των ανθρώπων πλέον στις πολύ μεγάλες πόλεις όπου και αν είναι αυτές δεν παρέχουν καλή ποιότητα ζωής οπότε αυτό είναι υπέρ μας να προσφέρουμε πιο ανθρώπινες και μοναδικές εμπειρίες σε ανθρώπους που θέλουν να ξεφύγουν από τη δύσκολη ρουτίνα των πόλεων*».

Ο Συν. 7 συμπληρώνει ότι η τάση των ψηφιακών νομάδων θα αυξάνεται όλο και περισσότερο, πράγμα με το οποίο συμφωνεί και ο Συν. 10 ο οποίος μάλιστα αναφέρει ότι και οι στατιστικές προβλέψεις δείχνουν μια τέτοια αύξηση. Για αυτό, εφόσον αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού έχει τόσο αισιόδοξες προβλέψεις, πρέπει κατά τον Συν. 7 να υπάρξει καλύτερη οργάνωση εκ μέρους τους που θα βοηθήσει στην αύξηση του κύκλου των φίλων του νησιού («*όσο περνά ο καιρός θα αυξάνεται η προσέλευση και εμείς θα οργανωνόμαστε καλύτερα και οι ίδιοι οι νομάδες θα συστήνουν το νησί στο κύκλο των φίλων και συνεργατών τους*»).

Ο Συν. 9, κλείνοντας, κρίνει πως «*αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι το κλειδί για τη βιωσιμότητα.. η σωστή διαχείριση και στρατηγική προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων έχει για αυτό το λόγο καθοριστικό ρόλο*».

## 12. Άλλες προτάσεις

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι καλύφθηκαν από τις ερωτήσεις και δεν είχαν να προσθέσουν κάτι άλλο, πέραν των όσων προανέφεραν. Μόνο ο Συν. 2 σκέφτηκε μια ακόμη πρόταση, την οποία κατέθεσε να υπάρξει μια ενίσχυση της επαφής των ψηφιακών νομάδων με τον ντόπιο πληθυσμό ή και τον εθελοντισμό. Έτσι πρότεινε *«Κινήσεις ίσως που θα έφερναν πιο κοντά τους ντόπιους με τους ψηφιακούς νομάδες..Ίσως και εθελοντικές δράσεις στις οποίες θα μπορούσαν να συμμετέχουν»*

Αντίστοιχα, ο Συν. 5 θεωρεί πως αν δημιουργήσουν μια πλατφόρμα όπου θα παρουσιάζονται συνολικά οι κινήσεις και οι δράσεις όλων όσων ασχολούνται με τον τουρισμό, θα είναι πιο εύκολο να τις εντοπίσει κάθε ψηφιακός νομάδας και έτσι θα υπάρχει αύξησή τους.

## 7. Συμπεράσματα της έρευνας

Από τα πρωτογενή δεδομένα της παρούσας έρευνας, όπως αυτά πρόεκυψαν από την θεματική ανάλυση, διαπιστώθηκαν τα εξής.

Καταρχάς, όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, επιχειρηματίες τουρισμού, εκπρόσωποι καταλυμάτων/ξενοδοχείων και αρμόδιοι του Δήμου Ρόδου, κατανοούν πλήρως την έννοια ψηφιακοί νομάδες. Ανέφεραν ότι είναι άτομα που έχουν το προνόμιο της ευέλικτης εξ αποστάσεως εργασίας, η οποία δεν απαιτεί τη φυσική παρουσία τους στο γραφείο της εταιρείας/επιχείρησης που εργάζονται. Ανταποκρίνονται έτσι στα εργασιακά τους καθήκοντα εργαζόμενοι μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή από απόσταση και αυτό τους παρέχει τη δυνατότητα να μετακινηθούν και να διαμένουν σε άλλα μέρη, χώρες και πόλεις, εκτός του τόπου διαμονής τους. Έτσι, έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν τον κόσμο. Το εύρημα αυτό βρίσκει σύμφωνους πολλούς μελετητές, όπως τον Green (2020). Θεωρεί ότι είναι άτομα με στοιχεία των μιλένιους ή της Γενιάς X, που εκτιμούν τα ταξίδια και επιθυμούν να δουν τον κόσμο. Αισθάνονται πιο άνετα να ανήκουν στις ομάδες των εργαζομένων εξ αποστάσεως για αυτό ακριβώς το λόγο (Kashyap, 2023). Ένας εργαζόμενος εξ αποστάσεως μπορεί να επιλέξει αν θα εργαστεί από το διαμέρισμά του, από την καφετέρια της γειτονιάς του ή ακόμη και αν θα εργαστεί σε διαφορετική ή διαφορετικές χώρες από αυτή που κατάγεται. Όλο και περισσότερο οι εξ αποστάσεως εργαζόμενοι επιθυμούν να ταξιδεύουν σε διάφορους προορισμούς του πλανήτη και να εργάζονται από εκεί. Έτσι, έχει δημιουργηθεί η τουριστική τάση του «ψηφιακού νομαδισμού» ή ψηφιακοί νομάδες (Payne, 2024).

Σύμφωνα με τους συμμετέχοντες της παρούσας έρευνας αυτό που χαρακτηρίζει την τάση αυτή των ψηφιακών νομάδων είναι ότι διαμένουν στον τουριστικό προορισμό που θα επιλέξουν για μεγάλο χρονικό διάστημα, δεν πρόκειται δηλαδή για βραχύβιες «διακοπές». Αυτό το διάστημα είναι σίγουρα άνω των τριών μηνών. Επιπλέον, το τμήμα αυτό από το σύνολο των απασχολούμενων με εξ αποστάσεως καθεστώς εργασίας, σίγουρα επιλέγει αυτή την εναλλακτική, συνδυασμός εργασίας -διακοπών σε μια νέα χώρα, πόλη, λόγω της ιδιαίτερης ψυχосύνθεσης και προσωπικότητας του. Πράγματι, κατά τους Hermann & Paris (2020) στοιχεία του χαρακτήρα όπως η

προσωπική ελευθερία, η τάση στην περιπέτεια και την αναζήτηση νέων εμπειριών, είναι καθοριστικά για να επιλέξουν τα άτομα αυτά να γίνουν ψηφιακοί νομάδες.

Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς κατά την άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα, διαπιστώθηκε ότι η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα επικεντρώθηκε στα οφέλη αυτής της τουριστικής τάσης για τον τουριστικό κλάδο. Συγκεκριμένα, οι απόψεις τους συμφωνούν κατά το ότι επειδή οι ψηφιακοί νομάδες διαμένουν στο νησί τους για μεγάλο διάστημα δεν διακόπτεται η ροή των εσόδων τους, δεν υπολειπονται ή είναι κλειστοί το χειμώνα, άρα δεν έχουν θέματα βιωσιμότητας, ούτε αυξάνεται το ποσοστό της ανεργίας, καθώς δεν χάνουν τις θέσεις τους οι απασχολούμενοι στις επιχειρήσεις τους. Έτσι, οι ψηφιακοί νομάδες έχουν καταφέρει να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και έτσι να μετριάσουν κατά πολύ τα δεινά της εποχικότητας. Οι Hermann & Paris (2020) για αυτό το λόγο θεωρούν πως ο ψηφιακός νομαδισμός είναι μια έκφανση του επανασχεδιασμού του τουρισμού με όρους βιωσιμότητας.

Εκτός από τα οικονομικά οφέλη τουλάχιστον οι μισοί από τους συμμετέχοντες στην παρούσα έρευνα θεωρούν ότι πρέπει να ελκύουν τους ψηφιακούς νομάδες και για το λόγο ότι είναι γνώστες της τεχνολογίας και μπορούν να τη μεταφέρουν στον τόπο προορισμού. Το εύρημα αυτό βρίσκει σύμφωνους τους Van den Broek και συν. (2023), οι οποίοι σε έρευνά τους διαπίστωσαν ότι οι τοπικές αυτοδιοικήσεις θέλουν να προσελκύουν ψηφιακούς νομάδες γιατί, εκτός των επιπλέον εσόδων, τους βλέπουν σαν ευκαιρία να εμπλουτίσουν την κοινότητά τους με εργαζόμενους έντασης γνώσης, την οποία και μπορούν να μεταφέρουν στον τόπο φιλοξενίας ή γιατί μπορούν να προσελκυστούν, λόγω της παρουσίας τους, καινοτόμες εταιρείες υψηλής τεχνολογίας. Ένα άλλο θετικό στοιχείο, που ανήκει στα κοινωνικά οφέλη, είναι ότι επειδή οι ψηφιακοί νομάδες μένουν για μακρό διάστημα στη Ρόδο οδηγεί στο να υπάρχει ουσιαστική και ειλικρινής κοινωνική συνδιαλλαγή με τους ντόπιους. Πράγματι, οι ψηφιακοί νομάδες ως μακροχρόνιοι τουρίστες θέλουν να ενταχθούν στην τοπική κοινωνία. Έχουν την πρόθεση να γνωρίσουν τα πολιτισμικά χαρακτηριστικά της κοινότητας, τον τρόπο ζωής των ντόπιων και να νιώσουν το αίσθημα του ανήκειν (Thompson, 2019).

Αναφορικά με τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό, σχεδόν όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, θεωρούν ότι πρώτο τους κριτήριο είναι το ιδιαίτερο περιβάλλον του ελληνικού νησιού, ο ήλιος, η θάλασσα, το καλό κλίμα. Τα στοιχεία αυτά φαίνεται ότι έλκουν τους ψηφιακούς νομάδες και σε άλλες ανάλογες με την Ελλάδα χώρες, όπως η Πορτογαλία που χαρακτηρίζεται για το όμορφο φυσικό της τοπίο, τις αμμόδεις παραλίες και το κλίμα.<sup>31</sup>

Ωστόσο, κατά την πλειονότητα των συμμετεχόντων στην παρούσα έρευνα δεν αρκεί μόνο το φυσικό τοπίο για την έλξη των ψηφιακών νομάδων. Επιθυμούν να πηγαίνουν εκδρομές, να δραστηριοποιούνται αθλητικά, να κάνουν θαλάσσια σπορ όπως καγιάκ, καταδύσεις και windsurfing, επιθυμούν ο τόπος προορισμού να έχει ενδιαφέρον από άποψη ιστορίας και πολιτισμού, αλλά και να γνωρίζουν τα τοπικά έθιμα και παραδόσεις, να συμμετέχουν σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, μουσικές βραδιές, γευστικές δοκιμές ή γευσιγνωσίες κρασιού, τα οποία έχουν να κάνουν με το ότι οι ψηφιακοί νομάδες θέλουν να έρχονται σε επαφή με το ντόπιο πληθυσμό, εύρημα με το οποίο συμφωνεί και ο Richards (2023). Όλα τα αναφερόμενα στοιχεία που έλκουν κατά τους συμμετέχοντες τους ψηφιακούς νομάδες να επιλέξουν τη Ρόδο ως τόπο προορισμού θεωρούνται σε παγκόσμιο επίπεδο παράγοντες έλξης σύμφωνα με τους Zhou και συν. (2023).

Από την άλλη, σύμφωνα με τους συμμετέχοντες στην παρούσα έρευνα, οι ψηφιακοί νομάδες θέλουν να έχουν και μεταξύ τους επαφή, για αυτό σημαντικό κριτήριο για να επιλέξουν ένα συγκεκριμένο τόπο προορισμού είναι να υπάρχουν χώροι συνεργασίας για να μιλάνε, να ανταλλάσσουν ιδέες και τις εμπειρίες τους και να συζητούν θέματα σχετικά με την εργασία τους. Πρόκειται για τους χώρους συνεργασίας, που στη διεθνή βιβλιογραφία μαζί με τους χώρους συμβίωσης θεωρούνται σημαντικός παράγοντας έλξης, που προάγει το αίσθημα ανήκειν, βγάζει τους νομάδες από την απομόνωση, επιδρά θετικά στις εμπειρίες, οδηγεί στη δημιουργία νέων ιδεών (Hermann & Paris, 2020 · Payne, 2024 · von Zumbusch & Lalicic, 2020) και ισχυρό δέσιμο μεταξύ των μελών της κοινότητας των ψηφιακών νομάδων (Van den Broek και συν., 2023 · Thompson, 2019). Είναι ένας σημαντικός παράγοντας έλξης (Richards, 2023 · Zhou και συν., 2023) και για αυτό χρησιμοποιείται ως πρακτική

---

31<https://medium.com/@investingtravels/the-current-top-4-digital-nomad-destinations-in-portugal-665bede6c5a4>

έλξης των ψηφιακών νομάδων από διάφορες χώρες, όπως αυτές των Κανάριων νήσων και της Ισπανίας (Parreño-Castellano και συν., 2022).

Οι συμμετέχοντες στην παρούσα έρευνα δίνουν σημασία και σε ένα πρακτικό κομμάτι, που είναι αυτό της καλής και γρήγορης σύνδεσης στο διαδίκτυο, γιατί τυχόν τεχνικά προβλήματα εμποδίζουν τους ψηφιακούς νομάδες να ανταποκριθούν στα καθήκοντα της δουλειάς τους. Πράγματι, οι ψηφιακοί νομάδες θέτουν ως κριτήριο επιλογής του τόπου προορισμού την ύπαρξη κατάλληλης τεχνολογικής υποδομής (Kashyap, 2023), όπως και να υπάρχει ανοικτή συνδεσιμότητα σε δημόσιους χώρους (Parreño-Castellano και συν., 2022), στοιχείο που επίσης καλύπτει το νησί της Ρόδου.

Αναφορικά με το ποιές ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο, για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, σχεδόν όλοι όσοι συμμετείχαν στην έρευνα, θεωρούν καίριας σημασίας ενέργεια την κίνηση στην οποία προέβη ο Δήμος Ρόδου, να φιλοξενήσει για διάστημα τριών μηνών εργαζόμενους της εταιρείας Cisco. Το παρασκήνιο αυτής της ενέργειας ξεκίνησε με το Δήμο να συνεργάζεται με τον Digital Nomads Observatory, το Παρατηρητήριο των Ψηφιακών Νομάδων που εδρεύει στη Ρόδο και στοχεύει στην ανάπτυξη πολιτικών για τη διαμόρφωση φιλόξενου περιβάλλοντος, που θα προσελκύει τους ψηφιακούς νομάδες. Το 2021 παρουσίασε επίσημα στην κυβέρνηση, στην ένωση OTA και σε άλλες ομάδες ενδιαφέροντος τη στρατηγική προσέγγισης στο Digital Mobilities Conference. Προτεραιότητες ήταν η βελτίωση των υποδομών τεχνολογίας, η διαμόρφωση χώρων συνεργασίας και συμβίωσης, ένας ψηφιακός χώρος εξυπηρέτησης τύπου helpdesk. Η στρατηγική έλαβε σάρκα και οστά με την φιλοξενία 17 ευρωπαίων εργαζόμενων στη Cisco, για τους οποίους διαμορφώθηκαν τέσσερις χώροι συνεργασίας στον Οργανισμό Ανάπτυξης, στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου, στο Εμπορικό Επιμελητήριο και στο Μουσείο Νεοελληνικής Τέχνης. Υπήρξε δε μεταφορά της υψηλής τεχνολογικής γνώσης των νομάδων. Φυσικά, γίνεται αναφορά και στις καλές ενέργειες του Δήμου Ρόδου που είναι ότι έχει δημιουργήσει τις τεχνικές προϋποθέσεις για μια καλή σύνδεση στο ιντερνέτ και ότι υπάρχει παντού wifi γρήγορης ταχύτητας, στοιχεία που όπως είδαμε θεωρούνται σημαντικά από μια σειρά μελετητών όπως τους Hermann & Paris (2020), Payne (2024), Zumbusch & Lalicic (2020), Van den Broek και συν. (2023), Thompson (2019), Richards (2023), Zhou και συν. (2023), Parreño-Castellano και συν. (2022).



Αναφορικά με τις ενέργειες που έχει κάνει η πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, η πλειονότητα (7 στους 10) προσφέρουν οικονομικά πακέτα, πρακτική που χρησιμοποιείται από πολλούς προορισμούς παγκοσμίως, οι οποίοι προβάλλουν ότι οι νομάδες μπορούν να ζήσουν με ένα χαμηλό κόστος ζωής (Zhou και συν., 2023). Αντίστοιχα, οι επιχειρηματίες της Ρόδου προβάλλουν το χαμηλό κόστος διαμονής και δη σε ιστότοπους και κόμβους των ιδίων των ψηφιακών νομάδων. Οι κάτοχοι καταλυμάτων και ξενοδοχείων έχουν ενσωματώσει χώρους συνεργασίας, όπως και καταστήματα εστίασης τύπου καφέ και χρησιμοποιούν και άλλους τρόπους έλκυσης, όπως να οργανώνουν θαλάσσιες εκδρομές, να προβάλλουν τα θαλάσσια σπορ, να οργανώνουν μουσικές βραδιές, να ενημερώνουν για γευσιγνωσίες και τα τοπικά προϊόντα. Επομένως, είναι γνώστες των παραγόντων έλξης των ψηφιακών νομάδων (Zhou και συν., 2023) και ορθά στοχεύουν σε αυτούς.

Ως προς το αν αυτές οι ενέργειες που έχουν γίνει τόσο από την πλευρά του Δήμου Ρόδου, όσο και από την πλευρά των επιχειρηματιών στον τουρισμό έχουν αποδώσει, οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφωνούν ότι οι ενέργειες είναι αποδοτικές, εφόσον έχει επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος και έτσι δεν αναγκάζονται να υπολειπτούν ή να κλείνουν τις επιχειρήσεις το χειμώνα, έχουν έσοδα και οι υπάλληλοί τους δεν αναγκάζονται να μπουν σε ταμείο ανεργίας. Οπότε πράγματι ο ψηφιακός νομαδισμός συνδέεται με τη βιωσιμότητα, εύρημα που βρίσκει σύμφωνα τους Hermann & Paris (2020).

Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά, εισοδηματικά και δημογραφικά, που έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου, όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, με μικρές διαφοροποιήσεις, θεωρούν ότι ηλικιακά κυμαίνονται το μικρότερο στα 25 έτη και το υψηλότερο όριο στα 39 με 40 έτη. Με αυτά τα ηλικιακά όρια συμφωνεί πάνω κάτω και ο Green (2020) που θεωρεί όμως ότι οι περισσότεροι είναι περίπου 35 ετών.

Οι ψηφιακοί νομάδες δεν έχουν ιδιαίτερα δεσμευτικές οικογενειακές υποχρεώσεις όπως παιδιά που πηγαίνουν σχολείο. Αν κάποιες φορές συνοδεύονται από τα παιδιά τους, αυτά είναι κάτω των 5 ετών. Ως προς το φύλο, είναι κυρίως άνδρες. Ως προς την εθνικότητα κατάγονται κυρίως από την Ευρώπη, κυρίως την κεντρική και τη βόρεια και πιο σπάνια από την Αμερική. Όσον αφορά το επάγγελμα είναι η

τεχνολογία κι δη η εξειδικευμένη όπως ψηφιακά δίκτυα, έρευνα, ψηφιακό εμπόριο και μάρκετινγκ, startup επιχειρήσεις, τεχνητή νοημοσύνη, εύρημα με το οποίο συμφωνούν οι Van den Broek και συν. (2023), Green (2020) και Payne (2024). Όσον αφορά το εισόδημά τους είναι καλό ως πολύ καλό.

Αναφορικά με την τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων όπως το διάστημα διαμονής και η τουριστική κατανάλωση, οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφωνούν ότι διαμένουν στη Ρόδο το ανώτερο ένα έτος και σπάνια λίγο παραπάνω και το μικρότερο πέντε με έξι μήνες. Προφανώς επειδή οι ψηφιακοί νομάδες της Ρόδου είναι κυρίως ευρωπαίοι δεν τίθεται θέμα βίζας (Payne, 2024).

Αναφορικά με το τι καταναλώνουν, οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ότι ξοδεύουν στην εστίαση, στη βραδινή ψυχαγωγία, στα σπορ και τις εκδρομές στη θάλασσα, στα τοπικά προϊόντα, στα εμπορικά καταστήματα και σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, δηλαδή σε αυτά που αρέσκονται, βάσει του προφίλ τους, να κάνουν στον τόπο προορισμού.

Αναφορικά με τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς στην προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, φαίνεται πως υπερτερούν τα πλεονεκτήματα. Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν ως πλεονεκτήματα τις ειδυλλιακές γαλαζοπράσινες παραλίες του νησιού και το όμορφο φυσικό τοπίο, με πολύ πράσινο, όπως και τα πολλά θαλάσσια σπορ και άλλα όπως το trekking και η ορειβασία. Σημαντικό πλεονέκτημα που διαφοροποιεί τη Ρόδο από άλλα νησιά παγκοσμίως ότι έχει ζεστό, αλλά όχι υγρό κλίμα που προκαλεί δυσφορία και η ηλιοφάνεια 300 μέρες το χρόνο.

Εκτός της φυσικής ομορφιάς και των αθλητικών δραστηριοτήτων πλεονέκτημα είναι η μακραίωνη ιστορία του νησιού και άρα τα πολλά και διαφορετικών εποχών μνημεία, από την αρχαιότητα, την ελληνιστική περίοδο, το Μεσαίωνα και τη νεότερη εποχή με την παραδοσιακή αρχιτεκτονική, τα σοκάκια, το χρώμα των σπιτιών. Έτσι, η Ρόδος προσφέρει ένα μοναδικό συνδυασμό του παλιού και του νέου. Ακόμη, το ότι αναβιώνονται πολιτιστικές παραδόσεις όπως το πανηγύρι, αλλά και τα αγνά καλλιεργημένα τοπικά προϊόντα και η ιδιαίτερη κουζίνα του νησιού. Ακόμη, έχει δύο οδούς πρόσβασης, από τον αέρα και τη θάλασσα, και καλή τοπική συγκοινωνία, στοιχεία που θίγονται ως θετικά και ελκτικά και από τους Zhou και συν. (2023).

Αρκετοί (3 στους 10) επισημαίνουν ότι η Ρόδος πλεονεκτεί έναντι άλλων νησιών προορισμών στη μακρά παράδοση στον τουρισμό, που σημαίνει ότι έχουν ανάλογη γνώση και μπορούν να παράσχουν καλύτερη εξυπηρέτηση. Σε αυτό σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η σχολή τουριστικών επαγγελματιών που λειτουργεί στο νησί. Σημαντικό πλεονέκτημα είναι και ότι διατηρούν καλές τιμές, επίσης ότι έχουν καλές τεχνολογικές/ψηφιακές υποδομές και αρκετούς χώρους συνεργασίας, αν και χρειάζονται και άλλοι.

Μειονέκτημα είναι ότι η διαθεσιμότητα των καταλυμάτων δεν καλύπτει όλους τους μήνες, αλλά κυρίως τους χειμερινούς, όπως και ότι υπάρχει κυκλοφοριακή συμφόρηση το καλοκαίρι και πρόβλημα στάθμευσης, αλλά αντισταθμίζεται κάπως από τις καλές τοπικές μαζικές μεταφορές και τη δωρεάν χρήση ποδηλάτου, μια ενέργεια του Δήμου ιδιαίτερα θετική.

Αναφορικά με τις επιπλέον ενέργειες που πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, οι συμμετέχοντες στην έρευνα κρίνουν ότι ναι μεν έχουν ένα ικανοποιητικό επίπεδο σε χώρους συνεργασίας, αλλά οπωσδήποτε πρέπει να αυξηθούν, όπως και οι χώροι συμβίωσης.

Ακόμη, πρέπει να εντατικοποιηθεί η προβολή του νησιού ως τύπος υποδοχής ψηφιακών νομάδων και δη μέσα από ιστότοπους και φόρουμ των ψηφιακών νομάδων. Καλό τρόπο προβολής θεωρούν επίσης τη φιλοξενία παγκόσμιων πρακτόρων ή τη φιλοξενία ατόμων που εργάζονται εξ αποστάσεως σε μεγάλες εταιρείες ώστε να διαφημίσουν την εμπειρία τους στη Ρόδο.

Μια άλλη σημαντική ενέργεια είναι να οργανωθούν καλύτερα τα καταλύματα με παροχές όπως ημερήσιες εκδρομές, μαθήματα γιόγκα, παραδοσιακών χορών, βραδιές μουσικής, βραδιές παρασκευής φαγητού. Μια πιο συνολική αντιμετώπιση προτείνεται από ένα συμμετέχοντα. Θεωρεί ότι πρέπει να υπάρχει συνεννόηση όλων των επαγγελματιών και να αναρτώνται σε μια κοινή ιστοσελίδα όλες οι δράσεις, από τα σπορ και τις θαλάσσιες εκδρομές, μέχρι τις γευσιγνωσίες, τις εκδηλώσεις που οργανώνονται από τους πολιτιστικούς συλλόγους, μια βραδιά μουσικής, μια βραδιά κουΐζ κτλ.

Ενδιαφέρουσα είναι η πρόταση ανάληψης πράσινων πρωτοβουλιών, η ανάδειξη ζητημάτων όπως η εξαφάνιση του ροδίτικου ελαφιού και άλλα περιβαλλοντικά ζητήματα στα οποία οι τουρίστες είναι πιο ευαισθητοποιημένοι, όπως και η ενίσχυση του εθελοντισμού για να ενισχυθούν οι δεσμοί με την κοινότητα των ντόπιων. Η τελευταία πρόταση θεωρείται καλή πρακτική και τη χρησιμοποιεί επιτυχημένα το Μεξικό.<sup>32</sup>

Οι αρμόδιοι του Δήμου εστιάζουν στο πρόβλημα της ανεύρεσης καταλύματος κατά τους καλοκαιρινούς μήνες. Προτείνεται η παρέμβασή του για να υπογραφούν από ξενοδοχεία και καταλύματα συμφωνίες ότι θα διαθέτουν τις κλίνες τους αποκλειστικά στους ψηφιακούς νομάδες όλους τους μήνες του έτους. Σημαντική είναι και η πρόταση ενός αρμόδιου του Δήμου ότι καλό είναι να διαμορφωθεί κάποια μορφή ανοικτού διαλόγου των νομάδων με το Δήμο στον ψηφιακό χώρο, για να έχουν εικόνα τυχόν ανεπαρκειών και παραπόνων τους που τυχόν τους διαφεύγουν.

Αναφορικά με το αν και πως επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό η πανδημία COVID-19, διατυπώθηκε η άποψη ότι υπήρχε ένα μούδιασμα στην αρχή, κάποιοι εγκλωβίστηκαν, άλλοι φοβόνταν να μετακινηθούν, αλλά σιγά σιγά η τήρηση των πρωτοκόλλων υγείας, αλλά και κινήσεις όπως η φιλοξενία των εργαζομένων της Cisco, αποκατέστησαν την κανονική ροή. Από την άλλη, η πανδημία δημιούργησε κουλτούρα εργασίας εξ αποστάσεως και έτσι αυξήθηκε ο αριθμός των ψηφιακών νομάδων.

Βασιζόμενοι σε αυτό το στοιχείο, όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, αναφορικά με το αν πιστεύουν ότι ο ψηφιακός νομαδισμός είναι μια μόδα που θα φύγει, απαντούν πώς όχι. Αντίθετα, η τάση αυτή θα έχει ανοδική πορεία γιατί οι εξ αποστάσεως εργασίες έχουν αυξηθεί και ο σύγχρονος άνθρωπος επιζητά να απαλλαγεί από τους έντονους ρυθμούς των πόλεων και τη ρύπανση και να ζήσει σε ένα ήσυχο μέρος, με καλύτερη ποιότητα ζωής. Για αυτό πρέπει να δοθεί έμφαση σε αυτή τη μορφή εναλλακτικού τουρισμού, που είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη βιωσιμότητα.

Οι περισσότεροι ερωτώμενοι δεν είχαν να προσθέσουν κάτι άλλο. Ένας μόνο αναφέρθηκε στην ενίσχυση του εθελοντισμού και της επαφής ντόπιων-τουριστών και ένας ακόμη θεώρησε καλή κίνηση τη δημιουργία μιας πλατφόρμας όπου θα

---

32 <https://www.worldpackers.com/articles/digital-nomad-mexico>

αναρτώνται οι δράσεις όλων των επιχειρηματιών τουρισμού και του Δήμου για να είναι πιο εύκολα αναζητήσιμες από τους ψηφιακούς νομάδες.

## **8. Μελλοντικές προτάσεις**

Η παρούσα έρευνα λόγω και της μεθοδολογικής προσέγγισης που επέλεξε έχει τον περιορισμό ότι τα αποτελέσματα αφορούν μόνο τους συγκεκριμένους συμμετέχοντες και δεν μπορούν να γενικευτούν. Για αυτό προτείνεται στο μέλλον να διερευνηθεί το ζήτημα της προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων με την ποσοτική μεθοδολογία, για να καλυφθεί μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού των επαγγελματιών τουρισμού και να μπορεί να υπάρξει γενίκευση των αποτελεσμάτων. Μάλιστα, θα μπορούσε να διερευνηθεί και η άποψη των ψηφιακών νομάδων μέσα από μια διαδικτυακή έρευνα κοινού για το αν είναι ευχαριστημένοι ή όχι από τις παροχές του νησιού της Ρόδου και τι θα ήθελαν να βελτιωθεί ή αλλάξει.

## Βιβλιογραφία

Αυδίκος, Β. (2014). *Οι πολιτιστικές και δημιουργικές βιομηχανίες στην Ελλάδα*. Αθήνα: εκδόσεις Επίκεντρο.

Ballina, F. J. D. B. (2022). Smart concept in rural tourism: a comparison between two phases (2016-2019). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 60 (1), 1-15. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.234629>

Bluebirds (2014). *Τεχνολογία και τουρισμός: Μαζί στο μέλλον*. Ανακτήθηκε στις 5/1/24 από <https://bluebirds.gr/default.aspx?pageid=70>

Bryman, A. (2017). *Μέθοδοι κοινωνικής έρευνας* (μτφ. Π. Σακελλαρίου). Αθήνα: Gutenberg (έτος έκδοσης πρωτοτύπου 2016).

Bright, D. S. & Cortes, A.H. (2019). *Principles of Management* Publisher/website: OpenStax. Ανακτήθηκε στις 6/1/24 από <https://openstax.org/books/principles-management/pages/4-1-the-organizations-external-environment>

Cook, D. (2023). What is a digital nomad? Definition and taxonomy in the era of mainstream remote work, *World Leisure Journal*, 65 (2), 256-275, DOI:[10.1080/16078055.2023.2190608](https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2190608)

Δρέττα, Ι. (2021). *Τουρισμός Και Πανδημία*. Ανακτήθηκε στις 2/1/24 από <https://www.dianeosis.org/2020/11/tourismos-kai-pandimia/>.

Ehn, K., Jorge, A., & Marques-Pita, M. (2022). Digital Nomads and the Covid-19 Pandemic: Narratives About Relocation in a Time of Lockdowns and Reduced Mobility. *Social Media + Society*, 8(1), 1-11. <https://doi.org/10.1177/20563051221084958>

EUropean Employment Services (2023). *Millennials και γενιά Z στον χώρο εργασίας: ομοιότητες και διαφορές*. Ανακτήθηκε στις 5/1/24 από [https://eures.europa.eu/millennials-and-gen-z-workplace-similarities-and-differences-2023-03-02\\_el](https://eures.europa.eu/millennials-and-gen-z-workplace-similarities-and-differences-2023-03-02_el)

Ζαχαράτος, Γ. & Τσάρτας, Π. (1999). *Πολιτική και Κοινωνιολογία της Τουριστικής Ανάπτυξης*, Γ' Τόμος, Πάτρα, ΕΑΠ.

Zerva, K., Huete, R., Segovia-Pérez, M. (2023). Digital Nomad Tourism: The Experience of Living at the Destination. In: Negrușă, A.L., Coroș, M.M. (eds) *Remodelling Businesses for Sustainable Development*. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-19656-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-031-19656-0_2)

Zhou, L., Buhalis, D., Fan, D., Ladkin, A. & Lian, X. (2023). Attracting digital nomads: Smart destination strategies, innovation and competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management* (31), 1-12. DOI:10.1016/j.jdmm.2023.100850

Grant, A. (2022). *Greece is gold for digital nomads* . Ανακτήθηκε στις 18/1/24 από <https://www.euronews.com/travel/2021/05/25/greece-is-gold-for-digital-nomads>

Green, P. (2020). Disruptions of self, place and mobility: digital nomads in Chiang Mai, Thailand. *Mobilities* 15(3), 431 - 445.

Hermann, I., & Paris, C. (2020). Digital Nomadism: the nexus of remote working and travel mobility. *Inf Technol Tourism* 22, 329-334

Holleran, M. & Notting, M. (2023). Mobility Guilt: digital nomads and COVID-19, *Tourism Geographies*, 25 (5), 1341-1358, DOI:[10.1080/14616688.2023.2217538](https://doi.org/10.1080/14616688.2023.2217538)

Huynh, D. V., Truong, T., Long Hai D., Nguyen, N., Dao, G. & Dao, C. (2021). The COVID-19 Pandemic and Its Impacts on Tourism Business in a Developing City: Insight from Vietnam. *Economies* 9 (172), 1-17. <https://doi.org/10.3390/economies9040172>.

INΣETE (2021). *Στατιστικά στοιχεία εισερχόμενου τουρισμού*. Ανακτήθηκε στις 16/1/24 από <https://insete.gr/statistika-eiserxomenou-tourismou/>.

Ίσαρη, Φ. & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας*. Αθήνα: Ακαδημαϊκά Ηλεκτρονικά Συγγράμματα Κάλλιπος.

Καραμαγκάλης, Γ. (2021). *Η Κροναζιέρα Μετά Την Πανδημία*. Ανακτήθηκε στις 2/1/24 από

<https://www.dianeosis.org/2021/03/i-krouaziera-sta-axartografita-nera-tis-pandimias/>

Kashyap, K. (2023). *55% of Gen Z Graduates of Class 2023 Prefer a Remote or Hybrid Work*. Ανακτήθηκε στις 5/1/24 από <https://www.spiceworks.com/hr/future-work/articles/gen-z-graduates-prefer-remote-or-hybrid-work/>

Κοκκώσης, Χ., Τσάρτας, Π. & Γκριμπά, Ε. (2011). *Ειδικές και Εναλλακτικές μορφές τουρισμού*. Αθήνα: Κριτική.

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

Macfarlane, K. (2021). *Covid-19 case study: Ntanda Ventures (Zambia)*. Ανακτήθηκε στις 10/1/24 από <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/how-respond-covid-19-tourism-sector>

Mancinelli, F. (2020, Σεπτέμβριος). Digital nomads: freedom, responsibility and the neoliberal order. *Springer Information Technology & Tourism*, 22(3), 417 - 437.

Μαντζούκας, Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση. *Ανασκόπηση, Νοσηλευτική*, 46 (1), 88–98. Ανακτήθηκε στις 3/5/24 από <http://openworkshop.pbworks.com/w/file/64390801/6-bhmatapoiotikh-ereyna.pdf>.

MBO (2022). *Working from the Road: The Aspirations and Reality for Digital Nomads*. <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/digital-nomads/>

Παπαδημητρίου, Ε. (2004). Τουρίστες και ντόπιοι. Ζητήματα της κοινωνικής έρευνας για τον τουρισμό. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* 114, 177-203.

Παρατηρητήριο Ψηφιακών Νομάδων (2022). *Η αξιολόγηση της κατάστασης στην Ελλάδα σε σχέση με τους ψηφιακούς νομάδες*. Ανακτήθηκε στις 9/1/24 από <https://digitalnomadsobs.org/wp-content/uploads/2022/04/DNO-Think-Tank-Report-March-2022.pdf>

Payne, R. (2024). *Digital nomadism as a modern benefit*. Ανακτήθηκε στις 5/1/24 από <https://remote.com/blog/digital-nomadism-modern-benefit>.

Parreño-Castellano, J., Domínguez-Mujica, J., Moreno-Medina, C. (2022). Reflections on Digital Nomadism in Spain during the COVID-19 Pandemic—Effect



of Policy and Place. Sustainability 14(23):16253.  
<https://doi.org/10.3390/su142316253>

Περιφερειακή Ένωση Δήμων Νοτίου Αιγαίου (2024). Δήμος Ρόδου. Ανακτήθηκε στις 12/2/24 από <https://www.pednotiouaigaiou.gr/dhmoi-n-aigaiou/%CE%B4%CE%AE%CE%BC%CE%BF%CF%82-%CF%81%CF%8C%CE%B4%CE%BF%CF%85/>

Πετράκος, Ν. (2019). *Τάσεις και Προοπτικές του διεθνούς και Ελληνικού τουρισμού τον 21ο αιώνα*. Ανακτήθηκε στις 5/1/24 από <https://hotelmag.gr/tourismos/%CF%80%CF%81%CE%BF%CE%BF%CF%80%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B4%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE%BF%CF%8D%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%8D/>

Poma Loza, E. O., Magueño, L. A. & Ayala, G. (2021). *Impacts of covid-19 on tourism entrepreneurship in native communities from Bolivia*. Ανακτήθηκε στις 2/1/24 από <https://isto.international/wp-content/uploads/2021/04/IMPACTOS-DEL-COVID-19-EN.pdf>.

Richards, K. (2023). *Growth and developments in the digital nomad market since COVID-19*. WYSE Travel Confederation. Ανακτήθηκε στις 20/1/24 από [https://www.researchgate.net/publication/367340060\\_Growth\\_and\\_developments\\_in\\_the\\_digital\\_nomad\\_market\\_since\\_COVID-19](https://www.researchgate.net/publication/367340060_Growth_and_developments_in_the_digital_nomad_market_since_COVID-19)

Robinson, V. M. & Schänzel, H. A. (2019). A tourism inflex: Generation Z travel experiences. *Journal of Tourism Futures*, 1-15.

Seeler, S., Høegh-Guldberg, O. and Eide, D. (2021). "Impacts on and Responses of Tourism SMEs and MEs on the COVID-19 Pandemic – The Case of Norway", Kulshreshtha, S.K. (Ed.) *Virus Outbreaks and Tourism Mobility* (Tourism Security-Safety and Post Conflict Destinations), Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 177-193. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-334-520211016>.

ΣΕΤΕ (2021). *Παρεμβάσεις του Προέδρου ΣΕΤΕ, κ. Γιάννη Ρέτσου σε συζήτηση με θέμα τον Τουρισμό, στο πλαίσιο του Κύκλου Διαδικτυακών Συζητήσεων: Η Ελληνική Οικονομία στην Μετά-Covid Εποχή*. Ανακτήθηκε στις 16/1/24 από <https://sete.gr/el/kentro-typou/omilies-diloseis/2021/paremvaseis-proedrou-sete-se-suzitisi-me-thema-ton-tourismo-sto-plaisio-tou-kyklou-diadiktuakon-suzitiseon-h-elliniki-oikonomia-stin-meta-covid-epohi/>

Thompson, B. Y. (2019). “The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community.” *International Journal of the Sociology of Leisure* 2, 27–42. DOI:10.1007/s41978-018-00030-y

Van den Broek, T., Haubrich, G. F., Razmerita, L., Murero, M., Marx, J., Lind, Y., Brakel-Ahmed, F., Cook, L., & de Boer, P. (2023). *Digital Nomads: Opportunities and Challenges for the Future of Work in the Post-Covid Society*. The Network Institute. <https://networkinstitute.org/society-industry/white-papers/>

Von Zumbusch, J., Lalicic, L. (2020). The role of co-living spaces in digital nomads’ wellbeing. *Inf Technol Tourism* 22, 439–453. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00182-2>

## Δικτυογραφία

<https://www.crossover.com/perspective/the-history-of-remote-work>

<https://www.tourism4all.gov.gr/>

<https://m.naftemporiki.gr/story/1695970>

<https://www.unwto.org/news/unwto-welcomes-eu-support-and-urges-europe-to-lead-the-way-in-tourism-s-restart>

<https://sete.gr/el/kentro-typou/omilies-diloseis/2021/paremvaseis-proedrou-sete-se-suzitisi-me-thema-ton-tourismo-sto-plaisio-tou-kyklou-diadiktuakon-suzitiseon-h-elliniki-oikonomia-stin-meta-covid-epohi/>

<https://www.nbg.gr/el/the-group/press-office/e-spot/reports/smes-tourism-2020>

<https://www.grhotels.gr/innovation-bites/#1615324293255-5847ed18-9bb2ecde-d0540de4-6404140d-2610>

<https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

<https://livezoku.com/amsterdam/>

<https://www.kathimerini.gr/tag/digital-nomads/>

<https://medium.com/@mhmdhsnshrayy2/the-impact-of-covid-19-on-the-digital-nomad-lifestyle-de6a16f8988a>

<https://medium.com/@investingtravels/the-current-top-4-digital-nomad-destinations-in-portugal-665bede6c5a4>

<https://www.etias.org/blog/norway-digital-nomad-visa>

<https://www.worldpackers.com/articles/digital-nomad-mexico>

<https://www.selina.com/blog/digital-nomads/#>

<https://www.goldenvisa-greece.com/best-places-in-greece-for-digital-nomads-embrace-the-greek-lifestyle-while-working-remotely/>

<https://news.gtp.gr/2022/11/24/greece-takes-actions-to-attract-digital-nomads/>

<https://www.euronews.com/travel/2021/05/25/greece-is-gold-for-digital-nomads>

<https://workfromgreece.gr/setting-up-in-greece/your-greek-digital-nomad-faq-corner/>

<https://www.rhodes.gr/1o-digital-mobilities-conference-o-dimos-rodou-protoporos-stin-proselkysi-ton-psifiakon-nomadon/>

<https://www.rodiki.gr/article/491517/sth-rodo-briskontai-oi-prwtoi-pshfiakoi-nomades>

<https://www.visitgreece.gr/el/islands/dodecanese/rhodes/>

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

### **1.ΟΔΗΓΟΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ**

#### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,  
Γεωργία Σκούρα

#### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο:

Φορέας / Επιχείρηση:

Θέση στον φορέα / επιχείρηση:

Ημερομηνία συνέντευξης:

Ωρα συνέντευξης:

1. Κατά την αντίληψή σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;
2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;
3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;
4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;
5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;

6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);
7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)
8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;
9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;
10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;
11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;
12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **2. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ**

### **Συνέντευξη 1**

#### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω

ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

## **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 1

Φορέας / Επιχείρηση: Κατάλυμα /Βίλα στην Παλιά Πόλη

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Ιδιοκτήτης

Ημερομηνία συνέντευξης: 28/4/24

Ωρα συνέντευξης: 3.00

### **1.Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Οι ψηφιακοί νομάδες είναι όσα άτομα αποφασίζουν να εργαστούν εξ αποστάσεως εργαζόμενοι, από οποιοδήποτε μέρος του κόσμου...δηλαδή εκτός του τόπου καταγωγής τους σε άλλες πόλεις και χώρες, τις οποίες μπορεί να αλλάζουν και συχνά, έχοντας έτσι την ευκαιρία να γνωρίσουν νέα μέρη..

-Και ψηφιακοί γιατί ονομάζονται.

Ναι σωστά...γιατί η εργασία τους από απόσταση δεν μπορεί να γίνει χωρίς να υπάρχει ιντερνέτ και καλή σύνδεση ώστε να εργαστούν μέσω του κομπιουτερ τους.

### **2.Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Σαφώς είναι πολύ καλοί γνώστες της τεχνολογίας (γέλιο)...ε τι άλλο; προφανώς έχουν αυξημένη αίσθηση αυτονομίας και αυτοδιάθεσης και δεν θέλουν να ακολουθούν μια ρουτίνα, αλλά να ζουν νέα πράγματα ...να θαυμάζουν τη φύση στον ελεύθερο χρόνο τους, να κάνουν σπορ, να διασκεδάζουν, να γνωρίζουν άλλους πολιτισμούς και νοοτροπίες...σαφώς από ότι έχω παρατηρήσει συνήθως δεν έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις, όπως παιδιά και δη νεαράς ηλικίας.

**3.Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Μμμ... θεωρώ καταρχάς ότι ενδιαφέρονται για τόπους διαμονής που έχουν κάτι να δώσουν, έχουν πολιτισμό και μακραίωνη ιστορία..μια σπάνια αρχιτεκτονική, όπως της Ρόδου με το μεσαιωνικό κάστρο...σίγουρα ένα καλό κλίμα, ο ήλιος η θάλασσα τους ελκύουν, αλλά και άλλα πράγματα... να μπορούν να αθληθούν σε διάφορα σπορ όπως windsurfing, περιπατητικές διαδρομές...να γευτούν διαφορετικές γεύσεις, να συγχρωτίζονται με τους ντόπιους σε εκδηλώσεις όπως πανηγύρια του τόπου, μουσικές βραδιές κ.α.

**4.Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Από την πλευρά του Δήμου θεωρώ ότι ήταν καθοριστικό το κάλεσμα που έκανε για την πρόσκληση των ψηφιακών νομάδων στο νησί πριν δυο τρία χρόνια... πρότεινε μάλιστα να έρθουν ευρωπαίοι εργαζόμενοι της Cisco να φιλοξενηθούν για ένα διάστημα δυο τριών μηνών νομίζω δουλεύοντας εξ αποστάσεως...ήταν ένα πρόγραμμα ουσιαστικά στο οποίο οι εργαζόμενοι έμειναν στο νησί και εργάζονταν σε ειδικά για αυτούς διαμορφωμένους χώρους που ανήκαν στην περιφέρεια.

Τώρα ως επιχειρήσεις τουρισμού πολλοί από εμάς έχουμε κάνει κινήσεις που θα βοηθήσουν στο να επισκεφτούν το νησί οι ψηφιακοί νομάδες....πρώτα από όλα έχουμε πολύ καλό ιντερνέτ ώστε να μην έχουν πρόβλημα με τη σύνδεση και δεν μπορούν να εργαστούν ....ύστερα, εγώ για παράδειγμα έχω συνάψει συνεργασία με ένα παγκόσμιο κόμβο για τους νομάδες..το rhodesdigitalnomads.com και δίνω μια πολύ καλή προσφορά για το κατάλυμα μου, που έχει χωρητικότητα μέχρι έξι άτομα..είναι πλήρως επιπλωμένο με ηλεκτρικές συσκευές, κλιματισμό και το κυριότερο είναι στο κέντρο της πόλης.

**5.Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Θεωρώ σε μεγάλο βαθμό γιατί συνεχώς έρχονται άτομα...εγώ φέτος είχα πολλές κρατήσεις από τους εξ αποστάσεως εργαζόμενους που κάλυπταν και μήνες εκτός σεζόν

**6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Νέα άτομα περισσότερο ως 40 ετών το ανώτερο...νομίζω οι άνδρες είναι πιο πολλοί...θα έλεγα ευρωπαίοι περισσότερο, αλλά έχουν έρθει και από την Αμερική και Ασία. Θεωρώ ότι δεν έχουν οικονομικό θέμα, πληρώνονται καλά στις εργασίες τους και παρότι το νησί μας ως κοσμοπολίτικο θεωρείται σχετικά ακριβό για τους έλληνες, μάλλον αυτό δεν ισχύει για τους ξένους..φαίνεται σε παγκόσμιο επίπεδο θεωρούμαστε οικονομικός προορισμός

-Και με τι ασχολούνται;

Εργασίες που είναι σχετικές με έρευνα, επικοινωνίες, ψηφιακά δίκτυα...τέτοια νομίζω περισσότερο πιο τεχνοκρατικά.

**7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Σίγουρα θα μείνουν πέντε-έξι μήνες τουλάχιστον, μάλλον αυτό έχει να κάνει και με τη βίβα τους για όσους δεν κατάγονται από την Ευρώπη η με τη νοοτροπία τους δεν ξέρω σίγουρα...οι της Ευρώπης νομίζω ότι μένουν και παραπάνω...γενικά ναι καταναλώνουν...τους αρέσουν τα παραδοσιακά μας ταβερνάκια και η νυχτερινή ζωή στο Φαληράκι...άλλοι πάλι προτιμούν το Θεολόγο για παράδειγμα για τα θαλάσσια σπορ..

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Νομίζω σημαντικό πλεονέκτημα είναι το κλίμα μας, ζεστό μεν αλλά όχι με πολύ υγρασία, τα όμορφα σοκάκια, η αρχιτεκτονική, οι παραλίες αναμφισβήτητα, οι πολλές δραστηριότητες που μπορεί να κάνει ο τουρίστας αναλόγως του γούστου του...σπορ, επισκέψεις σε μουσεία, σε αρχαία όπως ο ναός του Απόλλωνα, ο Κολοσσός... εεε οι σύντομες εξορμήσεις, πολιτιστικές εκδηλώσεις, νυχτερινή ζωή, εξερευνήσεις στη φύση..γενικά οι πολλές επιλογές που παρέχουμε



**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Θα ήταν καλό νομίζω να τους φτιάξουμε περισσότερους χώρους ειδικούς που εργάζονται πιο οργανωμένους και εξοπλισμένους...προς το παρόν είναι λίγοι και έχουν γίνει κυρίως σε ιδιωτικό επίπεδο ....μετά θα μπορούσαμε να παρέχουμε και άλλες υπηρεσίες όπως η μεταφορά τους...συνήθως τους προσφέρουμε δωρεάν την μεταφορά από το αεροδρόμιο στο κατάλυμα, αλλά θα μπορούσε να γίνει και πιο οργανωμένα με μέσα συγκοινωνίας στο νησί για να πηγαίνουν εκδρομές και σύντομες επισκέψεις...ίσως κάποια μαθήματα για τοπικούς χορούς γιατί τους ενδιαφέρει η κουλτούρα των ντόπιων ή και πιο κοντά στα δικά τους γούστα, όπως γιόγκα, τσί Τσι

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Σε μεγάλο βαθμό είχε ξεκινήσει μια τάση πιο μεμονωμένη από πριν...κάποια στιγμή ο φόβος και τα κλειστά σύνορα την ανέκοψαν..αλλά από τα πρώτα ανοίγματα και εφόσον όλο το νησί ήταν ευαισθητοποιημένο στους κανόνες υγιεινής άρχισε πάλι... νομίζω για αυτό και ο Δήμος μας έκανε αυτή την κίνηση του προγράμματος με τη Cisco για να εδραιώσει αυτήν την εικόνα και για να ελκύσει περισσότερο αυτή την ομάδα τουριστών

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Δεν τη θεωρώ καθόλου μόδα είναι ίσως και μια φυσική εξέλιξη στην εποχή της τεχνολογίας που ζούμε ...εφόσον η εργασία μπορεί να γίνει εξ αποστάσεως πολλοί θα προτιμούν να φύγουν από τις θορυβώδεις και γεμάτες ρύπανση πόλεις για να έχουν μια καλύτερη ποιότητα ζωής σε ένα νησί ή αλλού.

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Νομίζω όχι δεν έχω κάτι να προσθέσω

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## Συνέντευξη 2

### «Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ

Ονοματεπώνυμο:	Συν. 2
Φορέας / Επιχείρηση:	Κατάλυμα /ξενοδοχείο
Θέση στον φορέα / επιχείρηση:	Εργαζόμενος

Ημερομηνία συνέντευξης: 29/4/24  
4.00

Ωρα συνέντευξης:

### 1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;

Οι ψηφιακοί νομάδες είναι για μένα άτομα με πιο ελεύθερο πνεύμα που προτιμούν για αυτό να έχουν μια επαγγελματική ευελιξία και να προσαρμόζουν το χρόνο και την εργασία τους με τρόπο ώστε να ευχαριστούνται παράλληλα και με άλλα πράγματα της ζωής, ...το ότι εργάζονται μέσω υπολογιστή τους δίνει την ευκαιρία να διευθετούν όπως θέλουν το χρόνο τους και να επιτύχουν αυτό το σκοπό.

## **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Είναι όπως είπα και πριν άτομα με ελεύθερο πνεύμα σίγουρα .... άτομα που έχουν την απόλυτη απόφαση στο πού θα ήθελαν να ζήσουν για όσο διάστημα αποφασίσουν να το κάνουν... άτομα που τους αρέσει να γνωρίζουν άλλους τόπους και άλλους ανθρώπους και εμάς τους ντόπιους, τις συνήθειες και τις κουλτούρες μας... άτομα με υψηλή αίσθηση για το περιβάλλον και τη φύση όχι ότι δεν τους αρέσουν και τα πιο τετριμμένα όπως ένα ποτό με φίλους... τι άλλο ... θεωρώ καλής οικονομικής κατάστασης μια και οι εργασίες τους είναι εξειδικευμένες και καλοπληρωμένες

## **3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Εεε ... σίγουρα να έχουν ένα όμορφο φυσικό περιβάλλον να εξερευνήσουν ... να έχει ο τόπος που θα εγκατασταθούν ιστορικό ενδιαφέρον, μια ιδιαίτερη παράδοση ... οι κλιματικές συνθήκες να είναι καλές... ως γνωστόν ανέκαθεν οι τουρίστες προτιμούσαν την Ελλάδα για τις καλές κλιματικές της συνθήκες το φως, το πέλαγος... να έχουν πράγματα να κάνουν όπως καλές αθλητικές εγκαταστάσεις ... να μπορούν να εργαστούν με άλλους ψηφιακούς νομάδες καθώς θεωρώ ότι δεν είναι επαρκής η επαφή μόνο με τους ντόπιους θέλουν και επαφή με ανθρώπους της δικής τους κουλτούρας και του ίδιου εργασιακού στυλ με τους οποίους ανταλλάσσουν και τις εμπειρίες που ζουν... να μπορούν να μείνουν όσο διάστημα επιθυμούν να μην υπάρχουν δηλαδή χρονικοί περιορισμοί όπως κατάλυμα μόνο για την περίοδο του χειμώνα.... αυτά νομίζω

## **4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος μας πάντα στήριζε καινοτόμες ιδέες όπως τα κοινόχρηστα ποδήλατα για να προάγει τον οικολογικό και αθλητικό τουρισμό ... νομίζω ότι η καλύτερη κίνηση για τους νομάδες ήταν να συνεργαστεί με τη Cisco για να φιλοξενήσει εργαζομένους της στο νησί σε χώρους που του ανήκουν... το ότι έχει αναβαθμίσει το Wi Fi θεωρώ ότι είναι επίσης πολύ σημαντικό

Εμείς ως μονάδα καταλυμάτων έχουμε ειδικό πρόγραμμα πακέτο για σπουδαστές και ψηφιακούς νομάδες. Παρέχουμε καλύτερες τιμές για μακροπρόθεσμη διαμονή, οργανώνουμε βραδιές με ζωντανή μουσική, μαθήματα γιόγκα, βραδιές κουΐζ, εκδρομές στο νησί με ιστοπλοικά...υπάρχει στον πρώτο όροφο χώρος συνεργασίας για τους νομάδες αλλά και κοινόχρηστη κουζίνα για να μαγειρεύουν από κοινού και να κοινωνικοποιούνται και απολαμβάνουν ένα όμορφο γεύμα στην βεράντα τους... φυσικά υπάρχει και εστιατόριο και μπαρ με χαμηλότερες τιμές για τους διαμένοντες ...αυτά νομίζω

#### **5.Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Πιστεύω σε μεγάλο βαθμό και σε αυτό βοηθούν οι καλές προσφορές μας για τους ψηφιακούς νομάδες και οι υπηρεσίες μας θεωρώ....έτσι έχουμε πολλές κρατήσεις και στη νεκρή περίοδο

#### **6.Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Νομίζω πιο νέοι ως 35, άντρες και γυναίκες, αν και νομίζω ότι ίσως είναι λίγο περισσότεροι οι πρώτοι... χωρίς οικογένεια συνήθως...απασχολούνται κυρίως με την τεχνολογία ..οι καλές μας τιμές τους ελκύουν αν και το εισόδημα τους είναι κατά σαφώς μεγαλύτερο από του μέσου έλληνα...

#### **7.Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Θα μείνουν οι περισσότεροι τουλάχιστον 5 μήνες ως και δώδεκα μήνες αναλόγως τα σχέδια τους και πόσο τους καλύπτει η εργασιακή βίβα αν είναι εκτός Ευρώπης η οποία αν θυμάμαι καλά είναι δώδεκα μήνες...αν καταναλώνουν τώρα ναι το εστιατόριο μας τους παρέχει παραδοσιακά φαγητά του νησιού, τα οποία πάντα θέλουν να δοκιμάζουν.. αντίστοιχα έχουμε μπαρ με happy hour για το ποτό τους, κάποια βραδιά караоке... προτιμούν τη γιόγκα και τις θαλάσσιες εκδρομές και άλλοι και πιο επικίνδυνα θαλάσσια σπορ

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Η Ρόδος είναι ένα ελληνικό νησί με μεγάλο ατού το κλίμα της, τα πολλά μνημεία, το κάστρο, αλλά και ένα νησί μεγάλο με πολλές εμπορικές επιχειρήσεις για να ικανοποιούν κάθε ανάγκη, δίνει έμφαση στον αθλητικό τουρισμό, σπορ, καταδύσεις, περιπάτους, έχει νυχτερινή ζωή ...έχει καλή σύνδεση με πλοία και με αεροπλάνο και αυτό νομίζω είναι επίσης πολύ σημαντικό για να προσελκύσει τους ψηφιακούς νομάδες...έχει μακρά ιστορία στον τουρισμό και έτσι μπορεί να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες...νομίζω αυτά

**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Να προβληθεί ίσως περισσότερο το κομμάτι του τουρισμού των ψηφιακών νομάδων μέσω των δικών τους μπλογκ και ιστοσελίδων... να δώσουμε μεγαλύτερη έμφαση σε περιβαλλοντικά ζητήματα και σπάνια είδη του νησιού όπως το ελάφι μας που τείνει να αφανιστεί να δημιουργηθούν οικολογικά πάρκα, να υπάρξει εστίαση στον πράσινο τουρισμό...θεωρώ ότι είναι μέσα στα ενδιαφέροντα των ψηφιακών νομάδων που αντιμετωπίζουν το περιβάλλον με πολύ μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση..τι άλλο ...το αθλητικό πάρκο δίπλα στην Παλιά Πόλη να εξοπλιστεί περισσότερο και να εντάξει και άλλες αθλητικές δραστηριότητες και τέλος να υπάρχουν ακόμη καλύτερες προσφορές για τους ψηφιακούς νομάδες ιδίως για διάστημα άνω των πέντε μηνών

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Νομίζω ότι ήταν μια δύσκολη περίοδος ... κάποιοι ψηφιακοί νομάδες εγκλωβίστηκαν εδώ αν και ήταν κάτι που τους άρεσε αλλά άλλοι φοβόταν να έρθουν ...πάντως σίγουρα η αναγκαστική εξ αποστάσεως εργασία σε πολλές χώρες λόγω της πανδημίας διαμόρφωσε και σε άλλους εργαζόμενους που δεν το είχαν σκεφτεί πιο πριν κουλτούρα εξ αποστάσεως εργασίας μέσω υπολογιστή..για αυτό και πρέπει να αξιοποιηθεί περισσότερο αυτό το τμήμα πληθυσμού.

**11.Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Αντιθέτως θεωρώ ότι έχει πολύ μέλλον εφόσον η πανδημία διαμόρφωσε μια τέτοια κουλτούρα και η ψυχολογία των ανθρώπων πλέον στις πολύ μεγάλες πόλεις όπου και αν είναι αυτές δεν παρέχουν καλή ποιότητα ζωής οπότε αυτό είναι υπέρ μας να προσφέρουμε πιο ανθρώπινες και μοναδικές εμπειρίες σε ανθρώπους που θέλουν να ξεφύγουν από τη δύσκολη ρουτίνα των πόλεων.

**12.Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Κινήσεις ίσως που θα έφερναν πιο κοντά τους ντόπιους με τους ψηφιακούς νομάδες..ίσως και εθελοντικές δράσεις στις οποίες θα μπορούσαν να συμμετέχουν

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

### **Συνέντευξη 3**

#### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

#### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο:	Συν. 3
Φορέας / Επιχείρηση:	Κατάλυμα /ξενοδοχείο
Θέση στον φορέα / επιχείρηση:	Υπεύθυνη κρατήσεων

Ημερομηνία συνέντευξης: 9/5/24  
7.00

Ωρα συνέντευξης:

#### **1.Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Οι ψηφιακοί νομάδες είναι όσοι έρχονται από άλλες χώρες, αν και θεωρώ έχει ξεκινήσει και από την Ελλάδα αυτή η μόδα....και εργάζονται μέσω του διαδικτύου από απόσταση και ταυτόχρονα γνωρίζουν και το νέο τόπο

#### **2.Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Πρώτα από όλα ότι διαμένουν για μεγάλο διάστημα και αυτό επιμηκύνει την περίοδο διαμονής για εμάς ...το ότι επίσης αφήνουν χρήματα στην αγορά γενικότερα και δίνουν μια ζωντάνια ιδίως τους χειμερινούς μήνες

### **3.Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Πρώτα από όλα αυτό για το οποίο είναι δημοφιλής η χώρα και τα νησιά μας, τον ήλιο και τη θάλασσα δηλαδή.... σίγουρα να έχει και άλλα στοιχεία όπως έχει η Ρόδος αρχαία μνημεία, όπως η Λίνδος ο Κολοσσός, αρχαίοι ναοί να έχουν δυνατότητα για σπορ όπως το σερφινγκ για το οποίο προτιμάται ιδιαίτερα το κατάλυμα μας που είναι στο Θεολόγο κατάλληλο για τέτοιες δραστηριότητες ....να δοκιμάζουν τα φαγητά μας και τα τοπικά μας προϊόντα ...να αισθάνονται άνετα εδώ με τους ανθρώπους μας, καλοδεχούμενοι... και επίσης για να μπορούν να κάνουν τη δουλειά τους χωρίς εμπόδια να έχουν καλή ταχύτητα ιντερνέτ

### **4.Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος έχει φροντίσει κάθε γωνιά του νησιού να έχει καλές ταχύτητες ιντερνέτ που πιάνει παντού δωρεάν το ότι κάνει προγράμματα φιλοξενίας εταιρειών όπως με μιας τηλεπικοινωνιών και τεχνολογίας δεν θυμάμαι τώρα το όνομα της... το ότι δεν έχει πολύ γραφειοκρατία για τη βίζα, βέβαια αυτό μάλλον είναι και του κράτους και γενικά το ότι προωθεί τον εναλλακτικό τουρισμό.

-Εσείς έχετε κάνει κάτι ιδιαίτερο για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων

Έχω φροντίσει να έχουν ποιο ευρύχωρα δωμάτια διαμερίσματα βασικά που μπορούν να φιλοξενήσουν και τρία άτομα με μεγάλη άνεση, τους έχουμε ειδικό χώρο για το γραφείο τους για να εργάζονται, έχουν δική τους ανεξάρτητη κουζίνα, εννοείται κλιματισμό, τηλεόραση....η στάθμευση είναι δωρεάν, έχουμε πισίνα...και το πιο σημαντικό κάνουμε ιδιαίτερα καλή τιμή ....ααα και μπορούν να το κλείσουν μόνοι τους μέσω της πλατφόρμας booking, ibooked και μέσω μιας πλατφόρμας ειδικής για ψηφιακούς νομάδες.



### **5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Θεωρώ πολύ γιατί οι περισσότεροι μένουν και το χειμώνα και έτσι δεν παραμένουν τα δωμάτια κλειστά

### **6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Πιστεύω πιο πολύ είναι γύρω στα 30 ως 40, οι άντρες θα έλεγα πιο πολλοί ...δεν είναι συχνό φαινόμενο να έχουν μαζί τους σύζυγο και παιδιά...εισοδηματικά είναι σε καλή κατάσταση

-Εθνικότητα;

Έχω παρατηρήσει ότι μας έρχονται πιο πολύ από την Ευρώπη και ακολουθεί η Αμερική

### **7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Όπως είπα μένουν μακροχρόνια ...τώρα εξαρτάται το πόσο τους αρέσει να μετακινούνται κάποιοι αλλάζουν τόπο δυο φορές το χρόνο κάποιοι μια...τι καταναλώνουν τώρα εεεε σίγουρα τα τοπικά προϊόντα και φαγητά μας, αλλά και ποτά ...αγοράζουν διακοσμητικά αντικείμενα, ρούχα, ένδυση όλα θεωρώ

### **8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Νομίζω μόνο πλεονεκτήματα... γέλιο.... Έχουμε ήλιο θάλασσα, εμπειρία στον τουρισμό, καταρτισμένους υπαλλήλους... έχουμε άλλωστε και σχολή τουριστικών επαγγελματιών...έχουμε αρχαίο πολιτισμό, παραδόσεις, μεγάλη αγορά, δραστηριότητες στη φύση που μπορούν να κάνουν και σπορ... καλές τοπικές συγκοινωνίες, διεθνές αεροδρόμιο

### **9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Στο σημείο που είμαστε εμείς κατάλληλο για σερφινγκ θα μπορούσε να οργανωθεί καλύτερα με αγώνες και προβολή στο εξωτερικό...αλλά και για άλλα θαλάσσια σπορ...να συνάψουμε συνεργασίες με εταιρείες για να στέλνουν εδώ τους εργαζόμενους τους για ένα διάστημα, να συνεργαζόμαστε με τοπικές επιχειρήσεις για να προβάλλουμε την τοπική μας κουλτούρα, να έχουμε πιο οργανωμένους χώρους εργασίας ....αυτά νομίζω

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Θετικά... μπορεί κάποιοι να φοβήθηκαν εκείνη την περίοδο να κάνουν μακροχρόνια ταξίδια αλλά ο COVID-19 πέρασε μια νοοτροπία και σε άλλους ανθρώπους να εργάζονται απομακρυσμένα

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Για το λόγο που προείπα νομίζω δεν είναι μόδα και θα αυξάνονται όλο και περισσότερο οι άνθρωποι που θέλουν να φύγουν από μια πόλη με ρύπους και θόρυβο και να ζήσουν σε ένα νησί με ήπιους ρυθμούς, κοντά στη φύση.

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Όχι δεν έχω κάτι να προτείνω

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 4**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 4

Φορέας / Επιχείρηση: Χώρος εργασίας

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Υπάλληλος

Ημερομηνία συνέντευξης: 30/4/24  
13.30

Ωρα συνέντευξης:

### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Όσοι μετακινούνται σε άλλες πόλεις, χώρες βασικά για να εργαστούν μέσω του φορητού Η/Υ από εκεί για ένα διάστημα αρκετά μεγάλο... μια ολόκληρη χρονιά για παράδειγμα.

### **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Το ότι μένουν για μεγάλο διάστημα που σημαίνει ότι αφήνουν χρήματα στον τόπο που ο κλάδος τα έχει ανάγκη μετά την ραγδαία πτώση λόγω της πανδημίας αλλά και σε περιόδους όπως από τον Οκτώβριο ως τον Απρίλιο που υπολειτουργεί.... Το ότι όμως μένουν για μεγάλο διάστημα πρέπει να κάνει και εμάς πιο προσεκτικούς να κατανοούμε τις ανάγκες τους... ότι χρειάζονται ειδικό τεχνικό εξοπλισμό, ήσυχο χώρο και ταυτόχρονα χώρο που θα έρχονται σε επαφή μεταξύ τους

### **3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Η θάλασσα και το καλό κλίμα, το ότι τα ελληνικά νησιά είναι γραφικά, με τις δικές τους παραδόσεις, έχουν αρχαίο πολιτισμό και πολλά μνημεία να θαυμάσουν... από την άλλη θετικά μετρά να έχουν καλή ιντερνετική και γρήγορη σύνδεση και ένα χώρο να εργάζονται

### **4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος έχει wifi γρήγορης ταχύτητας, βέβαια και τα καφέ και εστιατόρια και έτσι μπορεί να εργαστεί κανείς πίνοντας τον καφέ του με θέα τη θάλασσα, έχει προβάλλει πολύ αυτή την εναλλακτική μορφή τουρισμού, ενημερώνει εμάς για τα θετικά που έχει αυτή η μορφή και προβάλλει σε διεθνείς πράκτορες τις νέες αυτές δυνατότητες του νησιού. Αυτό κάνουμε και εμείς από τη μεριά μας ...επειδή η Ρόδος υστερούσε για παράδειγμα στους χώρους συνεργασίας εμείς το είδαμε ως ευκαιρία να παρέχουμε ένα τέτοιο χώρο με όλο τον ειδικό εξοπλισμό υπολογιστές, εκτυπωτές, σαρωτές, δωρεάν γρήγορο ιντερνέτ ...και όλα αυτά στο κέντρο της πόλης με εύκολη πρόσβαση και με δωρεάν παρκινγκ. Όλο το προσωπικό γνωρίζει άπταιστα αγγλικά είναι φιλικό με τους νομάδες, τους προτείνει δραστηριότητες εκτός της δουλειάς τους για την τοπική μας κουλτούρα

### **5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Έχουν αποδώσει γιατί έχουμε υπερβεί το σημαντικότερο μειονέκτημα του τουριστικού κλάδου που είναι η μικρή σεζόν με πολλούς μήνες να είμαστε κλειστοί

**6.Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Οι πολλοί είναι στη δεκαετία τριάντα ως σαράντα, ποιο λίγοι 25 ως 30...θεωρώ πιο πολλοί από την ευρωπαϊκή ήπειρο, άντρες, συνήθως χωρίς παιδιά... έχουν καλούς μισθούς, ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο και ψηφιακό μάρκετινγκ, με τον ερευνητικό τομέα, τις τηλεπικοινωνίες τέτοια πράγματα πιο σχετικά με την τεχνολογία δηλαδή

**7.Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Μένουν πολύ και αυτό είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα από τρεις μήνες ως δώδεκα...είναι ανοικτοί σε νέες εμπειρίες και θέλουν να ενσωματώνονται με τους ντόπιους, να γνωρίζουν την κουλτούρα μας, τα ήθη, τα προϊόντα μας...όπως όλοι οι τουρίστες κάνουν κατανάλωση στα εμπορικά είδη, στα τοπικά προϊόντα, στην εστίαση, σε χώρους πολιτισμού, σε χώρους αθλητισμού ...αυτά νομίζω

**8.Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Έχουμε ένα πανέμορφο νησί η αλήθεια που συνδυάζει το σύγχρονο με το παλιό λόγω του κάστρου το οποίο έχει πολύ μεγάλη επισκεψιμότητα, έχουμε τουριστική γνώση, πολλά μνημεία, πράσινο, αεροδρόμιο αλλά και τοπικά μέσα μεταφοράς...το παρκινγκ βέβαια είναι ένα θέμα.. και θεωρώ ότι οι τιμές μας είναι καλές σε σχέση με άλλους προορισμούς

**9.Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Να αναπτύσσονται παράλληλα και άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού, όπως ο οικολογικός, ο τουρισμός γάμου, ο συνεδριακός και να προβάλλεται περισσότερο η Ρόδος ως νησί που μπορεί να παράσχει τα πάντα στους ψηφιακούς νομάδες, τεχνολογική κάλυψη και ειδικούς χώρους, ομορφιά, φύση, ζεστοί άνθρωποι

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Πολύ καθώς πολλοί εργοδότες στράφηκαν στην εναλλακτική εργασία εξ αποστάσεως και το διατήρησαν και μετά την πανδημία, οπότε και οι εργαζόμενοι άρχισαν να σκέφτονται περισσότερο πόσο όμορφο είναι να εργάζεσαι σε ένα όμορφο μέρος, με θέα τη θάλασσα και να γνωρίζει συνεχώς μέρη τα οποία δεν θα τα επισκεπτόσουν αν εργαζόσουν σε κανονικές συνθήκες και είχες περιορισμένη άδεια διακοπών.

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Μάλλον προέτρεξα ... αυτό που είπα πριν ότι τους δίνεται η ευκαιρία να εργαστούν και να κάνουν παράλληλα διακοπές σε νέα μέρη, με σίγουρα πιο καλή ποιότητα ζωής από τις πόλεις .... οπότε είναι μια τάση που θα μείνει και θεωρώ είναι πολλά υποσχόμενη για τον τουρισμό.

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Όχι νομίζω καλύφθηκα από τις ερωτήσεις σας

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 5**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 5

Φορέας / Επιχείρηση: Εμπορική επιχείρηση

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Ιδιοκτήτης

Ημερομηνία συνέντευξης: 10/5/24

Ωρα συνέντευξης: 11.10

### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Οι ψηφιακοί νομάδες συνδυάζουν την εργασία εξ αποστάσεως με τις διακοπές.....με το ταξίδι και τη διαμονή σε ένα διαφορετικό μέρος από της πατρίδας τους, στο οποίο σίγουρα από ότι έχω δει θα μείνουν για πάνω από τρεις με τέσσερις μήνες.

## **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Είναι άνθρωποι που τους αρέσουν οι περιπέτειες και εμπειρίες, αλλά είναι και ήσυχοι δεν δημιουργούν προβλήματα να μεθύσουν να καταστρέψουν πράγματα... που τα είχαμε παλιά... είναι απλοί όχι υπερβολικά ευκατάστατοι,, αλλά ξοδεύουν αρκετά για να γνωρίσουν τον τόπο ...είναι άνθρωποι που τους θέλουμε στο νησί... δεν τους βλέπουμε ως περιστασιακούς επισκέπτες... άλλωστε το ότι μένουν πολύ μας κάνει να τους βλέπουμε και ως φίλους.

## **3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Θέλουν σίγουρα τις ώρες και μέρες που δεν εργάζονται να κάνουν εκδρομές στη φύση... είναι κάτι που με ρωτούν συνέχεια που να πάνε μια μεγάλη βόλτα με ποδήλατο , που να κάνουν καταδύσεις, που να πάνε για χορό ...διάφορα. Άρα θα έλεγα ότι πρέπει εκεί που μένουν να έχουν τέτοιες δραστηριότητες και ζωντάνια αλλιώς δεν θα έρχονταν...

## **4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος έχει βάλει οπτικές ίνες και δεν έχουμε προβλήματα με το ιντερνέτ ...αυτό νομίζω είναι πολύ σημαντικό γιατί όπως μου έλεγε ένας επισκέπτης είχε πάει να μείνει στην Αφρική που τον κατενθουσίασε αλλά είχε προβλήματα με τη δουλειά του γιατί ήταν αργή η σύνδεση και με διακοπές.... Διαφημίζει γενικά το νησί για smart τεχνολογίες, προσπαθεί να προσελκύσει και άλλα είδη τουριστών όπως είναι οι νομάδες και αυτό είναι καθοριστικό ...είχε φέρει και ανθρώπους της Cisco να μείνουν εδώ ως διαφήμιση αλλά και για την ψηφιακή επιχειρηματικότητα.

-εσείς ως επιχείρηση;

Όχι πολλά ακόμη, αλλά είμαι στη διαδικασία τα προϊόντα του τόπου που πουλάω μέλι, λάδι, τυριά, κρασιά εδώ δικά μας, κάποια γλυκά που τα αγαπούν οι ξένοι όπως μελεκούνια και μαρμελάδες να τα βάλω σε σαιτ για να τα παραγγέλνουν από εκεί αν δεν έχουν χρόνο να έρθουν...τώρα το κάνουμε με κάποιους τηλεφωνικά...αυτό



νομίζω θα βοηθήσει και όταν φύγουν από το νησί να τα παραγγέλνουν από εκεί που θα είναι...θέλει όμως ακόμη οργάνωση όλο αυτό.

**5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Πολύ γιατί τους καλοκαιρινούς μήνες που έχουμε τουρισμό δεν υπάρχει πρόβλημα... αλλά το χειμώνα μειώνονται κατά πολύ τα έσοδα του μαγαζιού ... αφού οι ξένοι μένουν εδώ και το χειμώνα κέρδος είναι για εμάς

**6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Νέα παιδιά ως 35 που τα ψάχνουν όλα από το κινητό ... κάποιες φορές έρχονται με τους συντρόφους τους...σπάνια νομίζω θα δεις να έχουν και παιδιά ...λογικό αφού μετακινούνται συνέχεια οπότε τα παιδιά θα είχαν θέμα με τα σχολεία τους και τέτοια..

-Από ποιες χώρες

Μμμ και Ευρώπη και αμερική.. πιο σπάνια οι άλλες χώρες

**7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Ε μένουν πολύ σίγουρα όλο το χειμώνα και παραπάνω.....καταναλώνουν αυτά που έχω στο μαγαζί τα δικά μας... βγαίνουν και έξω σε εστιατόρια, μπαράκια

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Όχι επειδή είμαι από εδώ αλλά η Ρόδος έχει πολλά καλά ...πράσινο, θάλασσα, είναι μεγάλη πόλη που τα έχει όλα... έχει από χρόνια καταχωρηθεί ως κοσμοπολίτικη ... έχει μια ευλογημένη γη με υγιεινά προϊόντα δικά μας κρασιά και συνταγές ...παρότι μακριά από την Αθήνα έχει αεροδρόμιο συχνά...καλές συγκοινωνίες έχουμε

**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Αυτό που υπήρχε παλιά και ίσως και τώρα ακόμη είναι ότι δεν υπήρχε συνεννόηση μεταξύ όλων όσων ασχολούνται με τον τουρισμό..πράκτορες, ξενοδοχεία. Όσους οργανώνουν θαλάσσιες εκδρομές, πολιτιστικούς συλλόγους και έτσι ότι έκανε ο ένας δεν το ήξερε ο άλλος.. αυτό επειδή τα παιδιά ασχολούνται πολύ με το ιντερνέτ τα μαθαίνουν όλα από εκεί... έχει τύχει ας πούμε να με ρωτήσουν ένα χωριό με αμπελώνες που βγάζει το κρασί που τους αρέσει και μπαίνοντας στο ιντερνέτ βρίσκουν εκεί εκδρομές για γευσιγνωσία κρασιών.... Αν εμείς όλοι του τουρισμού κάναμε ένα σαιτ που να περιέχει τα πάντα από ότι κάνει κάθε επαγγελματίας θα ήταν πιστεύω πολύ καλύτερο

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Πολύ... είχαμε πολύ λιγότερους νομάδες τότε... όταν έκλεισαν τα πάντα και δούλευαν από το σπίτι είχαν μετά την ανάγκη να αυξήσουν τις διακοπές συνδυάζοντας τες με τη δουλειά.

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Όχι ίσα ίσα που θα αυξηθεί... εδώ που τα λέμε εφόσον δεν υπάρχουν υποχρεώσεις που να τους κρατούν πίσω στην πατρίδα τους δεν υπάρχει καλύτερο από τα δουλεύουν και διακοπεύουν μαζί... να τους βλέπει ο ήλιος, να κάνουν νέες γνωριμίες να τρώνε υγιεινά πράγματα.

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Μια πλατφόρμα όσων ασχολούνται με τον τουρισμό και του Δήμου με όλες τις δράσεις για να μπορούν να βρουν πιο εύκολα οι ψηφιακοί νομάδες τι κάνουμε στο νησί....αυτό άμα το προβάλλουμε καλά θα έχουμε περισσότερο κόσμο

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 6**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 6

Φορέας / Επιχείρηση: εστίαση

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Ιδιοκτήτης

Ημερομηνία συνέντευξης: 9/5/24

Ωρα συνέντευξης: 10.00

#### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Είναι αυτοί που δουλεύουν μέσω ιντερνέτ και έρχονται σε εμάς ...και αλλού βέβαια σε άλλα μέρη για αρκετούς μήνες

#### **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Για εμάς της εστίασης γιατί τους αρέσει να δουν πως διασκεδάζουμε και να δοκιμάσουν τα φαγητά μας και έτσι έχουμε πελατεία και μήνες που αλλιώς θα ήταν

πιο νεκροί ... θα δουλεύαμε μόνο με τους ντόπιους και θα δυσκολευόμασταν οικονομικά

**3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Το φώς του ελληνικού νησιού, η θάλασσα, το κλίμα ...να βλέπουν έτσι πιο παραμυθένια μέρη τα στενοσόκακα μας, το κάστρο, τις ταβερνούλες μας με τις μπουκαμβίλιες και τα παλιά αντικείμενα...τα βίντατζ που τα λένε αυτοί ... μια παρέα γινόμαστε γιατί θέλουν και αυτοί να μας γνωρίσουν καλύτερα ...να δουν πως συμπεριφερόμαστε πως διασκεδάζουμε τι χορούς έχουμε και τι έθιμα... τους αρέσουν τα πειράγματα και το χιούμορ ή που θα αρχίσει να τραγουδά μια παρεούλα και να στήνεται γλέντι...αυτό το έξω καρδιά του έλληνα.

**4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Έχουμε παντού ιντερνέτ δωρεάν και χωρίς να κόβεται...σε εμένα πολλές φορές εκεί που κάθονται στο τραπέζι απαντούν και με το κινητό τους για θέματα της δουλειάς τους.... σίγουρα αυτό το διαφημίζει ο Δήμος κατάλληλα ...είχε φέρει και πρόπερσι για φιλοξενία ψηφιακούς νομάδες για να δουν τι μπορεί να τους παρέχει το νησί και να επηρεάσουν και άλλους ...

-εσείς έχετε κάνει κάτι ιδιαίτερο;

Εε...εγώ σαν επιχείρηση δεν έχω κάνει κάτι διαφορετικό ...έχω μια καλή ποιότητα φαγητού με γνήσια προϊόντα το οποίο πάντα είχα...ίσως το ότι πια οργανώνω έτσι μουσικά βράδια πιο συχνά και τους ενημερώνω ..αυτό

**5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Πολύ γιατί δεν μένει το νησί νεκρό το χειμώνα ... και καλύτερα έσοδα έχουμε και είναι ωραία η ζωντάνια που δίνουν στον τόπο

**6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Νέα άτομα...νομίζω ότι εκεί γύρω στα 40 το ανώτερο... ευρωπαίοι κυρίως της βόρειας ευρώπης...πιο πολύ άγγλοι εε και κάποιες φορές αμερικανοί, καναδέζοι..πολύ πιο σπάνια έχω δει ασιάτες..μένουν εξάμηνο και πάνω.

-Εισόδημα έχουν καλό

Ναι καλό γιατί εξειδικεύονται αυτοί στις τεχνολογίες στην έρευνα τέτοια πράγματα... βλέπω δηλαδή να ξοδεύουν ούτε παραπονέθηκαν ποτέ, προφανώς άλλες χώρες και μέρη που αυτοί τα έχουν επισκεφτεί θα ήταν πιο ακριβά.

**7.Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Μένουν όλο το χειμώνα και 12 μήνες καμιά φορά...κατανάλωση τα πάντα ...σε εμάς στα εστιατόρια, σε καφέ, σε μπαρ... αλλά γενικά σε όλα τα εμπορικά... τα ρούχα από ότι ακούω τους αρέσουν και τα θεωρούν και οικονομικά, αυτό που μου το έχουν πει.. ε σίγουρα και σε αυτούς που οργανώνουν εκδρομές , καταδύσεις

**8.Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Μειονέκτημα είναι νομίζω το πρόβλημα με το παρκινγκ , αλλά ευτυχώς όλο και βελτιώνονται οι αστικές συγκοινωνίες.. υπάρχουν και τα ποδήλατα του Δήμου, κάπως παλεύεται.. τι άλλο; Έχουμε τα πάντα, αρχαία, την κοιλάδα των πεταλούδων, μεγάλη αγορά και μέσα στο κάστρο και έξω από αυτό...έχουμε πολύ ωραία πανηγύρια με παραδοσιακές στολές και έθιμα από το Πάσχα ακόμη... τα σπορ στη θάλασσα περιπάτους σε μοναστήρια στο βουνό, τον Ατάβυρο που είναι ψηλό βουνό για ορειβασία, τη Λίνδο

**9.Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Τι θα μπορούσε να γίνει;... ε ίσως να φιλοξενήσουμε πράκτορες παγκόσμιους για να τους δείξουμε τι προσφέρουμε στους ψηφιακούς νομάδες ...να το διαφημίσουμε πιο πολύ σε τουριστικούς οδηγούς και στο ιντερνέτ ..πιθανά να τους προσεγγίζουμε και πιο πολύ όχι μόνο εμείς με τα μαγαζιά αλλά γενικά οι ροδίτες..να κάνουμε ας πούμε

βραδιές με παρασκευή φαγητού των δικών τους και των δικών μας ή χορούς του κάθε τόπου...κάτι τέτοιο

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Πολύ και θετικά γιατί έγινε συνήθεια σε κάποιους η εργασία από το ιντερνέτ ... έχουν χρόνο, δεν έχουν μετακινήσεις και έτσι άρχισαν να σκέφτονται περισσότερο να εργάζονται και να μαθαίνουν νέους τρόπους και ανθρώπους και να ζουν πιο ξέγνοιαστα και πιο υγιεινά

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Θα αυξάνεται πιστεύω για τους λόγους που είπα

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Όχι δεν θα προσθέσω κάτι

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 7**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 7

Φορέας / Επιχείρηση: Καφετέρια

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Ιδιοκτήτης

Ημερομηνία συνέντευξης: 8/5/24

Ωρα συνέντευξης: 4.15

#### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Όσο τους έχω ζήσει στο χώρο του μαγαζιού μου σημαίνει άνθρωποι με μεγάλη προσήλωση στη δουλειά τους... που την κάνουν βέβαια από τη Ρόδο ή από οπουδήποτε αλλού θα πάνε για ένα μακρύ διάστημα ...αλλά και άνθρωποι με ευρύ πνεύμα που θέλουν να μάθουν νέα πράγματα, να ζήσουν τον τόπο ουσιαστικά

#### **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Είναι οικονομικά σε καλή κατάσταση και αυτό είναι σημαντικό γιατί αυξάνουν την κατανάλωση όλων των επαγγελματιών τουρισμού και όχι μόνο το καλοκαίρι ... επειδή όπως είπα θέλουν να ζουν ουσιαστικά να γνωρίζουν τους ανθρώπους και τον τόπο τους κάνει πιο άμεσους ...μετά από ένα διάστημα τους αισθανόμαστε φίλους και όχι τουρίστες.

### **3.Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Το πρώτο που θέλουν και είναι πρακτικής φύσεως είναι να μην κάνει διακοπές η σύνδεση ή να είναι αργή γιατί δημιουργείται πρόβλημα με την εργασία τους... μετά το ότι όπως είπα επιζητούν τη ζεστασιά και ανθρωπιά ... αν και να σημειώσω ότι δεν θέλουν μόνο επαφή με εμάς αλλά και με τη δική τους κοινότητα...μαζεύονται ας πούμε εδώ μιλάνε, ανταλλάσσουν ιδέες για την εργασία τους, έχουν ένα σημείο αναφοράς... για αυτό και τους διαμόρφωσα το χώρο τους κάπως καλύτερα ... τον μόνωσα, έχω βάλει και εκτυπωτές, σκάνερ, τέτοια.

-κάτι άλλο;

Ναι ...αυτά που είπα αφορούν τη δουλειά... αλλά δεν είναι μόνο αυτή η ανάγκη τους...θέλουν να έχουν να επισκεφτούν μέρη με ενδιαφέρον, από μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους, μέχρι χωριά με αμπέλια και τοπικές επιχειρήσεις παρασκευής κρασιού ή να πάνε μια εκδρομή σε απάτητες παραλίες με πλοίο ή στη Σύμη ή να πάνε για καγιάκ ...πάνω κάτω αυτά τους έλκουν να έρθουν στο νησί.

### **4.Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος όλοι το λένε ήταν πρωτοποριακός όταν έκανε αυτό το προγράμματα φιλοξενίας για εργαζόμενους της Cisco από την Ευρώπη, περίπου είκοσι άτομα αν θυμάμαι καλά που τους φιλοξένησαν σε ειδικούς χώρους εργασίας της περιφέρειας και τους έδειξαν τις ομορφιές του τόπου... έτσι γίναμε πιο γνωστοί θεωρώ σε αυτό τον κύκλο τουριστών



-Οι επιχειρήσεις;

Εγώ ατομικά ότι τους διαμόρφωσα ένα ήσυχο και εξοπλισμένο χώρο στο μαγαζί όπως σας είπα... επειδή όμως η οικογένεια μου έχει και καταλύματα έχει γίνει μεγάλη προσπάθεια από αυτούς τους επαγγελματίες... και με καλύτερα πακέτα για το μεγαλύτερο διάστημα που θα μείνουν οι ψηφιακοί νομάδες και με διαμόρφωση κοινόχρηστων χώρων ...έχουν κάνει καλές επαφές με μπλογκ των ψηφιακών νομάδων και με παγκόσμια σαιτ κρατήσεων για αυτή την κατηγορία τουριστών και η προβολή αυτή πηγαίνει καλά...

#### **5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Σε μεγάλο βαθμό... φαίνεται αυτό στην καθημερινότητα μας το χειμώνα που βλέπαμε τουρίστα πιο σπάνια από συνέδρια ή εκδρομές σχολείων ..έχουμε δηλαδή όχι υπερβολικά περισσότερο κόσμο, αλλά σίγουρα ένα σεβαστό αριθμό.

#### **6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Από 27 ως 39 το πολύ 40 θα έλεγα...οι άντρες είναι πιο πολλοί νομίζω..χώρες τώρα όλες ουσιαστικά αλλά πιο πολλοί ευρωπαίοι ... αυτό που σπάνια βλέπουμε είναι να είναι ζευγάρι με παιδιά άνω των 5 ετών.

-Εισοδηματικά πως θα κρίνατε τους ψηφιακούς νομάδες;

Σε καλή κατάσταση σε σχέση ιδίως με τους έλληνες που μας θεωρούν ακριβούς ... προφανώς σε παγκόσμιο επίπεδο η Ρόδος δεν είναι από τους ακριβούς προορισμούς για αυτούς.

-Και με τι ασχολούνται;

Εργασίες σχετικές με ψηφιακά δίκτυα, ηλεκτρονικό μάρκετινγκ, εμπόριο, startup ... αυτά τα πεδία πιο πολύ.

**7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Θα μείνουν πέντε-έξι μήνες οι πιο πολλοί γιατί από όσο μου λένε θέλουν δυο φορές τη χρονιά να αλλάζουν χώρα... άλλοι μένουν και πιο πολύ, άλλοι ίσως ένα τρίμηνο ...σε γενικές γραμμές οι τρεις μήνες είναι το λιγότερο και οι δώδεκα το ανώτερο... τώρα που καταναλώνουν; Παντού από τις εκδρομές που θα πάνε, τα σπορ, την εστίαση, τα ντόπια προϊόντα όλα με προτίμηση στο κρασιά (γέλιο) σε παπούτσια ρούχα

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Νομίζω βασικό πλεονέκτημα είναι το κλίμα η θάλασσα, τα αρχαία μνημεία, το μεσαιωνικό κάστρο, τα όμορφα σοκάκια, οι εκδρομές στη φύση, σε μονές...α και το καλό φαγητό, η νυχτερινή ζωή, η πρόσβαση δια αέρος και θαλάσσης ...δεν θυμάμαι κάτι άλλο αυτή τη στιγμή

**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Θα βοηθούσε πιστεύω να έχουμε και άλλους χώρους ειδικούς για να εργάζονται και πιο πολλά καταλύματα για να συμβιώνουν γιατί θεωρώ ότι είναι λίγα.. τα πιο πολλά είναι δίχωρα για ένα άτομο ...

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Πριν τον κορωνοϊό άρχισε να διαμορφώνεται δειλά μια μικρή κοινότητα νομάδων κάπως... με τον κορωνοϊό υπήρξε μια μείωση.. λογικό με όλο αυτό με το κλείσιμο των συνόρων, το φόβο για την υγεία... πάντως ακόμη και μες στην πανδημία με το άνοιγμα των συνόρων για τον τουρισμό αμέσως ένιωσαν ασφάλεια για την τήρηση των μέτρων υγιεινής.... Θεωρώ ότι με την επάνοδο στην κανονικότητα ήταν πιο αυξημένη η προσέλκυση των νομάδων

**11.Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Όχι αντίθετα όσο περνά ο καιρός θα αυξάνεται η προσέλευση και εμείς θα οργανωνόμαστε καλύτερα και οι ίδιοι οι νομάδες θα συστήνουν το νησί στο κύκλο των φίλων και συνεργατών τους

**12.Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

όχι δεν έχω κάτι να προσθέσω

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 8**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 8

Φορέας / Επιχείρηση: Δήμος Ρόδου τμήμα τουρισμού

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Σύμβουλος

Ημερομηνία συνέντευξης: 11/5/24

Ωρα συνέντευξης: 2.00

### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Είναι άτομα καλοί γνώστες της τεχνολογίας, συνήθως απασχολούνται και σε αυτόν τον τομέα, η φυσική παρουσία των οποίων στον εργασιακό τους χώρο δεν είναι αναγκαία. Εργάζονται δηλαδή απομακρυσμένα, εξ αποστάσεως, και αυτό κάνει επιτρεπτό το να μετακινούνται σε άλλες ηπείρους, χώρες και πόλεις στις οποίες διαμένουν για αρκετούς μήνες.

## **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Η ένταση γνώσης θα έλεγα και η υψηλή τους εξειδίκευση που είναι σημείο κλειδί για την μεταφορά κουλτούρας τεχνολογίας και καινοτομίας.. Ακόμη το ότι η πολύμηνη διαμονή τους καταργεί την εποχικότητα, κάτι το οποίο ο τουριστικός κλάδος πολεμά να αντιπαρέλθει για να είναι βιώσιμος. Φυσικά οι οικονομικοί πόροι που αυξάνονται με την παραμονή τους το ότι διατηρούνται και δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και το ότι η εμπειρία τους μεταφέρεται και σε άλλους ενδιαφερόμενους.. η στόμα με στόμα διαφήμιση θα λέγαμε έστω και αν γίνεται από τα κοινωνικά μέσα σήμερα ή τα ειδικά σάιτ των κοινοτήτων τους που καταθέτουν την εμπειρία τους.

## **3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Πρωταρχικά να υπάρχει καλή και γρήγορη σύνδεση για να μην αντιμετωπίζουν θέματα κατά την εργασία τους. Δευτερευόντως θεωρώ να έχουν coworking spaces, χώρους συνεργασίας, γιατί ενισχύουν τους μεταξύ τους δεσμούς, αισθάνονται συναισθηματική ασφάλεια, αλλά και γιατί λειτουργούν άτυπα ως χώροι υποδοχής, πληροφόρησης για τον τόπο και εξοικείωσης με αυτόν. Φυσικά ο τόπος να έχει φυσικό κάλλος, ιστορικό και πολιτιστικό ενδιαφέρον, αλλά και εύκολη πρόσβαση, να καλύπτει ανάγκες όπως καλή ποιότητα φαγητού, δραστηριοποίησης στη φύση, συνδιαλλαγής με τον ντόπιο πληθυσμό

## **4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Από την πλευρά του Δήμου από την προηγούμενη αρχή, αλλά και την τωρινή, είχε εκπονηθεί στρατηγική προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων, από τις πρώτες στην Ελλάδα ίσως και η μοναδική ακόμη και σήμερα. Υπήρξε συνεργασία με τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό Digital Nomads Observatory, ο οποίος έχει την έδρα του στη Ρόδο και δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη πολιτικών και μέσων που θα διαμορφώσουν ένα φιλόξενο περιβάλλον για να προσελκυστούν οι ψηφιακοί νομάδες. Έτσι, από το 2021 έγινε επίσημη παρουσίαση της στρατηγικής ενώπιον στελεχών της κυβέρνησης, της περιφέρειας, της ΚΕΔΕ κ.α. στο πρώτο συνέδριο που διοργανώθηκε για τους ψηφιακούς νομάδες, το Digital Mobilities Conference.

Βασικός στόχος ήταν να βελτιστοποιηθούν όλες οι τεχνολογικές υποδομές, να υλοποιηθούν οι ενέργειες της διαμόρφωσης χώρων co-working spaces” και “co-living spaces” και ένας ψηφιακός χώρος υποδοχής και εξυπηρέτησης. Σημαντικός σταθμός υπήρξε δυο χρόνια μετά το κάλεσμα 17 ατόμων που απασχολούνται στη Cisco, εταιρεία υψηλής τεχνολογίας, οι οποίοι εργάστηκαν σε τέσσερις χώρους συνεργασίας τον Οργανισμό Ανάπτυξης, το Εμπορικό Επιμελητήριο Δωδεκανήσου, την έδρα Περιφέρειας Ν. Αιγαίου, το Μουσείο Νεοελληνικής Τέχνης. Οι εργαζόμενοι έδωσαν τα φώτα τους για ζητήματα όπως η ασφάλεια στο διαδίκτυο, οι νέες δυνατότητες του μάρκετινγκ, η ενσωμάτωση της εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας. Φυσικά υπήρχε σύνδεση τους με την τοπική κοινωνία και έτσι έγιναν πρεσβευτές του τουριστικού προϊόντος της Ρόδου.

\_Πολύ ωραία! Οι τοπικές επιχειρήσεις βοήθησαν και με τι τρόπους;

Ήταν ιδιαίτερα συγκινητική η ευαισθητοποίηση σε αυτή τη βιώσιμη μορφή εναλλακτικού τουρισμού. Πολλοί δημιούργησαν τους δικούς τους χώρους συνεργασίας και χώρους διαμονής με σταθμό εργασίας, τους οποίους διέθεταν και σε ιδιαίτερα ελκυστικές τιμές

#### **5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Σίγουρα πάρα πολύ. Οι απασχολούμενοι στον τουρισμό βλέπουν να μειώνεται κατά πολύ το πρόβλημα της εποχικότητας, εξακολουθούν να εισέρχονται έσοδα τους εκτός σεζόν μήνες και δεν χάνονται οι θέσεις εργασίας.

#### **6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Η κοινότητα του νησιού μας πάνω από τριάντα άτομα κατάγονται από χώρες της Ευρώπης, της κεντρικής και βόρειας περισσότερο, είναι άτομα δραστήρια ως σαράντα ετών περίπου... θα μείνουν γύρω στο χρόνο, από όσο ξέρω δεν έχουν οικογενειακές υποχρεώσεις και τα εισοδήματά τους είναι από μέτρια ως υψηλά

#### **7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Πολλοί μένουν όλο το χρόνο..επειδή θαυμάζουν το νησί για το ειδυλλιακό του κλίμα ακόμη και το χειμώνα πηγαίνουν πολλές εκδρομές, ασχολούνται με σπορ, ζουν τη νυχτερινή ζωή που δεν σβήνει το χειμώνα, ξοδεύουν οπότε σε αυτά...στα μουσεία στα εμπορικά καταστήματα και τα καταστήματα εστίασης...σχεδόν ότι θα έκανε ένας μόνιμα διαμένων στο νησί.

**8.Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Σοβαρό πλεονέκτημα μας είναι σχεδόν όλο το χρόνο έχουμε ηλιοφάνεια.. οι παραλίες μας είναι ειδυλλιακές, τα μνημεία μας αξιόλογα, η πρόσβαση είναι εύκολη, έχουμε καλό επίπεδο ψηφιακού μετασχηματισμού και υποδομές..αρνητικό θα έλεγα το ότι τους καλοκαιρινούς μήνες η ανεύρεση καταλύματος είναι πολύ δύσκολη και οι τιμές εκτοξεύονται

**9.Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Βάσει του τελευταίου που είπα ο Δήμος θα μπορούσε να στηρίξει την εξεύρεση καταλύματος το καλοκαίρι, να συναφθούν συμμαχίες με ξενοδοχεία και καταλύματα που θα λειτουργούν μόνο για ψηφιακούς νομάδες ...φυσικά χρειάζεται συνεχή προβολή και μεγαλύτερη εισχώρηση στις παγκόσμιες κοινότητες των νομάδων για να πληροφορούνται για το νησί μας και τις παροχές του....μμμ θα έλεγα ακόμη να βελτιωθούν και άλλο τα μέσα συγκοινωνίας να ενισχυθεί ο εθελοντισμός για να δένονται με τους ντόπιους, να αναλάβουμε ίσως περισσότερες πράσινες πρωτοβουλίες..

**10.Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Τον επηρέασε θετικά γιατί εδραίωσε μια κουλτούρα εργασίας από απόσταση σε ένα ειδυλλιακό και ήσυχο μέρος

**11.Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Όχι επι ουδενί θα υπάρχει συνεχής εξέλιξη για αυτό και πρέπει να προωθηθεί περαιτέρω ως εναλλακτική μορφή τουρισμού

**12.Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Νομίζω όχι

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**



## **Συνέντευξη 9**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 9

Φορέας / Επιχείρηση: Δήμος Ρόδου τμήμα τουρισμού

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Υπάλληλος ΟΤΑ

Ημερομηνία συνέντευξης: 13/5/24

Ωρα συνέντευξης: 1.30

### **1. Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Είναι άτομα που απασχολούνται εξ αποστάσεως, εργάζονται δηλαδή μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή και έτσι έχουν την ελευθερία να επιλέγουν για κάποιους ή περισσότερους μήνες διαφορετικούς τουριστικούς προορισμούς για να μείνουν.

**2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Το τμήμα τουρισμού του Δήμου είναι προσανατολισμένο στο βιώσιμο τουρισμό και στις εναλλακτικές μορφές οι οποίες έχουν ως χαρακτηριστικό τη μη μαζικότητα και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Σε αυτές τις μορφές ανήκουν οι ψηφιακοί νομάδες και έτσι ο τόπος τους χρειάζεται για να επιβιώνουν οι επιχειρήσεις και να μη χάνονται θέσεις εργασίας.

**3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Η επιλογή τους σίγουρα καθορίζεται κατά πολύ από το αν είναι λάτρεις της θάλασσας και του ήλιου ή της ιστορίας και του πολιτισμού ή αν προτιμούν για παράδειγμα χειμερινούς προορισμούς....Η Ρόδος με το καλό της κλίμα σίγουρα είναι ελκυστική...αυτό που μετρά στην επιλογή τους είναι η καλή σύνδεση ιντερνέτ και να έχουν χώρους συνεργασίας για να νιώθουν επι τη αφίξει τους μέλη της κοινότητας των νομάδων, ότι έχουν ένα στήριγμα και ένα οδηγό..βέβαια στο πλαίσιο αυτών των χώρων είναι σημαντική πιστεύω και η ανταλλαγή ιδεών για ζητήματα της εργασίας τους.

**4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος ήταν πρωτοποριακός κατά το ότι εδώ και τρία χρόνια παρουσίασε μια ολοκληρωμένη πολιτική και σχέδιο για να προσελκύσει τους ψηφιακούς νομάδες. Στόχοι ήταν η δημιουργία χώρων συνεργασίας, χώρων συμβίωσης, η δημιουργία helpdesk, το ότι φιλοξένησε εργαζόμενους στη Cisco για τρεις μήνες, το ότι πέρασε σε όλους τους φορείς και απασχολούμενους στον τουρισμό την ιδέα του ψηφιακού νομαδισμού

-Υπήρξε έμπρακτη ανταπόκριση εκ μέρους τους;

Ναι θεωρώ πολύ σημαντική πολλά καταλύματα διαμορφώθηκαν για να φιλοξενούν ως πέντε άτομα με ειδικούς χώρους εργασίας και συνεργασίας, εννοείται αναβαθμισμένους τεχνολογικά...εισχώρησαν σε σελίδες νομάδων και προτείνουν

εκεί ελκυστικά πακέτα. Ακόμη και πολλά καφέ προχώρησαν στη δημιουργία χώρων συνεργασίας

**5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Πολύ πιστεύω το νησί δεν περιμένει τους χειμερινούς μήνες να έχει κάποια κίνηση από τους συνέδρους ή από τον πολιτιστικό τουρισμό, αλλά διατηρεί ένα καλό επίπεδο κίνησης το χειμώνα

**6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Κυρίως κατάγονται από χώρες της Ευρώπης, σε ηλικία θα έλεγα από 26 ως 39 με 40, έχουν πολύ καλή γνώση της τεχνολογίας της ψηφιακής προβολής, των ψηφιακών συναλλαγών του ψηφιακού εμπορίου, κυρίως τέτοιους τομείς. Εισοδηματικά θεωρώ ότι είναι σε καλό ως πολύ καλό επίπεδο.

-Πόσο μένουν στη Ρόδο;

Σίγουρα έξι μήνες και πάνω

**7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Επειδή οι πιο πολλοί είναι από την Ευρώπη θα μείνουν σίγουρα πάνω από έξι μήνες και πολλοί ένα χρόνο και παραπάνω. Τονώνουν την εμπορική αγορά, τον τομέα της εστίασης και ψυχαγωγίας, των καταλυμάτων φυσικά, των αθλημάτων

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Το κλίμα, η φυσική ομορφιά, η ποικιλία δράσεων, τα πολιτιστικά μνημεία είναι σίγουρα σημαντικά πλεονεκτήματα μας όπως και οι καλές ταχύτητες σύνδεσης, οι χώροι συνεργασίας που είναι μεν λίγοι αλλά είμαι σίγουρη ότι θα υπάρξει βελτίωση

**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Ίσως περισσότερη διαφήμισης και προβολή, φυσικά μέσω διαδικτύου, συνεργασία με παγκόσμιους tour operators, πιθανά μια εντατικοποίηση εκδηλώσεων που θα φέρουν κοντά τους ψηφιακούς νομάδες με τους ντόπιους, όπως γευσιγνωσίες ...τι άλλο.. να αφεθεί η υπάρχουσα κοινότητα να καταθέτει προτάσεις ανάπτυξης του ψηφιακού νομαδισμού βάσει των προβλημάτων που αυτοί αντιμετωπίζουν κατά τη διαμονή τους.. κάποια εφαρμογή ίσως ανοικτού διαλόγου με το Δήμο

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Πολύ γιατί με την ελαστική μορφή εργασίας που επέβαλλε πολλοί εργάστηκαν απομακρυσμένα και θεώρησαν καλή την ιδέα του να ζήσουν σε διαφορετικά μέρη και να γνωρίσουν στον ελεύθερο χρόνο τους νέες κουλτούρες και τόπους

**11. Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Θεωρώ αντίθετα ότι αυτή η εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι το κλειδί για τη βιωσιμότητα.. η σωστή διαχείριση και στρατηγική προσέλκυσης των ψηφιακών νομάδων έχει για αυτό το λόγο καθοριστικό ρόλο.

**12. Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Δεν θα προσθέσω κάτι άλλο

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**

## **Συνέντευξη 10**

### **«Διερεύνηση προοπτικών προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο»**

Η έρευνα αυτή πραγματοποιείται στα πλαίσια διπλωματικής εργασίας στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών «Διοίκηση Τουριστικών Επιχειρήσεων» του Ελληνικού Ανοικτού Πανεπιστημίου. Σκοπός της είναι να διερευνήσει σε ποιο βαθμό έχει αναπτυχθεί ο ψηφιακός νομαδισμός στη χώρα μας, εστιάζοντας ως μελέτη περίπτωσης στο νησί της Ρόδου, έναν προορισμό στον οποίο τα τελευταία χρόνια γίνονται συστηματικές προσπάθειες για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων.. Η συμμετοχή σας είναι ιδιαίτερα σημαντική για την ολοκλήρωση της έρευνας και σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συνεργασία σας. Επιπλέον, θα ήθελα να τονίσω ότι όλες οι απαντήσεις που θα δώσετε θα θεωρηθούν εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για ερευνητικούς σκοπούς.

Με εκτίμηση,

Γεωργία Σκούρα

### **ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΟΥ**

Ονοματεπώνυμο: Συν. 10

Φορέας / Επιχείρηση: Δήμος Ρόδου τμήμα τουρισμού /επικοινωνίας

Θέση στον φορέα / επιχείρηση: Τμηματάρχης

Ημερομηνία συνέντευξης: 11/5/24

Ωρα συνέντευξης: 2.00

### **1.Κατά την αντίληψη σας τι σημαίνει ο όρος ψηφιακοί νομάδες;**

Ναι ...είναι όσοι έχουν την ευελιξία να ασκούν το επάγγελμα τους εκτός γραφείου, απομακρυσμένα, μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή... αυτό τους επιτρέπει να εργάζονται από οπουδήποτε.. έτσι τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί η τουριστική τάση αυτοί οι εργαζόμενοι να εγκαθίστανται για κάποιους μήνες σε τουριστικούς προορισμούς

## **2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών νομάδων που τους κάνουν ελκυστικούς για τους τουριστικούς προορισμούς;**

Καταρχάς το ότι επειδή μένουν στον τουριστικό προορισμό για μήνες..μπορεί και πάνω από ένα έτος ...άρα ότι ο προορισμός έχει μια μη διακοπτόμενη ροή, με συνέπεια ο κλάδος να ξεπερνά το ζήτημα της εποχικότητας πράγμα που σημαίνει ότι τα καταλύματα δεν κλείνουν το χειμώνα ούτε άλλες παρεμφερείς με τον τουρισμό επιχειρήσεις, οπότε επιβιώνουν...οι εργαζόμενοι στον τουρισμό επίσης δεν αναγκάζονται να μουν σε καθεστώς προσωρινής ανεργίας και γενικότερα ο εμπορικός κλάδος σημειώνει αυξητική πορεία

## **3. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη τους οι ψηφιακοί νομάδες όταν επιλέγουν έναν προορισμό;**

Θα έλεγα σίγουρα να τους αρέσει ο προορισμός.. να είναι λάτρεις του νησιού, της θάλασσας και του ήλιου ..βασική προϋπόθεση από την άλλη για αυτή την κατηγορία εργαζομένων είναι να έχουν γρήγορη σύνδεση στο ιντερνέτ ώστε να μην αντιμετωπίζουν προβλήματα στην εργασία τους, να μπορούν να εργαστούν ανεμπόδιστα... εεε μετά σίγουρα θεωρώ ότι οι ψηφιακοί νομάδες έχουν την τάση να έρχονται σε επαφή μεταξύ τους και σε επαφή με τους ντόπιους. Στην πρώτη περίπτωση η ομαλή τους ένταξη και προσαρμογή στο νέο τόπο διευκολύνεται ιδιαίτερα από το να υπάρχουν χώροι συνεργασίας που θα είναι και τεχνικά εξοπλισμένοι με τα αναγκαία για την εργασία τους... η επαφή με τους ντόπιους τώρα έχει να κάνει με το πώς εμείς ως νησί οργανώνουμε και προβάλλουμε δράσεις στις οποίες θα συμμετάσχουν οι τουρίστες όπως παραδοσιακές πολιτιστικές εκδηλώσεις, γευσιγνωσία κρασιού, γευστικές δοκιμές, περιηγήσεις ξεναγήσεις πιθανά.

## **4. Ποιες ενέργειες έχουν γίνει στη Ρόδο (από τον Δήμο ή/και φορείς και επιχειρήσεις) για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων;**

Ο Δήμος Ρόδος είναι προσανατολισμένος στην ανάπτυξη του βιώσιμου τουρισμού, στόχος ο οποίος είναι άμεσα συνδεδεμένος με τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού τις οποίες εδώ και χρόνια προωθεί.. οι ψηφιακοί νομάδες είναι εναλλακτική μορφή τουρισμού και προκειμένου να τους προσελκύσει είχε σχεδιάσει από το 2021 ολοκληρωμένη στρατηγική. Η πρόταση παρουσιάστηκε στο συνέδριο Digital Mobilities, δόθηκε έμφαση στη δημιουργία χώρων συνεργασίας...και χώρων

συμβίωσης.. βελτιώθηκε η τεχνική υποδομή με γρήγορες ταχύτητες, προβλήθηκε το νησί σε σελίδες ψηφιακών νομάδων και το κυριότερο ο Δήμος ανέλαβε την πρωτοβουλία να εφαρμόσει πιλοτικό πρόγραμμα φιλοξενίας για τρεις μήνες ατόμων που εργάζονται στην εταιρεία Cisco για τους οποίους διαμορφώθηκαν ειδικοί χώροι συνεργασίας. Η προβολή και επικοινωνία του ψηφιακού νομαδισμού συνεχίζεται σε όλα τα ψηφιακά μέσα, ο κόσμος έχει ευαισθητοποιηθεί και οι επιχειρήσεις συνεισφέρουν σημαντικά στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού όπως με το να προσφέρουν οικονομικά πακέτα διαμονής, με το να έχουν δημιουργηθεί αυτόνομοι χώροι εργασίας για τους νομαδικούς τουρίστες σε διάφορα σημεία όπως ο ανοιχτός βιομηχανικός χώρος και άλλες καφετέριες

#### **5. Σε ποιο βαθμό έχουν αποδώσει αυτές οι ενέργειες;**

Είμαστε ευχαριστημένοι από την απόδοση και δη οι επιχειρηματίες και οι εργαζόμενοι στον τουρισμό που κρατούν τις επιχειρήσεις τους ανοικτές το χειμώνα

#### **6. Ποια χαρακτηριστικά έχουν οι ψηφιακοί νομάδες που επιλέγουν το νησί της Ρόδου (ηλικία, φύλο, απασχόληση, εθνικότητα, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα);**

Περισσότερο κατάγονται από τις βορειοευρωπαϊκές χώρες όχι ότι δεν υπάρχει και επισκεψιμότητα από άλλες από την Ιταλία ή και εκτός Ευρώπης... αλλά ο βασικός πυρήνας της κοινότητας τους θεωρώ ότι είναι ευρωπαίοι. Κυρίως ασχολούνται με το ψηφιακό μάρκετινγκ και εμπόριο, με την τεχνητή νοημοσύνη, την έρευνα, την τεχνολογία γενικότερα και τα εισοδήματά τους είναι καλά

-Ηλικιακά και ως προς την οικογενειακή κατάσταση;

Θεωρώ σπάνια θα δούμε άνω των 40 ετών και όπως λογικό δεν έχουν παιδιά άνω στην πέντε ετών έστω γιατί αυτό θα σήμαινε ότι δεν μπορούν να μετακινούνται

#### **7. Ποια είναι η τουριστική συμπεριφορά των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο (χρονικό διάστημα διανομής, τουριστική κατανάλωση, κλπ.)**

Ο βασικός πυρήνας της νομαδικής κοινότητας θα έλεγα πιο πολύ από ένα χρόνο... οι υπόλοιποι περίπου ως εκεί ή γύρω στο εξάμηνο... καταναλωτικά εκτός του καταλύματος τους αγαπούν τα τοπικά μας προϊόντα, ξοδεύουν σε δραστηριότητες

ψυχαγωγίας, πολιτισμού, και αθλητισμού και γενικότερα σε εμπορικά είδη της καθημερινότητας

**8. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ρόδου σε σχέση με άλλους ανταγωνιστικούς προορισμούς ως προς την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων;**

Πιστεύω μειονέκτημα είναι η δυσκολία να βρεθεί κατάλυμα κατά την περίοδο της υψηλής ζώνης τουρισμού, το καλοκαίρι.. ακόμη και πολλοί ξενοδόχοι ή κάτοχοι καταλυμάτων που στηρίζουν με ειδικά πακέτα τον νομαδικό τουρισμό διαθέτουν το κατάλυμα τους από το Νοέμβριο συνήθως ως το Μάρτιο και αυτό είναι κάπως δεσμευτικό για κάποιον που θέλει να μείνει και το καλοκαίρι...κατά τα άλλα δεν θεωρώ ότι υπάρχει κάποιο πρόβλημα. Οι ροδίτες, επιχειρηματίες και μη, ζουν από χρόνια με τον τουρισμό, παρέχουν καλές υπηρεσίες, αναβαθμίζονται με επιμορφώσεις και σεμινάρια, ακολουθούν τις νέες τάσεις... το νησί είναι πλήρως οργανωμένο τουριστικά, εύκολα προσεγγίσιμο, πανέμορφο, με μεγάλη ιστορία και αξιόλογα μνημεία ... και ένα πολύ καλό κλίμα ... τριακόσιες μέρες το χρόνο έχουμε ηλιοφάνεια και καλές θερμοκρασίες

**9. Ποιες επιπλέον ενέργειες πρέπει να γίνουν στο μέλλον για την περαιτέρω προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων στη Ρόδο;**

Να συνεχίσουμε την καλή προβολή και να λύσουμε το θέμα της δυσκολίας να βρεθεί κατάλυμα στην υψηλή τουριστική περίοδο

**10. Σε ποιο βαθμό η πανδημία του COVID-19 επηρέασε τον ψηφιακό νομαδισμό;**

Στην αρχή της με τα κλειστά σύνορα ήταν κάπως δύσκολα, επικρατούσε φόβος και δίλημμα για το ταξίδι. Από το πρώτο άνοιγμα φάνηκε η σοβαρότητα του νησιού στο ζήτημα της ασφάλειας της υγείας ..σιγά σιγά και ο κόσμος απέβαλε τους φόβους του και πολλοί πήραν την απόφαση να αποδράσουν για μακρύ διάστημα μετά τα απανωτά lockdown.



**11.Θεωρείτε ότι οι ψηφιακοί νομάδες είναι μία μόδα που θα περάσει ή μία τάση που ήρθε για να μείνει;**

Όχι καθόλου.. άλλωστε και οι επίσημες στατιστικές προβλέψεις για αυτό το είδος εναλλακτικού τουρισμού είναι πολύ αισιόδοξες ... από την άλλη η πανδημία COVID-19 είχε το πολύ θετικό στοιχείο της επιτάχυνσης της αξιοποίησης της τεχνολογίας και αυτό έχει περάσει και στην εργασία, ως ευέλικτη, εξ αποστάσεως, οπότε μια μεγαλύτερη μερίδα ανθρώπων θα μπορεί να συνδυάσει την εργασία με τις διακοπές σε ένα ειδυλλιακό μέρος

**12.Άλλα σχόλια – προτάσεις;**

Μμμ... Νομίζω όχι

**Σας ευχαριστώ για τη συνεργασία σας!**